



XII JORNADAS INTERNAS

ppgcomufjf **15 E 16 DE SETEMBRO**

CADERNO DE RESUMOS

Universidade Federal de Juiz de Fora
Programa de Pós-graduação em Comunicação
XII Jornadas Internas do PPGCOM/UFJF

Comitê organizador

Carlos Pernisa Jr — Coordenador do PPGCOM/UFJF
Iluska Maria da Silva Coutinho — Vice-coordenadora do PPGCOM/UFJF
Daiana Maria Veiga Sigiliano — Pesquisadora associada
Gustavo Teixeira de Faria Pereira — Pesquisador associado
Stanley Cunha Teixeira — Pesquisador associado
Talita Souza Magnolo — Pesquisadora associada
Estela Loth — Núcleo Editorial PPGCOM/UFJF
Paula Delgado — Núcleo de Desenvolvimento PPGCOM/UFJF
Raí de Castro — Núcleo Editorial PPGCOM/UFJF

Coordenação geral

Coordenador: Prof. Dr. Carlos Pernisa Jr
Vice-coordenadora: Prof. Dr. Iluska Maria da Silva Coutinho

Esta versão do caderno de resumos é preliminar e enviada **exclusivamente** para que todas e todos leiam os trabalhos e para os pareceres poderem ser elaborados.

Informações importantes

A equipe organizadora das Jornadas Internas não se responsabiliza pelos conteúdos reproduzidos abaixo, os quais são de total responsabilidade dos(as) autores(as) que submeteram, o que inclui revisão textual e das normatizações, aspectos éticos e conceituais.

Cada participante terá até **10 minutos** para apresentar sua pesquisa, elencando aspectos principais do trabalho, tais como objeto, objetivos, metodologia e conceitos e/ou autores-chave. Na sequência da apresentação, será feito o relato do trabalho. O(A) estudante a quem foi atribuída a relatoria terá até **5 minutos** para tecer suas considerações sobre a pesquisa apresentada pelo(a) colega. O relato deve conter a indicação de pontos fortes e de aspectos que podem ser aprimorados, bem como sugestões de abordagens e bibliografias que possam vir a contribuir para a construção do trabalho. Após a relatoria, a mediação auxiliará na construção do diálogo sobre o resumo. Haverá suporte para apresentação em slides com áudio e vídeo.

Durante as sessões também será disponibilizado, ao final das apresentações, tempo hábil para que todos(as) participantes possam conversar sobre as pesquisas apresentadas, ficando a cargo da coordenação e mediação a condução dos debates.

Abertura

Lançamento do Projeto Memória

projeto do Núcleo de Desenvolvimento, coordenado pela Prof. Dra. Cláudia Thomé

Mesa 1 — Plataformas, influência e sociedade: práticas e disputas no ambiente digital

Sala: 214

Título: Da atividade profissional à profissão: funções e competências do influenciador digital na publicidade

Discente: Thaiana Alves de Almeida

Orientação: Marco Aurélio Reis e Cláudia Thomé

Relatoria: Laryssa Gabellini

Título: Plataformização da publicidade: afetações e agenciamentos no trabalho de gestão de tráfego pago na plataforma Meta Ads

Discente: Leony de Paula da Silva

Orientação: Kérley Winkes

Relatoria: Lucas Santos Silva de Souza

Título: Influenciadoras virtuais, subjetividade e imaginário feminino no contexto da plataformização

Discente: Laryssa Gabellini

Orientação: Cláudia Thomé

Relatoria: Thaiana Alves de Almeida

Título: Entre máscaras e plataformas: a autopromoção de Pablo Marçal como coach, empresário e político, na era da extrema direita digital

Discente: Jules Strogoff de Castro Matos

Orientação: Luiz Ademir de Oliveira

Relatoria: Leony de Paula da Silva

Título: Comunidades Inteligentes: Conectividade Significativa para o acesso a direitos basilares

Discente: Lucas Santos Silva de Souza

Orientação: Carlos Pernisa Júnior

Relatoria: Jules Strogoff de Castro Matos

Mesa 2 — Do telejornal ao multiplataforma: práticas, desafios e inovações no jornalismo

Sala: 215

Título: Telejornalismo Cidadão: Manual prático e metodológico para uma comunicação audiovisual civil, social e democrática

Discente: Elias Arruda

Orientação: Marco Aurélio Reis

Relatoria: Luciana Moraes

Título: Jornalismo audiovisual no ecossistema midiático digital: relevância, conexões e adaptações

Discente: Gabriel Landim

Orientação: Iluska Maria da Silva Coutinho

Relatoria: Ana Carolina Campos de Oliveira

Título: Esporte e Gênero no Jornalismo Audiovisual: análise da participação de mulheres jornalistas na cobertura das Olimpíadas de 2021 e 2024

Discente: Ana Carolina Campos de Oliveira

Orientação: Cláudia Thomé

Relatoria: Antonio Celestino

Título: Violência contra jornalistas e o estratégia da extrema direita nas mídias sociais: uma análise do Gabinete do Ódio e das milícias digitais

Discente: Murilo Coelho Macedo

Orientação: João Paulo Carrera Malerba

Relatoria: Gabriel Landim

Título: A confiabilidade da informação nas novas gerações: o papel da educação midiática na era da desinformação

Discente: Luciana Moraes

Orientação: Cláudia Thomé e Marco Aurélio Reis

Relatoria: Elías Arruda

Título: Usabilidade dos Recursos Interativos na TV 3.0: Uma abordagem heurística sobre a segunda tela e o perfil de telespectador

Discente: Antonio Celestino

Orientação: Carlos Pernisa Junior e Marcelo Ferreira Moreno

Relatoria: Murilo Coelho Macedo

Mesa 3 — Narrativas políticas e midiáticas: extremismos, gênero e democracia

Sala: 217

Título: Educação política para a democracia? Um estudo comparativo sobre estratégias e práticas comunicacionais das fundações partidárias no Brasil no período 2022-2024

Discente: Lázaro Scher Araujo Dias

Orientação: Telma Sueli Pinto Johnson

Relatoria: Arthur Honorato de Almeida

Título: Discurso do ódio em três instâncias: microagressões virtuais contra candidatas às disputas municipais, legislativas e presidenciais

Discente: Isabella Mudesto Dias Costa

Orientação: Luiz Ademir de Oliveira

Relatoria: Arthur Raposo Gomes

Título: A cobertura da violência política de gênero na mídia hegemônica brasileira: uma análise dos quality papers Folha de S. Paulo e O Globo sobre Janja da Silva

Discente: Vanilda Gomes Cantarino de Magalhães

Orientação: Paulo Roberto Figueira Leal e Telma Sueli Pinto Johnson

Relatoria: Isabella Mudesto Dias Costa

Título: Um estudo de caso sobre a vida refratada de Sara Winter/Sara Huff: polarização extremista no Instagram focada em narrativas de contos de fadas

Discente: Fernanda Sevarolli Creston Faria Kistemann

Orientação: Marco Aurélio Reis

Relatoria: Vanilda Gomes Cantarino de Magalhães

Título: Entre o sistema e ruptura: a construção do político outsider

Discente: Arthur Raposo Gomes

Orientação: Luiz Ademir de Oliveira

Relatoria: Fernanda Sevarolli Creston Faria Kistemann

Título: Enquadramentos jornalísticos do Sul Global: A construção da narrativa do genocídio palestino pós 7 de outubro

Discente: Arthur Honorato de Almeida

Orientação: João Paulo Carrera Malerba

Relatoria: Lázaro Scher Araujo Dias

Mesa 4 — Cinema e Audiovisual em perspectiva: estética, política e recepção

Sala: 218

Título: O Último Fechamento: Cinema de rua, memória, afetividade e resistência ao apagamento

Discente: Aline Gomes Alvim

Orientação: Christina Ferraz Musse

Relatoria: Jordana Figueiredo Nery

Título: O Cinema e a Performance como uma forma de expressão decolonial: Uma análise de Alma no Olho e Noir Blue

Discente: Helom Paulino Ferreira

Orientação: Julia Gonçalves Declié Fagioli

Relatoria: Aline Gomes Alvim

Título: O amor é cego e o ódio é público? Gênero, etarismo e discursos de ódio na recepção midiática do reality show ‘Casamento às Cegas - Nunca é Tarde’

Discente: Jordana Figueiredo Nery

Orientação: Luiz Ademir de Oliveira

Relatoria: Dowglas Franco Mota

Título: A montagem-ensaio nos filmes de arquivo de Jean-Gabriel Périot

Discente: Tainá Moraes

Orientação: Julia Gonçalves Declié Fagioli

Relatoria: Helom Paulino Ferreira

Título: Vem aí... o que já foi! Narrativas e instrumentalização da nostalgia na era dos remakes

Discente: Dowglas Franco Mota

Orientação: Christina Ferraz Musse

Relatoria: Tainá Moraes

Mesa 5 — Plataformas, algoritmos e jornalismo: reconfigurações da comunicação na era digital

Sala: 110

Título: Inteligência artificial e meio ambiente em narrativas jornalísticas no Brasil e na Inglaterra: análise de enquadramentos nos websites Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo, The Guardian e The Times

Discente: Mariana Coelho Floriano

Orientação: Telma Sueli Pinto Johnson

Relatoria: Roberta Dannemann Vargas Neves

Título: Movimentos dataficados e resistência algorítmica: o papel das tecnicidades nas práticas colaborativas da União Nacional dos Estudantes (UNE)

Discente: Ana Lidia Resende Paula

Orientação: Kérley Winkes

Relatoria: Isabella Sobral

Título: Comunicação Marxista na Era Digital: Estratégias Discursivas e Reconfiguração do Senso Comum no Youtube

Discente: Bruno Paiva de Souza

Orientação: João Paulo Carrera Malerba

Relatoria: Mariana Coelho Floriano

Título: A comunicação em fluxos da Vogue Brasil: possíveis diálogos entre mídias tradicionais e ambientes digitais

Discente: Isabella Sobral

Orientação: Frederico Braidá

Relatoria: Bruno Paiva de Souza

Título: A Estratégia Easter-egg em produções para a juventude: tendências de uma narrativa transmidiática

Discente: Sara de Moraes

Orientação: Jhonatan Mata e Paulo Roberto Figueira Leal

Relatoria: Diego Felipe Garcia

Título: Como os temas sobre economia, educação e relações internacionais são trabalhados no webjornalismo? Uma análise dos sentidos das notícias do Portal Uol e Portal do Planalto na gestão dos presidentes Bolsonaro (2019-2022) e Lula (2023-2026)

Discente: Diego Felipe Garcia

Orientação: Luiz Ademir de Oliveira

Relatoria: Sara de Moraes

Título: Entre o tempo da ciência e o tempo da informação: mediações comunicacionais e o produtivismo acadêmico na era da informação acelerada

Discente: Roberta Dannemann Vargas Neves

Orientação: Carlos Pernisa Júnior

Relatoria: Ana Lidia Resende Paula

Mesa 6 — Mulheres em cena: mídia, memória e resistências

Sala: 214

Título: Atmosferas midiaticizadas de corpos gordos: precariedades, emergências e permanências de dinâmicas organizacionais modernas

Discente: Adriana Helena de Almeida Freitas

Orientação: Rennan Lanna Martins Mafra

Relatoria: Samara Miranda da Silva

Título: “A saga das negras, Mães feiticeiras, donas do destino, Mães de santo, mães do samba!” - Mapeamento dos Enredos Afro-femininos das Escolas de Samba do Rio de Janeiro

Discente: Samara Miranda da Silva

Orientação: Cláudia Thomé

Relatoria: Adriana Helena de Almeida Freitas

Título: Violência de gênero na comunicação: uma análise de pesquisas na COMPÓS e na SBPJor

Discente: Maria Clara Magalhaes Cabral

Orientação: Christina Ferraz Musse

Relatoria: Simone Cândida da Silva

Título: Guerrilheiras do Araguaia: A representação das mulheres militantes pelo jornal O Estado de São Paulo

Discente: Tatiane Moreira Análio

Orientação: Paulo Roberto Figueira Leal

Relatoria: Maria Clara Magalhaes Cabral

Título: A nova face da obediência: narrativas de submissão feminina nas redes sociais

Discente: Simone Cândida da Silva

Orientação: Cláudia Thomé

Relatoria: Tatiane Moreira Análio

Mesa 7 —Narratividade e mídias: práticas, sentidos e comunidades

Sala: 217

Título: Experiências narrativas imersivas em novas ambiências digitais

Discente: Mariana de Toledo Lopes

Orientação: Carlos Pernisa Júnior

Relatoria: Ana Clara Campos dos Santos

Título: Para além do ouvir: funções e competências para a produção de podcast narrativo de caráter documental

Discente: Nayara Zanetti Santos

Orientação: Marco Aurélio Reis

Relatoria: Isabela Heluey Martins

Título: Sociabilidade nas comunidades de leitores: um estudo sobre leituras compartilhadas

Discente: Ana Clara Campos dos Santos

Orientação: Christina Ferraz Musse

Relatoria: Mariana de Toledo Lopes

Título: Narrar é criar pontes: estratégias de compreensão e jornalismo de subjetividade em “Banzeiro Òkótó”, de Eliane Brum

Discente: Elisabetta Mazocoli

Orientação: Christina Ferraz Musse

Relatoria: Nayara Zanetti Santos

Título: Do oral ao digital: Narrativas de fé e saberes ancestrais no audiovisual contemporâneo

Discente: Isabela Heluey Martins

Orientação: Cláudia Thomé

Relatoria: Elisabetta Mazocoli

Sumário

- Mesa 1 — Plataformas, influência e sociedade: práticas e disputas no ambiente digital**
- Mesa 2 — Do telejornal ao multiplataforma: práticas, desafios e inovações no jornalismo**
- Mesa 3 — Narrativas políticas e midiáticas: extremismos, gênero e democracia**
- Mesa 4 — Cinema e Audiovisual em perspectiva: estética, política e recepção**
- Mesa 5 — Plataformas, algoritmos e jornalismo: reconfigurações da comunicação na era digital**
- Mesa 6 — Mulheres em cena: mídia, memória e resistências**
- Mesa 7— Narratividade e mídias: práticas, sentidos e comunidades**

**Mesa 1 — Plataformas, influência e
sociedade: práticas e disputas no ambiente
digital**

Da atividade profissional à profissão:
funções e competências do influenciador digital na publicidade

Thaiana Alves de Almeida ¹

Marco Aurélio Reis²

Cláudia Thomé³

Resumo expandido:

Devemos reconhecer que a prática de influência não é um fenômeno exclusivo da cultura digital. A figura do formador de opinião sempre existiu na cultura de massa e habitou as teorias e conceitos da comunicação. Entretanto, não podemos negar que o avanço digital, sobretudo, a partir da web 2.0, possibilitou a produção e distribuição de conteúdo de uma forma mais popularizada (Di Felice, 2021), sem desconsiderar, que embora popular, ainda existe uma parcela da população sem acesso à rede ou de maneira restrita. Desse modo, na cultura participativa (Shirky, 2011) e na sociedade plataformizada (Dijck, Poell, Wall, 2018) qualquer pessoa com um dispositivo, que tenha acesso a internet, pode criar o seu perfil nas redes sociais e compartilhar o conteúdo com a comunidade.

Os influenciadores digitais são “sujeitos que constroem relações de confiança que resultam de vínculos construídos na rede por meio de estratégias de relacionamento” (Karhawi, 2021, p. 5). Incluindo o poder mercadológico desses agentes, a mesma autora afirma que “(...) influenciadores são aqueles que têm algum poder no processo de decisão de compra de um sujeito; poder de colocar discussões em circulação; poder de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede” (Karhawi, 2017, p. 48). Para ela, “aquilo que hoje é chamado de influência digital refere-se, na verdade, àquilo que entendemos como legitimação pelos pares, consolidação da reputação, crédito e prestígio em um campo” (Karhawi, 2021, p. 153).

Essa prática, que pode ser vista como lazer para muitos, também se tornou uma profissão. No Brasil, estima-se que exista aproximadamente 500 mil influenciadores digitais, isso

¹ Discente do segundo ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias. Bolsista Capes. E-mail: thaiana.alves@gmail.com.

² Professor orientador. E-mail: marco.aurelio.reis@educacao.mg.gov.br

³ Professora coorientadora. E-mail: claudia.thome@ufjf.br

considerando perfis com mais de 10 mil seguidores. Se adicionarmos os influenciadores menores (perfis a partir de 1000 seguidores), esse quantitativo aumenta para 13 milhões de profissionais. Ser “influenciador digital” é uma profissão, da Comunicação social, reconhecida pelo Ministério do Trabalho, desde fevereiro de 2022, porém, ainda sem regulamentação.

O mercado de influência segue em franco crescimento possibilitando inúmeras formas de atuação, seja através de publicidade em seus perfis, participação em eventos, cocriação de produtos e serviços, licenciamento e, até mesmo, empreendedorismo. Embora estejamos falando de um mercado crescente, não podemos deixar de observar que se trata de uma profissão recente, sendo necessário ainda pesquisar e compreender a totalidade das dinâmicas que envolvem essa prática.

Por meio da definição de competência de Perrenoud (2000), objetivamos, mapear as funções e competências de um influenciador digital, inserido nas dinâmicas publicitárias que permeiam sua prática. Enquanto no âmbito dos objetivos específicos, pretendemos: realizar a revisão da bibliografia a fim de compreender e situar o cenário já posto sobre o tema; identificar por meio das funções e competências quem pode ser considerado um influenciador digital; e compreender se as funções e competências investigadas na teoria, se confirmam na prática profissional.

Para dessa forma responder, por meio da pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e entrevista, a questão: quais são as funções e competências do influenciador digital profissional no mercado publicitário?

Palavras-chave: Influenciador digital. Funções. Competências. Publicidade. Mercado.

Referências:

ACCOTO, C. **O mundo dado:** cinco breves lições de filosofia digital. São Paulo: Paulus Editora, 2020.

ANDRÉA, Carlos d'. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos.** Salvador: EDUFBA, 2020.

KARWAHI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Revista Comunicare**, São Paulo, v. 17, p. 46 - 61, 2017.

KARHAWI, Issaaf. **De Blogueira a Influenciadora: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira.** Editora Sulina, 2021.

PERRENOUD, Philippe. **Dez novas competências para ensinar.** Artmed editora, 2000.

MOROZOV, Evgeny. **Big tech:** a ascensão dos dados e a morte da política. Ubu Editora LTDA-ME, 2018.

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

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WALL, M. **The Platform Society:** public values in a connective world. Londres: Oxford Press, 2018.

Plataformização da publicidade:

afetações e agenciamentos no trabalho de gestão de tráfego pago na plataforma Meta Ads

Leony de Paula da Silva⁴

Kérley Winques⁵

As corporações de mídia e tecnologia do Norte-Global incorporaram a publicidade como um de seus principais meios de acumulação de receitas bilionárias, ao passo que reconfiguraram as dinâmicas de trabalho no setor publicitário. Logo, nossa pesquisa busca compreender como as plataformas digitais, por meio de seu poder infraestrutural (Lomborg, *et al.*, 2024), impõem novas exigências e redefinem as práticas laborais de gestores de tráfego pago – profissionais responsáveis por operar campanhas patrocinadas dentro das plataformas. Investigamos como esses profissionais percebem e reagem às constantes transformações na publicidade com o intuito de oferecer uma análise sobre o atravessamento das corporações tecnológicas no trabalho publicitário e os usos táticos e estratégicos (Bonini e Tereré, 2024) que os gestores de tráfego desenvolvem para atuar nesse cenário.

Logo, temos como objetivo central investigar como e de que forma as práticas dos trabalhadores de tráfego pago são moldadas pelas tensões e dilemas éticos em torno da plataforma de anúncios Meta Ads. Entre nossos objetivos específicos, pretendemos examinar como a plataformização da publicidade (Bentes, 2024) tem redefinido as lógicas laborais e provocado transformações estruturais no setor publicitário e examinar a agência dos profissionais de tráfego pago a partir da perspectiva de Bonini e Tereré (2024). Para isso, a investigação adota uma abordagem tecnográfica (Bucher, 2018) para compreender as práticas e processos técnicos envolvidos na operação das plataformas de anúncios e entrevistas semi-estruturadas com profissionais de tráfego pago.

Utilizamos o conceito de capitalismo de plataforma (Srnicek, 2016; Morozov, 2018) e expandimos a discussão ao incorporar reflexões sobre o neoliberalismo e sua relação com o trabalho, conforme discutido por Antunes (2023). Adotamos a perspectiva da subsunção do trabalho intelectual (Bolaño, 2002) com o objetivo de analisar o trabalho desses profissionais em sua interface com os sistemas digitais, especialmente no contexto da incorporação de tecnologias de inteligência artificial. Outro conceito central neste trabalho é o de plataformização (Helmond,

⁴ Discente do 2º ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. E-mail: leony.silva@estudante.ufjf.br

⁵ Professor(a) orientador(a). E-mail: kerley.winques@ufjf.br

2015) e o de plataformização da publicidade (Bentes, 2024). A noção de infraestrutura de plataformas (van Dijck, 2022) será acionada para analisar como as plataformas não apenas dominaram o ambiente digital, mas também estabeleceram uma infraestrutura que determina a forma de navegação e circulação de dados na web. Esse processo garante às plataformas um poder infraestrutural (Lomborg *et al.*, 2024), que submete os profissionais de publicidade às suas regras e lógicas de funcionamento. Buscamos, ainda, examinar a agência dos profissionais de tráfego pago a partir da perspectiva de Bonini e Tereré (2024).

Após termos realizado as entrevistas com os gestores de tráfego pago, iniciamos a decupagem e análise dos dados coletados. Paralelamente, estamos reestruturando o sumário expandido a partir dos achados nas entrevistas para, em seguida, iniciar a redação dos capítulos de análise.

Palavras-chave: Plataformização da publicidade. Trabalho publicitário, Tráfego Pago. Plataformas.

Referências

ANTUNES, Ricardo. **Icebergs à deriva**: o trabalho nas plataformas digitais. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2023

BENTES, Ana Carolina Franco. A plataformização da publicidade e as tecnologias de influência digital: infraestruturas, mercado e governança. In: XXXIII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. **Anais**. Niterói, 2024. Disponível em: <<https://bit.ly/3Mzrp9F>>. Acesso em: 05 set. de 2024.

BOLAÑO, C. Trabalho Intelectual, Comunicação e Capitalismo: a re-configuração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva. **Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 53-78, dez. 2002. Disponível em: <https://bit.ly/4h2cZNs>. Acesso em: 13 out. 2024.

BONINI, Tiziano; TRERÉ, Emiliano. **Algorithms of Resistance**: the everyday fight against platform power. Cambridge: Mit Press, 2024.

BUCHER, T. **If... then**: Algorithmic Powers and Politics. Nova Iorque: Oxford University Press, 2018.

HELMOND, Anne. The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. **Social Media + Society**, v. 1, n. 11, 2015. Disponível em: <https://bit.ly/3XisJ7B>. Acesso em: 13 junho 2024.

LOMBORG, Stine.; *et al.* Monitoring infrastructural power: Methodological challenges in studying mobile infrastructures for datafication. **Internet Policy Review**, v. 13 n.2, 2024. disponível em: <https://doi.org/10.14763/2024.2.1763>. Acesso em: 04 agosto 2024.

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

SRNICEK, Nick. **Platform Capitalism**. Malden: Polity Press, 2016.

VAN DIJCK, José. Ver a floresta por suas árvores: visualizando a plataformização e sua governança. **MATRIZES**, v. 16, n. 2, 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3QFsRIN>. Acesso em: 14 junho 2024.

Influenciadoras virtuais, subjetividade e imaginário feminino no contexto da plataformização

Laryssa Gabellini⁶
Cláudia Thomé⁷

Resumo expandido:

A crescente presença de influenciadoras virtuais nas redes sociais representa uma nova etapa na intersecção entre tecnologia, subjetividade e mercado. Criadas por marcas, agências ou celebridades, essas personagens femininas digitais operam como avatares programados para performar autenticidade, afeto e estilo de vida, condensando discursos sobre empoderamento, diversidade e inovação. Segundo o relatório da HypeAuditor (2023), o número de influenciadoras virtuais no Instagram cresceu mais de 130% entre 2020 e 2023, com taxas de engajamento que, em alguns casos, superam as de influenciadoras humanas. Considerando o contemporâneo como um ato de “fixar o olhar na escuridão do seu tempo” (Agamben, 2009), a pesquisa se propõe a investigar aquilo que, embora visível, permanece opaco. Os avatares femininos operam nesse limiar: são imagens projetadas para encorajar, mas também produtos moldados pelas dinâmicas do marketing empresarial e do entretenimento algorítmico.

Assim, busca-se analisar como influenciadoras virtuais constroem e performam suas narrativas no contexto da plataformização das relações sociais, tensionando os limites entre subjetividade, imaginário feminino e mercantilização. O objeto empírico inclui cinco personagens brasileiras: Satiko (Sabrina Sato), Deby Dry (Deborah Secco), Tarcilla (Ticiane Pinheiro), Pink (Boca Rosa) e Nina Verso (Nina Silva). O corpus é composto por postagens, campanhas, entrevistas, conteúdos audiovisuais e comentários do público nas plataformas Instagram, TikTok e YouTube, com recorte entre 2021 e 2025. A metodologia baseia-se na Análise Crítica da Narrativa (Motta, 2013), articulada à proposta de observação de discursos no ambiente digital (Recupero, 2022), analisando valores simbólicos, afetivos e visuais, bem como a articulação entre o lúdico e o tecnológico. A abordagem é complementada pelos conceitos de desterritorialização e reterritorialização (Deleuze; Guattari, 2007), refletindo ainda sobre como essas figuras digitais rompem (ou não) com sentidos cristalizados do feminino.

⁶ Discente do terceiro ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias. Bolsista CAPES. E-mail: gabelliniacademico@gmail.com.

⁷ Professor(a) orientador(a). E-mail: claudia.thome@ufjf.br

O referencial teórico articula autoras que discutem as dinâmicas de visibilidade, subjetividade e consumo nas redes. Abidin (2023) trata a autenticidade como recurso performático, em que afetos são editados para engajar. Marwick e Boyd (2011) apontam que a autenticidade online é negociada entre o parecer verdadeiro e o estrategicamente apresentado. Sibilia (2008) analisa a estetização da vida e a exibição da intimidade como valor social. Van Dijck et al. (2018) conceituam a plataformização como reorganização algorítmica das práticas sociais. Terra (2012) vê as narrativas digitais como estratégias de presença e influência. Carrera (2021) discute a humanização das marcas e suas interações afetivas com os públicos.

Entre os achados parciais, destaca-se que tais personagens organizam narrativas de empoderamento sob molduras estéticas que reterritorializam padrões de beleza, juventude e comportamento, reconfigurando a experiência do feminino em valor de marca. A subjetividade feminina, neste contexto, torna-se um campo de disputa simbólica e mercadológica. Como argumenta Silva (2003), o imaginário não apenas representa, mas estrutura formas de ver, sentir e desejar. Essas personagens atuam como narradoras dialógicas (Reis, Thomé, 2022), mas se equilibram entre a lógica das marcas e as demandas sociais e culturais.

Palavras-chave: Influenciadoras virtuais. Imaginário feminino. Plataformização. Subjetividade. Narrativas digitais.

Referências

- ABIDIN, Crystal. *Digital Intimacies: Routes to Influencer Cultures*. Cambridge: Polity Press, 2023.
- AGAMBEN, Giorgio. *O que é o contemporâneo? E outros ensaios*. Chapecó: Argos, 2009.
- CARRERA, Fernanda Ribeiro. *Marcas humanizadas: e suas interações sociais com consumidores no ambiente digital*. São Paulo: Editora Labrador, 2021.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia – vol. 1*. Tradução de Aurélio Guerra Neto, Celia Pinto Costa, Luiz Orlandi. São Paulo: Editora 34, 2007.
- MARWICK, Alice E.; BOYD, Danah. To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence*, v. 17, n. 2, p. 139–158, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. *Teorias do imaginário: narrativas da cultura e do cotidiano*. Brasília: Editora UnB, 2013.
- RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- RECUERO, Raquel. *Conversações em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

REIS, Marco Aurélio; THOMÉ, Cláudia. O narrador dialógico na reconfiguração do jornalismo pós-guina subjetiva. *Revista GEMInIS*, v. 13, n. 1, p. 12-30, 2022.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Juremir Machado da. *A televisão levada a sério*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

TERRA, Carolina. *Marcas influenciadoras digitais: presença e humanização nas redes sociais*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2021.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; NIEBORG, David. *The platform society: public values in a connective world*. New York: Oxford University Press, 2018.

Entre máscaras e plataformas:

a autopromoção de Pablo Marçal como coach, empresário e político,
na era da extrema direita digital

Jules Strogoff de Castro Matos⁸
Luiz Ademir de Oliveira⁹

Resumo Expandido:

A dissertação analisa como Pablo Marçal constrói sua imagem pública ao articular diferentes papéis sociais na comunicação digital, com foco no período de sua candidatura à prefeitura de São Paulo em 2024. O objetivo é compreender como esses papéis, o do coach, do empresário de sucesso, do coach e do político antissistema, são mobilizados em sua performance pública, no Instagram, principal plataforma usada por ele para se promover politicamente. A pesquisa parte da hipótese de que Marçal atualiza elementos do repertório bolsonarista e do trumpismo digital, mas também expressa um projeto próprio de visibilidade, que se sustenta na lógica algorítmica das redes sociais e na teatralização da política.

A proposta insere-se em um contexto mais amplo de ascensão de lideranças políticas que exploram intensamente as plataformas digitais e constroem performances midiáticas marcadas pelo personalismo, pela simplificação discursiva e pela recusa à institucionalidade. Inspirado nos conceitos de Erving Goffman sobre performance e máscaras sociais, o estudo analisa como Marçal representa diferentes papéis estratégicos para dialogar com múltiplos públicos, transitando entre o universo da autoajuda, do empreendedorismo e da política de direita. A figura híbrida que ele encarna, ainda pouco estudada no Brasil, ajuda a iluminar as transformações contemporâneas na comunicação política, impulsionadas pela platformização das campanhas e pela lógica da autopromoção digital.

A metodologia adotada é o estudo de caso, com base na Análise de Conteúdo (Bardin, 2011). O *corpus* analítico compreende postagens do perfil oficial no Instagram, selecionadas a partir de momentos-chave: lançamento da candidatura, vésperas de debates e da eleição, o dia da votação, o anúncio da derrota e conteúdos que sucedem esse desfecho. A fundamentação teórica articula Goffman (representação social), Pierre Bourdieu (capital simbólico e campo político),

⁸ Discente do primeiro ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa “Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais”. Bolsista CAPES E-mail: jules.matos@estudante.ufjf.br.

⁹ Professor orientador . E-mail: luizoli@ufs.j.edu.br

Letícia Cesarino (populismo digital e estética da simplicidade), Van Dijck, Poell e De Waal (plataformização e ecossistemas digitais).

O projeto encontra-se na fase de organização do corpus e categorização inicial das representações. As primeiras observações indicam que Marçal alterna estrategicamente entre arquétipos do líder espiritual, do empreendedor bem-sucedido e do “guerreiro” contra o sistema, mobilizando símbolos como a religiosidade, o discurso da meritocracia e o antagonismo à política tradicional.

Os próximos passos envolvem o aprofundamento das análises discursivas e imagéticas, o mapeamento das interações com o público e a comparação entre seu repertório comunicacional e o de outros representantes da nova direita digital. Com isso, espera-se contribuir para a compreensão crítica dos impactos das redes sociais na política contemporânea, sobretudo no modo como lideranças híbridas constroem autoridade, mobilizam afetos e desafiam os limites da democracia representativa.

Palavras-chave: Comunicação; Política; Máscaras Sociais; Plataformização; Autopromoção.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Edição revista e ampliada. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 19. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2016.

CESARINO, Letícia. **O mundo é a tela: populismo digital e estética da simplicidade**. In: Dossiê Comunicação e Política: novas perspectivas e abordagens. **Revista da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, n. 47, v. 23, p. 119-140, 2020.

DIJCK, José van; POELL, Thomas; WAAL, Martijn de. **The platform society: public values in a connecten world**. New York: Oxford University Press, 2018.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 2022.

Comunidades Inteligentes:

Conectividade Significativa para o acesso a direitos basilares.

Lucas Santos Silva de Souza ¹⁰

Carlos Pernisa Júnior ¹¹

Resumo expandido:

A sociedade contemporânea está fortemente integrada aos meios digitais, que representam o ápice de uma trajetória histórica de invenções voltadas a facilitar a vida humana. Autores como Toffler (1980), Lévy (1990) e Gates (1995), anteciparam transformações que hoje se concretizam na relação simbiótica entre homem e tecnologia digital. Floridi (2015) introduz o conceito de onlife, em que a separação entre online e offline deixa de existir, enquanto Bonami e Di Felice (2019) descrevem a internet como rede interplanetária de conhecimento. Apesar da expansão da conectividade, a exclusão digital persiste e limita a participação igualitária na vida social.

A pesquisa propõe a formulação e análise de um modelo hipotético de rede comunitária digital descentralizada, integradora da inteligência coletiva, capaz de enfrentar a exclusão digital e ampliar o acesso a direitos fundamentais. O modelo se inspira em políticas públicas existentes, como o SUS, e em ferramentas digitais como o LD.edu, além de conceitos de cidades inteligentes.

Segundo a PNAD/IBGE, cerca de 22 milhões de brasileiros permanecem desconectados, evidenciando a urgência de soluções complementares. O Comitê Gestor da Internet (NIC.br, 2022) defende redes comunitárias como alternativa para populações em áreas desatendidas, promovendo inclusão, empoderamento e fortalecimento do conhecimento técnico local.

Os objetivos da pesquisa são: desenvolver alternativas para um modelo de rede comunitária descentralizada que contribua para inclusão digital, melhoria de condições de vida e acesso a direitos básicos.

Ainda, compreender o papel das redes na inclusão digital ao analisar experiências existentes; avaliar segurança e eficácia; explorar potencialidades de cidades inteligentes e do LD.edu; levantar demandas por estudo de caso; identificar e propor políticas públicas adequadas.

¹⁰ Discente do primeiro ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens e Memórias. Bolsista PAPG, FAPEMIG. E-mail: lucassantos.silva@estudante.ufjf.br.

¹¹ Doutor em Comunicação e Cultura (ECO/UFRJ). Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Líder do Grupo de Pesquisa “Laboratório de Mídia Digital” (CNPq). E-mail: carlos.pernisa@ufjf.br

A pesquisa adotará abordagem exploratória, combinando estudo de caso em comunidade específica, revisão bibliográfica e análise de bases legais sobre telecomunicações e inclusão digital. A estratégia da pesquisa passa pelo levantamento de demandas locais, formulação de hipóteses e proposição de políticas inspiradas em outros setores, como a saúde pública.

A fundamentação teórica baseia-se em legislação como o Decreto nº 9612/2018, que orienta a ampliação da banda larga e a promoção da inclusão digital, com incentivo à inovação e pesquisa tecnológica. O modelo SUS serve como referência pela integração entre diferentes esferas de governo e participação social.

Por fim, a hipótese do estudo é que é possível desenvolver um modelo de rede comunitária digital descentralizada que seja apropriado pelas próprias comunidades, promovendo acesso significativo às tecnologias e fortalecendo o poder popular nos territórios vulneráveis.

Palavras-chave: Redes comunitárias, Conectividade Significativa, Inclusão digital, LD.edu, cidades inteligentes.

Referências

ALVES, M. A.; DIAS, R. C.; SEIXAS, P. C. Smart Cities no Brasil e em Portugal: o estado da arte. Revista Brasileira de Gestão Urbana, v. 11, 2019. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/Urbe/article/view/25319>. Acesso em: 10 de fev. de 2025.

BRASIL. Decreto nº 9.612, de 17 de dezembro de 2018. Dispõe sobre as políticas públicas de telecomunicações. Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=DEC&numero=9612&ano=2018&ato=0b9cXSE1keZpWTa16>. Acesso em: 10 de ago. 2025

CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

FLORIDI, Luciano (Org.). The OnLIFEE manifesto: Being human in a hyperconnected era. London: Springer Open, 2015a. E-book. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-04093-6>. Acesso em: 10 de ago. 2025.

GATES, Bill; RINEARSON, Peter. A estrada do futuro. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

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

LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência. Rio de Janeiro: Editora 34, 1990.

NIC.br; Cetic.br; CGI.br. Conectividade significativa: propostas para medição e o retrato da população no Brasil. São Paulo: NIC.br; Cetic.br; CGI.br, 15 abr. 2024. (Cadernos NIC.br.

Estudos Setoriais). Disponível em:
https://cetic.br/media/docs/publicacoes/7/20240415183307/estudos_setoriais-conectividade_significativa.pdf. Acesso em: 10 de ago. 2025.

SCHAFF, Adam. A sociedade informática. São Paulo: Ed. UNESP; Brasiliense, 1990.

TOFFLER, Alvin. A terceira onda. Rio de Janeiro: Record, 1980.

**Mesa 2 - Do telejornal ao multiplataforma:
práticas, desafios e inovações no jornalismo**

Telejornalismo Cidadão

Manual prático e metodológico para uma comunicação audiovisual civil, social e Democrática

Elias Arruda¹²

Professor Dr. Marco Aurélio Reis¹³

Resumo expandido:

O trabalho propõe a criação de um manual prático e metodológico para o desenvolvimento do Telejornalismo Cidadão. O objetivo do estudo é conceituar a prática como uma ferramenta essencial para a construção de uma comunicação mais inclusiva, civil, social e democrática. A pesquisa busca entender como a participação ativa dos cidadãos pode fomentar uma cidadania comunicativa engajada e como isso impacta comunidades periféricas, indígenas e quilombolas. O trabalho também se propõe a redefinir o papel do jornalista e a auxiliar o telejornalismo profissional nesse novo formato.

O manual se fundamenta em um quadro teórico, utilizando autores-chave da comunicação e da educação. A Pedagogia de Paulo Freire (1968; 1992), com seus princípios de diálogo, participação e ação coletiva, é aplicada para enfatizar a educação crítica na construção de um telejornalismo cidadão emancipador. A abordagem da New Literacy, com autores como Beatriz Becker (2012; 2024) e Egle Müller Spinelli (2021), é utilizada como uma ferramenta crucial para a formação do senso crítico e o combate à desinformação. Becker (2012; 2024), por exemplo, mapeia a importância do diálogo entre jornalismo e educação para promover uma sociedade mais inclusiva e sustentável, e propõe um método para leitura crítica de reportagens em áudio e vídeo. Outros autores como Laérte José Cerqueira (2018), Alfredo Vizeu (2014) e Nelson Traquina (2020) são referenciados para analisar a função pedagógica do telejornalismo e a influência dos critérios de noticiabilidade na participação cidadã. A tese também se baseia em Denise Teresinha da Silva et al. (2021), Raquel Paiva (2006), Silmara de Mattos Sgoti e Cicilia M. Krohling Peruzzo (2015) para investigar a comunicação comunitária como forma de resistência e democratização da mídia. Raquel Paiva (2006), por exemplo, em seu trabalho sobre jornalismo comunitário, se concentra na tentativa de compreensão do papel do jornalismo atual e na análise de sua produção como narrativa da atualidade.

¹² Doutorando em Comunicação Social, mestre em Comunicação e jornalista formado pela Universidade Federal de Juiz de Fora. E-mail: arruda.elias@estudante.ufjf.br

¹³ Professor orientador. E-mail: marco.aurelio.reis@educacao.mg.gov.br

A metodologia do estudo é baseada em uma estratégia de multi-métodos. O trabalho incluirá um Estudo de Caso (Yin, 2001) de quatro iniciativas brasileiras: a TV Quilombo, a TV Kirimurê e a Ong Voz das Comunidades. Essas iniciativas foram selecionadas por sua diversidade de abordagens, ferramentas e públicos, permitindo uma análise comparativa sobre os diferentes modos de produção e circulação do telejornalismo cidadão. A pesquisa também utilizará a Análise de Conteúdo (Bardin, 1977) para examinar como essas iniciativas estruturam suas narrativas, os recursos audiovisuais empregados e a forma como dialogam com a audiência.

A tese traz ainda os desafios éticos e tecnológicos da atualidade, como o uso da Inteligência Artificial (IA) para o formato. Um estudo de Elizabeth Saad e Márcio Carneiro dos Santos (2023) sugere que sistemas de IA podem apoiar o trabalho jornalístico, mas também podem ser usados para disseminar desinformação, destacando a atuação imprescindível do humano nos processos jornalísticos.

A pesquisa reconhece o telejornalismo cidadão como um modelo descentralizado e participativo que permite a produção de notícias por indivíduos e coletivos sociais fora do escopo das grandes emissoras de televisão. No entanto, a tese também aponta desafios significativos, como a credibilidade e a verificação da informação, a sustentabilidade financeira, a necessidade de formação para os produtores e as dificuldades de acesso e distribuição dos conteúdos, além do uso de algoritmos.

O estudo pretende oferecer um guia que integre cidadãos, jornalistas, educadores e comunidades em um esforço conjunto por uma comunicação mais democrática. O principal resultado será a elaboração de um manual teórico e prático. As contribuições esperadas incluem a sistematização do conceito, a identificação de modelos sustentáveis, a avaliação do impacto na democratização da informação e a proposição de estratégias para a qualificação do telejornalismo cidadão.

Palavras-chave: Telejornalismo Cidadão. Educomunicação. Comunicação comunitária. Cidadania. New Literacy

Referências

AGUIAR, Leonel; BARSOTTI, Adriana. Jornalismo amador: proposta para definir as práticas jornalísticas exercidas pelo público em ambientes interativos. 2013.

ARRUDA, Elias; REIS, Marco Aurélio; REZENDE, Rafael. Telejornalismo cidadão. Um conceito em construção nas pesquisas acadêmicas e em produtos audiovisuais em rede e regionais no Brasil. 2024

BECKER, Beatriz. Convergência x diversidade: repensando a qualidade das notícias na TV. *Brazilian Journalism Research*, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 44-63, 2012.

BECKER, Beatriz. News Literacy: a potência do diálogo entre jornalismo e educação contra a desinformação. 2024.

BENTES, Ivana. Mídia, arte, estética, comunicação e modelos teóricos. 2005.

CERQUEIRA DA SILVA, Laérte José. Saberes, linguagem e dispositivos didáticos: as dimensões da função pedagógica do telejornalismo. 2018.

COUTINHO, Iluska; MATA, Jhonatan. Telejornalismo a serviço do público: a voz do povo em cena. 2010.

FRAZÃO, Samira Moratti; BRASIL, Antonio. A participação do telespectador na produção da notícia em telejornal: transformação do processo noticioso e da rotina profissional. 2013.

FREIRE, Paulo. Pedagogia da Esperança. [S. l.]: Paz e Terra, 1992. FREIRE, Paulo. Pedagogia do Oprimido. [S. l.]: Paz e Terra, 1968.

MORAES, Adriana; TEMER, Ana Carolina Pessoa; COELHO, Bernardete. Participação popular e os valores notícia no telejornalismo: interação e cidadania. 2013.

PAIVA, Raquel. Jornalismo comunitário: uma reinterpretação da mídia (pela construção de um jornalismo pragmático e não dogmático). *Revista Famecos*, [S. l.], v. 13, n. 30, p. 62-70, 2006.

PUJADAS, Eva. A qualidade televisiva além de um conceito politicamente correto - Conteúdos e perspectivas envolvidas. *Matrizes*, [S. l.], v. 7, n. 2, p. 235-248, 2013.

SAAD, Elizabeth; SANTOS, Márcio Carneiro dos. Jornalismo, inteligência artificial e desinformação: avaliação preliminar do potencial de utilização de ferramentas de geração de linguagem natural, a partir do modelo GPT, para difusão de notícias falsas. 2023.

SGOTI, Silmara de Mattos; PERUZZO, Cicilia M. Krohling. A Inter-relação entre Comunicação e Cidadania: os desafios da sua práxis na sociedade pós-moderna marcada pelo consumo. 2015.

SILVA, Denise Teresinha da; BASTOS, Pablo Nabarrete; MIANI, Rozinaldo Antonio; SILVA, Suelen de Aguiar. Comunicação para a cidadania: 30 anos em luta e construção coletiva. 2021.

SPINELLI, Egle Müller. Comunicação, Consumo e Educação: alfabetização midiática para cidadania. 2021.

TARGINO, Maria das Graças. Jornalismo cidadão: informa ou deforma?. Brasília: UNESCO, 2009.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são. 2020.

VIZEU, Alfredo. Decidindo o que é notícia. Os bastidores do Telejornalismo. 2014.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Jornalismo audiovisual no ecossistema midiático digital: relevância, conexões e adaptações

Gabriel Landim¹⁴
Iluska Coutinho¹⁵

Resumo expandido:

Em um ecossistema midiático digital (Sodré, 2021), os cidadãos têm uma ilusão de protagonismo, diante da falta de transparência das redes, ficando presos nas (e sendo presas das) bolhas digitais, movidas por interesses políticos, econômicos e sociais articulados às margens dos princípios dos poderes da República democrática. Ao mesmo tempo, o ecossistema digital promoveu novos modos de sociabilidade, fazendo com que veículos de comunicação passassem a adaptar suas linguagens e seus formatos.

Se entre 2013 e 2015 jornalistas foram vítimas de violência e mortos durante a cobertura de protestos e, a partir de 2018, passaram a ser alvos de ataques nas ruas por motivações políticas (Landim, 2023), nos últimos anos revelou-se uma nova forma de ameaça ao Jornalismo, voltada ao seu modelo de negócio. Em uma sociedade plataformizada (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020), telejornalismo tenta se manter como lugar de referência para a informação. À medida em que adotamos ferramentas computacionais como meios de comunicação, passamos a sujeitar o conhecimento humano às lógicas algorítmicas (Gillespie, 2018). Em tempos de Sociedade Incivil (Sodré, 2021), a mídia, para além de articular vínculos sociais, se vê imersa em um ecossistema de desinformação.

Ao longo dos anos, o telejornalismo se adaptou para continuar sendo uma ferramenta de comunicação eficaz na formação das visões de mundo (Kovach e Rosenstiel, 2003) e de laços sociais (Sodré, 2021), passando por várias fases (Mello Silva, 2018) que moldaram, social e tecnologicamente, as rotinas produtivas, com destaque para a migração de conteúdos televisivos para o meio digital e a experiência multitelas (Finger, 2013). Tais mudanças também configuram

¹⁴ Discente do 2º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. E-mail: gabriellandim@outlook.com.

¹⁵ Professora orientadora. E-mail: iluska.coutinho@ufjf.br.

estratégias de sobrevivência econômica.

Para compreender, avaliar, reconhecer e validar estratégias de sobrevivência e acreditação do telejornalismo nessas ambiências, esta pesquisa analisa os caminhos percorridos pelo jornalismo audiovisual em múltiplas telas e suas adaptações produtivas para se manter como fonte de informação do brasileiro. A proposta é evidenciar o que caracteriza o Jornalismo Audiovisual no ecossistema digital-narrativo e como os jornalistas de TV se reconectam com os diversos públicos para permanecerem nessa ambiência. Para isto, faz-se necessário lançar mão de pesquisas exploratória, teórica, histórica, qualitativa, documental e empírica, usando, como método principal, a Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2018) para observar materiais audiovisuais informativos em diferentes ambiências e, também, entrevistas semi-estruturadas com profissionais do telejornalismo da TV Globo, maior emissora de televisão aberta do Brasil.

Como resultados preliminares do levantamento teórico, entende-se que o jornalismo audiovisual não foi apenas impactado pelo ecossistema digital, mas está inserido nele, permitindo que o público consuma televisão sem estar em frente a um aparelho televisor. Além disso, os conteúdos informativos produzidos por redes de TV ou com formatos televisivos vão para as plataformas de streaming ou redes sociais digitais. Há, no entanto, o cuidado por parte dos veículos de comunicação, de se manter o controle sobre seus conteúdos, promovendo adaptações de maneira restrita.

Palavras-chave: Jornalismo Audiovisual. TV. Ecossistema Digital. Riscos. Transformações.

Referências

COUTINHO, I. M. S. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In: EMERIM, C.; COUTINHO, I. M. S.; FINGER, C. (orgs.). Epistemologias do telejornalismo brasileiro. 1ª ed., v. 7, Insular, 2018. p. 175-194.

FINGER, C. O telejornal em qualquer lugar: uma sondagem sobre a recepção de notícias nos dispositivos portáteis. Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul – v. 12, nº. 23, jan./jun. 2013. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/2232/1512>.

GILLESPIE, T. A relevância dos algoritmos. Parágrafo, v. 6, n. 1, p. 95–121, 29 jun. 2018.

Disponível em: <https://bit.ly/49P9Fkf>. Acesso em: 9 set. 2024.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. Os Elementos do Jornalismo. Tradução de Wladir Dupont. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LANDIM, G. Ameaças para silenciar o mensageiro: ataques e agressões aos profissionais do Jornalismo como notícia no Jornal Nacional. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, p. 220. 2023.

MELLO SILVA, E. Fases do Telejornalismo: uma proposta epistemológica. In: EMERIM, C.; COUTINHO, I. M. S.; FINGER, C. (orgs.). Epistemologias do telejornalismo brasileiro. 1ª ed., v. 7, Insular, 2018. p. 19-36.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Plataformização. Fronteiras - estudos midiáticos, v. 22, n. 1, p. 2-10, jan./abr. 2020. DOI: <https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01>

SODRÉ, M. A sociedade incivil: mídia, iliberalismo e finanças . Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2021.

Esporte e Gênero no Jornalismo Audiovisual:

análise da participação de mulheres jornalistas na cobertura das Olimpíadas de 2021 e 2024

Ana Carolina Campos de Oliveira ¹⁶

Cláudia Thomé¹⁷

Resumo expandido:

O universo esportivo se constituiu, historicamente, como um ambiente de predominância masculina (Goellner, 2006). A inserção de mulheres, nesse contexto, passa por uma trajetória marcada por preconceitos, invisibilidade e luta por direitos, não apenas na prática esportiva, mas também na sociedade em aspecto geral (Rúbio, 2021). A presença do esporte feminino em posições de destaque, como nos Jogos Olímpicos, representa, no entanto, um esforço de décadas para conquistas de participação ampla e plural na competição. A pauta sobre a igualdade de gênero se intensifica em um contexto recente com as promessas explícitas do Comitê Olímpico Internacional de um comprometimento em estimular a participação e o envolvimento de mulheres nos Jogos Olímpicos (Comitê Olímpico Internacional, 2025), principalmente a partir das duas edições mais recentes da competição, como os Jogos de Tóquio, em 2021, e de Paris, em 2024.

Para além de atletas e outras posições diretamente ligadas à prática esportiva, esse aspecto também pode ser observado a partir de outros contextos, como no jornalismo. A atuação de mulheres jornalistas na editoria de esporte também enfrenta um percurso semelhante, incluindo um início tardio. Segundo Coelho (2003), apenas na década de 1970 mulheres começaram a atuar no segmento de esportes e, ainda assim, em um ambiente marcado por preconceitos e invisibilidade. As violências de gênero na editoria se tornam ainda mais evidentes em 2018, quando foi lançada a campanha “#DeixaElaTrabalhar”, ¹⁸em uma iniciativa de jornalistas mulheres contra o machismo e o assédio nas práticas profissionais do jornalismo esportivo (Ramires, 2020).

Com base nesse contexto e partindo da compreensão do jornalismo audiovisual como lugar de referência (Vizeu, 2009), de certificação do real (Thomé; Piccinin; Reis, 2020) e de

¹⁶ Discente do terceiro ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Rede, Linguagens, Memórias. Bolsista FAPEMIG. E-mail: campos.anacarolina@estudante.ufjf.br.

¹⁷ Professora orientadora. E-mail: claudia.thome@ufjf.br

¹⁸ <https://www.instagram.com/deixaelatrabalhar/>, acesso em 30 de jul. 2025.

construção audiovisual da realidade (Becker, 2022), mas também como local onde se constituem oceanos (Coutinho; Marine, 2019) e avenidas (Pereira; Caleffi, 2020) de silêncio para mulheres, a pesquisa busca investigar as (re)configurações da presença das jornalistas na cobertura esportiva televisiva de megaeventos. Utilizando a Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2018), a pesquisa toma como recorte a investigação de dois produtos informativos diferentes e em rede nacional — um telejornal geral (Jornal Nacional) e uma revista eletrônica segmentada (Esporte Espetacular) — no período da cobertura das duas edições mais recentes dos Jogos Olímpicos, em 2021 e em 2024.

A partir das construções narrativas desses conteúdos informativos audiovisuais, a investigação busca compreender aspectos como quais são as posições ocupadas por essas jornalistas; se existem conteúdos privilegiados para a atuação de mulheres na editoria esportiva; quais estereótipos são reforçados ou desconstruídos em relação às profissionais nesse tipo de cobertura e, por fim, como esses elementos contribuem na construção de sentidos sobre a relação entre jornalismo, esporte e mulheres.

Palavras-chave: Jornalistas mulheres. Jornalismo Audiovisual. Jogos Olímpicos. Gênero. Esporte.

Referências

BECKER, Beatriz. **A Construção Audiovisual da Realidade:** uma historiografia das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo. Rio de Janeiro: Mauad X, 2022.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo.** São Paulo: Contexto, 2003.

Comitê Olímpico Internacional. **Factsheet: women in the olympic movement.** 2025. Disponível em:

<https://stillmed.olympics.com/media/Documents/Olympic-Movement/Factsheets/Women-in-the-Olympic-Movement.pdf>. Acesso em: 30 maio 2025.

COUTINHO, Iluska. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In: Emerim, Cárlica.; Coutinho, Iluska; Finger, Cristiane (Orgs.). **Epistemologias do telejornalismo brasileiro.** Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 7. Florianópolis: Insular, 2018, p. 175-194.

COUTINHO, Iluska; MARINO, Caroline. UM OCEANO DE SILÊNCIO: Análise das representações sociais de gênero no telejornalismo brasileiro. **Contracampo**, Niterói, v. 38, n.2, p. 8-22, ago./nov. 2019.

GOELLNER, Silvana Vilodre. MULHER E ESPORTE NO BRASIL: entre incentivos e

interdições elas fazem história. **Pensar A Prática**, [S.L.], v. 8, n. 1, p. 85-100, 15 nov. 2006. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/fe/article/view/106>. Acesso em: 20 maio 2025.

PEREIRA, Ariane; CALEFFI, Renata. Avenidas de silêncio: a invisibilidade das mulheres nos telejornais. In: ANAIS DO 19º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2021, Brasília. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2021. Disponível em: 38 <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2021/trabalhos/avenidas-de-silencio-a-invisibilidade-das-mulheres-nos-telejornais?lang=pt-br> Acesso em: 29 ago. 2024.

RAMIRES, Lúcia. Mulheres jornalistas esportivas e mercado de trabalho: quem (não) as deixa trabalhar?. **Revista Katálisis**, [S.L.], v. 23, n. 3, p. 501-509, dez. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/katalysis/article/view/1982-02592020v23n3p501>. Acesso em: 20 jul. 2025.

RUBIO, Kátia. Brazilian Olympic Women: between being and being an athlete. In: RUBIO, Kátia (org.). **Women and Sport in Brazil: many roles, a single struggle**. São Paulo: Laços, 2021. p. 15-28.

THOMÉ, Cláudia; PICCININ, Fabiana; REIS, Marco Aurélio. Anatomias narrativas do Telejornalismo contemporâneo e seus elementos certificadores. In: EMERIM, Cárlica; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska (Orgs). **Telejornalismo 70 Anos: o sentido das e nas telas**. 1. edição. Florianópolis: Editora Insular, 2020, p.159-196

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. **Revista FAMECOS**, [S. l.], v. 16, n. 40, p. 77–83, 2009.

Violência contra jornalistas e o estratégia da extrema direita nas mídias sociais: uma análise do Gabinete do Ódio e das milícias digitais

Murilo Coelho Macedo¹⁹
João Paulo Malerba²⁰

Resumo expandido:

O presente projeto investiga como a violência contra jornalistas no Brasil se insere em uma estratégia deliberada da extrema direita bolsonarista, que utiliza a desacreditação da imprensa como tática política. A hipótese é que esses ataques não ocorrem de forma isolada, mas fazem parte de uma lógica comunicacional coordenada, que silencia vozes críticas e, simultaneamente, ergue um ecossistema desinformativo paralelo, fenômeno que nomeamos metaforicamente de “estratégia da terra arrasada”.

O objeto de estudo são o Gabinete do Ódio e suas milícias digitais, estruturas supostamente coordenadas por aliados de Jair Bolsonaro, que operam em mídias sociais, disseminando desinformação e ataques sistemáticos à imprensa. A atuação dessas estruturas foi alvo de investigações da Polícia Federal, denunciada por jornalistas como Patrícia Campos Mello, e é objeto dos Inquéritos 4781 e 4874, conduzidos pelo STF.

A metodologia da pesquisa está dividida em três eixos: análise bibliográfica, análise documental e estudo de casos, caso necessário amparado por entrevistas. A bibliografia base inclui autores que abordam temas como violência contra jornalistas e liberdade de imprensa (FENAJ; Artigo 19; Campos Mello, 2020), bolhas comunicacionais e desinformação nas redes (Recuero, 2024; Barreto Júnior e Pellizzari, 2019; Flaxman et al., 2016), e a ascensão da extrema direita e o uso estratégico do discurso de ódio (Demuru, 2024; Caldeira Neto, 2025; Fernandes, 2025). A análise documental será aplicada a fontes como relatórios oficiais (da Polícia Federal, do Supremo Tribunal Federal, da FENAJ e da Artigo 19), decisões judiciais, matérias jornalísticas, pronunciamentos públicos e registros em redes sociais. Por fim, o estudo de casos será realizado a partir dos episódios de violência direcionados às jornalistas Patrícia Campos Mello, Vera Magalhães e João Paulo Sacconi.

A pesquisa encontra-se em fase inicial, com sistematização teórica e levantamento de

¹⁹ Discente do primeiro ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. Bolsista CAPES. E-mail: murilo.macedo@estudante.ufjf.br.

²⁰ Professor(a) orientador(a). E-mail: joaopaulo.malerba@ufjf.br.

fontes documentais em andamento. Os próximos passos incluem o aprofundamento da base teórica e a definição final dos casos a serem analisados. Ao final, se espera revelar como a extrema direita opera uma estratégia, por meio do Gabinete do Ódio e de milícias digitais, que ataca jornalistas e constrói uma rede paralela de desinformação, comprometendo valores democráticos essenciais, como o direito à informação e a liberdade de imprensa.

Palavras-chave: Violência contra jornalistas. Desinformação. Extrema direita. Gabinete do Ódio. Milícias digitais.

Referências

Artigo 19. Violações à liberdade de expressão: relatório anual 2019-2020. [S. l.]: Artigo 19, 2020.

Barreto Junior, Irineu Francisco; Miniuchi Pellizzari, Bruno Henrique. Bolhas sociais e seus efeitos na sociedade da informação: ditadura do algoritmo e entropia na internet. *Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias*, Florianópolis, v. 5, n. 2, p. 57–73, 2019. DOI: <https://doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0049/2019.v5i2.5856>. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/revistadgnt/article/view/5856>. Acesso em: 19 jun. 2025.

Brasil. Supremo Tribunal Federal. Inquérito nº 4781/DF, relator: Alexandre de Moraes. Inquérito das milícias digitais (fake news, calúnia, difamação, injúria). Brasília, DF, 2019. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5651823>. Acesso em: 10 jul. 2025.

Brasil. Supremo Tribunal Federal. Inquérito nº 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. Neo-fascism and the far right in Brazil: elements in the history and politics of fascism. e-book. Cambridge: Cambridge University Press, 2025.

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.

Demuru, Paolo. Políticas do encanto: extrema direita e fantasias de conspiração. São Paulo: Elefante, 2024.

Fernandes, Rosângela de Jesus. Discurso de ódio na TV: categorização do padrão Jair Bolsonaro de ataque à dignidade humana e à democracia. 2025. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2025.

Fenaj – Federação Nacional dos Jornalistas. Relatório 2018: violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil. Brasília: Fenaj, 2019.

Flaxman, Seth; Goel, Sharad; Rao, Justin M. Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, v. 80, supl. 1, p. 298–320, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>. Disponível em: <https://academic.oup.com/poq/article/80/S1/298/2223402>. Acesso em: 24 jul. 2025.

Recuero, Raquel. *A rede da desinformação: sistemas, estruturas e dinâmicas nas plataformas de mídias sociais*. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2024. 216 p. ISBN 978-65-5759-174-1. DOI: 10.29327/5444931.

A confiabilidade da informação nas novas gerações: o papel da educação midiática na era da desinformação

Luciana Moraes²¹
Cláudia Thomé²²
Marco Aurélio Reis²³

Resumo expandido:

A informação no século XXI tornou-se onipresente, acessível a qualquer indivíduo, seja por meio dos veículos tradicionais de comunicação, seja por plataformas digitais e redes sociais. Essa capacidade de estar em todos lugares aumenta a percepção de não ser apenas um conjunto de dados, mas uma ferramenta que pode moldar opiniões a influenciar decisões políticas e sociais. Nesse cenário, observa-se uma mudança significativa nos hábitos de consumo midiático, especialmente entre os jovens. Dados recentes da pesquisa Data Stories, conduzida pela Kantar Ibope Media, indicam que 57% da população mundial tem preferência por acessar conteúdos informativos pelo Instagram.

No entanto, ao se observar especificamente o comportamento da geração Z — composta por indivíduos nascidos entre a segunda metade da década de 1990 e o início dos anos 2010 —, o índice de uso dessa rede social para consumo de notícias é aproximadamente 37% superior à média da população geral. Tal panorama aponta para uma reconfiguração do ecossistema informativo e impõe desafios significativos ao jornalismo contemporâneo.

O jornalismo audiovisual, em especial, encontra-se diante de uma conjuntura inédita. A velocidade com que informações circulam nas redes, somada à baixa regulação do ambiente digital, favorece a disseminação de conteúdos desinformativos, o que compromete a qualidade do debate público e fragiliza a credibilidade jornalística. Nesse contexto, as produções audiovisuais ganham centralidade não apenas por seu apelo estético e facilidade de circulação, mas por se apresentarem como possíveis instrumentos de resistência à desinformação. A confiabilidade e o rigor ético que caracterizam o jornalismo profissional contrastam com a fluidez e a

²¹ Discente do 3º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa. Redes, Linguagens e Memórias. E-mail: luciana.morais@estudante.ufjf.br.

²² Professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), líder do Grupo de Pesquisa “Narrativas Midiáticas e Dialogias” (CNPq/UFJF), e-mail: claudia.thome@ufjf.br.

²³ Professor permanente do Programa de Pós Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e da SEE-MG. Vice-líder do Grupo de Pesquisa “Narrativas Midiáticas e Dialogias” (CNPq/UFJF). E-mail: marco.reis@ufjf.br.

superficialidade de boa parte do conteúdo compartilhado nas redes sociais.

A esse respeito, a convergência midiática, discutida por autores como Castells (2009), ressalta a integração de diferentes plataformas e linguagens, o que modifica radicalmente as formas de produção, circulação e recepção da informação. O ambiente digital demanda um novo perfil de receptor, mais ativo, crítico e autônomo. A formação desse sujeito midiático, entretanto, ainda encontra entraves estruturais e pedagógicos, sobretudo no que tange à educação para a mídia. Como defende Buckingham (2003), a alfabetização midiática é um fator essencial para preparar os jovens a interpretarem de forma crítica os conteúdos que consomem, possibilitando-lhes distinguir informação confiável de conteúdo manipulativo ou enganoso.

Autores como Orozco (2001) e Jenkins (2006) enfatizam a urgência de se desenvolver competências críticas para lidar com o universo informacional contemporâneo. O estímulo à leitura ativa das mídias, à compreensão das lógicas de produção e aos processos de circulação das mensagens são etapas fundamentais para a construção de uma sociedade mais informada, consciente e participativa. Dessa forma, torna-se imprescindível compreender de que maneira os jovens se relacionam com o conteúdo jornalístico em redes como o TikTok e o Instagram, plataformas onde predominam formatos curtos, visuais e altamente compartilháveis.

A presente pesquisa propõe-se a investigar como a geração Z consome conteúdos jornalísticos audiovisuais nas redes sociais, analisando, sobretudo, os critérios de credibilidade atribuídos a essas informações e os impactos desse consumo na formação do senso crítico. O objetivo central da investigação é compreender em que medida os jovens atribuem confiabilidade ao conteúdo audiovisual consumido nas redes sociais, considerando sua formação crítica e seu grau de alfabetização midiática. A hipótese que orienta o estudo parte da premissa de que, embora as novas gerações consumam majoritariamente notícias por meio das redes sociais, ainda persiste uma lacuna expressiva entre o consumo e a capacidade crítica de avaliação da veracidade e qualidade dessas informações, sobretudo nos formatos audiovisuais. Assim, este trabalho pretende contribuir para a reflexão sobre a relação entre juventude, mídia digital e jornalismo, a partir de uma perspectiva que articula os campos da comunicação, da educação e da cultura digital.

Palavras-chave: Jornalismo Audiovisual. Educação Midiática. Desinformação. Geração Z. Mídias Digitais.

Referências

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

BUCKINGHAM, David. Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Cambridge: Polity Press, 2003.

CASTELLS, Manuel. Comunicação e poder. Rio de Janeiro: Zahar, 2009. JENKINS,

Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2006.

OROZCO, Guillermo. Televisão e educação: uma relação a ser construída. São Paulo: Cortez, 2001.

KANTAR IBOPE MEDIA. Data Stories: Geração Z e o consumo de mídia. 2021. Disponível em [https://kantariibopemedia.com/conteudo/como-a-geracao-z-se-relaciona-online-com-as-marca s/](https://kantariibopemedia.com/conteudo/como-a-geracao-z-se-relaciona-online-com-as-marca-s/). Acesso em 06 ago de 2025.

Usabilidade dos Recursos Interativos na TV 3.0:

Uma abordagem heurística sobre a segunda tela e o perfil de telespectador

Antonio Celestino²⁴

Carlos Pernisa Junior²⁵

Marcelo Ferreira Moreno²⁶

Resumo expandido:

O objetivo geral desta pesquisa é avaliar a usabilidade da TV 3.0, que está prevista para ser implantada no Brasil em 2026. Analisaremos, mediante a utilização de protótipo, as funcionalidades de perfil de telespectador e de uso de segunda tela. Os objetivos específicos são: demonstrar o grau de satisfação e/ou as necessidades de adaptação do protótipo da TV 3.0; atestar a necessidade de que os conteúdos extras possam ser consumidos em uma segunda tela; e problematizar a adaptação das emissoras para produzir conteúdos interativos e disponibilizá-los junto com o fluxo principal.

Utilizaremos a metodologia do grupo focal, aplicando depois questionário aos participantes. Essa ferramenta permite capturar as impressões das pessoas ao utilizarem os comandos da TV 3.0. Costa (2009) fundamenta o método e postula que “grupos focais são um tipo de pesquisa qualitativa que tem como objetivo perceber os aspectos valorativos e normativos que são referência de um grupo em particular”. Faremos ainda pesquisa bibliográfica sobre os conceitos explorados e uma análise documental sobre a codificação e sobre o material integrante do protótipo a ser utilizado.

Analisaremos, com uma abordagem heurística, os recursos do uso de uma segunda tela e da criação de perfil de telespectador, projetados para a TV 3.0. Do ponto de vista do método heurístico, a TV 3.0 deverá apresentar uma usabilidade que permita ao telespectador utilizar de forma intuitiva os seus recursos interativos, que englobam a interação que é exercida entre pessoas e a interatividade entre pessoas e aparelhos, em cujo debate dialogamos com Primo (2000, 2008), Fragoso (2001) e Thompson (2018). Partimos da definição de que a capacidade heurística do ser humano o leva, por sua intuição, cognição e pensamento inconsciente, a encontrar naturalmente as respostas básicas para os seus desafios. Assim, lançamos sobre a TV 3.0 uma análise de

²⁴ Discente do 2º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa “Redes, Linguagens, Memórias”. E-mail: antonio.celestino@ufjf.br.

²⁵ Professor orientador Carlos Pernisa Júnior. E-mail: carlos.pernisa@ufjf.br

²⁶ Professor coorientador Marcelo Ferreira Moreno. E-mail: marcelo.moreno@ufjf.br

usabilidade que, de acordo com Torres e Mazzoni (2004), conceituamos como a facilidade de uso de um produto novo ou modificado. Baseamo-nos nas dez heurísticas de Nielsen (1993), voltadas para a interatividade humano-computador, que são: 1) Diálogos simples; 2) Linguagem do usuário; 3) Resgate de instruções; 4) Consistência; 5) Feedback; 6) Funções de sair ou voltar; 7) Atalhos; 8) Mensagens de erros; 9) Prevenção de erros; 10) Ajuda e documentação.

A utilização de uma segunda tela, como um *smartphone*, para receber informações extras, evitaria a sobreposição de conteúdos, principalmente quando houver mais de uma pessoa assistindo à televisão. O termo ‘segunda tela’ designa uma tela auxiliar, a qual não substitui a tela principal onde é exibida a programação. Essa segunda tela deverá estar conectada com sincronia ao aparelho televisivo, do qual receberá o conteúdo a ser exibido. Já a funcionalidade da criação de um perfil de telespectador possibilitará a personalização da programação e o registro do histórico de consumo de conteúdos por um telespectador. Cada pessoa poderá criar um perfil individual, o que pode otimizar a busca e a recomendação de programas e a continuidade do seu consumo.

Nosso estudo ainda está na fase de pesquisa bibliográfica. Como resultados preliminares, já constatamos que o perfil de telespectador pode contribuir para o ‘Resgate de instruções’ e a segunda tela pode atuar no estabelecimento de ‘Diálogos simples’.

Palavras-chave: TV 3.0. Usabilidade. Heurística. Segunda Tela. Perfil de Telespectador.

Referências

COSTA, Maria Eugênia Belczak. Grupo Focal. In: Jorge Duarte; Antonio Barros (org.) Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2009. p. 180-192.

FRAGOSO, Suely. De interações e interatividade. In: Anais do 10º Encontro Anual da Compós, 2001, Brasília. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2001/trabalhos/de-interacoes-e-interatividade?lang=pt-br>>.

NIELSEN, Jacob. **Usability Engineering**. Morgan Kaufmann Publishers Inc. 1993.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. 2ª ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.

PRIMO, Alex. Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo. **Revista Famecos: Midia, Cultura e Tecnologia**. Porto Alegre. N. 12 (jun. 2000), p. 81-92, 2000.

THOMPSON, John B. A interação mediada na era digital. **Matrizes**. São Paulo. v. 12, n. 3, p. 17-44, 2018.

TORRES, Elisabeth Fátima; MAZZONI, Alberto Angel. Conteúdos digitais multimídia: o foco na usabilidade e acessibilidade. **Ciência da informação**, v. 33, p. 152-160, 2004.

**Mesa 3 - Narrativas políticas e midiáticas:
extremismos, gênero e democracia**

Educação política para a democracia?

Um estudo comparativo sobre estratégias e práticas comunicacionais das fundações partidárias no Brasil no período 2022-2024

Lázaro Scher Araujo Dias²⁷

Telma Sueli Pinto Johnson²⁸

Resumo expandido:

Este trabalho se destina a investigar a atuação das fundações partidárias brasileiras no ecossistema de midiatização, a partir das plataformas de mídias sociais. As fundações partidárias são instituições ligadas aos partidos políticos e destinadas a promoção da educação política, além da divulgação de projetos e propostas políticas, a fomentação da difusão dos valores democráticos e das diretrizes do partido (Preusser, 2015).

Diante da intensa polarização política no Brasil, de diferentes formas de ameaças à democracia, desinformação e negacionismos, é premente examinarmos as estratégias comunicacionais e (in)ações das fundações partidárias, buscando investigar se estão em funcionamento, como atuam e de que forma promovem a educação política para a democracia no ecossistema midiático contemporâneo, além de verificar se de fato estão recebendo a parcela de 20% da verba do fundo partidário fixada pela Lei dos Partidos Políticos (Lei nº 9.0096/1995).

Como objetivos, temos, principalmente, buscar analisar e compreender estratégias e práticas comunicacionais das fundações partidárias no ecossistema midiático de 2022 a 2024. Arelado a isso, pretendemos investigar os perfis, os tipos de conteúdos originais, verificando-os através da *teoria das affordances* (Gibson, 1986) e fazer uma comparação desses produtos de cada fundação.

Exploramos no trabalho uma revisão da literatura que envolve um construção histórica não apenas das fundações, mas também dos partidos políticos como forma de entender o porquê e a necessidade de criação dessas instituições, que foram insipiradas pelo direito alemão após a Segunda Guerra Mundial (Fernandes, Dantas, 2012; Espírito Santo, 2021). Além disso, trazemos a legislação que confere a legitimidade, os direitos e deveres que cabem às fundações para atuarem no sistema democrático do país.

²⁷ Discente do 2º ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. Bolsista CAPES. E-mail: lazaro.araujo@estudante.ufjf.br

²⁸ Professora orientadora. E-mail: telma.johnson@ufjf.br

Em um segundo momento, a pesquisa aborda as questões que permeiam a sociedade e que afetam as instituições de direito no Brasil, como a desinformação e negacionismo (Martins Filho, 2021; Viana, 2021), a crise da democracia dentro dos espaços midiáticos, gerando intolerância política (Albuquerque; Quinam, 2019; Recuero; Soares; Zago, 2021), e a necessidade de um letramento cívico-midiático como um possível mecanismo de combate a disseminação dessas informações prejudiciais.

Para a realização da tarefa de investigação e análise dos objetos, serão utilizadas a Análise Documental e a Análise de Conteúdo (Bardin, 1988). No primeiro momento, a Análise Documental se dará através do levantamento de informações a respeito das fundações partidárias verificado se essas fundações têm websites e se estão ativas nas plataformas de mídias sociais, assim como seus perfis no Facebook, Instagram e YouTube, checando a frequência de postagens e aquilo que elas oferecem em termos de conteúdo. Após a seleção desses documentos, entrará a Análise de Conteúdo por meio de cinco passos: organização, codificação, categorização, inferência e tratamento informático.

Neste momento, identificamos que apenas 18 fundações podem ser consideradas como produtoras frequentes de conteúdos nesses perfis das plataformas citadas acima, utilizando como critério um limite de 120 dias (4 meses) desde a última produção. As análises mostraram que 13 fundações (44% do total de 29) possuem uma participação frequente nessas mídias sociais, enquanto outras 5 fundações excedem o limite de tempo sem postagens em uma ou mais redes, sendo classificadas como menos frequente.

Os próximos passos estão voltados para o levantamento dos documentos e das produções realizadas pelas fundações, sistematizando-os e os organizando para a análise alinhada com a fundamentação teórica exposta, para que sejam verificadas se as informações foram verdadeiras, se enquadram no contexto que aquele período apresenta, como cada fundação se difere uma da outra e assim traçando um longo comparativo entre elas.

Palavras-chave: Fundações partidárias; Partidos políticos; Ecossistema midiático; Democracia.

Referências

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1988

FERNANDES, I. F. A. L.; DANTAS, H. Fundações partidárias no Brasil e no mundo: funções legais, ações formativas e análise em perspectiva comparada. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIÊNCIA POLÍTICA, 8., Gramado, RS. **Anais ...** Rio de

Janeiro: ABCP, 2012.
p. 1-36, 2012

GIBSON, James J. **The ecological approach to visual perception**. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum, 1986.

MARTINS FILHO, J. R. (Org). **Os militares e a crise brasileira**. São Paulo: Alameda, 2021.
PREUSSER, F. M. Fundações Partidárias e think tanks no Brasil: uma proposta de análise. **6º Seminário Nacional de Sociologia & Política** - Curitiba-PR Partidos, 2015.

VIANA, N. **Dano colateral**: a intervenção dos militares na segurança pública. Rio de Janeiro: Objetiva, 2021.

Discurso de ódio em três instâncias:

microagressões virtuais contra candidatas às disputas municipais, legislativas e presidenciais

Isabella Mudesto Dias Costa²⁹

Luiz Ademir de Oliveira³⁰

A presença das mulheres na política transcende a mera representatividade numérica, inserindo-se em uma luta histórica por reconhecimento, legitimidade e pertencimento nos espaços de poder. A injustiça social não se manifesta apenas na negação de direitos formais, mas também na recusa do reconhecimento nas esferas do afeto, da juridicidade e da solidariedade (Honneth, 2003). Esta última, em particular, é crucial para a estima social dos indivíduos, tornando a política um dos principais palcos dessa disputa.

É nesse contexto que se insere a ascensão feminina na política. Desde cedo, as mulheres enfrentam discursos normativos que restringem seus papéis e possibilidades no espaço público. Antes mesmo de disputarem eleições, lidam com barreiras simbólicas e culturais que operam como mecanismos de exclusão e deslegitimação, mantendo sua participação aquém do ideal, apesar dos avanços do século XXI. Essa sub-representação é reforçada por múltiplos fatores, entre eles o discurso de ódio nas plataformas digitais. Ainda que promovam visibilidade e engajamento, esses espaços também potencializam formas de violência simbólica que reafirmam hierarquias históricas e limitam a expansão da esfera pública.

A pesquisa propõe, portanto, analisar as dinâmicas e recorrências desse discurso em candidaturas femininas no Brasil. Para isso, adota a Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) aplicada aos comentários sobre o debate Band nas eleições de 2024, no *Youtube*, com foco em candidatas às prefeituras de São Paulo, Belo Horizonte e Porto Alegre. Os dados estão sendo coletados via CommuNalytic. Em 2026, a análise será ampliada para campanhas federais e presidenciais, priorizando canais de maior engajamento.

A tese parte da análise da esfera pública (Habermas, 1984), em diálogo com a crítica de Nancy Fraser (2019) sobre públicos contra-hegemônicos. A política digital é vista como uma extensão complexa dessa esfera, atravessada por lógicas algorítmicas. O conceito de violência simbólica de Pierre Bourdieu (1998) e a performatividade de Judith Butler (2008) ajudam a

²⁹ Discente do primeiro ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa “Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais”. Bolsista CAPES. E-mail: dias.isabella@estudante.ufjf.br.

³⁰ Professor orientador. E-mail: luizoli@ufs.j.edu.br

entender o gênero como construção social e o reforço de normas binárias na linguagem. O conceito de microagressões (Silva, 2020) revela o impacto cumulativo do discurso de ódio. A pesquisa também se aprofunda na interseccionalidade (Collins, 2021) como ferramenta para entender a sobreposição de opressões. Autoras como Gonzalez (1984), Crenshaw (1989), Carneiro (2023) e Akotirene (2019) são fundamentais para entender como racismo e patriarcado se articulam na exclusão política.

Atualmente, a pesquisa está na fase de coleta e organização dos dados. A próxima etapa será o aprofundamento das análises qualitativas e a ampliação do estudo para as eleições federais. O mapeamento desses discursos permitirá identificar padrões e estratégias de discurso de ódio, contribuindo para os estudos em Comunicação, Gênero e Política.

Palavras-chave: Comunicação; Política; Mulher; Discurso de Ódio; Gênero

Referências

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

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

COLLINS, Patricia Hill; BILGE, Sirma. **Interseccionalidade**. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2021.

CRENSHAW, Kimberlé Williams. Demarginalizing the intersection of race and sex: a black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. **The University of Chicago Legal Forum**, v. 140, p. 139-167, 1989.

FRASER, Nancy. **Feminismo para os 99%: um manifesto**. São Paulo: Boitempo, 2019.

GONZALEZ, Lélia. **A categoria político-cultural de amefricanidade**. Anais da Terceira Jornada de Filosofia e Ciências Sociais, Rio de Janeiro: UFRJ, 1988.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais**. São Paulo: Ed. 34, 2003.

SILVA, Tarcizio. Visão computacional e racismo algorítmico: branquitude e opacidade no aprendizado de máquina. **Revista ABPN**, v. 12, p. 428-448, 2020.

**A cobertura da violência política de gênero na mídia hegemônica brasileira:
uma análise dos quality papers Folha de S. Paulo e O Globo sobre Janja da Silva**

Vanilda Gomes Cantarino de Magalhães³¹

Paulo Roberto Figueira Leal³²

Telma Sueli Pinto Johnson³³

Resumo expandido:

Este projeto de tese investiga como a imprensa brasileira enquadra figuras femininas públicas no contexto da violência política de gênero. Parte-se do caso de Margarida Maria Alves, sindicalista paraibana assassinada em 1983 por sua atuação em defesa dos direitos trabalhistas, e da Marcha das Margaridas — manifestação nacional que reúne milhares de mulheres em Brasília a cada quatro anos — como marcos simbólicos da luta feminina por justiça e participação política.

A escolha por investigar a figura de Rosângela da Silva, conhecida publicamente como Janja, se justifica por sua relevância simbólica, política e comunicacional no contexto do terceiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Atuando de forma ativa em questões sociais, políticas e culturais, Janja ocupa um espaço público historicamente negado ou limitado a mulheres próximas ao poder. Sua visibilidade provoca reações que revelam dinâmicas complexas de gênero e poder, especialmente no ambiente midiático, onde sua imagem é frequentemente tensionada.

Sua atuação engajada desafia modelos tradicionais de primeira-dama. Em 4 de abril de 2025, a AGU emitiu parecer orientando que o papel do cônjuge presidencial seja simbólico e voluntário, reconhecendo oficialmente sua função pública. Esse gesto, somado à escolha de não adotar o título tradicional, representa uma disputa comunicacional relevante. Como argumentam Guedes e Melo (2023), a recusa ao rótulo de "primeira-dama" constitui um ato político que amplia o campo simbólico das representações de gênero.

O objetivo principal do estudo é compreender os enquadramentos do jornalismo opinativo relacionados à violência política de gênero nos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Globo*, com foco

³¹ Discente do 2º ano do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. E-mail: cantarinomagalhães.vanilda@ufjf.br.

³² Professor(a) orientador(a). E-mail: pabeto.figueira@uol.com.br; paulo.leal@ufjf.br

³³ Professor(a) coorientador(a). E-mail: telma.johnson@ufjf.br

nos textos opinativos que abordam a figura pública da socióloga Rosângela da Silva (Janja) durante o terceiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

O *corpus* da pesquisa é composto por colunas, editoriais e artigos de opinião que mencionem ou tematizem diretamente a atuação pública de Janja nesses dois veículos de imprensa, entre janeiro de 2023 e dezembro de 2026. A análise buscará identificar pré-indicativos formulados a partir do estado da arte e da justificativa da pesquisa: (1) deslegitimação da atuação política; (2) ataques à imagem pessoal e à vida privada; (3) discurso misógino e sexista; (4) violência simbólica e exclusão; (5) ataques à aparência física; (6) questionamento da moral e ética; e (7) negação da representatividade feminina.

A metodologia adota a Análise de Conteúdo orientada pelos conceitos sensibilizantes de Herbert Blumer, privilegiando uma abordagem interpretativa aberta aos sentidos em disputa. Essa perspectiva, conforme Johnson (2020), exige um compromisso ético com a complexidade dos processos comunicacionais. Assim, o estudo busca compreender como o discurso jornalístico constrói significados sobre a presença de mulheres em espaços de poder e seus impactos simbólicos.

Palavras-chave: violência política de gênero; Janja; enquadramento; análise de conteúdo; jornalismo.

Referências

ARAÚJO, D.; CARVALHO, L.L. , P. PENTEADO, M. C. Violência política de gênero e sexualidade: contribuições para análise do discurso de ódio contra grupos socialmente minorizados. In: BARBOSA, B.; TRESCA, L.; LAUSCHNER, T. (org.). **Tic, governança na internet e gênero - tendências e desafios**. São Paulo: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, 2022. p. 153-173. Disponível em: <https://bibliotecadigital.acervo.nic.br/server76/api/core/bitstreams/3549b257-044c-47a9-90b5-7c0942c23abe/content>. Acesso em: 10 jan. 2025.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luis Antonio Reto, Augusto Pinheiros. 3. reimp. 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2016.

D'ÁVILA, Manuela. **Sempre foi sobre nós: relatos da violência política de gênero no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2022.

ENTMAN, Robert M. Framing: **Media in the distribution of power**. *Journal of communication*, v.57, n.1, 2007, p. 163 -173.

FERREIRA, A. P. R. S. **Margarida, Margaridas:** Memória de Margarida Maria Alves (1933-1983), através das práticas educativas das Margaridas. João Pessoa: Editora da UFPB, 2017.

GUEDES, Ciça; MELO, Murilo Fiuza. Janja - **A militante que se tornou primeira-dama**, Rio de Janeiro: Máquina de Livros, 2023

JOHNSON, Telma Sueli Pinto. **Naturalismo metodológico de Blumer:** sobre a noção de “conceitos de sensibilização” na pesquisa de comunicação. Revista científica de Ciências Clínicas e sociais aplicadas, ISSN 2764-2216, DOI 10.22533/at.ed.2163322322115, 2020. p. 1-13

KROOK, M. L.; SANÍN, J. R. Violência contra las mujeres en política: en defensa del concepto. **Política Y Gobierno**, v. XXIII, n. 2, p. 459-490, 2º semestre/2016.

MATOS, M.; COSTA, A.; GONÇALVES, V. **Violência política contra mulheres em perspectiva interseccional**. Belo Horizonte: NEPEM/UFMG, 2024.

PANKE, Luciana. **Caminhos para o Protagonismo Feminino** [livro eletrônico] / Luciana Panke; tradução Karina Lançoni Bernardi. Governador Valadares: UNIVALE Editora, 2025.

Um estudo de caso sobre a vida refratada de Sara Winter/Sara Huff:
polarização extremista no Instagram focada em narrativas de contos de fadas

Fernanda Sevarolli Creston Faria Kistemann³⁴
Marco Aurélio Reis³⁵

Resumo expandido:

Os contos de fadas são histórias reconhecidas com uma escrita especialmente direcionada às crianças. Segundo Bettelheim (2023) e Yung (2016), essas narrativas contêm símbolos psicológicos, morais e existenciais. Contudo, ao observar sua potência pedagógica, temos observado também que tais narrativas têm sido utilizadas como instrumento de manipulação, revertendo-se em arma invisível e invadindo o imaginário das massas. Os contos de fadas são narrativas de dicotomia simples, demonstrando a luta do bem contra o mal, exibindo punições aos vilões e exaltação aos heróis.

No Instagram, *influencers* extremistas, alinhados à direita, reutilizam estruturas dos contos de fadas e elementos da “Jornada do Herói” (Campbell, 1949; Vogler, 2007) a favor do ódio e de ações de terror. Seus discursos transformam a política em contexto moral através da utilização de arquétipos retirados dos contos. O resultado é a transformação de velhas histórias em ferramentas simbólicas polarizantes (Bourdieu, 1998).

Tais narrativas baseadas em estruturas típicas dos contos de fadas são mobilizadas para disfarçar e legitimar conteúdos extremistas amplamente disseminados em grupos sociais conservadores. Bettelheim (2023, p.37) afirma que “... o conto de fadas é apresentado de um modo simples, despretensioso; (...)” e é nesse ponto que sua narrativa afável e acessível conquista os adultos. Referimo-nos ao povo brasileiro entre 15 e 64 anos de idade, dos quais, 3 em cada 10 brasileiros são analfabetos funcionais. Ao analisarmos esse dado, percebemos que as palavras de Bettelheim são ratificadas, pois analfabetos funcionais não conseguem interpretar falas rebuscadas e discursos longos com retórica prolixa.

Como exemplo, selecionamos o perfil do Instagram de Sara Huff, ex ativista feminista que, no Brasil, era conhecida como Sara Winter. Sara é casada, mãe exemplar, recatada, do lar, fiel, católica praticante, missionária (não seria ativista?) com chamado para pregar contra o

³⁴ Discente do 2º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias Bolsista CAPES. E-mail: fernanasevarolli@gmail.com.

³⁵ Professor orientador. E-mail: marco.reis@ufjf.br.

feminismo e o aborto, a favor da vida, ex-feminista, radicada nos USA. Comparamos o perfil à Branca de Neve, no audiovisual de 2025, no qual redescobrimos uma princesa que luta por seu reino e seus ideais. No caso de Sara, apesar de parecer que ela luta pelo bem, na verdade, ela se apresenta com discursos de ódio contra a esquerda e utiliza metáforas para se esconder atrás da aparência de princesa e pregar a desinformação contra o feminismo e a ideologia de gênero, principalmente.

Palavras-chave: Narrativas. Conto de Fadas. Discursos de ódio. Desinformação. Instagram.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Tradução Fernando Tomaz (português de Portugal). 2.ed. Rio de Janeiro, ed. Bertrand. Brasil, 1998.

BETTELHEIM, B. **A psicanálise dos contos de fadas**. Porto Alegre: L&PM, 2023.

CAMPBELL, J. **O herói de mil faces**. São Paulo: Cultrix, 1949.

MAFFESOLI, M. **No fundo das aparências**. Tradução de Bertha Halpern Gurovitz. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

VOGLER, C. **A jornada do escritor**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

Entre o sistema e ruptura:
a construção do político *outsider*

Arthur Raposo Gomes³⁶
Prof. Dr. Luiz Ademir de Oliveira³⁷

Resumo expandido:

O trabalho aqui exposto integra uma pesquisa mais ampla que investiga estratégias de comunicação eleitoral de lideranças políticas que concorreram ao cargo de governador de Minas Gerais, em 2022, e de prefeito de Belo Horizonte, em 2024, e que ascenderam no meio político, inicialmente, enquanto *outsiders*. Neste recorte específico, o foco está na conceituação e contextualização do termo *outsider*, com ênfase na política brasileira. O objetivo central é compreender como o conceito tem sido mobilizado no debate acadêmico e na prática política, identificando suas características, usos e implicações no cenário eleitoral contemporâneo. A metodologia adotada é qualitativa e exploratória, com base em revisão bibliográfica e análise de textos acadêmicos, documentos públicos e trajetórias de figuras políticas brasileiras frequentemente associadas à noção de *outsider*.

O termo *outsider*, oriundo da sociologia, foi inicialmente empregado por Howard Becker (2008) para se referir a indivíduos percebidos como marginais por não seguirem normas sociais dominantes. Na ciência política, a sua apropriação remete a candidatos que se apresentam como externos ao sistema político tradicional - sem carreiras políticas anteriores, sem vínculos sólidos com partidos consolidados e com discurso crítico ao *establishment* (Picussa, 2023).

Autores como Júlio Neto (2020), Picussa e Codato (2022) e Carreras (2012) destacam diferentes dimensões do conceito: a partidária, que associa os *outsiders* a partidos novos ou pouco competitivos; a discursiva, centrada na retórica de ruptura com a política tradicional; e a profissional, relativa à ausência de experiência política prévia. Essa perspectiva permite distinguir *outsiders* de *insiders* - políticos tradicionais com trajetória partidária consolidada - e identificar perfis intermediários, como os *mavericks*, que transitaram por partidos tradicionais, mas adotaram discursos de rejeição ao sistema.

³⁶ Discente do 4º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, é mestre em Comunicação pela mesma instituição. Jornalista e publicitário. Linha de Pesquisa “Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais”.

E-mail: arthurraposogomes@gmail.com

³⁷ Professor orientador. E-mail: luizoli@ufsj.edu.br

No Brasil, o termo ganhou visibilidade a partir de 2016, em meio à crise política e institucional agravada pelos protestos de 2013 e pela “Operação Lava Jato”. A eleição de Jair Bolsonaro em 2018 é frequentemente citada como símbolo desse momento, embora sua longa atuação como deputado o aproxime mais da categoria de *maverick*. Outros nomes, como João Doria, Wilson Witzel, Romeu Zema e Alexandre Kalil, também ilustram essa tendência, ao se apresentarem como gestores ou “não políticos” em oposição à política tradicional.

Picussa, Sousa e Codato (2023) classificam os parlamentares eleitos em 2018 em três perfis: *outsiders*, *renovadores* (ligados a movimentos suprapartidários) e *estabelecidos*. A fragmentação ideológica entre os *renovadores* e a continuidade de práticas tradicionais entre os *outsiders* indicam que a renovação nem sempre resulta em mudança efetiva na atuação política.

A literatura mostra ainda que o fenômeno *outsider* não é exclusivo do Brasil nem recente. Casos como Trump (EUA), Grillo (Itália) e Macron (França) ilustram fenômenos semelhantes. Na América Latina, lideranças como Fujimori, Chávez, Lugo e Correa emergiram em contextos de instabilidade institucional e descrença popular. No Brasil, a fragmentação partidária e a ausência de identidades programáticas estáveis reforçam o espaço para *outsiders*. O avanço do discurso antipolítico fortalece a ideia de que esses candidatos representam a vontade popular: o que, quando aliado à recusa ao debate plural, pode ameaçar a democracia.

A pesquisa foi qualificada em agosto de 2024. A coleta do material audiovisual on-line já foi realizada, assim como capítulos teóricos e artigos com recortes analíticos. Os próximos passos envolvem o aprofundamento da análise, com conclusão da tese prevista para 2026.

Palavras-chave: Outsider. Antipolítica. Insider. Crise de representação. Comunicação Política.

Referências

BECKER, Howard Saul. *Outsiders: estudos de sociologia do desvio*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CARRERAS, Miguel. *The Rise of Outsiders in Latin America, 1980-2010: An Institutional Perspective*. *Comparative Political Studies*, 45(12), 1451–1482. 2012.

GOMES, Wilson. *Transformações da política na era digital*. São Paulo: Paulus, 2025.

JÚLIO NETO, Gilson Arão. Meios de comunicação e os atalhos na carreira política: entendendo os *outsiders* a partir das eleições 2018. In: *Anais do V Seminário Comunicação e Territorialidades: comunicação, democracia e direitos humanos*. 2020.

PICUSSA, Roberta. *Outsiders*: um conceito de difícil operacionalização na Ciência Política. In: **Revista de Sociologia e Política**. V. 3. E. 023. 2023.

PICUSSA, Roberta; CODATO, Adriano. *Outsiders* na política: uma visão geral. In: **Assembleia Legislativa do Estado do Paraná**. 2022.

PICUSSA, Roberta; SOUZA, Renan Arnon de; CODATO, Adriano. Estabelecidos, *outsiders* e renovadores: mensurando a lealdade partidária dos deputados federais eleitos em 2018. **Revista Brasileira De Ciência Política**, v. s/v, p. 1-31, 2023.

Enquadramentos jornalísticos do Sul Global: A construção da narrativa do genocídio palestino pós 7 de outubro

Arthur Honorato de Almeida³⁸
João Paulo Malerba³⁹

Resumo expandido:

Procura-se observar de que maneira o conflito Israel *versus* Palestina ganha forma na mídia e como esta atua na construção do imaginário social acerca do tema. Tendo o jornalismo como parte do referencial de mundo das pessoas, a maneira com que o conflito é exposto na mídia nacional e internacional tende a perpetuar a forma como a população compreende a “guerra” e os lados nela envolvidos. A fim de investigar a construção narrativa do genocídio palestino após os acontecimentos do 7 de outubro de 2023, na Faixa de Gaza, serão analisados os seguintes veículos: *O Globo* (Brasil) e *Al Jazeera* (Qatar). Como *corpus* de análise serão coletadas as matérias da primeira semana após o 07 de outubro, a respeito dos ataques ocorridos na Faixa de Gaza, envolvendo o Hamas e Israel, assim como outros episódios marcantes do conflito: Massacre da Farinha; 1 ano do 7 de outubro e o Anúncio do cessar-fogo (matérias publicadas no dia do ocorrido e as dos 7 dias seguintes). Os materiais serão analisados sob a perspectiva da Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), a qual aborda elementos da composição das matérias; e Análise de Enquadramento (Vimieiro; Maia, 2011), com intuito de averiguar os principais assuntos tratados e quais as construções interpretativas feitas por cada veículo por meio dos pacotes interpretativos.

O objetivo deste trabalho é o de analisar a forma como a narrativa do conflito é construída nas mídias do sul global e se há uma falta de contextualização histórica nas matérias do veículo pertencente ao grande conglomerado jornalístico do Brasil. Observar como o orientalismo afeta a cobertura jornalística da mídia brasileira ao abordar o conflito entre Israel e Palestina atualmente. Investigando também como o *Al-Jazeera* atua na cobertura desse conflito e se existe diferença em relação a cobertura da mídia hegemônica ocidental.

A pesquisa desenvolverá um caminho teórico que, primeiro, caracteriza o projeto político do orientalismo (Said, 2007) e suas manifestações para compreender criticamente os aspectos sócio históricos, culturais, econômicos e políticos subjacentes aos discursos e representações do

³⁸ Discente ano 2024 do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos comunicacionais e interfaces sociais. Bolsista CAPES. E-mail: arthur.honorato@estudante.ufjf.br

³⁹ Professor(a) orientador(a). E-mail: joaopaulo.malerba@ufjf.br

Oriente no meio jornalístico. Relembrando, também, como Berger e Luckmann (2007), em seu livro “A construção social da realidade”, discutem como a realidade é construída socialmente e suas implicações no desenvolvimento da identidade dos indivíduos inseridos nela. A partir do pensamento gramsciano, é possível analisar os investimentos feitos por governos em veículos de comunicação como uma tentativa de disputar o consenso e exercer o poder no campo das ideias.

A pesquisa se encontra na fase de Análise do material empírico e na Escrita da dissertação. Por enquanto, é possível dizer que, apesar de adotar uma narrativa humanitária sobre o conflito, o *Globo* ainda tropeça em pequenos obstáculos orientalistas, também dando mais visibilidade às autoridades israelenses, ao contrário do *Al Jazeera*, que procura dar destaque ao lado palestino.

Palavras-chave: Jornalismo. Orientalismo. O Globo. Al Jazeera. Representação.

Referências

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

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade** - Tratado de Sociologia do Conhecimento. Petrópolis, Vozes, 27 ed., 2007.

COUTINHO, Carlos Nelson. Gramsci: um estudo sobre seu pensamento político. Rio de Janeiro, Campus, 1989. Democracia e socialismo. 1992.

SAID, Edward W. **Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente**. Editora Companhia das Letras, 2007.

VIMIEIRO, Ana Carolina; MAIA, Rousiley Celi Moreira. Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica para a identificação de frames culturais. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 18, n. 1, p. 235-252, 2011.

**Mesa 4 - Cinema e Audiovisual em
perspectiva: estética, política e recepção**

O Último Fechamento:

Cinema de rua, memória, afetividade e resistência ao apagamento

Aline Gomes Alvim⁴⁰
Christina Ferraz Musse⁴¹

Resumo expandido:

O presente artigo surge da vontade inicial de compreender melhor o histórico de funcionamento dos cinemas de rua de Juiz de Fora, em especial o Cine Palace, situado na Rua Halfeld, onde se localizava a chamada “Cinelândia juiz-forana”, que contava com cinemas como o Cine-Theatro Glória (1929), Cine-Theatro Central (1929), Cine São Luiz (1955) e o já citado Cine Palace (1948). Em pouco tempo, eles se tornaram relevantes para a sociedade juiz-forana, não apenas como ambiente de exibição audiovisual, mas também como um meio de socialização e de afetos (Musse; Faúla Neto; Henriques, 2017, p. 14). Sendo assim, entende-se que o cinema de rua, além de ser um espaço arquitetônico pensado para a exibição audiovisual, iria além, proporcionando uma relação distinta com a rua, o espaço público, além de marcos físicos e emocionais nos espectadores, em suas posturas, vestimentas e afetividade, durante a ida e permanência no local de exibição (Ferraz, 2010). Assim, desejamos perceber as mudanças nos hábitos de consumo fílmico, ao longo do tempo, e como tais mudanças influenciaram no fechamento das salas e, posteriormente, em um apagamento, pela demolição ou nova utilização, de tais espaços culturais.

Partimos da noção de que tais salas de cinema são “lugares de memória” (Nora, 1984) para argumentar sobre como os cinemas de rua são fundamentais para a construção da memória da cidade, fazendo desses espaços um ponto de conexão entre a memória coletiva, transformando a experiência de ir ao cinema em uma prática social que contribui para a construção da identidade e da afetividade. Em complemento à tal conceito, junta-se o de “lugares de afetividade” (Musse, 2008), em que tais espaços são ligados a sentimentos e experiências subjetivas e coletivas, formando uma conexão não apenas com o filme, mas de indivíduo/indivíduo e de indivíduos/meio.

⁴⁰ Discente do primeiro ano do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa “Redes, Linguagens e Memórias”. Bolsista PBGB E-mail: gomes.aline@estudante.ufjf.br.

⁴¹ Professor(a) orientador(a). E-mail: christina.musse@ufjf.br

Para isso, é necessário um levantamento de dados históricos em acervos da cidade, pois nossa intenção é angariar informações e imagens que possam nos ajudar a reconstruir a história do Cine Palace, desde o início de suas atividades até seu encerramento em 2017, passando por suas mudanças, seus programas de inclusão voltados para professores e alunos de escolas públicas, bem como a recepção de eventos como o “Festival Primeiro Plano”, dos professores e estudantes da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), e, finalmente, o movimento “Salve Cine Palace”, que surgiu a partir da notícia do fechamento definitivo do espaço. Acreditamos que o levantamento histórico será de suma importância para mapear toda esta memória, porém, também acreditamos que as micro-histórias, as histórias pessoais de trabalhadores e frequentadores do cinema são igualmente importantes, sobretudo quando entendemos essas salas como esses “lugares de memória”. Por isso, fazem-se necessárias entrevistas semiestruturadas com interlocutores que frequentavam o cinema.

Para entrar no debate sobre os hábitos de consumo e o apagamento desses espaços, mobilizamos uma revisão bibliográfica para tratar o tema. Inicialmente, buscamos inserir a compreensão da Escola de Frankfurt, com a “reprodutibilidade técnica” de Walter Benjamin (1935), para esboçar um início de discussão. Entretanto, também inserimos a concepção dos Estudos Culturais, com Néstor García Canclini (1995), que pontua a influência da globalização e da modernidade, na fragmentação das experiências culturais, reconfigurando constantemente a lógica do espaço urbano e do consumo. Para tanto, também achamos relevante citar Douglas Kellner (2001) e Jesús Martín-Barbero (1997) como referências essenciais para o debate de mudanças de hábitos de consumo das mídias audiovisuais, bem como para a formação de identidades. Ainda dentro dessa argumentação, desejamos refletir sobre o conceito de “memória tecnostálgica” (Ferraz, 2024) como uma alternativa ao apagamento dessas salas de cinema, onde o passado e o presente se alinham para manter viva a memória desses locais.

Por se tratar de uma pesquisa que ainda está em seu primeiro ano de atividade, estamos focando em desenvolver o levantamento histórico do objeto de estudo, para posteriormente colher as entrevistas em conjunto com os interlocutores e progressivamente pensar o que podemos relacionar entre o histórico do cinema estudado e o que levantamos como mudanças de hábitos de consumo de mídias audiovisuais e o apagamento de salas de cinema.

Palavras-chave: Memória. Cinema de rua. Consumo. Sociabilidade. Cine Palace.

Referências

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. 2. ed. Tradução de Francisco de Ambrosio. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

FERRAZ, Talitha. **Entre arquiteturas e imagens em movimento: cinemas, corporeidades e espetação cinematográfica na Tijuca**. Logos – Comunicação e Audiovisual, Rio de Janeiro, ano 17, n. 1, p. 43-55, 1º semestre de 2010. Disponível em: <https://www.revistas.ufrj.br/index.php/logos>. Acesso em: 15 jun. 2025.

FERREZ, Talitha. **Narrativas tecnostálgicas: memórias e legitimações cinematográficas em filmes sobre cinemas**. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 33., 2024, Niterói. Anais eletrônicos... Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2024. Disponível em: <https://proceedings.science/p/187239?lang=pt-br>. Acesso em: 19 jul. 2025.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Tradução de Ivone Benedetti. Bauru: EDUSC, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. Prefácio de Néstor García Canclini. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MUSSE, Christina Ferraz; AVELAR NETO, Gilberto Faúla; HENRIQUES, Rosali Maria Nunes. **Os cinemas de rua de Juiz de Fora: memórias do Cine São Luíz**. Juiz de Fora, FUNALFA, 2017.

NORA, Pierre. **Entre memória e história: a problemática dos lugares**. In: Projeto História. São Paulo, 1993.

O Cinema e a Performance como uma forma de expressão decolonial:

Uma análise de *Alma no Olho* e *Noir Blue*

Helom Paulino Ferreira⁴²

Julia Gonçalves Declié Fagioli⁴³

Resumo expandido:

A presente pesquisa tem por objetivo analisar os filmes *Alma no Olho* (1974) de Zózimo Bulbul e *Noir Blue – Deslocamentos de uma dança* (2018) de Ana Pi, sob a ótica do conceito de performance. Para tanto, a base teórica principal fundamenta-se nas contribuições de Richard Schechner (2006), Diana Taylor (2012) e Marvin Carlson (2010). Buscamos investigar de que maneira nos filmes mencionados, a performance dos corpos dos realizadores e a política se relacionam na busca por reflexões decoloniais, mesmo as obras estando dentro de contextos históricos distintos.

Em ambos os filmes, os realizadores performam partir de suas próprias vivências, projetando na tela uma reflexão sobre os problemas sociorraciais em que estão inseridos. Mesmo com as diferenças contextuais entre as obras, que também serão exploradas no decorrer da pesquisa, é possível observar em ambas o que Taylor (2013) denomina *Performance Art*, que diz respeito ao conjunto de artes visuais que utilizam o corpo como meio. Essa abordagem dialoga com o conceito de performance resistência, “baseada primeiramente em material autobiográfico e frequentemente dedicada a dar voz aos indivíduos ou grupos previamente silenciados”. (CARLSON, 2010, p. 187).

Além da performance, um elemento crucial de conexão entre os filmes é a mensagem decolonial, para Grada Kilomba (2019), é necessário que se exerça os chamados “discursos marginais”, que acontecem quando parcelas da sociedade previamente silenciadas têm a possibilidade de contar suas vivências e histórias. Essa abertura para o discurso de oposição à cultura hegemônica branca possibilita a descolonização, que ocorre, segundo bell hooks (2019, p. 40), quando se representa a cultura negra de resistência e o amor pela negritude. É nesse movimento que o indivíduo, que antes se encontrava “encarcerado em fantasias brancas do que ele

⁴² Discente do 1º ano do Mestrado/ em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias. Bolsista FAPEMIG E-mail: helompaulino@msn.com.

⁴³ Mestra e doutora em Comunicação Social pela UFMG. Professora colaboradora do PPGCOM-UFJF e professora do Curso de Cinema e Audiovisual da PUC Minas. e-mail: julia.fagioli@gmail.com

deveria ser" (KILOMBA, 2019, p. 224), tem a oportunidade de contar a sua própria história e a de seu povo. Entendemos assim, que o cinema negro é um ambiente propício ao exercício dos discursos marginais e do pensamento decolonial, nosso estudo se aprofundará na investigação de como esse processo se desenvolve.

A metodologia empregada para alcançar os resultados almejados é a análise fílmica. Contudo é importante ressaltar que, conforme Aumont (2009, p. 30-31), não existe uma fórmula universal para sua aplicação, e cada análise pode revelar novos elementos atrelados à obra, o que torna a análise fílmica um exercício atemporal. Apesar de não existir um método universal é necessário que se conheça a história do cinema e dos discursos que o filme suscitou, se perguntando que leitura desejamos fazer do filme (AUMONT, 2009, p.30-31). Trata-se de um exercício que, para além dos elementos técnicos, exige a contextualização do momento histórico de produção. Esse processo, que requer maturidade e rigor, não busca recriar a obra, mas sim interpretá-la (VANOYE & GOLLOT-LÉTÉ, 2002).

Nossa pesquisa se encontra no segundo ano do mestrado, às vésperas da qualificação. O desenvolvimento do objeto em congressos e artigos científicos permitiu o surgimento de novas questões, as quais iremos explorar, na busca por investigar e entender como a performance e a política podem ser utilizadas no cinema como uma forma de reflexão sobre temas sociorraciais relevantes.

Palavras-chave: Performance; Cinema Negro; Decolonialismo; Corpos negros, Racismo.

Referências

AUMONT, J. MARIE, M. **A análise do filme**. Tradução: Marcelo Félix. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2009

CARLSON, Marvin. **Performance**: Uma introdução crítica. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2009.

CARVALHO, Noel dos Santos. Esboço para uma história do negro no cinema brasileiro. In: DE, Jeferson. **Dogma Feijoadá**: o cinema negro brasileiro. São Paulo: Imprensa Oficial, 2005b.

FANON, Frantz. **Pele Negra, máscaras brancas**. Tradução Renato da Silveira. Salvador-BA: EDUFBA, 2008.

HOOKS, bell. **Cinema vivido: raça, classe e sexo nas telas**. Tradução de Natalia Engler. São Paulo: Elefante, 2023.

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

KILOMBA, Grada. **Memórias da Plantação**. Episódios de Racismo Cotidiano. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

SCHECHNER, Richard. O que é performance? **O percevejo** – Revista de Teatro, Crítica e Estética, n.12, UNIRIO, Rio de Janeiro, 2003.

TAYLOR, D. **Performance**. Buenos Aires: Asunto Impreso ediciones, 2012.

VANOYE, F. GOLIOT-LÉTÉ, A. **Ensaio sobre análise fílmica**. Tradução: Marina Appenzeller Campinas: Papirus, 1994.

O amor é cego e o ódio é público?

Gênero, etarismo e discursos de ódio na recepção midiática do reality show ‘Casamento às Cegas - Nunca é Tarde’

Jordana Figueiredo Nery⁴⁴

Luiz Ademir de Oliveira⁴⁵

Resumo expandido:

O trabalho propõe uma análise crítica da recepção midiática do reality show Casamento às Cegas Brasil – Nunca é tarde, com foco na circulação de discursos de ódio, misoginia e etarismo nas redes sociais por meio da análise de postagens e comentários em perfis de entretenimento do Instagram, como @choquei e @alfinetei, que funcionam como mediadores culturais dos afetos digitais contemporâneos. Parte-se do entendimento de que reality shows de relacionamento operam como dispositivos simbólicos que, ao representar afetos e corpos, reforçam ou tensionam normas sociais relacionadas a papéis de gênero, padrões estéticos e, neste caso, estereótipos de idade.

A nova temporada do programa introduz um recorte geracional inédito, reunindo participantes acima de 50 anos, pertencentes às gerações baby boomer e X. Segundo o IBGE, mais de 26% da população brasileira tem mais de 50 anos, sendo um grupo relevante, mas ainda marginalizado nas representações midiáticas. Nesse contexto, o projeto investiga como a exposição de corpos maduros ao espetáculo digital provoca respostas afetivas, utilizando de postagens e comentários em redes sociais durante a exibição do programa. Busca-se compreender de que maneira os afetos mobilizados pelo conteúdo produzem discursos, seja de ódio ou identificação, sobre envelhecimento feminino e performances afetivas “adequadas” para mulheres maduras.

Os objetivos incluem: analisar como os perfis apresentam os episódios e personagens; investigar se há amplificação de discursos misóginos e etaristas; compreender como os comentários reforçam ou tensionam essas normas; e discutir sobre o papel da mídia na legitimação de discursos moralizantes. A fundamentação teórica dialoga com autores como

⁴⁴ Discente do primeiro ano do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa “Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais”. E-mail: jordana.nery@gmail.com

⁴⁵ Bolsista de Produtividade do CNPq – Nível 2, Mestre e Doutor em Ciência Política pelo IUPERJ, Mestre em Comunicação Social pela UFMG, docente e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Letras (PROMEL) da UFSJ e do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSJ e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da UFJF. E-mail: luizoli@ufsjs.edu.br

Pierre Bourdieu (1989; 2002) sobre violência simbólica, Judith Butler (2003) a partir da performatividade de gênero, Simone de Beauvoir (2016) sobre envelhecimento e subjetividade feminina e Suely Rolnik (2006) no campo da cartografia afetiva. Também serão mobilizados autores dos estudos de mídia e cultura digital como Jenkins (2009) e Di Felice (2003), teóricos de cultura de massa como Douglas Kellner (2001) e Edgar Morin (1997) e indústria cultural, como Adorno e Horkheimer (2000), além de estudiosos do envelhecimento como Guita Debert (1998; 2020) e Erdman Palmore (1999).

Metodologicamente, a pesquisa articula a análise crítica do discurso e a cartografia afetiva. A primeira permite observar enunciados normativos e moralizantes no conteúdo e sua recepção; a segunda, mapear os fluxos afetivos e simbólicos nas postagens e reações dos usuários. O corpus será composto por episódios selecionados, além de postagens e comentários de maior engajamento nos perfis analisados.

Atualmente, a pesquisa encontra-se na fase de revisão teórica. Os próximos passos envolvem a coleta de dados em tempo real, acompanhando a repercussão da nova temporada, e a aplicação dos procedimentos analíticos com vistas a compreender como gênero e idade são negociados e recebidos em contextos de visibilidade pública mediados pela cultura digital.

Palavras-chave: Gênero; Etarismo; *Reality Show*; Discurso de ódio; Mídias digitais;

Referências

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

BEAUVOIR, Simone de. *A velhice*. Tradução de Maria Helena Franco Martins. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1989.

BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

BUTLER, Judith. *Problemas de Gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

DEBERT, Guita Grin. *A reinvenção da velhice: Socialização e processos de reprivatização do envelhecimento*. São Paulo: Edusp, 1998.

DEBERT, Guita Grin. Gênero, envelhecimento e cultura: intersecções e deslocamentos. In: CUNHA, Juliana (org.). Envelhecer: experiências, desafios e representações. São Paulo: Contexto, 2020. p. 33– 46.

DI FELICE, Massimo. Redes digitais e sustentabilidade: as novas mediações sociais. São Paulo: Paulus, 2003.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2009.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia. Bauru: EDUSC, 2001.

MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

PALMORE, Erdman. Ageism: Negative and Positive. 2. ed. Nova York: Springer Publishing Company, 1999.

ROLNIK, Suely. Cartografia sentimental. Transformações contemporâneas do desejo. São Paulo: Estação Liberdade, 2006.

A montagem-ensaio nos filmes de arquivo de Jean-Gabriel Périot

Tainá Moraes⁴⁶

Julia Fagioli⁴⁷

Resumo expandido:

Jean-Gabriel Périot é um cineasta francês que monta seus próprios filmes. Durante estágio no Centro Pompidou, desenvolveu uma técnica de montagem de arquivos sem o uso da palavra, sem narração ou cartelas. Seus filmes têm caráter histórico e político ao explorar imagens de arquivo sob um olhar contemporâneo, criando reenquadramentos e reinterpretações.

Timothy Corrigan, em “O filme-ensaio: desde Montaigne e depois de Marker” (2015), sugere uma relação necessária entre imagem e palavra no filme-ensaio. No entanto, dois curtas de Périot no início da carreira oferecem outro caminho para pensar o ensaio: *Eût-Elle Été Criminelle...* (2006) e *200.000 fantômes* (2007).

Eût-Elle Été Criminelle... utiliza trechos de documentários da Segunda Guerra Mundial, divididos em duas partes. A primeira apresenta uma montagem frenética de imagens da ocupação alemã na França, ao som distorcido de “A Marselhesa”. Após a liberação de Paris, a comemoração é celebrada com o mesmo hino. A segunda parte desacelera e reenquadra algumas imagens, revelando uma nova narrativa: mulheres tidas como traidoras, acusadas de se relacionar com alemães, são humilhadas publicamente, com as cabeças raspadas por homens sorridentes. O hino, agora cantado, acentua o contraste entre a trilha e a violência das imagens.

“*200.000 fantômes*” é composto de 600 fotos, produzidas entre 1914 e 2006, nos arredores do *Genbaku Dome*, em Hiroshima. As imagens, sobrepostas cronologicamente, mantêm o domo no centro. Périot ignora deliberadamente a desproporção do enquadramento das fotos criando um certo caos visual, especialmente nas bordas da imagem, na medida em que as fotos vão sendo empilhadas. Porém, é esta mesma sensação caótica que nos permite ver as mudanças na cidade ao redor do prédio. A música calma é pontuada pelo som da passagem de um avião enquanto o bonde elétrico e os carros aparecem na ponte em frente ao prédio. A bomba atômica é marcada por um clarão seguido do som de explosão, rápido e sem aviso, e sumindo para o silêncio

⁴⁶ Discente do 1º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias. Bolsita PBPB. E-mail: taina.moraes@estudante.ufjf.br

⁴⁷ Professor(a) orientador(a). E-mail: julia.fagioli@gmail.com

e a tela escura. Após algumas imagens de total destruição, o *Genbaku Dome* ressurge, a música recomeça e as fotos voltam a ser empilhadas. Uma pessoa surge em uma foto. Aos poucos a cidade volta à vida. Mesmo com a modernização ao redor, o domo permanece em ruínas, símbolo da memória e da resiliência de Hiroshima.

Ambos os filmes usam estratégias de montagem geralmente ocultas nos produtos finalizados. Em *Eût-Elle Été Criminelle...*, por exemplo, ao reenquadrar as imagens das mulheres, a baixa qualidade ao ampliar os quadros é propositalmente exposta. Assim, Périot revela o processo de montagem, orientando o olhar do espectador. Para Corrigan, a palavra é essencial ao filme-ensaio, mas nestes casos, é a montagem que conduz a narrativa ensaística. O objetivo aqui é refletir sobre como esses dois curtas tensionam os limites entre narrativa, linguagem e montagem audiovisual.

Palavras-chave: Cinema. Montagem. Imagens de Arquivo. Ensaio. Documentário.

Referências

AMIEL, V. **Estética da Montagem**. Lisboa: Texto&Grafia, 2010.

AUMONT, J. **Montage**. Montreal: Caboose, 2020.

BENJAMIN, W. Sobre o conceito de história. In: BENJAMIN, W. **Walter Benjamin - Obras escolhidas. Vol. 1. Magia e técnica, arte e política: Ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1987, p. 222-232.

CORRIGAN, T. **O filme-ensaio: desde Monataigne e depois de Marker**. Campinas: Papirus, 2015.

FARGE, A. **O sabor do arquivo**. São Paulo: USP, 2009.

LISSOVSKY, M. Quatro + uma dimensões do arquivo. In: MATTAR, Eliana. (Org.). **Acesso à informação e política de arquivos**. Rio de Janeiro, 2004, p. 47-63.

MOURÃO, M. D. G. (2006). A montagem cinematográfica como ato criativo. In: Significação: Revista De Cultura Audiovisual, 33(25), 229-250.

PEARLMAN, K. **Cutting Rhythms: Shaping the Film Edit**. Oxford: Elsevier/Focal Press. 2009.

RUSSELL, C. **Archiveology: Walter Benjamin and archival film practices**. Durham: Duke University Press, 2018.

Vem aí... o que já foi!

Narrativas e instrumentalização da nostalgia na era dos *remakes*

Dowglas Franco Mota⁴⁸

Christina Ferraz Musse⁴⁹

Resumo expandido:

Nos últimos dez anos, a televisão brasileira tem intensificado a produção de remakes, sobretudo de telenovelas. Frente a essa tendência, o presente projeto propõe analisar as estruturas narrativas e os elementos que compõem esses *remakes*, com foco *no remake* da telenovela “Vale Tudo” (TV Globo). O objetivo central é identificar os apelos nostálgicos presentes na narrativa, utilizados para atrair o público, considerando tanto os fãs saudosistas quanto as novas gerações. A hipótese que nos norteia é que tais apelos são estratégias mercadológicas que exploram a memória afetiva do público, estimulando engajamento e audiência.

A fundamentação teórica articula conceitos de nostalgia, memória, narrativa e teledramaturgia, fundamentando a análise sobre a presença crescente de resgates do passado na programação televisiva. O campo da televisão é privilegiado pela sua capacidade de refletir a relação entre memória e sociedade, visto que conteúdos televisivos atuam como “ícones digitais” capazes de transportar os espectadores a momentos passados compartilhados socialmente. Autores como Cruz e Ferraz (2018), Musse (2020) e Huyssen (2004) oferecem bases para compreender a nostalgia como fenômeno cultural e econômico, enquanto Pallister (2019) e Lavigne (2014) aprofundam a discussão sobre *remakes* e seus desdobramentos midiáticos.

A pesquisa será dividida em dois momentos: a primeira etapa visa a compreensão teórica e conceitual do fenômeno *remake* e seus aspectos narrativos; a segunda etapa, a análise do objeto de pesquisa. Entre os resultados esperados, estão a identificação de padrões narrativos nostálgicos utilizados nos remakes, os elementos que são mantidos ou atualizados em relação à obra original, e a maneira como diferentes públicos reagem a essas estratégias. A análise busca compreender também os riscos e tensões envolvidos na produção de remakes, como a comparação inevitável com a versão original e a necessidade de adaptação às novas linguagens e sensibilidades contemporâneas. Em última instância, o estudo pretende contribuir para o debate sobre o papel da nostalgia como força cultural e econômica, e sobre como a televisão contemporânea lida com esse

⁴⁸ Discente do segundo ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias. E-mail: dowgmota@hotmail.com.

⁴⁹ Professora orientadora. E-mail: cferrazmusse@gmail.com

sentimento.

Palavras-chave: Memória. Nostalgia. Teledramaturgia. Narrativa. Remake.

Referências

BOYM, Svetlana. *The future of nostalgia*. New York: Basic Books, 2001.

BRESSAN JUNIOR, Mario Abel. *Memória teleafetiva*. Florianópolis: Insular, 2019.

HUYSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

LAVIGNE, Carlen. *Remake television: reboot, re-use, recycle*. United States: Lexington Books, 2014.

LODDER, Matt. Nostalgia. In: LEPINE, Ayla; LODDER, Matt; MCKEVER, Rosalind (org.). *Revival: memories, identities, utopias*. London: Courtauld Books Online, 2015. p. 27.

LOWENTHAL, David. *The past is a foreign country*. Cambridge: Cambridge University Press, 1985.

MOTTA, Luiz Gonzaga. *A análise crítica da narrativa*. Brasília: UNB, 2013.

NIEMEYER, Katharina. *Media and nostalgia: yearning for the past, present and future*. London: Palgrave Macmillan, 2011.

PALLISTER, Kathryn. *Netflix nostalgia: streaming the past on demand (Remakes, Reboots, and Adaptations)*. United States: Lexington Books, 2019.

SANTA CRUZ, Lucia; FERRAZ, Talitha. A propósito da nostalgia. In: SANTA CRUZ, Lucia; FERRAZ, Talitha (org.). *Nostalgias e mídia: no caleidoscópio do tempo*. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2018. p. 5–11.

**Mesa 5 - Plataformas, algoritmos e
jornalismo: reconfigurações da comunicação
na era digital**

Inteligência artificial e meio ambiente em narrativas jornalísticas no Brasil e na Inglaterra: análise de enquadramentos nos websites Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo, The Guardian e The Times

Mariana Coelho Floriano ⁵⁰

Telma Sueli Pinto Johnson ⁵¹

Resumo expandido:

A presente pesquisa busca investigar como e até que ponto os impactos ambientais causados pela evolução da Inteligência Artificial (IA), especialmente os relacionados ao elevado consumo energético e hídrico dos *data centers*, são tratados pelo jornalismo *mainstream*. O foco está nos enquadramentos midiáticos sobre a crescente demanda por eletricidade e água para o funcionamento de sistemas de Inteligência Artificial Generativa (IAG), tendo em vista o cenário de escassez hídrica global (D'Andréa, 2023; Ren, 2023) e a intensificação da crise climática (Nobre, 2024).

A pesquisa concentra-se na análise de matérias publicadas entre setembro de 2024 e agosto de 2025 nos websites dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, no Brasil, e *The Guardian* e *The Times*, no Reino Unido. A escolha dos veículos leva em conta suas posições político-ideológicas contrastantes, progressistas e conservadoras, e sua relevância como *quality papers* em contextos geopolíticos distintos. O objetivo geral é compreender como esses jornais (in)visibilizam os riscos ambientais provocados pelas IAGs, com base na teoria da sociologia das expectativas (Borup et al., 2006).

A metodologia combina métodos digitais (Rogers, 2019), análise de conteúdo híbrida (Bardin, 2011) e análise crítica de narrativas (Motta, 2011; Martino, 2018), estruturada em cinco dimensões: narrativa, ancoragem na realidade, pontos de vista, contexto social e silêncios. O referencial teórico ancora-se em autores como Santaella e Kaufman (2024), Goffman (2012), Bucher (2017), Borup et. al (2006), que discutem os impactos sociotécnicos da IA, além da noção de enquadramentos noticiosos, imaginários algorítmicos, e o papel do jornalismo na mediação de expectativas tecnológicas.

⁵⁰ Discente do 2º ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. E-mail: marianacfloriano@gmail.com.

⁵¹ Professora orientadora. E-mail: telma.johnson@ufjf.br

Os resultados parciais, apurados em um pré-teste realizado com publicações do mês de setembro nos referidos objetos, indicam que, embora o jornalismo brasileiro apresente um volume maior de matérias sobre IA e meio ambiente, a abordagem tende a ser superficial. Questões como o consumo hídrico dos *data centers* são mencionadas apenas de forma pontual, sem aprofundamento crítico. Já no contexto britânico, o *The Guardian* apresenta cobertura mais incisiva e crítica, denunciando empresas responsáveis pelas emissões de gases do efeito estufa. O *The Times*, por sua vez, tende a suavizar os impactos ao valorizar o uso de energia nuclear como solução limpa, ocultando riscos como o descarte de resíduos radioativos.

Constata-se, assim, que os enquadramentos jornalísticos moldam imaginários sociais sobre a IA, validando discursos que podem comprometer a esfera pública. No Brasil, observa-se um certo silêncio diante do potencial do país como alternativa sustentável, considerando sua matriz energética majoritariamente renovável. A próxima etapa da pesquisa consiste em aprofundar a análise qualitativa comparativa nos 11 meses restantes de apuração, com vistas a compreender as implicações desses enquadramentos para o debate público ambiental e tecnológico.

Palavras-chave: Inteligência Artificial Generativa. Meio ambiente. Data centers. Enquadramento. Sociologia das Expectativas.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BORUP, M. et al. The sociology of expectations in science and technology. **Technology Analysis & Strategic Management**, v. 18, no 03-04, p. 285-298, 2006.

BUCHER, Taina. The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. **Information, Communication & Society**, v. 20, no 1, p. 30-44, 2017.

D'ANDRÉA, Carlos. Infraestruturas, inteligência artificial e outras tecnossoluções: Google e a plataforma da emergência climática. **Revista UFMG**, v. 30, 2023. DOI:<https://doi.org/10.35699/2965-6931.2023.47985>.

GOFFMAN, Erving. **Os quadros de experiência social: Uma perspectiva de análise**. Tradução de Gentil A. Tilton. Petrópolis: Vozes, 2012.

MARTINO, Luís Mauro S. **Métodos de pesquisa em comunicação: projetos, ideias, práticas**. Petrópolis: Vozes, 2018.

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

NOBRE, Carlos. Não evoluímos para suportar o clima que estamos levando ao planeta. Entrevista concedida a Luciano Velleda. **Instituto Humanitas Unisinos**, 2024. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/642216-carlos-nobre-nao-evoluimos-para-suportar-o-clima-que-e-stamos-levando-ao-planeta>. Acesso em: 24 jan. 2025.

REN, Shaolei. How much water does AI consume? **OECD. AI Policy Observatory**, 30 nov. 2023. Disponível em: <https://oecd.ai/en/wonk/how-much-water-does-ai-consume>. Acesso em: 14 out. 2024.

ROGERS, Richard. **Doing digital methods**. London: SAGE, 2019. Edição Kindle.

SANTAELLA, Lucia; KAUFMMAN, Dora. A inteligência artificial generativa como quarta ferida narcísica do humano. **Matrizes**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 37–53, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v18i1p37-53>. Acesso em: 25 maio 2025.

Movimentos dataificados e resistência algorítmica: o papel das técnicas nas práticas colaborativas da União Nacional dos Estudantes (UNE)

Ana Lidia Resende Paula⁵²
Kérley Winques⁵³

Resumo expandido:

Inspirada pela abordagem de Milan e Beraldo (2024), que adotam a noção de “movimentos dataificados”, esta pesquisa busca compreender as transformações nas práticas ativistas e comunicativas dos movimentos sociais a partir dos processos de plataformização (Poell, Nieborg e van Dijck, 2020) e dataificação (van Dijck, 2013; Milan e Treré, 2022; Milan e Beraldo, 2024). O centro da discussão está nas experiências vivenciadas e imaginadas pelos estudantes participantes da comunicação colaborativa da União Nacional dos Estudantes (UNE), especificamente dos inscritos na cobertura colaborativa da 14ª Bienal da UNE, realizada em Recife–PE, entre 29 de janeiro e 2 de fevereiro de 2025. O referencial teórico deste trabalho se ancora nos estudos culturais latino-americanos como base para pensar as cidadanias e socialidades mediadas pelas técnicas e nos estudos críticos de plataformas digitais. O Mapa das Mediações Algorítmicas (Winques, 2024) é trazido por nós como um guia teórico-reflexivo para pensar os processos colaborativos na atualidade. Ainda, parte desta investigação discutir de que forma a cobertura colaborativa pode ser considerada um processo de resistência algorítmica (Velkova e Kaun, 2019; Bonini e Treré, 2024).

Nosso objetivo geral é investigar de que forma as técnicas são imaginadas e apropriadas pelos estudantes brasileiros na construção de comunicação e narrativas de resistência a partir da cobertura colaborativa. Nossos objetivos específicos são: 1) Discutir os processos colaborativos e as resistências sobretudo no que tange às transformações dos movimentos sociais no cenário da plataformização; 2) Avaliar a percepção dos estudantes sobre os limites e as potencialidades das plataformas, ou seja, as tensões que permeiam os usos táticos e estratégicos das mediações algorítmicas e *affordances* das plataformas; e 3) Identificar as motivações para a participação na construção de conteúdos colaborativos e se são baseadas em ideais individuais ou coletivos.

Trazemos a etnografia como uma abordagem e não como um método (Peirano, 2014), pois

⁵² Discente do segundo ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa “Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais”. Bolsista Capes. E-mail: ana.resende@estudante.ufjf.br.

⁵³ Professora orientadora. E-mail: kerley.winques@ufjf.br

entendemos se tratar muito mais de uma escolha de intervenção e afetação em relação ao objeto e o contexto do qual faz parte do que puramente um instrumento técnico. Como mencionam Siles, Gomez-Cruz e Ricaurte (2023), a etnografia tem o potencial de ajudar a transformar o poder algorítmico em uma premissa analítica a partir da combinação de abordagens centradas em dados com olhar sensível ao contexto e as experiências vivenciadas pelos sujeitos. Assim, optamos por uma combinação de métodos que envolve: observação participante, notas de campo, aplicação de questionário e entrevistas em profundidade com oito estudantes. O estudo espera esclarecer de que forma os processos colaborativos são mediados pelas tecnicidades e como os estudantes imaginam e se apropriam delas, e negociam suas práticas comunicativas e ativistas em um ambiente digital mediado algorítmicamente.

Palavras-chave: Plataformas digitais. Colaboração. Resistência algorítmica. Movimentos sociais. Movimentos datafificados.

Referências

BONINI, Tiziano; TRERÉ, Emiliano. **Algorithms of resistance: The everyday fight against platform power.** Cambridge: MIT Press, 2024.

MILAN, Stefania; TRERÉ, Emiliano. Big data a partir do Sul/dos Suis: uma matriz analítica para investigar dados nas margens. **Revista Fronteiras**, v. 24, n. 3, 2022.

MILAN, Stefania; BERALDO, David. Data in movement: the social movement society in the age of datafication. **Social Movement Studies**, v. 23, n. 3, 2024.

MILAN, Stefania. Resistance in the data-driven society. **Internet policy review**, v. 13, 2024.

PEIRANO, Mariza. Etnografia não é método. **Horizontes antropológicos**, v. 20, p. 377-391, 2014.

POELL, Thomas.; NIEBORG, David.; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos**, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.

SILES, Ignacio; GÓMEZ-CRUZ, Edgar; RICAURTE, Paola. Toward a popular theory of algorithms. **Popular Communication**, v. 20, n. 2, 2022.

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity: a critical history of social media.** Oxford: Oxford University Press, 2013.

VELKOVA, Julia; KAUN, Anne. Algorithmic resistance: media practices and the politics of repair. **Information, Communication & Society**, v. 22, n. 5, p. 676-693, 2019.

WINQUES, Kérley. **Mediações algorítmicas: articulação entre as dimensões simbólicas e materiais das tecnologias digitais.** Florianópolis: Editora Insular, 2024.

Comunicação Marxista na Era Digital: Estratégias Discursivas e Reconfiguração do Senso Comum no Youtube

Bruno Paiva de Souza⁵⁴
João Paulo Carrera Malerba⁵⁵

Resumo expandido:

Esta pesquisa analisa a comunicação marxista na plataformização digital, focando no YouTube e nos comunicadores Humberto Matos, Jones Manoel, Gustavo Gaiofatto e Ian Neves (2022-2024). Examina como instrumentalizam a plataforma como espaço de disputa hegemônica, confrontando *affordances* algorítmicas que naturalizam discursos capitalistas. *Affordances* são funcionalidades operacionais que “estão diretamente relacionadas ao modo como as ações podem ser datificadas ou modularizadas, o que resulta na implementação de processos e recursos altamente padronizados” (Andréa, 2020, p. 48). O *corpus* são os dois vídeos mais assistidos de cada canal, analisando estratégias discursivas e audiovisuais.

O objetivo geral é analisar elementos discursivos e sua operação dialética na transformação do senso comum em “senso revolucionário”. Os objetivos específicos são: investigar práticas discursivas à luz de conceitos gramscianos (intelectual orgânico, aparelhos privados de hegemonia, reforma intelectual e moral); identificar estratégias discursivas e sensíveis (Sodré, 2006) e relação com engajamento; examinar intertextualidade e interdiscursividade; verificar táticas de agitação e propaganda no espaço digital e documentar evolução das práticas comunicacionais.

Utiliza-se do conceito de plataformização – “reorganização de práticas e imaginações culturais em torno de plataformas” (Van Dijck, Poell e Nieborg, 2020, p. 5) – e na teoria gramsciana da hegemonia como “conquista do consenso e da liderança cultural e político-ideológica” (Moraes, 2010, p. 54). A comunicação marxista no YouTube é interpretada como guerra de posição (Coutinho, 1992) com batalhas semióticas, onde a palavra é “arena onde se desenvolve a luta de classe” (Bakhtin, 2006, p. 37). Os comunicadores atuam como intelectuais orgânicos (Coutinho, 1992), promovendo a reforma intelectual e moral via relação e suprassunção do senso comum (Gramsci, 1999). Apropriam-se criticamente de *affordances* para ressignificar

⁵⁴ Discente do 2º ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. E-mail: brunopaivadesouza2@gmail.com.

⁵⁵ Professor orientador. E-mail: joaopaulo.malerba@ufjf.br.

códigos dominantes. A análise do discurso (Orlandi, 2007; Fairclough, 2012) fundamenta o estudo da interdiscursividade, e a tradição leninista (Moraes, 2018) serve como base para analisar a adaptação da agitação e propaganda ao digital. Metodologicamente, adota-se abordagem qualitativa alicerçada no materialismo histórico dialético, integrando Análise do Discurso com elementos de Análise Fílmica (Penafria, 2009) para examinar recursos audiovisuais.

Atualmente, a pesquisa encontra-se em fase de pré-qualificação. Resultados preliminares apontam para: 1) Filiações ao marxismo-leninismo e articulação de projetos organizativos materiais; 2) Distinções nas fases da comunicação marxista digital, com evolução de formatos; 3) Sub-representação feminina, refletindo desigualdades; 4) Escassez de pesquisas sobre o tema. Os próximos passos envolvem aprofundamento teórico-metodológico, análise do discurso e dos elementos fílmicos no corpus selecionado, e a sistematização dos achados na redação da dissertação.

Palavras-chave: Comunicação marxista. Plataformas. Hegemonia. Senso Comum. Intelectuais orgânicos.

Referências

BAKHTIN, M. M. **Marxismo e filosofia da linguagem:** problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. São Paulo: Hucitec, 2006.

COUTINHO, C. N.. **Gramsci:** Um estudo sobre seu pensamento político. Rio de Janeiro: Ed.Campus, 1992.

D'ANDREA, C. F. de B. **Pesquisando plataformas online:** conceitos e métodos. 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/32043/7/4b44582c-ef3d-4c0a-b8b1-d8d5d1df2762.pdf>. Acesso em: 2 ago. 2025.

FAIRCLOUGH, N.; MELO, I. F. de. Análise Crítica do Discurso como método em pesquisa social científica. **Linha D'Água**, [S. l.], v. 25, n. 2, p. 307–329, 2012.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere (Vol. 1)**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

MORAES, D. de. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 4, n. 1, jan.-jun. 2010. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/view/12420/8298>. Acesso em: 2 ago. 2025.

MORAES, D. de. **Lênin e a imprensa revolucionária**. Blog da Boitempo, São Paulo, 29 nov. 2018. Disponível em:

<https://blogdaboitempo.com.br/2018/11/29/lenin-e-a-imprensa-revolucionaria/>. Acesso em: 2 ago. 2025.

ORLANDI, E. de L. P. **Análise de discurso**: princípios & procedimentos. [s. l]: Pontes, 2007.

PENAFRIA, M. **Análise de Filmes - conceitos e metodologia(s)**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>>. 2009.

VAN DIJCK, J.; NIEBORG, D.; POELL, T.. Plataformização. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.

A comunicação em fluxos da *Vogue Brasil*:
possíveis diálogos entre mídias tradicionais e ambientes digitais

Isabella Sobral⁵⁶
Frederico Braida⁵⁷

Resumo expandido:

A web 2.0, surgida entre 2000 e 2010, também conhecida como “web social” (Almeida, 2024), propiciou a criação e distribuição de conteúdos em rede, bem como a popularização de blogs e redes sociais digitais (Recuero, 2019). Focada no usuário, trouxe mais do que apenas mudanças tecnológicas: ela transformou o modo de consumir conteúdo, democratizando a comunicação. É neste contexto que o presente trabalho se insere: se a web 2.0 trouxe o apagamento das fronteiras entre produtores e receptores de conteúdo, fazendo com que seus papéis se misturassem, como ficam, neste cenário, as mídias tradicionais e a produção do jornalismo convencional?

A cultura digital abarcou consigo o surgimento e popularização de diversos novos aparatos tecnológicos, como *tablets* e *smartphones*; porém, a história das mídias mostra que novos meios não inutilizam os anteriores, mas sim os reintegram, ressignificando seus usos e aplicações: a integração das mídias reacomoda as relações entre elas (Santaella, 2010). Esse fenômeno é conhecido como convergência midiática, principal fenômeno abordado por Henry Jenkins em *Cultura da Convergência* (2022). Tal fenômeno traz consigo a diversidade dos meios e multiplicidade de seus usos, amplificando a conectividade, mobilidade e ubiquidade das mídias (Jenkins, 2022; Santaella, 2010). Além disso, ela permite a expansão da comunicação em fluxos, que se baseia na circulação de diferentes narrativas e linguagens (Castells, 2021; Ferreira, 2022). Levando em consideração o contexto teórico apresentado, a dissertação em construção discute a comunicação em fluxos da *Vogue Brasil* no que diz respeito à expansão de conteúdos, narrativas e linguagens, do analógico ao digital, constituindo um ecossistema midiático que potencialmente se retroalimenta. Sendo assim, a pesquisa partiu da seguinte pergunta: como a revista tem construído e explorado sua comunicação em fluxos? O objetivo do estudo, portanto, é evidenciar como tem se dado a comunicação em fluxos da revista *Vogue Brasil*, e as formas de integração de conteúdos

⁵⁶ Discente do segundo ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa “Redes, linguagens, memórias”. Bolsista CAPES. E-mail: isabellasobral98@gmail.com

⁵⁷ Professor(a) orientador(a). E-mail: frederico.braida@ufjf.br

em um ecossistema midiático. Para isso, serão analisadas as matérias de capa de seis edições da revista - física e digital - publicadas entre os meses de abril e setembro de 2025 e seus possíveis desdobramentos nas principais mídias sociais da *Vogue Brasil*. Como metodologia, serão utilizadas a análise de conteúdo (Bardin, 2020), pesquisa documental e revisão bibliográfica, além de entrevista realizada com a editora-chefe da *Vogue Brasil*, Paula Merlo. Ao final da dissertação, busca-se, além de mapear a comunicação em fluxos da *Vogue Brasil*, verificar se existem diálogos ou dissociações entre a versão tradicional da revista - impressa - e os ambientes digitais, que envolvem os conteúdos da revista digital e os das mídias sociais.

Atualmente, a dissertação está na fase de desenvolvimento teórico. A coleta de materiais para análise está ocorrendo desde o mês de abril de 2025 e se estenderá até setembro do mesmo ano. A pesquisa foi qualificada em maio de 2025 e aprovada pelo Comitê de Ética da UFJF em julho de 2025.

Palavras-chave: Vogue Brasil. Convergência midiática. Jornalismo de moda. Comunicação em fluxos. Cultura digital.

Referências

ALMEIDA, Thaiana Alves de. **Fluxos híbridos multilaterais e os influenciadores digitais: do surgimento à Bianca Andrade**, no BBB20. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2024.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2021.

FERREIRA, Soraya. et al. **Espaços de fluxos**. Juiz de Fora, v. 1, n. 1, 2022.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2022.

RECUERO, Raquel. Mídia social, plataforma digital, site de rede social ou rede social? Não é tudo a mesma coisa? **Medium**, 9 jul. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3HPw70z>. (online)

SANTAELLA, Lucia. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.

A Estratégia Easter-egg em produções para a juventude: tendências de uma narrativa transmidiática

Sara de Moraes⁵⁸

Jhonatan Mata⁵⁹

Paulo Roberto Figueira Leal⁶⁰

Resumo expandido:

Buscamos neste estudo desenvolver o conceito de Estratégia Easter-egg como recurso narrativo aplicado à produção audiovisual voltada para crianças e adolescentes, no contexto da cultura da convergência e da comunicação transmidiática. O objetivo principal é compreender de que maneira elementos narrativos escondidos que estimulam um jogo de caça às referências operam na ampliação do engajamento e na ativação de um público infantojuvenil participativo e crítico, transformando o espectador em um "espectador-investigador" (JOST, 2023). Para isso, tomamos como objeto de análise a Retrospectiva Animada do youtuber Felipe Castanhari, veiculadas desde 2015 no canal Nostalgia. A pesquisa utiliza como metodologia a Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2016), que propõe uma abordagem integral do objeto audiovisual considerando texto, som, imagem, tempo e edição, articulando-os aos elementos paratextuais conforme a tipologia de Genette (1997). Nesse sentido, foram analisadas instâncias como o conteúdo visual e sonoro da produção, suas referências culturais e midiáticas, bem como os comentários e reações do público nas plataformas digitais. Para melhor compreender a Estratégia Easter-egg como uma fruto da transmidialidade, articulamos as contribuições de Scolari (2013) e de Deuze e Becker (2016), buscando, por meio de uma breve linha do tempo, enxergar o uso de Easter-eggs como um recurso narrativo amplificado e reinventado pela possibilidade de manipulação da produção audiovisual por parte dos interagentes. Tomamos também como parâmetro os conceitos de Wolf (1987), Traquina (2004) e Jost (2007) quanto a gêneros e formatos; e de Mata (2019) quanto à produção amadora audiovisual e a Síndrome de Darth Vader (que trata do sujeito oculto presente em uma produção/narrativa justamente por meio de sua ausência). O conceito de Estratégia Easter-egg, desenvolvido para a tese a ser defendida por Moraes (2026), se encontra em fase de análise e redação. Os primeiros resultados indicam que,

⁵⁸ Discente do 4º ano do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, linguagens, memórias. Bolsista FAPEMIG). E-mail: sarademoraes@gmail.com.

⁵⁹ Professor(a) orientador(a). E-mail: jhonatanmata@yahoo.com.br

⁶⁰ Professor(a) coorientador(a). E-mail: paulo.leal@ufjf.br

apesar de aparentemente voltada ao entretenimento, a Retrospectiva Animada mobiliza informações de cunho noticioso e político com forte apelo visual e simbólico, valendo-se do recurso aqui conceituado. Em 2022, por exemplo, observou-se maior tempo de tela dedicado à política (2,5 segundos por referência), ainda que com menor número de menções do que ao entretenimento. Já em 2023, a retração de temas políticos indicou uma escolha editorial consciente frente à polarização sociopolítica, gerando reações negativas do público, o que foi nomeado como “efeito Darth Vader” (Mata, 2019). Buscamos, assim, delimitar o conceito de Estratégia Easter-egg, observando a produção audiovisual como um potencial ponto de partida que não encerra a fruição do conteúdo por completo. É produto, mas também ambiente no qual o interagente pode manuseá-lo em busca de pistas. Estas, por sua vez, levam a paratextos em multicamadas capazes de amplificar ou até alterar o sentido do conteúdo inicial, a depender de três fatores: o número de Easter-eggs encontrados; o acesso/conhecimento/desejo de compreender as “pistas”; e a experiência do interagente.

Palavras-chave: Estratégia Easter-Egg. Audiovisual. Produção Infantojuvenil. Comunicação transmídia Primeira.

Referências

COUTINHO, I. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2016.

BECKER, Beatriz. Vida na mídia: além do jornalismo. Entrevista com Mark Deuze. Revista ECO-Pós, Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, p. 201–216, 2016. Disponível em: https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/8985. Acesso em: 5 ago. 2025.

GENETTE, G. **Paratexts: thresholds of interpretation**. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

JOST, F. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOST, F. Chansons dans le récit audiovisuels. L’auditeur construit. **MusiMid: Revista Brasileira de Estudos em Música e Mídia**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 9–21, 2023.

MATA, J. **O amador no audiovisual: conteúdos gerados por cidadãos comuns**. 1. ed. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2019.

SCOLARI, C. A. **Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan**. Barcelona: Deusdo, 2013.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1987.

Como os temas sobre economia, educação e relações internacionais são trabalhados no webjornalismo?

Uma análise dos sentidos das notícias do Portal Uol e Portal do Planalto na gestão dos presidentes Bolsonaro (2019-2022) e Lula (2023-2026)

Diego Felipe Garcia⁶¹
Luiz Ademir de Oliveira⁶²

Delimitação do tema e objeto

A pesquisa em questão apresenta uma problematização sobre a relação entre mídia e política nos governos de Jair Bolsonaro (2019-2022) e Lula (2023-2026). O ponto de partida são os discursos de posse dos presidentes e as notícias publicadas no site institucional do governo e, como contraponto aos comunicados do governo, serão analisadas notícias publicadas no *Portal UOL*. Portanto, a questão norteadora procura problematizar como os temas relacionados à economia, educação e relações internacionais nos governos de Jair Messias Bolsonaro (2019-2022) e Luiz Inácio Lula da Silva (2023-2026) são (re)significados a partir das notícias do *Portal Uol*?

Objetivo geral

O objetivo geral é problematizar como a produção e distribuição das notícias publicadas pelo *Portal Uol* nas temáticas sobre economia, educação e relações internacionais (re)significam os discursos de posse e as notícias do Portal do Planalto dos governos Bolsonaro (2019) e Lula (2023).

Delimitação do *corpus* e metodologia

O planejamento para o *corpus* de pesquisa é dividido em duas etapas: a primeira visa separar os discursos de posse e realizar um mapeamento quantitativo das notícias com base nos estudos da análise de conteúdo de Bardin (2011). Este levantamento contempla o seguinte recorte

⁶¹ Discente do 2º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa: Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES e membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Identidade e Cidadania da UFJF. E-mail: diegophelipe@yahoo.com.br.

⁶² Professor orientador. Bolsista de Produtividade do CNPq – Nível 2, pós-doutorado em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Doutor e Mestre em Ciência Política pelo IUPERJ, docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). E-mail: luizoli@ufs.j.edu.br.

temporal: a primeira seleção quanto o escopo de notícias referente ao período de governo de Jair Bolsonaro será entre janeiro de 2019 e janeiro de 2022; sobre o escopo de notícias referente ao governo Lula compreenderá ao período de janeiro de 2023 e janeiro de 2026. Esse movimento, além de permitir um entendimento sobre as categorias temáticas (economia, educação e relações internacionais), servirá também como parâmetro tanto para a seleção do número de notícias integrante do *corpus*, quanto para justificar as subcategorias. Com o *corpus* selecionado, o segundo estágio que compete à análise das notícias, cujo aporte teórico metodológico será a Análise Crítica do Discurso, a partir dos estudos de Norman Fairclough (2016).

Revisão de literatura

Nessa pesquisa em específico, é importante destacarmos alguns temas que servem para base de sustentação de argumentos teóricos e metodológicos. Projeta-se, nesse caso, capítulos teóricos sobre a relação entre mídia e política, webjornalismo e as políticas públicas de cada governo. Na revisão de literatura encontramos baixo teor de pesquisas empíricas sobre enquadramento noticioso envolvendo atores políticos, sendo que nenhuma dessas pesquisas utiliza aportes teórico-metodológicos que propõe o estudo da linguagem e sua relação com as transformações sociais.

Primeiros resultados

Nesse momento, estamos finalizando a primeira etapa da pesquisa que é a consolidação do projeto de pesquisa e a elaboração do primeiro capítulo teórico da tese. Nesse capítulo, estabelecemos uma discussão sobre a trajetória da centralidade da mídia à sociedade midiaticizada com base nos argumentos de Adriano Duarte Rodrigues, John Thompson, Muniz Sodré, Antônio Fausto Neto, Stig Hjarvard, José Luiz Braga, Luiz Signates, Wilson Gomes e outros autores que participam dessa construção.

Palavras-chave: Comunicação Política; Mídia; Política; Análise Crítica do Discurso

Referências

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

BRAGA, José Luiz. “Do que não conhecemos não saberemos a resposta”. In. **Epistemologia da comunicação**: reflexões metateóricas sobre o especificamente comunicacional [E-book] / organizador, Luiz Signates. – Goiânia : Cegraf UFG, 2021.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. (Organização de tradução de Izabel Magalhães). 2ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2016.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma analítica midiaticização. In: **Matrizes**. São Paulo, v.1, n.2, p. 89-105, abril. 2008.

GOMES, Wilson. **As transformações da política na era da comunicação**. São Paulo: Editora Paulus, 2004.

GOMES, Wilson. **As transformações da política na era digital**. São Paulo: Editora Paulus, 2025.

HJARVARD, S. Midiaticização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>. Acesso em: 24 ago. 2023.

SIGNATES, L. (2012). Epistemologia da Comunicação na Democracia: a centralidade do conceito de comunicação na análise dos processos políticos. **Novos Olhares**, 1(1), 7-18. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2012.51443>

SODRÉ, Muniz; **A sociedade incivil: mídia, liberalismo e finanças** / Muniz Sodré. – 1. ed. – Petrópolis, RJ : Editora Vozes, 2021.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1998

THOMPSON, J. B. (2008). A nova visibilidade. **MATRIZES**, 1(2), 15-38. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p15-38>
<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38190>

Entre o tempo da ciência e o tempo da informação:
mediações comunicacionais e o produtivismo acadêmico na era da informação acelerada

Roberta Dannemann Vargas Neves ⁶³
Carlos Pernisa Júnior⁶⁴

Resumo expandido:

Este estudo propõe uma reflexão crítica sobre a tensão entre o tempo da ciência e o tempo da informação na era digital, tomando como objeto a comunicação científica no campo da Comunicação e tendo como objetivo analisar como essa disparidade temporal afeta a produção, a avaliação e a circulação do conhecimento científico. Com abordagem teórica interdisciplinar, o trabalho parte da delimitação histórica e metodológica da ciência — ancorada em princípios como o rigor investigativo, a revisão por pares e o acúmulo progressivo de saberes — para compreender os desafios contemporâneos impostos pela aceleração informacional e pela lógica de instantaneidade típica da era digital. Dialogando com autores como Bueno (2010), Meadows (1999), Castells (2003) e Primo (2008), o estudo investiga o impacto de fenômenos como *preprints*, produtivismo acadêmico, *salami science* e retratações e a temporalidade do fazer científico. No contexto atual, em que a ciência se vê pressionada por demandas de visibilidade, impacto e agilidade, a pesquisa examina ainda as novas diretrizes da CAPES para o quadriênio 2025-2028, especialmente no que tange à valorização do impacto social da produção acadêmica, promovendo uma análise crítica das mudanças nos critérios de avaliação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. A metodologia empregada é de natureza qualitativa, com base em revisão bibliográfica e análise documental, articulando o mapeamento teórico com estudos de caso que evidenciam estratégias institucionais de adaptação às novas exigências. Em fase intermediária, a pesquisa busca identificar tanto os riscos do produtivismo e da publicação apressada — que podem comprometer a confiabilidade do conhecimento — quanto oportunidades para uma reorganização da circulação científica, acessível, transparente e socialmente engajada. Embora a aceleração informacional imponha desafios éticos e estruturais, ela também pode colaborar para práticas inovadoras que aproximem a ciência da sociedade sem

⁶³ Discente do segundo ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, linguagens, memórias. E-mail: roberta.ppgcom@gmail.com.

⁶⁴ Professor orientador Carlos Pernisa Júnior. E-mail: carlos.pernisa@ufjf.br

desrespeitar os fundamentos do conhecimento rigoroso. Assim, o estudo propõe caminhos para uma comunicação científica ética, equilibrada e eficaz, capaz de articular a temporalidade própria da ciência com as exigências de um mundo cada vez mais conectado e imediatista.

Palavras-chave: Comunicação científica. Temporalidade. Produtivismo acadêmico.

Referências

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. *Informação & Informação*, [S. l.], v. 15, n. 1 esp., p. 1–12, 2010. DOI: 10.5433/1981-8920.2010v15n1espp1. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>. Acesso em: 04 ago. 2025.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. *Interação mediada por computador: a comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional*. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003. Disponível em: <https://www.teduc1001.net/corpus/000449573.pdf>. Acesso em: 04 ago. 2025.

MEADOWS, A.J. *A comunicação científica*. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

Mesa 6 - Mulheres em cena: mídia, memória e resistências

Atmosferas mediatizadas de corpos gordos: precariedades, emergências e permanências de dinâmicas organizacionais modernas

Adriana Helena de Almeida Freitas⁶⁵
Rennan Lanna Martins Mafra⁶⁶

Resumo expandido:

A tese, ainda em construção, que norteia a escrita do presente trabalho, busca compreender como atmosferas mediatizadas de corpos gordos revelam precariedades, emergências e permanência de dinâmicas organizacionais modernas no/do contemporâneo. Acionamos a noção de atmosferas na tentativa de fazer coro aos Estudos Atmosféricos, campo ainda em formação, dedicado a investigação de fenômenos marcados por uma “hibridez entre individual e coletivo e entre subjetivo e objetivo” (Gajanigo, 2024, p.21). As bases teóricas que nos aproximam de uma perspectiva atmosférica estão ligadas, principalmente, ao pensamento Gumbrecht (2010, 2015), sobretudo na caracterização do contemporâneo a partir das noções de simultaneidades, estagnação e latência. A motivação para tentar apreender o fenômeno de mediação desses corpos enquanto atmosferas se dá a partir de inúmeras tentativas infrutíferas de identificação do problema de pesquisa: sabíamos, desde o início, que algo vinha mudando ao longo dos anos, mas não conseguíamos entender o que.

Nesse contexto, propomos que uma atmosfera mediatizada se constitui a partir de acontecimentos disparadores, simultaneamente da ordem do sentido e da presença (Deleuze, 2007; Gumbrecht, 2010), organizados a partir das relações que estabelecemos com as plataformas digitais. Contudo, observamos que, com o passar do tempo, tais atmosferas apresentam uma tendência à diluição em dinâmicas organizacionais modernas (Mafra, 2022), que as colocam em um constante movimento de atualização/circulação.

De maneira específica, evidenciamos a caracterização desse fenômeno a partir de três grandes atmosferas mediatizadas de corpos gordos. O estudo longitudinal de perspectiva indiciária (Braga, 2008) toma como acontecimentos disparadores de atmosferas: i) a criação do movimento corpo livre (a partir de 2018), ii) a pandemia de covid-19 (2020-2022) e iii) a popularização do uso de canetas emagrecedoras (a partir de 2023). Como objeto de estudo são acionadas publicações

⁶⁵ Discente do 4º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens e Memórias. E-mail: adriana.almeida@estudante.ufjf.br.

⁶⁶ Professor(a) orientador(a). E-mail: rennan.mafra@ufv.br

em redes sociais, reportagens e vídeos publicados no YouTube. A pluralidade de indícios busca suprir o desafio metodológico de apreensão de um fenômeno que é constantemente atravessado por imposições algorítmicas que privilegiam apenas que é instantâneo e recente.

Em linhas gerais, os resultados preliminares da tese apontam que, uma vez que dotadas de caráter acontecimental, é a própria emergência de acontecimentos que precariza essas atmosferas e, conseqüentemente, oportuniza atualizações. De maneira específica, observamos, por exemplo, que, enquanto dinâmicas organizacionais modernas de autenticidade e consumo diluíam a atmosfera do Movimento Corpo Livre (no fim da década de 2010), a emergência da pandemia de covid-19 faz surgir uma série de relações distintas entre corpo-tela e corpo-tela-outros, atualizando essa atmosfera. Da mesma forma, no período pós-pandemia, observamos que tais relações se atualizam mas que seguem sofrendo tentativas de acomodação.

Palavras-chave: Midiatização. Atmosferas. Corpos gordos. Organizações. Contemporâneo.

Referências

BRAGA, J. L. Comunicação, disciplina indiciária. **Matrizes**, [s/l], v. 1, n. 2, p. 73-88, 2008.

DELEUZE, Gilles. **A lógica do sentido**. São Paulo, Perspectiva, 2007.

GAJANIGO, Paulo. Estrutura de sentimentos, Stimmung e atmosfera: uma proposta de sistematização do emergente Mood Studies. **Sociologias**, [S. l.], v. 26, n. 63, p. e-soc122908, 2024.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Nosso Amplo Presente**. O Tempo e a Cultura Contemporânea. São Paulo: Editora UNESP, 2015.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Produção de presença**: o que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Contraponto: Ed. PUC-Rio, 2010.

MAFRA, Rennan Lanna Martins. As organizações modernas e o contemporâneo: notas para uma leitura comunicacional do presente. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 28, n. 3, p. 89, 2022.

**“A saga das negras, Mães feiticeiras, donas do destino, Mães de santo, mães do samba!” -
Mapeamento dos Enredos Afro-femininos das Escolas de Samba do Rio de Janeiro**

Samara Miranda da Silva⁶⁷
Cláudia Thomé⁶⁸

Resumo expandido:

A pesquisa parte da consideração das agremiações carnavalescas como veículos comunicacionais (Rezende e Reis, 2021; Silva e Rezende, 2021; Silva, 2024; Silva, Thomé, 2024), que atuam no processo de aquisição, conhecimento, aprendizado, defesa e perpetuação de memórias, narrativas, histórias e fatos. A partir do resgate de narrativas contidas no livro abre-alas, transmissão dos desfiles e informações disponibilizadas nos sites especializados, propõe-se investigar como as agremiações do grupo Especial e da Série Ouro do Rio de Janeiro, a partir de 1983, apresentaram narrativas sobre feminino negro, sobretudo quando elas dão nome ao enredo.

A pergunta da pesquisa é: Sabendo da raiz matriarcal preta, periférica e fundamentada nos terreiros, como as agremiações narram as mulheres pretas e Yabas femininas do Candomblé Ketu nos seus enredos de 1983 a 2026, quem e como são representadas? Estima-se entender quais as divindades femininas apareceram, qual a recorrência e os termos utilizados. Também se configura como objetivo analisar as fases do feminino nas escolas de samba do Rio de Janeiro. Quais eram as conjunturas políticas brasileiras nos anos em que o protagonismo feminino negro foi verificado. Se ao serem cantadas, essas mulheres foram retratadas como coadjuvantes e pacíficas ou mulheres aguerridas e combatentes também constituem como objetivos específicos.

Justifica-se a escolha da análise dos enredos a partir de 1983 pois este é o último ano de desfile antes da construção da Marquês de Sapucaí, no Rio de Janeiro. A partir de 1984 vários acontecimentos vão influenciar na concepção do desfile, como o local fixo com arquibancadas altas e camarotes, a transmissão televisiva pela TV Manchete e também a fundação da Liga Independente das Escolas de Samba (Liesa). A pesquisa adota a Análise Crítica da Narrativa de Motta (2013), em um percurso construído para observação de narrativas carnavalescas (Silva,

⁶⁷ Discente do 2 ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, linguagens, memórias. Bolsista CAPES/CNPq. E-mail: samara.miranda@estudante.ufjf.br

⁶⁸ Professora orientadora. E-mail: claudia.thome@ufjf.br

2024). De forma conjugada, para análise das transmissões dos desfiles, será utilizada a Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016).

A partir da observação no Portal Galeria do Samba (2024) foram detectadas mais de 200 narrativas que possuem pelo menos uma citação na letra do samba enredo que envolvam Orixás femininas, mulheres em geral e mulheres negras. O trabalho final abrigará um capítulo que apresentará o levantamento de todos os enredos encontrados, formando uma linha do tempo, como o que a Escola Império Serrano apresentou em 1974 chamado “Dona Santa, a rainha do Maracatu”. Outro exemplo é o enredo apresentado pelo Salgueiro em 1963 sobre “Chica da Silva” e pela Mocidade Independente de Padre Miguel em 1976 com o título de “Mãe Menininha do Gantois”.

Após o mapeamento final, serão selecionados dez desfiles para análise, a fim de demonstrar as fases do afro-feminino na Marquês de Sapucaí e as narrativas produzidas, sendo escolhidos por critérios como repercussão pública e personagens invisibilizadas.

Palavras-chave: Escolas de Samba; Afro-feminismos; Comunicação decolonial; Enredos; Ancestralidade

Referências

ALEXANDRE, Claudia Regina. Exu-Mulher e o Matriarcado Nagô sobre masculinização, demonização e tensões de gênero na formação dos candomblés. 01. ed. Rio de Janeiro: Aruanda Editora, 2023.

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.

OYĚWÙMÍ, Oyèrónké. *A invenção das mulheres: construindo um sentido africano para os discursos ocidentais de gênero* Trad. Wanderson Flor do Nascimento. - 1. ed - Rio de Janeiro: Editora Bazar do Tempo, 2021

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise crítica da narrativa. Brasília: Universidade de Brasília, 2013.

REZENDE, Rafael Otavio Dias; REIS, Marco Aurélio. "Jesus da Gente" no carnaval da Mangueira (2020): olhar libertador e resposta à instrumentalização da fé na política. [Trabalho apresentado em congresso]. 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. Virtual. 2021

SILVA, Samara Miranda; REZENDE, Rafael Otavio Dias. *"Zumbi, rei negro dos Palmares": a*

narrativa da Juventude Imperial no Diário Mercantil e Diário da Tarde. [Trabalho apresentado em congresso]. 13 encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil. 2021

SILVA, Samara Miranda. "É DENDÊ, É CATIÇO". Macumbas, narrativas, Joãozinho da Gomeia e resistências: um estudo do livro abre-alas da Escola de Samba Acadêmicos do Grande Rio em 2020/ Samara Miranda da Silva. 2024. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/ppgcom/teses-e-dissertacoes/dissertacoes/>.

SILVA, Samara Miranda; THOMÉ, Cláudia. Preto, gay, nordestino e macumbeiro: ativismo social no desfile da Grande Rio sobre Joãozinho da Gomeia. [Trabalho apresentado em congresso]. 7º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies – Democracia e Educação Midiática, virtual. Novembro 2024.

SODRÉ, Muniz. Samba, o dono do corpo. Rio de Janeiro: Mauad, 1998

THOMÉ, Cláudia. Identidades construídas no ritmo do carnaval carioca. Disponível em: <http://www.letras.ufrj.br/neolatinas/media/publicacoes/cadernos/a9n7/claudia_thome.pdf>. Acessado em novembro de 2018.

THEODORO, Helena. Guerreiras do Samba. Textos escolhidos de cultura de arte popular, Rio de Janeiro, V.6, N.1, P.223-236, 2009. Disponível em: http://www.tecap.uerj.br/pdf/v6/helena_theodoro.pdf. Acesso em novembro de 2023.

Violência de gênero na comunicação:
uma análise de pesquisas na COMPÓS e na SBPJor

Maria Clara Magalhaes Cabral⁶⁹
Christina Ferraz Musse⁷⁰

Resumo expandido:

O ano de 2025 é um marco para o movimento feminista, a luta por direitos humanos e para o combate ao crime de violência de gênero no Brasil pois, em 09 de março, a Lei do Feminicídio completou uma década. A Lei 13.104/2015 torna hediondos os homicídios ocorridos contra as mulheres por serem do gênero feminino.

A rotulação desse tipo de crime, que é a forma mais extrema de violência contra a mulher, foi importante já que, no ano em que ela foi promulgada - pela primeira presidente mulher do Brasil, Dilma Rousseff -, o país ocupava a quinta posição de mais homicídios de mulheres no mundo, segundo dados divulgados em um dossiê da Agência Patrícia Galvão.

Dados divulgados, em 2025, pelo “Anuário Brasileiro de Segurança Pública”, indicam que, em 2024, quatro mulheres foram assassinadas, no Brasil, pelo simples fato de serem mulheres. Um indicador tão grave quanto o índice mundial, que aponta uma mulher ou menina morta a cada 10 minutos pelo companheiro ou por um parente próximo, segundo relatório divulgado, em 2024, pela Organização das Nações Unidas (ONU).

Esses dados mostram que as mulheres continuam sendo mortas e o jornalismo noticia muitos desses casos, nomeando e contando as vidas de algumas dessas mulheres. Para que elas não sejam apenas um número ou porcentagem, mas, sim, cidadãs que tinham nome, história e foram vítimas do ódio ao gênero feminino.

A pesquisa de mestrado tem o intuito de analisar como o jornalismo noticiou casos de feminicídio antes, após a promulgação da Lei, e próximo aos seus 10 anos. Com isso, entender se o jornalismo está reforçando, produzindo ou eliminando estereótipos e/ou modos de narrar, que possam agredir midiaticamente a vítima e/ou familiares.

⁶⁹ Discente do primeiro ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa “Redes, Linguagens, Memória”. Bolsista CAPES. E-mail: mariaclaramcabral@gmail.com

⁷⁰ Professora orientadora. E-mail: christina.musse@ufjf.br

Este trabalho, então, pretende observar o que já foi ou continua sendo pesquisado dentro do campo da comunicação sobre a relação entre comunicação e gênero, próximo de se completar a primeira década da Lei.

Para isso, o trabalho busca fazer um estudo do estado da arte da temática, comparando os “Anais do 33º Encontro Anual da Compós”, ocorrido na Universidade Federal Fluminense em Niterói, entre os dias 23 e 26 de julho de 2024. E dos “Anais do 22º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo”, realizado entre os dias 06 e 08 de novembro de 2024, na Universidade Federal do Pará.

Foram escolhidas a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e a Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), pela importância que têm dentro do campo, por terem Grupos de Trabalho (GTs) específicos voltados para questões de gênero e por receberem pesquisas de diferentes regiões do Brasil.

Ao final, pretende-se perceber como a área acadêmica está pesquisando a relação comunicação e gênero, focando principalmente na questão comunicação e feminicídio, no intuito de entender como e se a temática, que está fortemente presente na sociedade, segundo as estatísticas, também está presente em pesquisas acadêmicas no campo da comunicação.

Palavras-chave: Anais. Feminicídio. Gênero. Lei 13.104/2015. Mulheres.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM JORNALISMO (SBPJOR). Eixo Temático 5: Jornalismo, gênero e questões étnicas. Anais do 22º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Belém, 2024. ISSN 2316-7564. Disponível em: https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2024/trabalhos?prod_proceedings_papers%5BrefinementList%5D%5Btrack.title.pt-br%5D%5B0%5D=5.%20Jornalismo.%20gênero%20e%20questões%20étnicas. Acesso em: 29 jul. 2025.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS). Grupo de Trabalho 8: Comunicação, Gêneros e Sexualidades. Anais do 33º Encontro Anual da COMPÓS, Niterói, 2024. ISSN 2236-4285. Disponível em: https://proceedings.science/compos/compos-2024/trabalhos?prod_proceedings_papers%5BrefinementList%5D%5Btrack.title.pt-br%5D%5B0%5D=GT8%20-%20Comunicação.%20Gêneros%20e%20Sexualidades. Acesso em: 29 jul. 2025.

BRASIL. Lei nº 13.104 de 09 de março de 2015. Altera o art. 121 do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal, para prever o feminicídio como circunstância qualificadora do crime de homicídio, e o art. 1º da Lei nº 8.072, de 25 de julho de 1990, para incluir o

feminicídio no rol dos crimes hediondos. **Diário Oficial da União**: Brasília, DF, 09 de março de 2015. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13104.htm. Acesso em: 29 jul. 2025.

Por que as taxas brasileiras são alarmantes? **Agência Patrícia Galvão**. Disponível em: <https://dossies.agenciapatriciagalvao.org.br/feminicidio/capitulos/qual-a-dimensao-do-problema-no-brasil/>. Acesso em: 28 jul. 2025.

STABILE, A. Feminicídios e mortes de crianças e adolescentes crescem em meio à queda da violência no Brasil, mostra Anuário da Segurança. **G1**, São Paulo, 24 jul. 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2025/07/24/anuario-brasileiro-da-seguranca-publica-mortes.g.html>. Acesso em: 29 jul. 2025.

Uma mulher ou menina é morta a cada 10 minutos por seu parceiro íntimo ou outro membro da família. **ONU Mulheres Brasil**, 25 nov. 2024. Disponível em: <https://www.onumulheres.org.br/noticias/uma-mulher-ou-menina-e-morta-a-cada-10-minutos-por-seu-parceiro-intimo-ou-outro-membro-da-familia>. Acesso em: 29 jul. 2025.

Guerrilheiras do Araguaia:

A representação das mulheres militantes pelo jornal *O Estado de São Paulo*

Tatiane Moreira Análio⁷¹
Paulo Roberto Figueira Leal⁷²

Resumo expandido:

A Guerrilha do Araguaia foi um movimento de luta armada entre comunistas e militares entre os anos de 1967 e 1974 na região conhecida como Bico do Papagaio, situada na fronteira entre os estados do Pará, Maranhão e Goiás (onde atualmente é o Tocantins) durante a ditadura civil-militar. O conflito levou esse nome pelo fato de essa região ser entrecortada pelo rio Araguaia. O objetivo dos guerrilheiros comunistas era instaurar um estado de guerra popular prolongada na região Norte do Brasil e, a partir disso, tentar tomar o poder no país, que estava nas mãos dos militares. As lembranças, desejo por justiça e retomada da história movem o presente trabalho, que interessa observar o lugar das mulheres guerrilheiras, costumeiramente ofuscadas – nesse episódio, em específico; nos conflitos bélicos, como um todo.

A pesquisa em curso examina como o jornal *O Estado de São Paulo* noticiou a participação feminina na Guerrilha do Araguaia do início do conflito, em 1966, durante a ditadura civil-militar, até o ano de 2023. Para isso foi realizada uma filtragem no acervo online do *Estadão*: os nomes e codinomes das guerrilheiras foram pesquisados dentro da edição Brasil e passaram pela filtragem do caderno de política. Dentro desse filtro, foram 33 matérias, no todo, em que os nomes das guerrilheiras são mencionados ou alguma parte de suas histórias, narradas. Das 18 guerrilheiras associadas ao Araguaia, 15 foram mencionadas em algum momento pelo jornal.

Esses números demonstram que as mulheres que lutaram na Guerrilha do Araguaia, mesmo após o fim da ditadura e dos períodos de censura impostos por ela, não aparecem frequentemente em um dos maiores veículos de comunicação do país, o jornal *O Estado de São Paulo*. Algumas mulheres não foram, ao menos, citadas. Em geral, mesmo as nomeadas, estão invisibilizadas ou marcadas a partir de estereótipos de gênero. Nem em 2012, com a Comissão Nacional da Verdade em voga, quando a cobertura sobre as memórias ditatoriais se intensificou

⁷¹ Discente do segundo ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa: Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. Bolsista CAPES. E-mail: analiotatiane@gmail.com.

⁷² Professor(a) orientador(a). E-mail: pabeto.figueira@uol.com.br.

(Sanglard, Tristão, 2014), houve materiais significativos sobre as guerrilheiras, em relação à quantidade de matérias veiculadas.

O método adotado no trabalho se situa, principalmente, na Análise do Discurso (AD) de filiação francesa, que rompeu com o estruturalismo e com o gerativismo. A “disciplina de interpretação”, como ficou conhecida, passou a considerar o sujeito e a história nos estudos da linguagem; e tem como base o materialismo histórico, na linguística e na teoria do discurso, todos perpassados pela psicanálise (Pêcheux; Fuchs; 1975). E, não menos importante, o trabalho se ancora, em sua fundamentação e crítica, nos estudos feministas trazendo autoras brasileiras como Cristina Scheibe Wolff, e Ana Maria Veiga, até os estudos clássicos de Simone de Beauvoir e Virginia Woolf.

Palavras-chave: Ditadura. Mulheres. Guerrilheiras. Feminismo. Jornalismo.

Referências

PÊCHEUX, M.; FUCHS, C. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas [1975]. In: GADET, F.; HAK, T. (Org.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. 3 ed. Campinas: Unicamp, 1997. p. 163-252.

SANGLARD, Fernanda Nalon; TRISTÃO, Marise Baesso. Relatos da ditadura: memórias divulgadas pela imprensa brasileira a partir dos trabalhos da Comissão Nacional da Verdade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 51-65, maio 2014.

SÃO PAULO. **Comissão Nacional da Verdade**. Relatório, Tomo I – Parte II – Documento Verdade e Gênero, 2014. Disponível em: [Verdade e gênero Introdução A Comissão da Verdade do Estado de São Paulo “Rubens Paiva” foi criada para investigar as](#). Acesso em: 20 de setembro de 2024.

SILVA, Marcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre os modos de produção das notícias**. 250p. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), 2010. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/25629>. Acesso em: 23 de setembro de 2024.

A nova face da obediência:
narrativas de submissão feminina nas redes sociais

Simone Cândida da Silva⁷³
Cláudia Thomé⁷⁴

Resumo expandido:

Este estudo investiga os sentidos da submissão feminina narrados por influenciadoras brasileiras nas redes sociais digitais, com foco no TikTok, Instagram e YouTube. Parte-se da observação de que tais narrativas se intensificam num contexto de ascensão da extrema-direita e de moralismo religioso, reforçando normatividades de gênero sob roupagem contemporânea. Mulheres que se apresentam como esposas devotas, mães sacrificadas ou donas de casa recatadas constroem, por meio de performances sofisticadas, conteúdos que associam submissão à realização pessoal, espiritualidade e empoderamento. Narrativas como a da “*tradwife*” (abreviação de *traditional wife*, ou “esposa tradicional”) e da “esposa troféu” articulam repertórios religiosos, afetivos e culturais para oferecer um ideal feminino centrado na obediência, na domesticidade e no amor sacrificial.

A pesquisa, em andamento, tem caráter qualitativo e adota uma abordagem crítica, feminista e decolonial. A metodologia articula a Análise Crítica da Narrativa (Motta, 2013) com uma etnografia digital sensível (Recuero, 2018), orientada pelos saberes localizados (Haraway, 1995; Akotirene, 2019; Collins, 2021). Essa abordagem busca compreender não apenas o que é dito, mas como essas narrativas se estruturam simbolicamente, quem são suas enunciadoras, que regimes de poder as sustentam e quais efeitos de sentido produzem nos imaginários sociais (Silva, 2017). As análises iniciais apontam que a submissão é performada como escolha voluntária e até como ferramenta de poder feminino, em sintonia com valores religiosos e afetivos amplamente compartilhados.

O corpus é composto por perfis de influenciadoras públicas que se identificam com essas narrativas e têm projeção nacional. A seleção considera mulheres que foram fontes de reportagens sobre o tema em veículos como Folha de São Paulo, O Globo e Estadão, ao longo do ano de 2024.

⁷³ Discente do 1º ano do Mestrado em Comunicação do PPGCOM/UFJF, na Linha de Pesquisa Redes, Linguagens e Memórias. Membro do Grupo de Pesquisa “Narrativas Midiáticas e Dialogias” (CNPq/UFJF) e bolsista CAPES. E-mail: silva.simone@estudante.ufjf.br.

⁷⁴ Professora orientadora Dra. Cláudia Thomé. E-mail: claudia.thome@ufjf.br.

A análise examina falas, vídeos, roteiros, hashtags, descrições de perfil e elementos performativos como figurinos, cenários, trilhas sonoras e gestos. A pesquisa busca compreender como essas construções narrativas ativam estruturas simbólicas patriarcais e renovam modelos tradicionais de gênero na cultura digital contemporânea.

A investigação se justifica por sua relevância acadêmica e social. No campo da Comunicação, contribui para a compreensão dos ambientes digitais como espaços de disputa simbólica e performativa. Politicamente, joga luz sobre os modos sutis pelos quais o patriarcado se atualiza, muitas vezes mobilizando a linguagem do amor, da fé e da liberdade de escolha. A próxima etapa da pesquisa consiste na consolidação do corpus e na sistematização da análise narrativa, com foco na identificação dos papéis simbólicos atribuídos a homens e mulheres, e nos valores que legitimam a submissão como ideal feminino. Parte-se da premissa de que compreender essas narrativas é passo fundamental para desnaturalizar estruturas de poder e imaginar outros futuros possíveis para o feminino.

Palavras-chave: Feminismos. Papéis de Gênero. Narrativas. Imaginários. Plataformização.

Referências

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. São Paulo: Polém, 2019.

COLLINS, Patrícia; Bilge, Sirma. **Interseccionalidade**. São Paulo: Boitempo, 2021.

HARAWAY, Donna. **Saberes Localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial**. Cadernos Pagu, 5, 7-41, 1995. Disponível em: <https://ieg.ufsc.br/public/storage/articles/October2020/31102009-083336haraway.pdf>. Acesso em 21 de julho de 2021.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora UnB, 2013.

RECUERO, Raquel. **Introdução à análise de redes sociais**. Salvador: EDUFBA, 2017.

RECUERO, Raquel; BASTOR, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2018.

SILVA, Juremir Machado da. **Diferença e descobrimento. O que é imaginário? A hipótese do excedente de significação**. Porto Seguro: Sulina, 2017.

**Mesa 7 - Narratividade e mídias: práticas,
sentidos e comunidades**

Experiências narrativas imersivas em novas ambiências digitais

Mariana de Toledo Lopes⁷⁵

Carlos Pernisa Júnior⁷⁶

Resumo Expandido:

A evolução tecnológica permite que as pessoas fiquem constantemente conectadas à Internet, fazendo com que essa tecnologia torne-se cada vez mais transparente, processo que consiste na abstração do dispositivo a tal ponto que o usuário não enxergue mais a técnica, mas apenas o resultado dela (Clark, 2004). Quanto mais acostumados a determinada tecnologia, mais transparente ela nos parece, a ponto de se tornar extensão do próprio corpo (McLuhan, 1969). O uso intenso de *smartphones* pode ser exemplo disso, já que traz tanta informação quanto o usuário julga necessária.

Diferente de tempos analógicos, em que era possível projetar nossa voz ou nossa imagem, por meio de megafone ou mesmo transmissão de TV, atualmente podemos estar fisicamente em um ambiente, mas com um grau de imersão tal que faz com que a consciência seja projetada num ambiente digital (McLuhan, 1967), gerando um terceiro lugar, híbrido entre o físico e o digital, o qual chamamos *phygital*⁷⁷. Essa teoria prevê o homem como inteligência central de um sistema que se projeta no espaço, comandando à distância extensões que são capazes de otimizar tarefas e preservar intacto o corpo humano.

A partir da evolução da sociedade, que caminha para uma vida permanentemente conectada, parece-nos que a ideia de ecologia das mídias (Scolari, 2017) torna-se insuficiente, uma vez que deixa de fora os objetos inteligentes, que são cada vez mais usados. A partir da ideia de que vivemos em uma sociedade conectada em tempo integral e observamos as mudanças nos processos de comunicação na atualidade, propomos esta pesquisa, que pretende refletir sobre como a Internet das Coisas – IoT (Santaella, 2013) pode formar uma rede de objetos inteligentes conectados que funcione como ambiência para o desenvolvimento de novos formatos de narrativa.

Nossa hipótese é que, a partir da hibridização dos ambientes físico e digital, bem como a presença do ser humano *onlife* (Floridi, 2015), as narrativas extrapolem os limites dos meios,

⁷⁵ Discente do segundo ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias. E-mail: marianatlopes@gmail.com.

⁷⁶ Professor(a) orientador(a). E-mail: carlos.pernisa@ufjf.br

⁷⁷ Phygital é a junção das palavras physical e digital (ou “físico” e “digital”, traduzindo do inglês). O termo se refere à integração entre os mundos físico e digital em diversas áreas (Rosolen, 2022).

conectando-se em diversos dispositivos e objetos inteligentes, a fim de criar uma narrativa híbrida entre os meios, que, diferente da transmídia (Jenkins, 2008), não só se completa, como se adapta aos meios escolhidos pelo público, criando não só uma nova ambiência para contação de histórias ficcionais como um novo modelo narrativo, que chamamos de histórias pervasivas (Almeida, 2021).

Este trabalho tem por objetivo propor um novo modelo de narrativa que utiliza como plataforma a ambiência conectada por meio de IoT e para isso se vale, além da pesquisa bibliográfica, de um estudo qualitativo, a partir da metodologia científica “Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PDI)”. O trabalho visa a produção do roteiro de uma história pervasiva, que poderá ser programado e experienciado em ambiência *phygital*. Como resultado da pesquisa, espera-se, ainda que não em sua plenitude, algum progresso no desenvolvimento de ambiências *phygitalis* para criação de narrativas pervasivas.

Palavras-chave: Comunicação; Digital; Imersão; Internet das coisas; Histórias Pervasivas.

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.

CLARK, Andy. *Natural-Born Cyborgs: Minds, Technologies, and the Future of Human Intelligence*. [S. l.: s. n.], 2004. v. 29. ISSN 03186431.

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

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

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1967.

MCLUHAN, Marshall. *A galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico*. São Paulo: Editora Nacional, 1972.

SANTAELLA, Lucia; GALA, André; POLICARPO, Cláudio; GAZONI, Rubens. Desvelando a Internet das Coisas. *Revista GEMInIS*, São Carlos, v. 4, n. 2, p. 19–32, 2013. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/141>. Acesso em: 14 nov. 2023.

SCOLARI, Carlos. El translector: lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación. In: *La lectura en España: informe*. Madrid: [s. n.], 2017. p. 175–186.

Para além do ouvir:

funções e competências para a produção de podcast narrativo de carácter documental

Nayara Zanetti Santos⁷⁸

Marco Aurélio Reis⁷⁹

Resumo expandido:

Esta pesquisa propõe pensar as funções e competências exigidas dos jornalistas para a produção de podcast narrativo de carácter documental. O trabalho parte do pressuposto de que o alcance e as características do formato têm viabilizado narrativas jornalísticas que recuperam histórias reais que tiveram alguma cobertura da imprensa anos atrás, mas não com a devida profundidade (Kischinhevsky, 2018). Argumenta-se que o potencial memorialístico desses programas é uma consequência direta das práticas e competências mobilizadas em seus processos de produção. Neste sentido, por meio de revisão bibliográfica e entrevistas semiestruturadas com produtores, o estudo investiga os bastidores das cadeias produtivas dos podcasts narrativos para identificar como essas competências se manifestam no produto final, permitindo que este atue como ferramenta de resgate e ressignificação da memória.

O estudo busca analisar um corpus estratégico que consiga abranger diferentes escalas e modelos de produção. Essa variedade é crucial para observar o fenómeno do politarefismo - acúmulo de múltiplas funções por um mesmo profissional ou por equipes reduzidas. Por isso, foram escolhidos objetos com trajetórias distintas dentro da podosfera⁸⁰, tanto em relação ao tamanho da equipe de produção (que engloba questões como financiamento do programa e, consequentemente, distribuição de funções) quanto ao alcance de público. Tendo isso em vista, o podcast “Praia dos Ossos”, da Rádio Novelo, foi escolhido por ser um modelo de referência na produção de narrativas documentais em áudio (Kischinhevsky; Fraga; Couto, 2023), que conta com 5,4 milhões de downloads⁸¹. Já o programa “Alexandre”, se enquadra como uma produção de um veículo jornalístico consolidado, a Revista Piauí. Enquanto a série “Memórias”, do “Vida de Jornalista”, é um exemplo de produção autoral da produtora independente Rádio Guardachuva.

⁷⁸ Discente do 2024 do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias.

E-mail: nayarazanetti.s@gmail.com

⁷⁹ Prof. Dr. Marco Aurélio Reis. E-mail: marco.reis@ufjf.br

⁸⁰ Ambiente composto por dois ou mais podcasts.

⁸¹ Dado da Rádio Novelo concedido à pesquisa.

Dessa maneira, o objetivo geral desta pesquisa é identificar e analisar as funções e competências jornalísticas que estruturam a produção dos podcasts narrativos selecionados. Para tanto, os objetivos específicos são:

- Definir e correlacionar os conceitos de podcast narrativo, memória, e função e competência no contexto jornalístico;
- Mapear o estado da arte sobre o tema por meio de revisão bibliográfica;
- Analisar os processos de produção dos podcasts selecionados, com atenção ao politarefismo e à distribuição de funções;
- Identificar como as competências mobilizadas pela equipe se manifestam no produto final.

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, fundamentada na metodologia Estudo de Caso (Yin, 2001). Além da escuta atenta dos programas, a principal ferramenta para a coleta de dados é a entrevista semiestruturada com produtores das equipes dos podcasts analisados. A fundamentação teórica parte da caracterização dos formatos de podcast (Ferraretto, 2014), com foco no narrativo como espaço de imersão (Kischinhevsky, 2018 e 2024; Viana, 2022) e na memória como ressignificação de arquivos (Figueiredo, 2010). A análise das práticas produtivas se apoia no conceito de competência de Perrenoud (1999), e na discussão sobre a escuta sensível e a subjetividade como ferramentas de construção ética (Lopes, 2020; Moraes, 2019).

Até o momento, o estado da arte de pesquisas sobre Podcast e Podcast narrativo nos anais dos principais congressos de comunicação do país (Compós, Intercom e SBPJor) e no portal de teses e dissertações da Capes, foi finalizado, tendo como principal resultado a percepção da deficiência de trabalhos sobre as etapas do processo de produção desses programas. A pesquisa está na fase de finalização das entrevistas, seguida pela sistematização e análise dos dados coletados, categorizando as funções e competências identificadas.

Palavras-chave: Podcast narrativo; Funções e competências; memória; narrativas em áudio.

Referências

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Cultura do podcast:** reconfigurações do rádio expandido. Rio de Janeiro: Mauad X, 2024.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio em episódios, via internet:** aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, Santiago de Compostela, v. 5, n. 10, p. 74-81, 2018.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Convergência nas redações:** mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: Carla. Rodrigues (Org.). *Jornalismo online: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Porto Alegre: Sulina, 2009.

LOPEZ, D. C.; Freire, Marcelo. **Inovação e narrativa multimídia em podcasts:** um estudo de caso de Strange Bird. *Temática - Revista eletrônica de publicação mensal*, v. XVI, p. 59-75, 2020.

MORAES, Fabiana. **Subjetividade:** ferramenta para um jornalismo mais íntegro e integral. *Extraprensa*, São Paulo, n. 12, p. 204-219, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/153247/155192>. Acesso em: 4 mar. 2024.

PERRENOUD, Philippe. MAGNE, B. C. **Construir: as competências desde a escola**. Porto Alegre: Artmed, 1999.

REIS, MARCO AURÉLIO; THOME, C. A. . **O narrador dialógico na reconfiguração do Jornalismo pós-guinada subjetiva**. *RIZOMA*, v. 11, p. 27-48, 2022.

SALAVERRÍA, Ramón. *Multimedialidade: informar para cinco sentidos*. In: CANAVILHAS, João (Org.), **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: UBI LabCom, Livros LabCom, 2014.

VIANA, Luana. **Jornalismo narrativo em podcasting:** imersividade, dramaturgia e narrativa autoral. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2022.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos** / Robert K. Yin; trad. Daniel Grassi - 2.ed. - Porto Alegre: Bookman, 2001.

Sociabilidade nas comunidades de leitores: um estudo sobre leituras compartilhadas

Ana Clara Campos dos Santos⁸²
Christina Ferraz Musse⁸³

Resumo expandido:

A pesquisa tem como tema as reuniões periódicas de coletivos que falam sobre livros enquanto forma elementar em que se dá a comunicação; desta forma, utilizaremos como objeto principal de estudo os clubes de leitura presenciais. Como objetivo principal, pretendemos investigar se, além de uma atividade de socialização, os integrantes dos clubes de leitura estão em busca de se inserirem em uma “tribo”, tentando compreender como funciona este senso de pertencimento numa comunidade de leitores. A metodologia incluirá a abordagem do problema de forma qualitativa em uma pesquisa descritiva e explicativa, incluindo trabalho de campo, questionários e entrevistas. Entendemos os clubes de leitura como objetos comunicacionais que aprofundam os sentidos de sociabilidade com o “outro”. Para Marcondes Filho (2021), o “outro” pode ser considerado um espelho ao qual nos expomos e com o qual interagimos em uma troca de energias. Em um clube do livro, a vivência da leitura como ato solitário se transforma em uma experiência, após a escuta e o pensar conjuntamente. Um primeiro formato de clube de leitura, apontado por Manguel (1997), foi identificado no século XV, com reuniões entre mulheres fiandeiras no Canadá - uma delas começava a leitura de alguns capítulos de livros escritos por homens para as demais, que interrompiam com comentários, objeções e explicações sobre as leituras do ponto de vista feminino. Maffesoli (2001, p. 28) utiliza a metáfora da “tribo” para falar sobre grupos em que há “partilha sentimental de valores, de lugares ou de ideais que estão, ao mesmo tempo, absolutamente circunscritos (localismo) e que são encontrados, sob diversas modulações, em numerosas experiências sociais”. Desta forma, vamos pensar os clubes de leitura presenciais como encontros entre a “tribo” de Maffesoli, em lugares em que o societal substitui o individualismo. Os encontros não ocorrem em casa ou no trabalho, e sim num “terceiro lugar” que, para Oldenburg (2023), é onde as pessoas se refugiam para escapar do estresse do dia a dia. Atualmente, a pesquisa se encontra em fase de revisão bibliográfica, da qual resultou o primeiro

⁸² Discente do segundo ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa “Redes, Linguagens, Memórias”. E-mail: anaclara.santos@ufjf.br

⁸³ Professora orientadora. E-mail: christina.musse@ufjf.br

capítulo teórico, contextualizando a história da leitura. Como primeiros resultados, compreendemos que a leitura, mesmo podendo ser realizada apenas individualmente, sempre foi uma atividade possível de ser compartilhada; entretanto, há diversas maneiras de compartilhar leituras e os clubes não são buscados por todo leitor. Por meio de breve observação participante em clubes de leitura, percebemos que estes são buscados por seus integrantes especialmente para que haja uma troca de experiências e a escuta de outros pontos de vista, até mesmo quando a obra não agrada totalmente. Como próximos passos, vamos desenvolver um capítulo teórico sobre a noção de comunidade, vínculo e “tribos urbanas”; após, a pesquisa será submetida ao comitê de ética; somente a partir daí faremos um questionário com leitores, observação participante e entrevistas.

Palavras-chave: Clube de Leitura. Comunidade. Sociabilidade. Comunicação. Encontro.

Referências

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo na sociedade de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MANGUEL, Alberto. **Uma história da leitura**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

MARCONDES FILHO, Ciro. O olhar como comunidade sensível: Imersão, espelho e terceira figura no processo comunicacional do olhar no face a face. In: SIGNATES, L. (Org.). **Epistemologia da comunicação: reflexões metateóricas sobre o especificamente comunicacional** [E-book]. Goiânia: Cegraf UFG, 2021. 395 p.

OLDENBURG, Ray. **The great good place**: cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community. New York: Marlowe & Company, 2023.

Narrar é criar pontes:

estratégias de compreensão e jornalismo de subjetividade em “Banzeiro Òkótó”, de Eliane Brum

Elisabetta Mazocoli⁸⁴

Christina Musse⁸⁵

Resumo expandido:

Encontrar uma forma de narrar os conflitos políticos e sociais que envolvem a Amazônia se tornou uma preocupação para jornalistas, pesquisadores e historiadores. É esse mesmo dilema que mobiliza a jornalista Eliane Brum, que há 35 anos escrevia pautas para o jornal El País abordando questões ambientais, com foco especial na cobertura da instalação de Belo Monte e na relação da usina com as comunidades ribeirinhas. Depois de anos de aprofundamento, ela lança o livro "Banzeiro Òkótó: Uma viagem à Amazônia centro do mundo", em 2021, em que faz uma mistura de relato pessoal, crônicas sobre a sua vida na Amazônia e investigação jornalística sobre diferentes temas dos quais aquela região é palco. A obra é um marco não só na abordagem da floresta, mas também na própria experiência da autora, que parece radicalizar o que chama até então de “jornalismo de desacontecimentos”.

Para conseguir dar conta das contradições da região e também do estranhamento que sentia em relação à mesma, a repórter, que se muda para Altamira, busca mergulhar sobre as limitações que a própria linguagem e o jornalismo guardam, como na questão já lançada em um dos seus trabalhos anteriores. “Contar a história daquelas populações era uma denúncia da violência que sofriam, mas essa denúncia usava o mesmo instrumento do violador” (Brum, 2017, p. 218). Para contornar esse cenário e tentar se aproximar cada vez mais do ponto de vista da população vulnerabilizada da Amazônia, a autora entende que é preciso fazer esforços narrativos e promover deslocamentos que deem conta dessas diferenças e busquem diminuí-las.

O formato de livro-reportagem, então, é escolhido seguindo a trajetória da autora de envolvimento com a tradição do Novo Jornalismo ou Jornalismo Literário. Essas características aparecem, como destaca Felipe Pena (2006), pela escolha de fontes, por captar recursos da literatura, pela possibilidade do jornalista se colocar no texto e também pela mudança de foco das pautas, dessa vez se voltando tanto para as pessoas comuns quanto para as fontes oficiais. A autora muda o foco

⁸⁴ Discente do segundo ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias.. E-mail: bettamazocoli@gmail.com.

⁸⁵ Professora orientadora. E-mail: cferrazmusse@gmail.com

para a perspectiva dos indígenas, ribeirinhos, animais e plantas, e tenta "traduzir" esse olhar de fora para dentro em todos os detalhes, conduzindo seus leitores em um caminho similar. Para isso, parte de um reconhecimento do seu lugar a princípio problemático, assim como da possível “falta de propriedade” de sua fala. Mas é justamente a sua falta de pertencimento natural à floresta e àquela região que mais parece capaz de gerar identificação com seu leitor, abrindo assim uma oportunidade dele se aproximar também das formas narrativas dos povos-floresta. Essa perspectiva ressalta a importância de traduzir duas realidades e precisar passar por esse desconforto de linguagem, entendendo, assim como em Bakhtin, o quanto esse é o espaço em que a ideologia e a hegemonia entram em disputa.

O problema dessa pesquisa se concentra em entender os recursos de linguagem utilizados por Brum para narrar e interligar os mundos distintos que ela se dispôs a narrar e quais conflitos linguísticos a linguagem estão presentes em sua obra. Dentro desse projeto, será feita análise de conteúdo da natureza quantitativa e qualitativa, para entender como esse uso diferenciado das palavras aparece ao longo do livro e quais objetivos esse uso tem — ainda tentando entender, também, em quais pontos o trabalho da jornalista ainda se mostrariam mais refratários a esses esforços. A pesquisa também leva em conta o pensamento gramsciano sobre contra hegemonia, além de conceitos sobre narrativa de Paul Ricoeur e subjetividade no jornalismo de Fabiana Moraes. A análise está sendo feita com o método de análise crítica da narrativa de Luiz Gonzaga Motta.

Palavras-chave: Jornalismo de Subjetividade. Jornalismo na Amazônia. Banzeiro Òkótó. Jornalismo Literário. Análise crítica da narrativa.

Referências

BRUM, Eliane. **A vida que ninguém vê**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2006

BRUM, Eliane. **Banzeiro Òkótó**: uma viagem à Amazônia Centro do Mundo. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

BRUM, Eliane. **O olho da rua**: Uma repórter em busca da literatura na vida. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2017.

COSTA, Alda Cristina Silva da; NUNES, Paulo; COSTA, Vânia Maria Torres. (Org.). **Narr'Amazônia: modos de ser e estar no mundo**. Belém: Folheando, 2022.

JÁCOME, Phellipy et al. (org.) **Narrativas midiáticas, experiências e pesquisas amazônicas.** Belo Horizonte: Olhares Transversais, 2021. Disponível em:

<https://seloppgcomufmg.com.br/wp-content/uploads/2022/04/Pesquisas-amazonicas-Selo-PPGCOM-UFMG-2.pdf> Acessado em 20 de agosto de 2024.

KOPENAWA, Davi; ALBERT, Bruce. **A queda do céu: palavras de um xamã yanomami.** São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário.** São Paulo: Editora Contexto, 2006.

RICOEUR, Paul. **O si-mesmo como um outro.** Tradução de Lucy Moreira Cesar. Campinas: Papirus, 1991.

MORAES, Fabiana. **A pauta é uma arma de combate.** São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa.** Brasília: Editora UnB, 2013.

Do oral ao digital:

Narrativas de fé e saberes ancestrais no audiovisual contemporâneo

Isabela Heluey Martins⁸⁶

Cláudia Thomé⁸⁷

Resumo expandido:

A presente pesquisa visa mapear perfis digitais, principalmente nas plataformas de mídias sociais YouTube e Instagram, que apresentam como conteúdo narrativas da fé que atualizam a oralidade e os saberes tradicionais em ambientes midiáticos contemporâneos. O estudo busca compreender de que maneira essas manifestações se apropriam das linguagens audiovisuais e das dinâmicas interativas das plataformas para transmitir valores, saberes e práticas tradicionais. O objetivo geral é mapear e analisar como a fé popular brasileira é representada e compartilhada por meio do audiovisual nas redes digitais. Como objetivos específicos, pretende-se: (1) investigar como a oralidade é reconfigurada no ambiente digital; (2) identificar mediações tecnológicas, estratégias narrativas e deslocamentos culturais presentes na construção discursiva; e (3) compreender o papel das plataformas como espaços de resistência simbólica e atualização de saberes populares.

Como metodologia adotamos a cartografia cultural de Jesús Martín-Barbero (2004), conforme exposta em *Ofício de cartógrafo*. O autor entende o método não como mero instrumento técnico, mas como uma lente epistemológica capaz de revelar problemas e tensões invisíveis sobre objetos e dinâmicas sociais. Dessa forma, a cartografia permite observar os atravessamentos históricos, midiáticos e culturais que conformam os modos de enunciação da fé popular nas mídias digitais.

A pesquisa assenta-se no campo Folkcomunicação com auxílio de Melo (2006) e seus desdobramentos contemporâneos, como forma de compreender a comunicação popular em contextos não hegemônicos. Também se apoia em Raquel Paiva (2008), que analisa os modos de pertencimento e resistência simbólica em culturas populares, e Antonio Gramsci (1929), cuja noção de hegemonia auxilia a compreender a disputa de narrativas que podem inspirar um olhar

⁸⁶ Mestranda em Comunicação no PPGCOM/UFJF sob orientação da Profa. Dra. Cláudia Thomé. Integrante do grupo Narrativas Midiáticas e Dialogias (Namidia). Escreve e pesquisa projetos sobre saberes ancestrais e cultural oral nos ambientes digitais. Bolsista CAPES. E-mail: isabelaheluey@gmail.com

⁸⁷ Professora associada da Facom/UFJF, docente permanente do PPGCOM/UFJF, mestre em Comunicação (UFRJ) e doutora em Teoria Literária (UFRJ) com pós-doutorado em Comunicação (UFRJ). Líder do Grupo de Pesquisa Narrativas Midiáticas e Dialogias (Namidia) e integrante da Rede Telejor. E-mail: claudia.thome@ufjf.br

para o ambiente digital. A perspectiva de Barbero (2001; 2004) também torna-se central, tanto na fundamentação teórica, quanto metodológica, para articular os conceitos de cultura, mediações e comunicação popular.

Na fase atual da pesquisa, foi realizada a seleção e o mapeamento de perfis nas plataformas, destacando-se o projeto “Sertão Místico” para uma análise mais aprofundada. Este perfil se diferencia pela forma como promove a interação entre saberes tradicionais e estética digital, reunindo depoimentos de rezadores, benzedeiros, chefes de terreiro e outros praticantes da fé popular. Os vídeos são publicados em formato documental no YouTube e adaptados em trechos curtos para o Instagram, preservando elementos da oralidade, da performance ritual e da estética popular.

Os resultados preliminares indicam que os perfis analisados mobilizam estratégias de resistência cultural ao utilizar o audiovisual como ferramenta de transmissão de saberes. Observa-se uma fusão entre tradição e inovação, com deslocamentos culturais que revelam a adaptação crítica das práticas sagradas aos ambientes digitais. A oralidade não desaparece, mas é ressignificada nas dinâmicas de compartilhamento, edição e recepção nas redes.

Palavras-chave: Fé popular brasileira. Audiovisual. Narrativas de resistência. Sertão Místico.

Referências

- Gramsci, Antonio. *Cadernos do cárcere: volume 2 – Caderno 3 (1929)*. Organização de Carlos Nelson Coutinho; tradução de Luiz Sérgio Henriques. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- Paiva, Raquel; Santos, Cristiano Henrique Ribeiro dos (orgs.). *Comunidade e contra-hegemonia: rotas de comunicação alternativa*. Colab.: Muniz Sodré. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.
- Martín-Barbero, Jesús. *Meios e mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução de Jorge Alberto Almeida. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.
- Martín-Barbero, Jesús. *Ofício de cartógrafo*. São Paulo: Loyola, 2004.
- Melo, José Marques de. *Teoria do jornalismo: identidades brasileiras*. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2006.

