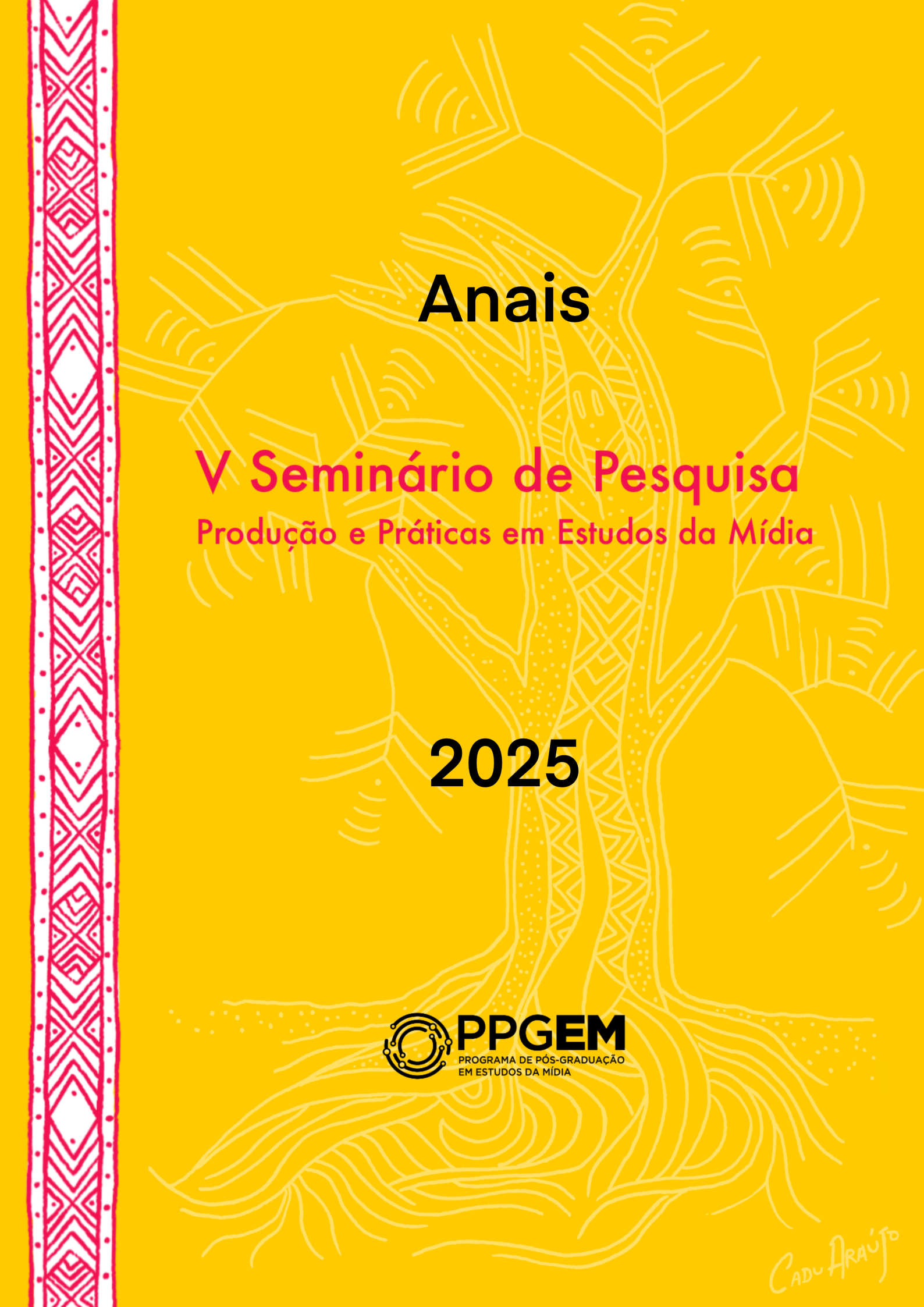




# Anais

## V Seminário de Pesquisa

Produção e Práticas em Estudos da Mídia

# 2025



**PPGEM**  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO  
EM ESTUDOS DA MÍDIA

CADU ARAÚJO







# Anais

## V Seminário de Pesquisa

Produção e Práticas em Estudos da Mídia

# 2025



**PPGEM**

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO  
EM ESTUDOS DA MÍDIA

CADU ARAÚJO

# UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE

## CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS LETRAS E ARTES

### DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

#### **Coordenação do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia**

Juciano Sousa Lacerda

#### **Secretaria da Pós**

Ana Comissário

#### **Comissão Organizadora**

Aureliano Medeiros

Cecília Costa

Danilo Monteiro

Emanuele Freitas

Janaine Aires

Juciano Lacerda

Leônidas Carvalho

Lilian Carla Muneiro

Maurício Barros

Pietra Queiroz

#### **Comissão Científica**

Alice Andrade (UFS)

Andriele Mendes (FIOCRUZ)

Cândida Nobre (UFAM)

Carolina Reis (UFRN)

Cezar Barros (UFRN)

Emily Araújo (UFRN)

Francisco Júnior (Uniespa)

Gabriela Gadelha (UFMA)

Gustavo Bittencourt (UFRN)

Ítalo Romany (UFRN)

Juliana Bulhões (FIOCRUZ)

Juliana Costa (IFPE)

Kassandra Lopes (UFRN)

Kleyton Canuto (UEPB)

Maisa Carvalho (UFRN)

Marcelo Rodrigo (UFPB)

Odlinari Silva (UFPE)

Rafaela Leite (IFRN)

Raquel Assunção (UFRN)

Raul Ramalho (UEPB)

Renata Othon (UnB)

Sarah Fontenelle (UFMA)

#### **Chefia do Departamento**

Rodrigo Almeida

Aline Lucena

#### **Coordenação de Comunicação Social – Audiovisual**

Hélcio Pacheco

#### **Coordenação de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda**

Marcela Costa da Cunha Chacel

Lilian Carla Muneiro

#### **Coordenação de Jornalismo**

Francisco Duarte Guimarães

Valquíria Kneipp

#### **Secretaria do Departamento**

Lidiana Ferreira

Renata Coutinho

#### **Secretaria das Coordenações**

Nicole Nahara

Nicélia Fernandes

Hanry Vieira

#### **Supervisão Administrativa**

Bruno Duarte

Marlon Barbosa

#### **LabCom**

Alexandre Santos

Gilvan Gomes

Katiane Lima

Marcelo Policarpo

Sérgio Albuquerque

Silvio Ribeiro

#### **Encarregado operacional**

Joel Pereira da Rocha

#### **Bolsistas de Apoio Técnico**

Maria Eduarda

Ágatha Clarissa

#### **Docentes**

Alberto Efendy Maldonado

Gomez de la Torre

Adriano Charles da Silva Cruz

Breno da Silva Carvalho

Daniel Dantas Lemos

Daniel Rodrigo Meirinho de Souza

Janaine Sibelle Freires Aires

Josenildo Soares Bezerra

Juciano de Sousa Lacerda

Kênia Beatriz Ferreira Maia

Lilian Carla Muneiro

Livia Cirne de Azevedo Pereira

Luciana Miranda Costa

Maria Angela Pavan

Michael Hanke

Sebastião Guilherme Albano da Costa

Theresa Christina Barbosa de Medeiros



# Anais

## V Seminário de Pesquisa

Produção e Práticas em Estudos da Mídia

# 2025

Aureliano Medeiros  
Cecília Costa  
Danilo Monteiro  
Emanuele Freitas  
Janaine Aires  
Juciano Lacerda  
Leônidas Carvalho  
Lilian Carla Muneiro  
Maurício Barros  
Pietra Queiroz  
(Organizadores)



CADU ARAÚJO

## **EDITORACÃO**

Leônidas Carvalho e Aureliano Medeiros

## **COMISSÃO ORGANIZADORA**

Aureliano Medeiros

Cecília Costa

Danilo Monteiro

Emanuele Freitas

Janaine Aires

Juciano Lacerda

Leônidas Carvalho

Lilian Carla Muneiro

Maurício Barros

Pietra Queiroz

Catálogo da Publicação na Fonte.

Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Biblioteca do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes.

Seminário de pesquisa (5. : 2025 : Natal, Rio Grande do Norte).

Anais do 5º Seminário de pesquisa : produção e práticas em estudo da  
mídia / organização de Aureliano Medeiros ... [et al.]. – Natal, 2025.

94 p.

Inclui bibliografia.

Evento realizado no período de 08 a 10 de outubro de 2025, no Labo-  
ratório de Comunicação da UFRN.

ISBN 978-65-01-81769-9

1. Estudo da mídia. 2. Audiovisual. 3. Comunicação – Pesquisa. 4.  
Seminários científicos. I. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. II.  
Medeiros, Aureliano. III. Título.

RN/BS-CCHLA

CDU 659.3

Ficha catalográfica elaborada por Heverton Thiago Luiz da Silva – Bibliotecário-  
-Documentalista / CRB 15/710

[www.cchla.ufrn.br/ppgem](http://www.cchla.ufrn.br/ppgem)



Este trabalho está licenciado sob uma Licença Creative Commons  
Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.





# SUMÁRIO

**APRESENTAÇÃO** 11

**ANALISANDO PADRÕES DE MONTAGEM NA PRODUÇÃO AUDIO-VISUAL CONTEMPORÂNEA ENQUANTO FERRAMENTA CRIATIVA PARA RETENÇÃO DA ATENÇÃO EM PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS ONLINE**, de Danielle ABREU 14

**AS PRODUÇÕES MUSICAIS DE LINIKER SOB A PERSPECTIVA DO AFETO E DA FABULAÇÃO CRÍTICA**, de Maurício Barros do AMARAL 15

**COMUNICAÇÃO E CIRCULARIDADE EM CASAS DE UMBANDAS NA REGIÃO METROPOLITANA DE NATAL**, de Maria Clara Bezerra de ARAÚJO 17

**A IMIGRAÇÃO E SEUS CONTEXTOS CULTURAIS CONTEMPORÂNEOS**, de Ana Kamila Silva AZEVEDO 19

**TEM UM QUILOMBO NO MEU FONE DE OUVIDO: MEMÓRIA E ORALIDADE COMO PILARES EPISTÊMICOS PARA A ESCUTA DE PODCASTS AFROCENTRADOS**, de Dezwith Alves de BARROS 20

**YOUTUBERS POLÍTICOS: A RELAÇÃO DE CANAIS CONSERVADORES E PROGRESSISTAS DO YOUTUBE**, de Artur Torres de Oliveira BEZERRA 22

**JORNALISMO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: VISÕES DE UMA NOVA GALÁXIA**, de Everton Dantas BESERRA 24

**MEMÓRIA AFETIVA: UMA ANÁLISE SOBRE A CONSTRUÇÃO NARRATIVA NO FILME PACARRETE**, de Ingrid Torres CARVALHO 26

**A NOVA DIREITA NO BRASIL E NO MUNDO: UMA ANÁLISE SOBRE AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS UTILIZADAS POR JAIR BOLSONARO, VIKTOR ÓRBAN, JAVIER MILEI E DONALD TRUMP NAS REDES SOCIAIS**, de Ederson COSTA 27





**A REPRESENTATIVIDADE DE CORPOS NUS FEMININOS NA MÍDIA  
INSTAGRAM: UM OLHAR DE MULHERES FOTÓGRAFAS**, de Marília  
Faustino CRUZ 29

**GIRLS ON GRID: REPRESENTAÇÕES FEMININAS NA SÉRIE F1: THE  
ACADEMY**, de Lara Alves da ESCÓSSIA 31

**OS DISCURSOS PATRIARCAIS EM NOTÍCIAS DE FEMINICÍDIO NO  
TELEJORNAL JPB1: INTRODUÇÃO AO ESTUDO EPISTEMOLÓGICO  
E ANALÍTICO**, de Ana Daniella FECHINE 33

**PALANQUE ELETRÔNICO: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS DO JORNAL  
NACIONAL COM OS CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA  
ENTRE 2002 E 2022**, de Lucas Rodrigues FÉLIX 35

**“A FÉ VEM PELO OUVIR”: MEDIAÇÕES COMUNICACIONAIS DA  
MEMÓRIA COLETIVA E RELIGIOSA EM CUNCAS (CE)**, de Bianca Sobral  
FERNANDES 37

**A EDUCOMUNICAÇÃO NO ECOSSISTEMA MIDIÁTICO PARAIBA-  
NO: ANÁLISE DE CONTRIBUIÇÕES E DESAFIOS PARA O FORTALE-  
CIMENTO DA COMUNICAÇÃO CRÍTICA NA AMÉRICA LATINA**, de  
Thalita GONÇALVES 39

**EVOLUÇÃO DE INTERFACES DE PORTAIS DE NOTÍCIAS**, de Davi  
KOSHIYAMA 41

**JORNALISMO EM TRANSIÇÃO: MUDANÇAS NAS ROTINAS PRODU-  
TIVAS A PARTIR DO USO DE INTELIGÊNCIAS ARTIFICIAIS NA PRÁ-  
TICA JORNALÍSTICA NO RIO GRANDE DO NORTE**, de Jessyanne L. A.  
BEZERRA 43

**GESTÃO DE CRISE: ANÁLISE DA COBERTURA INSTITUCIONAL DA  
FUGA DOS PRESOS DO PRESÍDIO FEDERAL DE MOSSORÓ/RN**, de  
Celly MAIA 45

**DESINFORMAÇÃO E SAÚDE: COMO AS NARRATIVAS FALSAS DE-  
SESTABILIZAM E RECONFIGURAM OS SISTEMAS DE COMUNICA-  
ÇÃO PÚBLICA DO SUS**, de Rafael MÉLO 47





**DO OLHAR AO SENTIR: ESTÉTICA, COMUNICAÇÃO SENSORIAL E IA NA CONSTRUÇÃO DE UMA PUBLICIDADE ACESSÍVEL PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL**, de Shirley MELO 49

**OUVIR, PERCEBER E ENTENDER A MATERNIDADE A PARTIR DO PODCAST MARIA VAI COM AS OUTRAS**, de Kauane Alves MENEZES 51

**A TRAJETÓRIA DE UMA TRAVESTI NO CONGRESSO NACIONAL: ANÁLISE DOS ENQUADRAMENTOS NOTICIOSOS DO MANDATO DE ERIKA HILTON NOS PORTAIS DE IMPRENSA BRASILEIROS**, de Danilo MONTEIRO 53

**SEXO E INTIMIDADE APÓS OS 60 ANOS: UM ESTUDO SOBRE O USO DE APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO POR MULHERES IDOSAS**, de Marília Diógenes MOREIRA 55

**PARA ONDE CAMINHA A INFLUÊNCIA DIGITAL? UMA ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE PLATAFORMAS E INFLUENCIADORES DIGITAIS NO BRASIL**, de Larissa MOURA 57

**SOCIEDADE DO CONTRADITÓRIO: O PAPEL DAS MÍDIAS DIGITAIS NA EROÇÃO DO TECIDO SOCIAL DE UMA NAÇÃO**, de Claviano NASCIMENTO DE SOUSA 59

**UMA ABORDAGEM ETNOGRÁFICA DA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS SOBRE FEMINICÍDIOS NO TELEJORNALISMO POTIGUAR**, de Cecília Costa Medeiros do NASCIMENTO 61

**A EXPANSÃO TRANSMÍDIA DE PODCASTS BRASILEIROS EM CONTEXTO DE PLATAFORMIZAÇÃO**, de Lorena Aracelly Cabral de OLIVEIRA 63

**DON L E A MIDIATIZAÇÃO DE UMA CONTRA-HISTÓRIA DO BRASIL NA INDÚSTRIA FONOGRAFICA: UMA ANÁLISE DO ÁLBUM VISUAL “ROTEIRO PRA AÏOUNZ, VOL. 2”**, de Antonio Teofilo PINHEIRO NETO 65

**TECNOLOGIAS DE VIGILÂNCIA AOS OLHOS DA MÍDIA: UMA ANÁLISE DOS DISCURSOS INSTITUCIONAIS E MIDIÁTICOS SOBRE SEGURANÇA PÚBLICA NO BRASIL**, de Beatriz PIRES 67

**“EU VI ISSO NO INSTAGRAM”: O PERFIL @MARIKRUGERB E SUAS ESTRATÉGIAS NA MEDIAÇÃO DA CIÊNCIA E NO ENFRENTAMENTO À INDÚSTRIA WELLNESS**, de Lavínia Izabelle Queiróz OLIVEIRA 69

**ETNOMÍDIAS E EDUCOMUNICAÇÃO: AUSÊNCIAS EPISTÊMICAS, DESAFIOS DECOLONIAIS E A RESISTÊNCIA DA COMUNICAÇÃO ANCESTRAL INDÍGENA**, de Pietra QUEIROZ 71

**A MULHER VIRTUOSA EM CENA: A RELIGIÃO COMO COMPONENTE ESTÉTICO NAS TELENÓVELAS DA RECORD TV**, de Francisca Leonora da Costa SALES 73

**O ELEMENTO SÔNICO DA AD: EDIÇÃO, MIXAGEM E EXPERIÊNCIA SONORA NO AUDIOVISUAL, A PARTIR DA ACESSIBILIDADE**, de Antônio Burity SERPA 74

**O LUGAR DO INTERESSE PÚBLICO NO JORNALISMO DE GAMES: A CULTURA DO HYPE COMO DESAFIO PARA O DESENVOLVIMENTO DO MERCADO NACIONAL**, de Clercio SILVA RODRIGUES DE SOUSA 76

**JORNALISMO E SAÚDE MENTAL: UMA ANÁLISE DOS DISCURSOS CONSTRUÍDOS EM PORTAIS DE NOTÍCIA**, de Eduardo Fernandes da SILVA 78

**MOVIMENTO NEGRO E TELENÓVELAS BRASILEIRAS: UMA ANÁLISE PELA REPRESENTATIVIDADE NAS DÉCADAS DE 1980 A 2000 NAS TRAMAS DA REDE GLOBO**, de Francisco Ewerton Aleixo da SILVA 79

**A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS REDES SOCIAIS E SEUS LIMITES PARA A FORMAÇÃO CRÍTICA**, de Jordana SOARES 81

**AUTORAS E AUTORES** 84



# V SEMINÁRIO DE PESQUISA : RAÍZES E HORIZONTES PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM : A PÓS EM MOVIMENTO ESTUDOS DA MÍDIA 2025

## APRESENTAÇÃO

Entre os dias 08 e 10 de outubro de 2025, foi realizado, no Laboratório de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), o V Seminário de Pesquisa – Produção e Práticas em Estudos da Mídia, promovido pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da UFRN.

Intitulado “Raízes e horizontes: a pós em movimento”, o evento foi concebido como uma ponte entre o passado e o futuro do programa, configurando-se como um momento histórico em que a casa foi revisitada pelos discentes egressos, para que experiências e conhecimentos fossem trocados com os então estudantes e futuros Mestres e Doutores do PPgEM.

O tema escolhido para o evento acadêmico foi proposto como forma de promover a integração entre aqueles que fizeram e os que faziam parte da história do programa. Os egressos doutores foram convidados a retornar como membros especiais da comissão científica, responsável pela avaliação dos trabalhos submetidos pelos mestrandos e doutorandos — trabalhos esses que consistiam em resumos das pesquisas que estavam sendo desenvolvidas pelos discentes. Além disso, as mesas-redondas contaram com a participação dos convidados, que apresentaram e discutiram suas respectivas pesquisas.

Enquanto atividade acadêmica, o evento integrou os componentes curriculares Seminário de Orientação I (Turma de Mestrado 2025) e Seminário de Pesquisa I e III (Turmas de Doutorado 2024 e 2025), reunindo trabalhos que abordaram a pluralidade dos fenômenos comunicacionais e a diversidade do campo de conhecimento. Para os estudantes matriculados nesses componentes, a submissão de trabalhos e a participação no evento foram obrigatórias.

# V SEMINÁRIO DE PESQUISA : RAÍZES E HORIZONTES PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM : A PÓS EM MOVIMENTO ESTUDOS DA MÍDIA 2025

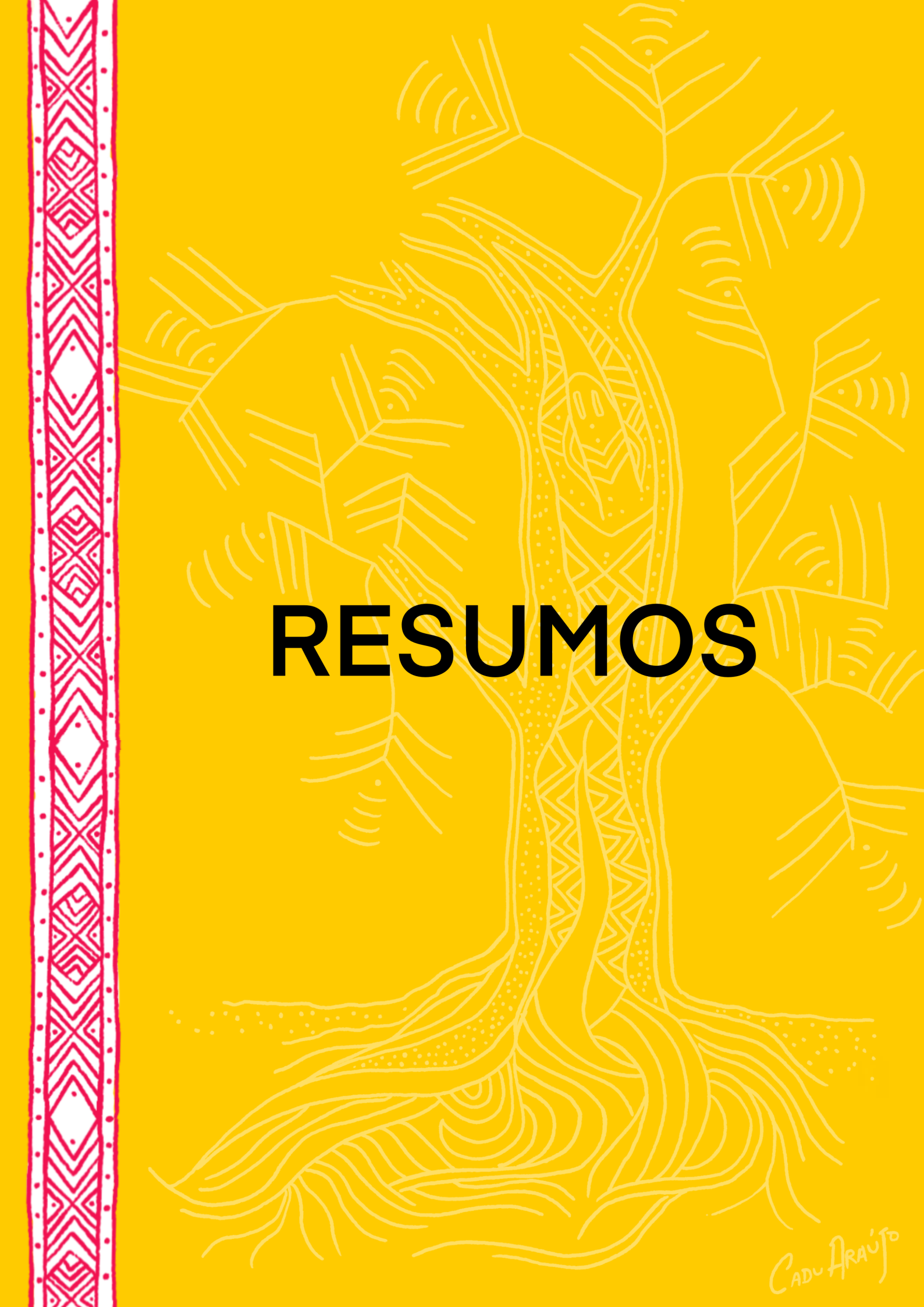
Com essa iniciativa, buscou-se construir espaços de diálogo e fortalecer o intercâmbio de ideias entre pesquisadores, estudantes e profissionais da área de Comunicação, com foco na apresentação de pesquisas que estavam em andamento no programa.

Os Anais reúnem os 39 trabalhos apresentados durante o evento, refletindo a diversidade de temas e abordagens que caracterizam as pesquisas desenvolvidas no PPgEM. Cada texto representa um recorte significativo das investigações conduzidas por mestrandos e doutorandos em diferentes estágios de formação, evidenciando a vitalidade intelectual, o compromisso científico e a relevância social das produções acadêmicas do programa. Juntos, esses trabalhos compõem um panorama das múltiplas perspectivas que orientam o campo dos Estudos da Mídia, reafirmando o papel do PPgEM como espaço de reflexão crítica e de produção de conhecimento sobre as práticas comunicacionais contemporâneas.

## **PALAVRAS-CHAVE:**

Estudos da Mídia; Práticas Sociais; Produções de Sentido; Pós-graduação; Pesquisas Acadêmicas.



The background is a solid yellow color. On the left side, there is a vertical border with a pink geometric pattern consisting of repeating diamond and zigzag shapes. The rest of the page is covered with white line art depicting a large, stylized tree with many branches and roots. The word "RESUMOS" is written in the center in a bold, black, sans-serif font.

# RESUMOS

CADU ARAÚJO



## ANALISANDO PADRÕES DE MONTAGEM NA PRODUÇÃO AUDIO-VISUAL CONTEMPORÂNEA ENQUANTO FERRAMENTA CRIATIVA PARA RETENÇÃO DA ATENÇÃO EM PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS ONLINE

**Danielle ABREU**

*Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: danielle.abreu@ufrn.br

### **RESUMO**

A presente pesquisa se debruça sobre as dinâmicas que dizem respeito à construção da montagem audiovisual, sobretudo no que diz respeito à captação e retenção da atenção. O objetivo é sugerir fundamentos e estratégias condizentes com os atuais avanços e mudanças tecnológicas. Tendo em vista o movimento constante dos estudos em comunicação em revisitar e reformular suas práticas, torna-se emergente a busca por soluções estratégicas que possam ponderar questões relacionadas à produção de conteúdos audiovisuais, otimizada pela lógica do gerenciamento da atenção. Os esforços iniciais serão direcionados a observar e elencar produções audiovisuais para aplicação da Teoria Fundamentada. A metodologia pretende aliar a Teoria Fundamentada (TF) ao Design Thinking (DT) como mediadoras de uma pesquisa-ação. A TF por ser fortemente indicada para compreensão de fenômenos recentes e o DT por focar em soluções tendo o usuário como foco. No campo da indústria fonográfica, é possível indicar uma compreensão de como o uso do som para compartilhamento de conteúdo no TikTok “mudou e influenciou os processos de criação, audição e promoção de música” (Radovanović, 2024, p.422). Estendendo essa possibilidade ao campo do audiovisual, estudos similares podem revelar contextos de ressignificações a serem desvelados e apropriados para maiores compreensões acadêmicas e mercadológicas. Desse modo, parte-se da perspectiva de que a produção desse fluxo de conteúdo online passa por um processo de adequação, em que é possível verificar uma curadoria algorítmica otimizada para que as plataformas possam priorizar o conteúdo para depois focar e formar as conexões em torno desse conteúdo. Por isso, esse projeto, ao entrar em execução, possibilitará um estudo de vanguarda para o campo das mídias, tendo em vista as atuais dinâmicas de interação estabelecidas no contexto da produção audiovisual contemporânea.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Audiovisual. Plataformas de vídeos. Novas tecnologias de comunicação. Teoria Fundamentada.

## AS PRODUÇÕES MUSICAIS DE LINIKER SOB A PERSPECTIVA DO AFETO E DA FABULAÇÃO CRÍTICA

**Maurício Barros do AMARAL**

*Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: mauriciobarrosjorn@gmail.com

### RESUMO

O afeto sempre foi negado a corpos negros e trans (Senna, 2021). Diante dessa realidade, a presente pesquisa propõe analisar as vivências transfetivas da cantora Liniker a partir de suas canções, compreendendo como a artista elabora, tensiona e ressignifica as noções de afetividade no imaginário social brasileiro. Ao considerar a indústria fonográfica como espaço de visibilidade e resistência, observa-se que artistas trans têm ocupado o cenário musical contemporâneo com produções que ultrapassam a dimensão estética, constituindo-se também como discursos políticos e comunicacionais que desconstróem estereótipos e possibilitam novas narrativas. Nesse sentido, Liniker emerge como figura central, pois suas obras não apenas refletem sua trajetória pessoal, marcada por desafios estruturais impostos às mulheres trans negras, mas projetam novas formas de existência e subjetivação por meio do afeto. O problema de pesquisa que orienta este trabalho parte da questão: como Liniker, por meio da performance, contribui para reconfigurar o imaginário social sobre o afeto, o corpo e o amor negro trans no Brasil? Como hipótese, defende-se que Liniker traz uma nova perspectiva da afetividade, projetada a partir de um corpo historicamente renegado ao amor, mas que busca expressar o sentimento para naturalizá-lo no imaginário brasileiro. Logo, por meio do corpo-performance, a cantora cria um espaço de resistência e afirmação, onde o afeto é central para a desconstrução das normas sociais impostas pelo sistema heteronormativo, branco e cisgênero. Assim, o objetivo geral consiste em analisar a presença do afeto e do imaginário nas canções de Liniker sob a perspectiva das vivências transfetivas e projeções amorosas, enquanto os objetivos específicos se organizam em três frentes: investigar as narrativas afetivas presentes nas letras de suas músicas; compreender como a cantora contrapõe o afeto imaginário e o cotidiano, revelando tensões entre desejo e realidade; e discutir a relevância do método da Fabulação Crítica, de Saidiya Hartman (2022), como ferramenta teórica para a interpretação das experiências afetivas trans em diálogo com o contexto social. Metodologicamente, o estudo fundamenta-se na análise crítica de letras e performances musicais da cantora, entendendo-as como narrativas culturais que articulam corpo, voz e experiência subjetiva. A fundamentação teórica mobiliza

referenciais interdisciplinares, articulando raça (Carla Akotirene, 2019), gênero e performatividade (Jaqueline de Jesus, 2019; Judith Butler, 2018) e estética da negritude (Kywza Santos, 2014), destacando-se a centralidade de Hartman (2022) para pensar o afeto a partir da ideia do fabular para existir. Por meio desse arcabouço, busca-se evidenciar como Liniker constrói, em suas obras, um campo estético e político em que o afeto assume caráter revolucionário, questionando tanto a marginalização histórica de corpos dissidentes quanto a lógica normativa do amor romântico. Os resultados preliminares apontam que sua produção musical, marcada por referências à negritude, à ancestralidade e às subjetividades trans, não apenas amplia o debate sobre afetividade, mas contribui para a criação de um imaginário comunicacional mais inclusivo. Além disso, este trabalho pretende demonstrar como as canções articulam-se como prática de resistência estética, política e comunicacional, ampliando as discussões sobre afeto, gênero e raça no contexto contemporâneo e colaborando para a consolidação de perspectivas decoloniais no campo da comunicação e dos estudos da mídia.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Comunicação e música; vivência trans; gênero; raça; Liniker.



## COMUNICAÇÃO E CIRCULARIDADE EM CASAS DE UMBANDAS NA REGIÃO METROPOLITANA DE NATAL

**Maria Clara Bezerra de ARAÚJO**

*Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: [clarabez@gmail.com]

### RESUMO

O trabalho em andamento faz uma investigação sobre qual o papel da comunicação na formação e manutenção dos agrupamentos humanos. A mobilização inicial veio das apreensões relacionadas ao contexto social brasileiro que, segundo Paiva (2012), demonstra um acentuado esgarçamento do laço social. Decidiu-se, portanto, debruçar-se em um processo etnográfico de observação participativa em Casas de Umbandas na Região Metropolitana de Natal. Considera-se aqui que as práticas desenvolvidas nessas Casas sofreram subalternização (Carrera, 2021), além de um processo histórico – ainda em andamento – de opressão e tentativa de apagamento (Sodré, 2019; Simas, 2025). Ainda assim, mantêm-se resistentes e construtoras de sentidos e de laços sociais, mesmo, muitas vezes, em locais desprestigiados das cidades (Sodré, 2019). Reconhecida essa grande força de continuidade, o que pode ser apreendido ali sobre o funcionamento da comunicação como fator agregador de pessoas? Até este momento, pautada nas considerações de Sodré (2006; 2014; 2019), a pesquisa aposta na hipótese de que deve ser o caráter sensível, aberto aos afetos que pode atingir o ser humano, a base dos processos de comunicação. Esse caráter contrapõe os modos estritamente racionais operados pelo capital. Com uma leitura baseada também nas elaborações de Flusser (2014) sobre o aspecto construtor de cultura, segundo ele, também construída por meio da comunicação, a pesquisa questiona o fator humano desses processos. Dessa forma, a pesquisa aponta para a necessidade de considerar a presença de mediações entre formas visíveis e invisíveis nos processos de agrupamento humano. Além disso, vem apresentando a existência de uma força vital que aparentemente precisa ser emanada e mantida para que esses processos aconteçam (Sodré, 2019; Martins, 2020; Oliveira, 2022; Simas, 2025). A circularidade seria uma das formas disso se desenvolver. Ela é uma das principais marcas das celebrações litúrgicas das Umbandas (Simas, 2025), que acontecem em roda – ou giras – e da tradição construída pelas cosmopercepções africanas (Martins, 2020; Oliveira, 2022). O que acontece nessas giras e nas cerimônias rituais ocupa lugares privilegiados na formação das culturas negras, uma vez que, “como territórios e ambientes de memória, recriam e transmitem, pelos repertórios orais e corporais, gestos, hábitos,

formas e técnicas de criação e de transmissão” (Martins, 2020, p. 47). Foram escolhidas, portanto, cinco Casas de Umbandas (duas em Natal e as outras três em Extremos, São Gonçalo do Amarante e Parnamirim) para a realização das observações participantes. Pensando nas aberturas trazidas pelas leituras, definiu-se um grupo de conceitos que serão guias para a elaboração de relatos de vivência que devem advir das participações. São eles: “circularidade”, “partilha”, “corpo”, “vínculo” e “mistério”. Durante o processo de escrita dos relatos, pretende-se também entrevistar em profundidade três participantes de cada uma dessas Casas, sendo uma delas a líder ou o líder. O objetivo é abrir para elas espaços de fala, tomando como base três pontos principais: as suas trajetórias de vida, a vivência com a prática das Umbandas e a relação com os demais praticantes. O material obtido dos relatos de vivência, das entrevistas e das leituras teóricas serão utilizados, de forma interligada, para a construção da tese. Este trabalho, portanto, propõe-se uma construção epistemológica sobre o caráter humano da comunicação e seu papel na construção de vínculos e grupos humanos. Para isso, além da vivência concreta nessas situações de agrupamento social e litúrgico, acessa preferencialmente leituras que adotam como referência cosmo-percepções africanas e que tratam sobre as influências disso na formação da cultura brasileira. Busca assim, talvez, encontrar um modo não colonialista e não opressor (Simas, 2025) de enxergar a comunicação e de fazer laço social.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Comunicação. Cultura. Circularidade. Umbandas.

## A IMIGRAÇÃO E SEUS CONTEXTOS CULTURAIS CONTEMPORÂNEOS

**Ana Kamila Silva AZEVEDO**

*Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: [kamila.azevedo@ufrn.br]

### RESUMO

Este artigo propõe uma reflexão sobre os contextos culturais contemporâneos da imigração. A partir de uma abordagem teórico-conceitual, são discutidos os impactos da imigração nas identidades individuais e coletivas, nas fronteiras simbólicas e territoriais, e nas dinâmicas multiculturais que emergem nos países de destino. Com base em autores como Néstor García Canclini (2008), Teixeira Coelho (2014), Stuart Hall (2003), Achille Mbembe (2021) e Raymond Williams (1992), o texto problematiza questões como identidade, hibridismo, pertencimento e multiculturalismo. Em um segundo momento, realiza-se um recorte específico sobre a imigração irlandesa e sua representação no cinema, utilizando a análise fílmica e a metodologia da constelação fílmica. Por fim, o artigo busca contribuir para os debates atuais sobre diversidade cultural, os desafios contemporâneos dos fluxos migratórios e a construção da identidade.

### PALAVRAS-CHAVE

Imigração. identidade cultural. multiculturalismo. cinema. hibridismo.



**TEM UM QUILOMBO NO MEU FONE DE OUVIDO:  
MEMÓRIA E ORALIDADE COMO PILARES EPISTÊMICOS PARA A ES-  
CUTA DE PODCASTS AFROCENTRADOS**

**Dezwith Alves de BARROS**

*Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: dezwith.barros.089@ufrn.edu.br

**RESUMO**

Este estudo parte do consumo de mídias sonoras, em especial podcasts afrocentrados, os quais apresentaram narrativas e memórias historicamente negadas em minha formação. Motivada por esta experiência, esta pesquisa concentra-se na escuta analítica de episódios-chave de algumas destas produções, focando nas disputas de memória, nos tensionamentos sobre o uso da oralidade e no papel desses programas no contexto de revisão crítica das grandes narrativas brasileiras. Desse modo, o problema de pesquisa consiste em avaliar como os podcasts afrocentrados contribuem para (re)significar narrativas históricas do Brasil e qual o papel da oralidade e da memória nesse processo. O objetivo geral é, portanto, analisar o papel da oralidade e da memória na construção de narrativas históricas e contemporâneas nos podcasts afrocentrados Angu de Grilo, Apartheid Tropical, Vidas Negras e Projeto Querino, evidenciando suas estratégias discursivas para a disputa de sentidos acerca da negritude no Brasil. Para tanto, defino os seguintes objetivos específicos: a) mapear o arcabouço teórico-conceitual que fundamenta a escuta de podcasts afrocentrados; b) identificar as eventuais estratégias discursivas utilizadas nos podcasts selecionados para construir narrativas contra-hegemônicas; c) analisar como os podcasts aplicam os pilares da oralidade e da memória para tensionar a ideia de uma história única (Adichie, 2009) e do mito da democracia racial no Brasil (Nascimento, 2020); e d) discutir o potencial dos podcasts afrocentrados como espaços de aquilombamento virtual (Andrade, 2023) e de letramento racial (Twine, 2004). Desse modo, mesmo considerando a possibilidade de algumas contradições e ambiguidades no que diz respeito às principais hipóteses desta pesquisa (como a origem das fontes utilizadas, a aderência dos formatos às convenções do jornalismo, a posição das/os criadoras/es negras/os no mainstream midiático, dentre outras), defendo que os podcasts afrocentrados analisados possivelmente a) mobilizam a oralidade não apenas como formato, mas como um pilar epistêmico que valida a memória ancestral e coletiva como fontes legítimas para a construção de narrativas contra-hegemônicas, desafiando o cânone da história oficial, predominantemente escrita e eurocêntrica; bem como b)

transcendem a função de meros produtos de áudio e se constituem como espaços de “aquilombamento virtual audiomidiático”, promovendo letramento racial, fortalecendo a identidade negra e fomentando um senso de comunidade e pertencimento entre seus ouvintes. A pesquisa adota uma abordagem transmetodológica que, em diálogo com a necessidade de novos métodos para intelectuais negros (Sharpe, 2023), articula três eixos que se convergem: a escrevivência (Evaristo, 2020), a escutafala e o aquilombamento virtual midiático. A fundamentação teórica ancora-se nos conceitos interligados de memória e oralidade, com base nos postulados de Joseph Ki Zerbo (2010) e, sobretudo, de Hampaté Bâ (2010) sobre a tradição viva e a autenticidade do conhecimento oral africano, e na urgência de narrativas afrocentradas, compreendidas a partir da afrocentricidade, de Molefi Asante (2016) e da afroperspectividade de Renato Nogueira (2023). Além disso, serão acionados os estudos acerca das distinções entre podcast e podcasting de autores como Luana Viana (2023), Marcelo Kischinhevsky (2024), bem como das especificidades do podcast narrativo – categoria predominante nas produções analisadas –, discutidas por pesquisadoras como Lorena Caoli (2022) e Taiane Silva (2025). Por fim, a pesquisa se justifica na medida em que busca preencher uma lacuna nos campos da Comunicação e da História, mostrando como os podcasts afrocentrados podem ser veículos para a circulação de saberes contra-hegemônicos, validando a oralidade como um repositório de histórias que desafiam as narrativas oficiais do Brasil.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Afroperspectiva. Estudos da Mídia e Práticas Sociais. Memória. Oralidade. Podcasts Afrocentrados.

## YOUTUBERS POLÍTICOS: A RELAÇÃO DE CANAIS CONSERVADORES E PROGRESSISTAS DO YOUTUBE

**Artur Torres de Oliveira BEZERRA**

*Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: arturtorres392@gmail.com

### RESUMO

Como o YouTube molda o desenvolvimento do nicho de conteúdo político, considerando a predominância inicial de canais conservadores e a recente ascensão de canais progressistas? Nosso objetivo geral é analisar o protagonismo de youtubers e figuras ligadas aos, batizados por este estudo como, “canais de direita” e “canais de esquerda” na plataforma. Para isso, almejamos entender a estrutura e o funcionamento do ecossistema político da plataforma; identificar as lógicas econômicas que atravessam a produção desse conteúdo; e compreender a atuação dos youtubers como agentes políticos. Nosso corpus será constituído por canais e produtores de conteúdo representativos de diferentes espectros ideológicos. No campo da chamada extrema-direita, Olavo de Carvalho será estudado como uma peça importante para o ideário deste espectro (Teitelbaum, 2023), o qual terá Arthur do Val e Nando Moura como principais figuras centrais, pois suas atuações contribuíram para a consolidação dessa comunidade na plataforma no Brasil. Já no campo progressista serão incluídos Jones Manoel e Ian Neves, que emergem como vozes em ascensão na disputa de narrativas políticas neste mesmo ambiente. Parte-se da hipótese de que estes espectros formam comunidades e que se constituem como um ecossistema próprio dentro do YouTube, em que formatos e estratégias comunicacionais são desenvolvidas e adaptadas a fim de produzir conteúdos relacionados com pautas políticas, econômicas e sociais. Trata-se, portanto, de uma produção audiovisual moldada pela midiaticização (Hepp, 2020), pelas práticas de curadoria (Corrêa e Bertocchi, 2012), pela memetização (Chagas, 2021), pela informação-espetáculo (Canavilhas, 2011) e condicionada pelas dinâmicas de desinformação (Canavilhas, 2011) e de monetização (Cunningham e Craig, 2019) características da plataforma. Portanto, o estudo vislumbra situar o Youtube como um fator de ruptura da hegemonia dos meios tradicionais, percebendo-o como um criadouro de agentes políticos contemporâneos potencialmente capazes de motivar narrativas, influenciar políticas públicas e ocupar a política tradicional. O estudo será qualitativo (Godoy, 1995) e aplicaremos o método da pesquisa netnográfica (Kozinets, 2014) pela sua contribuição com a coleta de da-



dos em comunidades e contextos virtuais, como é o caso do Youtube. Ademais, serão considerados outros fatores para a compreensão desse panorama, como o perfil de cada uma dessas figuras e youtubers, considerando seus respectivos partidos, classes sociais e formações, e a relação dos partidos políticos com a plataforma e esses canais, buscando conhecer como essas instituições estão investindo na plataforma para a promoção de seus objetivos eleitorais. Dessa forma, este projeto busca promover um melhor entendimento acerca de um fenômeno recente e socialmente transformador no âmbito primordial em que as mudanças sociais são orquestradas pela contemporaneidade e, assim, aprofundar-se sobre essa nova dinâmica e seus novos agentes.

#### **PALAVRAS-CHAVE**

youtube, política, plataforma, audiovisual e economia política da comunicação.

## JORNALISMO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: VISÕES DE UMA NOVA GALÁXIA

**Everton Dantas BESERRA**

*Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais/Produção de Sentido*  
e-mail: [dantas.everton@gmail.com / everton.dantas.898@ufrn.edu.br]

### RESUMO

Desde novembro de 2022 e início de 2023, com o lançamento e a popularização da ferramenta ChatGPT, da empresa OpenAI, o mundo testemunha uma popularização massiva do uso de inteligência artificial generativa (IAG), subcampo da IA que tem como maior atributo a possibilidade de geração de textos, imagens, áudios, músicas e vídeos. O funcionamento dessa tecnologia tem como base algoritmos e o uso de grandes volumes de dados para repetir padrões e características que podem ser combinados e transformados em novos conteúdos, no que é, na realidade, uma simulação de inteligência humana. Atualmente, após uma primeira onda de popularização, assistimos à grande corrida das gigantes da tecnologia para conseguir a melhor IAG e abocanhar a maior fatia do mercado de consumidores desses produtos. Além da OpenAI, destacam-se nesta batalha empresas como o Google (Gemini), a Anthropic (Claude) e Microsoft (Copilot). Mas há muitas outras. E a todo momento uma nova atualização é lançada. O impacto do uso dessa tecnologia afeta toda a sociedade. Prova disso é a pesquisa publicada em setembro de 2025 cujo resultado revelou que 7 em cada 10 estudantes de ensino médio brasileiro já recorrem a ferramentas de inteligência artificial generativa para fazer pesquisas escolares (CRUZ, 2025). A ascensão dessa tecnologia tem impactos fortíssimos no jornalismo, atividade que tem como matéria-prima a venda de conteúdo, no caso, notícias, que são distribuídas no formato de textos, imagens, vídeos e áudios produzidos, até então, somente por humanos. Os efeitos da IA no jornalismo não se resumem apenas à possibilidade de uso dessas ferramentas por parte de jornalistas para pesquisa, tradução, produção de textos, áudios e imagens. Vai muito além. E possui dimensões que variam de acordo com o tamanho do veículo (seu porte econômico); com sua localização (que está ligada à economia regional); com a forma como as grandes empresas de tecnologia vêem o jornalismo; com o modo que as empresas de comunicação enxergam a IAG; e também com a formação e conscientização profissional dos jornalistas. Como se vê — pegando emprestado um conceito da astrofísica — pode-se dizer que a ascensão da inteligência artificial e seu desenvolvimento massivo nos últimos anos colocou o jornalismo em algo como um “horizonte de eventos”, “ponto sem retorno, ou o limite

ao redor de um buraco negro, além do qual nada, nem mesmo a luz, pode escapar” (GOD, 2023). A analogia não é um objeto não identificado no céu de uma cidade do interior. Tem como referência a obra “A Galáxia de Gutenberg”, lançada em 1962, pelo pesquisador canadense Marshall McLuhan. No livro, conforme explica Anísio Teixeira, na apresentação da edição brasileira, de 1977, ele avalia a “transformação do homem da cultura oral e manuscrita no homem da cultura tipográfica e moderna” (McLuhan, 1977, p.11). E faz apontamentos sobre a reconfiguração dessa galáxia de Gutenberg pelos chamados novos meios de comunicação, que ele chama de nova era eletrônica. Importante observar que McLuhan olhou para uma galáxia já formada e uma outra que a estava alterando, mas que já tinha suas dimensões mais claras. A presente pesquisa de mestrado segue um caminho exploratório semelhante a este, atuando como um telescópio que se volta para este sistema estelar específico — o do jornalismo — e tenta fotografar e revelar, por meio de entrevistas e pesquisas, como são as dimensões e gravidades dessa nova galáxia algorítmica que tem como estrela maior a inteligência artificial generativa. Para isso, a pesquisa se guiará por textos e pesquisas na área e apontará suas lentes para alguns planetas telúricos do jornalismo mundial, nacional e local: o The New York Times (EUA), a Folha de São Paulo, a Tribuna do Norte, o NOVO Notícias e a Agência Saiba Mais. A intenção é que esta pesquisa resulte em um primeiro mapeamento dos usos e efeitos da IA no jornalismo, demonstrando como a tecnologia afeta os veículos, os profissionais e a própria produção de notícias. Também é pretensão deste estudo propor novas formas de uso e mapear os buracos negros e regiões nebulosas que essa galáxia em formação aparenta conter.

### **PALAVRAS-CHAVE**

jornalismo local, inteligência artificial, algoritmos, jornalismo digital, galáxia algorítmica

## **MEMÓRIA AFETIVA: UMA ANÁLISE SOBRE A CONSTRUÇÃO NARRATIVA NO FILME PACARRETE**

**Ingrid Torres CARVALHO**

*Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: carvalhoingrid2001@gmail.com

### **RESUMO**

Este estudo propõe analisar a construção da memória afetiva no longa-metragem Pacarrete (2019), dirigido por Allan Deberton. Partindo de uma metodologia de análise fílmica, busca-se compreender como a narrativa do filme interliga diferentes camadas de memória atravessadas pelo afeto, tanto no nível da personagem, que tem a vida marcada pela relação com a dança e os vínculos familiares, quanto no nível extra fílmico, que envolve a memória do diretor com a personagem real e com a cidade de Russas, no Ceará. Partindo das hipóteses de que a dança funciona como expressão da memória afetiva da personagem, que resiste ao esquecimento por meio do corpo e da arte e de que a narrativa cinematográfica mobiliza afetos individuais e coletivos para construir pertencimento e identidade, objetiva-se refletir sobre como o cinema, enquanto linguagem midiática, atua como meio de preservação, ressignificação e produção de sentidos, transformando histórias individuais em memória coletiva e afetiva. A análise parte de uma abordagem qualitativa, com foco na narrativa e nos processos discursivos que estruturam o filme, usando os conceitos de memória individual e coletiva de Maurice Halbwachs (1990). Com isso, busca-se contribuir para os estudos na articulação entre narrativa, memória e afeto, assim como reforçar o papel do cinema como espaço de registro sensível e político.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Memória afetiva. Cinema. Narrativa. Pacarrete.



**A NOVA DIREITA NO BRASIL E NO MUNDO: UMA ANÁLISE SOBRE AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS UTILIZADAS POR JAIR BOLSONARO, VIKTOR ÓRBAN, JAVIER MILEI E DONALD TRUMP NAS REDES SOCIAIS**

**Ederson COSTA**

Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais/Produção de Sentido  
e-mail: edersonlevi@yahoo.com.br

**RESUMO**

O presente projeto de pesquisa se propõe a estudar o fenômeno da nova-direita mundial do ponto de vista midiático, a partir de suas estratégias discursivas e comunicacionais. Esse movimento, é uma nova expressão da direita, que utiliza especialmente as redes sociais como principal ferramenta de articulação e propagação de seu discurso e da sua ideologia. Por mais que esse movimento receba a alcunha de nova-direita, é possível estabelecer uma relação clara entre movimentos da extrema-direita, como é o caso da alt-right, um site que era utilizado por um grupo dos Estados Unidos com fortes influências de supremacistas brancos, que também terminou futuramente sendo encaixado na alcunha da nova-direita. Para isso, serão elencados como objetos de estudo da pesquisa os perfis no Instagram e no Twitter (agora X) de quatro políticos com grande influência nesse movimento: Jair Bolsonaro; Viktor Órban; Javier Milei; e Donald Trump. Com o intuito de analisar esse movimento através de diferentes perspectivas de localidades, isso é, Brasil, Europa, Argentina e Estados Unidos. Nesse sentido, será utilizada a Análise de Discurso francesa como principal referência metodológica e teórica. O embasamento teórico deste trabalho será feito principalmente a partir de autores como Eni Orlandi (1999, 2002), Louis Althusser (1980), Marcelo dos Santos Alves (2019), Caio Barbosa (2022), Levitsky S. e Ziblatt D. (2018), Norris P. e Inglehart R. (2019), Daniel Aarão Reis (2020), Claire Wardle (2024) e Hawley (2017) e outros. Isso será feito no intuito de identificar as principais estratégias comunicacionais e discursivas utilizadas por esse grupo, assim como buscar entender a linha discursiva e ideológica de cada um destes. O corte temporal da análise será o último ano da disputa eleitoral de cada um deles, especificamente, o ano de 2022 para Jair Bolsonaro e Viktor Órban, 2023 para Javier Milei e 2024 para Donald Trump, com o objetivo de fazer a análise em uma situação sócio-política semelhante, por mais que seja necessário estabelecer que existe uma diferença conjuntural na eleição de cada um deles. Nessa linha, serão analisadas e tabeladas todas as postagens realizadas no Instagram e no X nesse período, na tabela serão incluídas

algumas informações como autor, data da postagem, conteúdo textual e tema no intuito de fazer a análise discursiva delas, observando o conteúdo do ponto de vista da estrutura e do materialismo histórico. Para isso, assumimos como hipótese de que o movimento atua de maneira semelhante nas redes sociais, utilizando de estratégia como ataque sistemático a opositores, utilização de linguagens mais acessíveis e humor ampliar seu alcance, ofensiva a minorias sociais, além de tendências conservadoras. Além disso, será possível identificar também o caminho discursivo de cada um destes e como esse discurso se articula de maneira geral, formando um alinhamento da nova-direita mundial. Com isso, esperamos ter um entendimento geral sobre as principais formas de atuação desse movimento, analisando um movimento que segue em ascensão e vem ganhando forte alcance, especialmente a partir da sua presença nas redes sociais. Do ponto de vista dos Estudos da Mídia, esse trabalho propõe importantes perspectivas no entendimento da estratégia comunicacional deste grupo, analisando como esse movimento e seu discurso atinge um público cada vez maior, inclusive favorecendo o êxito eleitoral dos quatro líderes políticos analisados.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Comunicação – Nova-Direita – Análise de Discurso – Estudos da Mídia

## A REPRESENTATIVIDADE DE CORPOS NUS FEMININOS NA MÍDIA INSTAGRAM: UM OLHAR DE MULHERES FOTÓGRAFAS

**Marília Faustino CRUZ**

*Mestranda/o no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: mariliafaustino088@gmail.com

### RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar a construção do nu artístico feminino na plataforma Instagram, tomando como objeto as produções de fotógrafas mulheres que enfrentam restrições impostas pelos mecanismos de censura algorítmica. O problema central da investigação reside na arbitrariedade das políticas da plataforma, que permitem a circulação de determinadas imagens sexualizadas do corpo feminino, enquanto removem e silenciam representações artísticas de nudez feminina. O objetivo geral é: Investigar a construção do nu artístico feminino através de fotógrafas mulheres no contexto da mídia social Instagram. Os objetivos específicos são: (1) historicizar o nu como forma de representação visual, trazendo recortes do nu artístico no passado para contextualizar suas representações contemporâneas; Analisar o Instagram como dispositivo comunicativo, explorar suas diretrizes e seu alcance; Examinar a repercussão e a representação do nu artístico feminino no Instagram através de entrevistas individuais com as fotógrafas Flora Negri, Ana Harff e Heloísa Vecchio. Parte-se da hipótese de que as fotógrafas que trabalham com o nu artístico desenvolvem medidas subversivas e estratégias adaptativas para lidar com a censura, produzindo contravisualidades que desafiam e reconfiguram regimes hegemônicos de visibilidade. Metodologicamente, adota-se um recorte qualitativo, de caráter exploratório e descritivo, articulando estudo de caso com entrevistas semiestruturadas das fotógrafas selecionadas, para compreender como a remoção, shadowban e outras formas de banimento afetam o trabalho delas na plataforma. A fundamentação teórica articula diferentes autoras e autores que permitem refletir sobre corpo, imagem e poder: bell hooks (2019), com o conceito de olhar opositor; Nicholas Mirzoeff (2016), com a noção de contravisualidade; Judith Butler (2002; 2017), com as discussões sobre corpo-abjeto e performatividade; Michel Foucault (2017), com o conceito de biopoder para se referir ao Instagram como um dispositivo de controle; Donna Haraway (2009), ao abordar as relações do corpo com as novas tecnologias; Viviane Matesco (2009), ao tratar do corpo e da imagem; Maria Brasi-liense (2007), ao discutir o corpo-mídia; Diana Cunha (2016) e Isabella Valle (2017), sobre o corpo feminino como espaço de resistência; André Rouillé (2009) e Philippe

Dubois (1998), acerca da fotografia artística como linguagem e imagem-ato; Susan Sontag (2004), sobre a sociedade de consumo de imagens. Os principais resultados esperados consistem na criação de diretrizes mais justas dentro da plataforma social e também em uma discussão mais ampla a respeito da liberdade de expressão artística. A contribuição desta pesquisa situa-se na comunicação, ao refletir sobre as disputas de poder na imagem, a hiperssexualização dos corpos femininos nas mídias sociais e a construção de novas contravisualidades desses corpos por meio da fotografia contemporânea feminina.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Instagram; censura nas redes sociais; contravisualidade; fotografia contemporânea; Nu artístico feminino.



## GIRLS ON GRID: REPRESENTAÇÕES FEMININAS NA SÉRIE F1: THE ACADEMY

**Lara Alves da ESCÓSSIA**

*Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: laraaescossia@gmail.com

### RESUMO

Este trabalho propõe uma análise de conteúdo da série F1: The Academy (2025), com enfoque na exclusão feminina realizada sistematicamente pela Fórmula 1, a partir da base. A F1, em seus 75 anos de história, se consolidou como um esporte feito por e para homens. O público, as publicidades, os patrocinadores: tudo é ligado, desde o início, ao universo masculino ocidental, em que usar relógios milionários e dirigir veículos luxuosos com modelos ao lado são itens de desejo e símbolos de luxo absoluto. Para estabelecer essa cultura, o mais importante é que o homem seja protagonista do esporte, tanto nos cargos mais visados, como o de piloto, quanto nos cargos de gestão e de engenharia. Assim, dos mais de trezentos pilotos que já participaram de Grandes Prêmios, apenas cinco foram mulheres, tendo a última competido há mais de trinta anos. Amparada em Bourdieu (1983; 2010), esta pesquisa parte da hipótese de que tal exclusão é intencional e fundamental para manter uma exclusividade na Fórmula 1, de atletas, de espectadores, de espaços, onde só os melhores do mundo têm acesso – e os melhores são os homens brancos de elite. Com o rebranding da F1, desde a compra do Formula One Group pela Liberty Media em 2016, o público se tornou mais diverso e mais feminino, com esta última parcela equivalente a 41% do público total (Forbes, 2024). No entanto, a participação ativa das mulheres nas pistas do esporte ainda é quase nula, o que culminou na criação da F1 Academy, categoria feminina de base. A estratégia adotada pela Liberty Media para impulsionar a F1A é a mesma que garantiu 25% dos novos fãs da Fórmula 1, segundo a pesquisa de dados anterior: ou seja, a produção de uma série da Netflix, contando os bastidores e humanizando as pessoas envolvidas. Por isso, uma análise dessa série permite observar as nuances da categoria que surge como resposta a críticas à falta de incentivo a mulheres, mas não menciona o fato de que essa realidade continua após a graduação na F1A, embora o tema central da série sejam os percalços até a F1. Assim, o objetivo geral deste trabalho é analisar a narrativa da série F1: The Academy e as suas estratégias de representação de jovens mulheres rumo ao topo de um esporte tradicionalmente machista. Para isso, a pesquisa se baseia, principalmente, nas contribuições de Bardin (2016), De Lauretis (1994), Akotirene (2019), Collins (2022),

Januário (2021) e Jakubowska (2018, 2023). Como resultados, espera-se interpretar a exclusão das mulheres na F1 sob perspectivas institucionais, comunicacionais e comportamentais, compreendendo o esporte como uma manifestação das instâncias da sociedade. Por fim, a pesquisa contribui para debates sobre machismo e violência de gênero, além de trazer luz aos problemas sistemáticos de um dos esportes mais consumidos do mundo.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Fórmula 1; mulheres; machismo; F1 The Academy.

## OS DISCURSOS PATRIARCAIS EM NOTÍCIAS DE FEMINICÍDIO NO TELEJORNAL JPB1: INTRODUÇÃO AO ESTUDO EPISTEMOLÓGICO E ANALÍTICO

**Ana Daniella FECHINE**

*Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: danifechine@gmail.com

### RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar as marcas estruturais do patriarcado nos discursos jornalísticos sobre feminicídio veiculados no JPB1, telejornal da TV Cabo Branco (afiliada Globo em João Pessoa), entre os anos de 2015 (ano da sanção da Lei do Feminicídio), 2016 (um ano após a sanção da Lei do Feminicídio), 2019, 2020 (primeiros anos do governo de Jair Bolsonaro), 2023 e 2024 (primeiros anos do governo Lula). A investigação parte da constatação de que, mesmo após a sanção da Lei do Feminicídio (Lei nº 13.104/2015), os noticiários ainda reproduzem narrativas que reforçam práticas misóginas, machistas e sexistas, muitas vezes culpabilizando as vítimas e suavizando a responsabilidade dos agressores. O problema de pesquisa, portanto, é compreender de que forma os discursos patriarcais circulam e se atualizam nas narrativas midiáticas, contribuindo para a naturalização da violência de gênero. As hipóteses norteadoras indicam que (1) as escolhas editoriais e discursivas podem contribuir para a reprodução de estereótipos e para a culpabilização da mulher, (2) tais narrativas frequentemente atribuem, de maneira direta ou indireta, responsabilidades à vítima e (3) o exercício patriarcal, enquanto prática cultural e social, permanece presente no jornalismo, apesar do avanço das discussões feministas. A metodologia é de caráter qualitativo e quantitativo, fundamentada na Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), proposta por Coutinho (2022), e na Análise Crítica do Discurso (ACD), de Fairclough (2001). Os dados são coletados a partir de registros oficiais do Ministério da Justiça e da Secretaria de Segurança e Defesa Social da Paraíba, cruzados com reportagens publicadas e veiculadas no Globoplay. As reportagens são organizadas em planilhas com informações relevantes, incluindo expressões linguísticas, escolhas editoriais e enquadramentos jornalísticos. Esse corpus é examinado a partir de categorias analíticas, algumas já identificadas nos dados preliminares: (1) uso recorrente do termo “companheiro” para suavizar a relação entre vítima e agressor, (2) culpabilização da vítima e (3) omissão sistemática do termo “feminicídio”. Do ponto de vista teórico, a pesquisa articula as contribuições de autoras feministas clássicas e contemporâneas, como Lerner (2019), Federici (2017),

Hooks (2019), Gago (2020) e Segato (2012) e Butler (2009), para refletir sobre corpo, discurso e poder em uma perspectiva interseccional e decolonial. O patriarcado é concebido não apenas como instituição, mas como exercício cotidiano, reproduzido nas práticas sociais e discursivas, inclusive no jornalismo. A análise considera ainda a construção histórica do corpo feminino como território de disputas simbólicas, políticas e econômicas, evidenciando como a mídia contribui para manter ou tensionar essa estrutura. Os resultados preliminares do ano de 2015 confirmam a permanência de estigmas patriarcais no discurso jornalístico, especialmente pela ausência da nomeação “feminicídio”, o que contribui para invisibilizar a especificidade da violência de gênero. Espera-se, ao longo do recorte temporal proposto, observar tanto permanências quanto mudanças nos discursos, considerando o impacto dos contextos políticos distintos (governos Dilma, Bolsonaro e Lula). A principal contribuição da pesquisa é oferecer uma leitura crítica sobre como o jornalismo, ao narrar crimes de feminicídio, pode reforçar desigualdades estruturais ou, alternativamente, colaborar para práticas comunicativas mais responsáveis. Nesse sentido, o estudo pretende propor caminhos para uma cobertura jornalística feminista, ética e comprometida com a transformação social, contribuindo para o debate acadêmico e para a prática profissional.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Estudos da Mídia. Feminicídio. Patriarcado. Jornalismo. Discurso.



## **PALANQUE ELETRÔNICO: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS DO JORNAL NACIONAL COM OS CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA ENTRE 2002 E 2022**

**Lucas Rodrigues FÉLIX**

*Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: falecomlucasfelix@gmail.com

### **RESUMO**

As eleições gerais brasileiras, apontadas por Nicolau (2012) como globalmente relevantes pela dimensão do público votante, são também consideradas por Mundim (2010) como momentos midiáticos por excelência. Ames (2003) aponta que a realização contínua dos pleitos marca a consolidação do mais longo período do país com as instituições sob o funcionamento ininterrupto de um regime democrático através da realização de eleições livres, justas e regulares, o consolidando como uma referência política na América Latina. O Jornal Nacional, principal noticiário televisivo do país, aproveita desde 2002 o potencial de influência da mídia na formação da opinião pública para entrevistar ao vivo os principais candidatos à Presidência da República, conforme destaca Neves (2008). Diante da relevância do JN, a pesquisa objetiva analisar a sua cobertura ao longo das referidas entrevistas realizadas com os principais candidatos à Presidência da República durante as eleições gerais brasileiras no recorte entre 2002, ano em que as sabatinas começaram a ser realizadas, e 2022. Dessa forma, será possível a categorização e compreensão das temáticas destacadas pela emissora em seus diálogos com os presidentiáveis, permitindo a comparação entre as prioridades do grupo empresarial e as da sociedade brasileira. Com o auxílio das técnicas de análise de conteúdo (AC) e análise do discurso (AD), a pesquisa busca observar as temáticas mais destacadas pela TV Globo nas sabatinas com os presidentiáveis realizadas nos anos de 2002, 2006, 2010, 2014, 2018 e 2022, acompanhando a evolução de abordagem de temáticas que ganharam relevância ao longo do século XXI e identificando os critérios de noticiabilidade que norteiam o JN. A AC é notabilizada pela sua aplicação de múltiplas maneiras nos estudos para a comunicação, sendo apontada por Bardin (1977) como um instrumento de fácil adaptabilidade. Chizzotti (1991) ressalta a técnica por sua habilidade para a combinação de elementos qualitativos e quantitativos, que serão analisados conjuntamente. Na condução da pesquisa, a opção é pela combinação com a análise do discurso de linha francesa, introduzida destacadamente no Brasil por Orlandi (2000). A investigação já identificou, por exemplo, que 50% das questões ligadas ao temperamento dos

presidenciáveis foram realizadas pelos condutores do Jornal Nacional para as postulantes mulheres, mesmo que a proporção da presença feminina nas sabatinas seja de 27%. Em casos como o exemplificado, as metodologias são unidas para que os dados e a linguagem sejam igualmente abordados, reforçando linhas de investigação com métricas, como a de que a desigualdade de gênero é efetivamente um assunto de relevância limitada para o JN, o que se constata ao listar que apenas 6% das entrevistas abordaram o assunto como elemento central em uma pergunta. A condução da pesquisa pretende estabelecer um perfil sobre os padrões ligados aos 33 grandes temas selecionados como centrais nas questões apresentadas, diferenciando quando há um interesse do telejornal da TV Globo sobre uma pauta em múltiplas sabatinas e quando a discussão é concentrada entre poucos candidatos, como acontece em torno do debate ambiental. Um terço de todas as perguntas sobre o meio ambiente, questão surgida no JN somente em 2010, foram direcionadas apenas para a candidata Marina Silva, que possui histórico de atuação na seara. A partir dos destaques selecionados, a combinação de metodologias norteará as etapas seguintes em torno dos conteúdos das formulações indagadas, contemplando as diversidades regionais do Brasil com um olhar que valoriza as questões além do eixo Centro-Sul.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Estudos da Mídia; telejornalismo; eleições; Jornal Nacional; democracia

## “A FÉ VEM PELO OUVIR”: MEDIAÇÕES COMUNICACIONAIS DA MEMÓRIA COLETIVA E RELIGIOSA EM CUNCAS (CE)

**Bianca Sobral FERNANDES**

*Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: [bifernandes50@gmail.com]

### RESUMO

A Festa de São Sebastião, realizada anualmente no distrito de Cuncas, município de Barro (CE), constitui-se como uma das mais antigas manifestações religiosas e culturais do Cariri cearense, com origem em 1862, quando um surto de cólera assolava a região. Diante da calamidade, uma moradora chamada Maria Teresa de Santana fez a promessa de celebrar, de 10 a 20 de janeiro, uma novena em agradecimento ao santo, protetor contra doenças infecciosas, caso nenhum habitante fosse contaminado. Essa tradição permanece viva há 163 anos, marcando a memória da comunidade como um testemunho de resistência, solidariedade e religiosidade popular. O presente trabalho, vinculado à tese doutoral em desenvolvimento, tem por objetivo investigar como a memória coletiva e religiosa em torno da festa se constitui e se atualiza por meio de mediações comunicacionais, em especial pela oralidade e pela escuta, compreendidas como dispositivos de preservação e transmissão simbólica. O problema de pesquisa indaga de que maneira as narrativas e relatos sobre a origem da festa, transmitidos de geração em geração, dialogam com os registros midiáticos contemporâneos, contribuindo para fortalecer identidades locais e consolidar a religiosidade popular no Cariri. Considerando ainda que esta festividade não possui a mesma difusão midiática que outras manifestações populares, como as romarias de Padre Cícero e Benigna, por exemplo. Parte-se da hipótese de que a oralidade, ao lado das mediações midiáticas, opera como um dispositivo central de memória, articulando temporalidades distintas e ressignificando a experiência coletiva da fé. O objetivo geral é compreender como a festa de São Sebastião em Cuncas se inscreve no campo das mediações comunicacionais da memória, enquanto objetivos específicos buscam: (a) identificar as práticas rituais e devocionais que estruturam a tradição; (b) analisar os modos como a memória da festa circula por diferentes suportes e linguagens midiáticas; e (c) discutir as implicações da midiáticação da memória para a afirmação identitária e cultural da comunidade. A fim de fundamentar o referencial teórico-discursivo, serão mobilizadas obras de autores que discutem a memória coletiva e popular, como Ecléa Bosi, com “Memória e Sociedade: Lembranças de Velhos”; Maurice Halbwachs, com “A Memória Coletiva”; e Cornelius Castoriadis,

com “A Instituição Imaginária da Sociedade”. Para a compreensão das manifestações culturais no contexto do Cariri cearense, será adotada a obra “A Invenção do Nordeste”, de Durval Muniz de Albuquerque Júnior. Luiz Beltrão e o conceito de Folkcomunicação para discutir os aspectos da cultura e da comunicação. No que diz respeito às mediações e suas interfaces com a comunicação, será utilizada a reflexão de Omar Rincón, especialmente sua leitura das ideias de Jesús Martín-Barbero sobre temporalidade e sensorialidade, abordadas em “Um Novo Mapa para Repensar a Comunicação na América Latina”. Para o delineamento do percurso metodológico, centrado na etnografia, serão referências principais as obras “Etnografia e Subjetividade”, de Marco Antonio Gonçalves, e “Barbero e os Mapas”, de Immacolata Lopes, que contribuem para o entendimento da etnografia como um processo de escuta sensível e construção de sentidos. Metodologicamente, adota-se a etnografia como caminho central, orientada por uma escuta sensível e pelo envolvimento direto com a comunidade, conforme propõem Marco Antonio Gonçalves e Immacolata Lopes, em diálogo com a noção de etnografia como processo de subjetivação e de construção de sentidos. O estudo se justifica pela relevância cultural e acadêmica de valorizar uma manifestação religiosa local ainda pouco explorada pela pesquisa em comunicação, mas que se revela como um território fértil de narrativas, afetos e mediações simbólicas. Ao evidenciar como a memória da festa se atualiza por meio da oralidade e da midiaticização, a investigação contribui para os estudos sobre memória, comunicação e religiosidade popular, ressaltando a potência da manifestação popular como prática de resistência e de invenção coletiva.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Cuncas; memória popular; religiosidade; etnografia; festa de São Sebastião.



**A EDUCOMUNICAÇÃO NO ECOSISTEMA MIDIÁTICO PARAIBANO:  
ANÁLISE DE CONTRIBUIÇÕES E DESAFIOS PARA O FORTALECI-  
MENTO DA COMUNICAÇÃO CRÍTICA NA AMÉRICA LATINA**

**Thalita GONÇALVES**

*Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: thalitaogoncalves@gmail.com

**RESUMO**

Na contemporaneidade, os ecossistemas midiáticos são atravessados por redes de desinformação que alimentam práticas autoritárias e excludentes, impulsionadas pela atuação de corporações midiáticas globais (Maldonado, 2025). Nesse cenário, a educomunicação revela-se estratégica por sua vinculação histórica à defesa da democracia na América Latina (Citelli et al., 2019), projetando-se como campo de fortalecimento de práticas críticas, criativas e comunitárias de resistência (Saggin, 2024). Nesse contexto, a pesquisa se insere no campo da Educomunicação e busca analisar o ecossistema midiático paraibano, considerando suas contribuições e desafios para o fortalecimento de práticas comunicacionais críticas na América Latina. O ponto de partida é o reconhecimento de que a comunicação no Nordeste brasileiro, historicamente, enfrentou limitações estruturais, a exemplo da implantação tardia da televisão (Kneipp; Junior, 2019). Em contrapartida, observa-se o papel de meios alternativos, como a literatura de cordel (Gadini, 2021), e de experiências que articularam mídia e educação, como o Sistema de Rádio Educativo da Paraíba (SIREPA) e o Movimento de Educação de Base (MEB), ambos fortemente inspirados na pedagogia crítica de Paulo Freire (Santos, 2017; Saggin, 2024). Esse contexto histórico-cultural justifica a necessidade de compreender a Educomunicação como campo de intervenção social e de produção de conhecimento, cujo desenvolvimento na Paraíba apresenta características singulares, mas ainda pouco representadas nas pesquisas acadêmicas nacionais e latino-americanas (Moraes; Gomes, 2024). O problema de pesquisa que orienta este estudo parte da constatação da escassa visibilidade científica das práticas educacionais realizadas na Paraíba, a despeito de o estado ter sido pioneiro ao instituir um curso de graduação em Comunicação Social com linha específica em Educomunicação na Universidade Federal de Campina Grande – UFCG (Almeida, 2024). Tal lacuna é evidenciada pela predominância de trabalhos oriundos das regiões Sudeste e Sul em periódicos especializados (Gusmão; Souza, 2024). Nesse sentido, a investigação propõe examinar de que forma o curso de Educomunicação da UFCG e os projetos educacionais associados contribuem para a consolidação

de um ecossistema comunicativo crítico, a partir das experiências educomunicativas em andamento no estado da Paraíba, considerando como tais práticas se articulam com a mídia regional e ressaltando as suas contribuições para o fortalecimento da cidadania comunicativa e da comunicação crítica no contexto latino-americano. Como hipótese central, parte-se do pressuposto de que essas iniciativas ampliam espaços de diálogo, autonomia e protagonismo social, configurando-se como estratégias de resistência e transformação cultural (Soares, 2011; Santos et al., 2020). A fundamentação teórica ancora-se nos estudos de Paulo Freire, Jesús Martín-Barbero, Mário Kaplún e Simón Rodríguez, pensadores que pavimentaram a interface entre comunicação e educação a partir de uma perspectiva crítica e emancipatória (Pardilla-fernández, 2019; Fernandez, 2022). Complementarmente, são mobilizadas as contribuições de Ismar de Oliveira Soares (2011, 2023), sistematizador do campo no Brasil, e de Alberto Efendy Maldonado (2019, 2022, 2025), cujas formulações sobre a transmetodologia oferecem um horizonte epistemológico alternativo às tradições eurocêntricas. Metodologicamente, a investigação adota a transmetodologia como orientação central, privilegiando uma abordagem exploratória, flexível e crítica, capaz de integrar múltiplos métodos em um processo de atravessamento e reconstrução (Maldonado, 2009; Bonin, 2023). Nessa perspectiva, busca-se compreender a pesquisa como processo inacabado, que se constrói a partir de experiências empíricas, diálogos e aprendizagens coletivas (Maldonado, 2019). Espera-se como resultado a produção de um mapeamento inédito das práticas educomunicativas no estado, oferecendo subsídios teóricos e metodológicos para ampliar a representatividade da Paraíba nos estudos latino-americanos. As contribuições previstas incluem o fortalecimento da reflexão crítica sobre a mídia regional, a valorização das práticas locais enquanto expressões de cidadania comunicativa e a consolidação da Educomunicação como campo estratégico de resistência cultural. Desse modo, a pesquisa pretende não apenas preencher lacunas acadêmicas, mas também fomentar um debate sobre o papel das práticas educomunicativas na transformação social, reafirmando a centralidade da comunicação crítica no contexto da América Latina.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Educomunicação; transmetodologia; cidadania comunicativa; ecossistema midiático; Paraíba.

## EVOLUÇÃO DE INTERFACES DE PORTAIS DE NOTÍCIAS

**Davi KOSHIYAMA**

*Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

*davijoseonline@gmail.com*

### RESUMO

Esta pesquisa multidisciplinar, que envolve as áreas de comunicação e design, visa analisar a adaptação do conteúdo midiático à arquitetura de informação dos portais de notícias, tendo como foco principal o mapeamento das duas últimas décadas, período o qual este veículo já se encontrava amadurecido, consolidado e em plena expansão. Neste recorte foi avaliado como a mensagem se moldou a esta nova mídia, seu processo de adaptação às interfaces deste novo ambiente e como foi potencializada em relação a agregação de sentido. Investiga sua apropriação de veículos precedentes, de novos recursos interativos disponíveis até a inteligência artificial (IA), suas peculiaridades únicas e exclusivas enquanto grande nave-mãe midiática que se tornou. Visando a demanda de consumo e ampla propagação de suas notícias, destaca a competitividade entre os portais e entre eles e as redes sociais. Pretende-se responder quais as tendências e perspectivas para o conteúdo midiático e sua interação nas futuras interfaces dos portais de notícias. Se é possível prever isso ou ainda, se essa evolução se dará através de loops em momentos de estagnação criativa, conforme Lipovetsky (2015) identificou em outras áreas: com ondas de revivals e remakes, onde se somam ao estado da arte atual recursos que já deram certo no passado, gerando assim uma nova tendência na vanguarda evolutiva. Responderá onde as estéticas favoreceram, prejudicaram, simplificaram ou expandiram a composição da mensagem, e se é possível substituir a linguagem escrita, verbal dos portais de notícias pela linguagem audiovisual, ou ao menos aumentar sua participação. Uma indagação complexa já que há tempos existem recursos tecnológicos para tal. Tem como objetivo principal indicar previsões e tendências na evolução das interfaces de portais de notícias, a partir de uma análise cronológica dos tensionamentos entre o conteúdo midiático e a arquitetura da informação. Revelará soluções adotadas para distensionar conflitos entre forma e conteúdo, identificar inovações e reconhecer a possível formação de um padrão evolutivo dessas interfaces. Como objetivos específicos, propõe-se: relatar em que casos a estética aplicada aos portais de notícias favoreceu, prejudicou, simplificou ou expandiu a composição da mensagem; indicar até que ponto é possível substituir a linguagem escrita, verbal, dos portais de notícias pela linguagem audiovisual; mapear os períodos de estagnação e de evolução

nesta trajetória, no relacionamento entre forma e conteúdo nas interfaces. Justifica-se para a sociedade encontrar estas respostas a fim de oferecer diferencial competitivo e estratégico a empreendedores deste segmento de portais, e por consequência, resultar na oferta de novas interfaces que propiciem melhor experiência de uso aos usuários (UX: User Experience), uma vez que este mercado é acirrado, repetitivo (em formatos estruturais e estéticas), conservador e carente de inovação. A estratégia metodológica central apoia-se na Teoria Fundamentada em Dados (Grounded Theory), conforme proposta por Glaser e Strauss (1967) e posteriormente adaptada para pesquisas em ambientes digitais. Buscou-se compreender como os elementos visuais, informacionais e estéticos das interfaces se reorganizaram ao longo do tempo, em resposta aos tensionamentos entre forma e conteúdo. Na etapa posterior, o processo de codificação orientado pela Grounded Theory permitiu a construção de categorias analíticas e de “memos” teóricos, sintetizando padrões, variações e recorrências observadas ao longo do tempo. Para complementar essa etapa, foi utilizada ainda a técnica de Storyline, conforme descrita por Strauss e Corbin (1990), a fim de organizar a narrativa evolutiva das interfaces em uma linha de raciocínio coerente, relacionando dados empíricos às interpretações analíticas construídas. Essa articulação entre codificação e narrativa permite que a tese conte a “história” da evolução das interfaces dos portais de notícias, identificando possíveis padrões estruturais, momentos de ruptura ou repetição, e projetando tendências futuras no campo da arquitetura de informação e interfaces.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Evolução. Interface. Portais de Notícias. Arquitetura da Informação. Conteúdo Midiático



## **JORNALISMO EM TRANSIÇÃO: MUDANÇAS NAS ROTINAS PRODUTIVAS A PARTIR DO USO DE INTELIGÊNCIAS ARTIFICIAIS NA PRÁTICA JORNALÍSTICA NO RIO GRANDE DO NORTE**

**Jessyanne L. A. BEZERRA**

*Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: [jlabezerra@gmail.com](mailto:jlabezerra@gmail.com)

### **RESUMO**

As novas tecnologias têm transformado o jornalismo e, especialmente, em seu contexto regional. Com o avanço das plataformas digitais, dominadas pelas Big Techs (Google, Meta, Amazon, Microsoft e Apple), a produção, a distribuição e o consumo das notícias sofreram alterações devido a influência de algoritmos e inteligências artificiais (IAs). O que tem forçado os jornalistas a se adaptarem a um novo cenário em que a velocidade e a quantidade de conteúdo prevalecem sobre a profundidade, a qualidade e a reflexão. Esta pesquisa examina as mudanças nas dinâmicas produtivas, na identidade e na rotina dos jornalistas com a inserção dessas tecnologias. Nosso foco é entender como elas reestruturam as redações, a produção e o trabalho jornalístico no contexto regional, em amostra a definir situada no Rio Grande do Norte. Por isso, os objetivos específicos são analisar as transformações nas rotinas dos jornalistas; identificar as competências exigidas neste novo contexto de produção; e mapear as estratégias de adaptação e seus desafios éticos e culturais. Nossa hipótese é que a Inteligência Artificial se configura como um mecanismo de automação do trabalho jornalístico que progressivamente pode reduzir e até mesmo substituir a autonomia editorial e subjetiva da produção jornalística e que no contexto de produção regional, os jornalistas estão mais vulneráveis. O fenômeno da plataforma da comunicação (Van Dijck, Poell, De Waal, 2018) alterou a forma de curadoria, de distribuição e de circulação das notícias, criando um ambiente no qual o conteúdo precisa ser “otimizado” para que se tenha visibilidade e engajamento, a partir do que se denomina como Search Engine Optimizer. Assim, nessa sistemática, a produção jornalística fica subordinada a se adaptar a um ritmo acelerado, impulsionado pela necessidade de gerar conteúdo em grande volume para atender à demanda das plataformas. Como consequência dessa pressão, ocorre a precarização das condições de trabalho (Grohmann, 2020; Deuze, 2019), a mecanização dos processos e a subserviência editorial, com os jornalistas frequentemente seguindo pautas ditadas por métricas de engajamento e temas em alta (Zandomênic, 2023). Assim, dialogamos

com os conceitos de capitalismo de vigilância, de Shoshana Zuboff (2020), colonialismo de dados de Nick Couldry e Ulisses Mejias (2019) e, sobre as plataformas como mediadoras e controladoras do trabalho, a partir da crítica de Helena Martins (2022). O trajeto metodológico compreenderá a realização de entrevistas estruturadas e semiestruturadas com jornalistas, que atuam como repórteres, editores e chefes de redação. Adotaremos a análise de conteúdo (Bardin, 2011) para explorar as respostas das entrevistas para identificar os impactos da IA nas rotinas de trabalho e identidade dos jornalistas. Como resultados esperados da pesquisa, pretendemos contribuir com os estudos sobre a intersecção entre tecnologia e mudanças na prática jornalística, na perspectiva do trabalho, principalmente no papel do jornalismo para a manutenção do sistema democrático de direito.

#### **PALAVRAS-CHAVE**

Estudos da mídia. Jornalismo. Novas Tecnologias. Plataformização. Inteligência artificial.

## GESTÃO DE CRISE: ANÁLISE DA COBERTURA INSTITUCIONAL DA FUGA DOS PRESOS DO PRESÍDIO FEDERAL DE MOSSORÓ/RN

**Celly MAIA**

*Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: cellysara@gmail.com

### RESUMO

A falta de segurança e a criminalidade são temas presentes no cotidiano dos brasileiros, compondo uma parte intrínseca do imaginário social e cultural. A figura do “bandido” e a narrativa do crime permeiam telejornais, rádio, campanhas eleitorais e mídias sociais, refletindo o interesse do público e, muitas vezes, amplificando a sensação de vulnerabilidade. Nesse cenário, o histórico de quase duas décadas sem fugas no Sistema Penitenciário Federal (SPF) do Brasil foi quebrado em 14 de fevereiro de 2024, quando dois detentos escaparam da Penitenciária Federal de Mossoró, no Rio Grande do Norte. O episódio inédito expôs vulnerabilidades estruturais e deflagrou uma crise de imagem para o Governo Federal, tornando-se o ponto de partida deste estudo. A pesquisa investiga as estratégias de comunicação adotadas pelo Estado, por meio dos portais institucionais da Secretaria Nacional de Políticas Penais (SENAPPEN), órgão responsável pelo SPF, e do Ministério da Justiça e Segurança Pública (MJSP), para legitimar sua atuação e gerenciar a crise. A temporalidade da análise abrange o período de 14 de fevereiro a 30 de abril de 2024, desde o início da fuga até a recaptura dos presos. A principal hipótese é que a comunicação institucional do governo, em seu papel de mediação, priorizou a ênfase na atuação e no controle da crise, atuando como um instrumento de legitimação estatal. Para compreender os efeitos de sentido gerados pelas publicações oficiais, o trabalho se vale de autores basilares para as áreas de Comunicação e Cultura. As teorias de mediação, em particular a de Jesús Martín-Barbero (1996) que oferece estrutura para entender a comunicação como um processo que transcende a mera transmissão de mensagens, envolvendo as matrizes culturais e os processos de recepção. A análise se apoia, ainda, em conceitos como semiosfera e fronteira de Lotman (1996), que auxiliam a compreender a produção de sentidos no âmbito da cultura, e na perspectiva de Raymond Williams (1996) sobre cultura, que amplia o olhar sobre as práticas e representações sociais. A contribuição de Baitello Junior (2019) permite investigar a dimensão semiótica da imagem nas publicações. Conceitos de comunicação organizacional (Kunsch, 2003; Marchiori, 2006) e comunicação pública (Duarte, 2011) fornecem a base para analisar as estratégias do Estado. A metodologia emprega uma

abordagem qualitativa, centrada em um estudo de caso sobre o evento de Mossoró. Para a investigação, a pesquisa se vale de publicações oficiais da SENAPPEN e do MJSP, bem como de matérias jornalísticas veiculadas no período, buscando realizar uma comparação com os discursos da mídia. Uma das principais contribuições do estudo será estabelecer um paralelo entre as mediações do Estado e da imprensa para compreender seus possíveis efeitos de sentido e impactos sociais, aprofundando o debate sobre a comunicação em contextos de crise de alto impacto.

### **PALAVRAS-CHAVE**

gerenciamento de crise; comunicação pública; sistema penitenciário; mediação, semiótica.

## **DESINFORMAÇÃO E SAÚDE: COMO AS NARRATIVAS FALSAS DESESTABILIZAM E RECONFIGURAM OS SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA DO SUS**

**Rafael MÉLO**

*Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: rafaelmelojornalista@gmail.com

### **RESUMO**

A Desinformação, enquanto fenômeno multifatorial, tem afetado todos os atores e todas as redes de interconexão da sociedade. Este processo também atravessa as instituições públicas e reverbera com muita veemência em campos como o da saúde. Neste sentido, o Sistema Único de Saúde (SUS) se torna um espaço de disputa de sentidos e uso de narrativas falsas que provocam desinformação sobre o sistema. Isto afeta diretamente os sistemas de Comunicação Pública (CP) do SUS e exige um reposicionamento do seu modelo de funcionamento. O trabalho investiga como as narrativas falsas desestabilizam e reconfiguram os meios de comunicação pública do SUS, que são um elemento basilar para o alcance das diretrizes e princípios do SUS. Logo, o objeto de estudo são narrativas falsas no âmbito do SUS; e os meios de CP do sistema, com recorte sobre o trabalho das mídias institucionais do Ministério da Saúde. Para tanto, analisamos os sistemas oficiais de comunicação do SUS e as transformações ocorridas nos últimos 5 anos, entre 2020 e 2025, período que compreende a pandemia da Covid-19. O objetivo principal é analisar como as narrativas falsas desestabilizam e reconfiguram os sistemas de comunicação públicas do SUS. Os objetivos específicos compreendem: verificar o impacto das narrativas falsas sobre o SUS no usuário do sistema; analisar os mecanismos usados pelos sistemas de Comunicação Pública do SUS no enfrentamento à desinformação; analisar as estratégias das narrativas falsas sobre o SUS; testar as estratégias de mitigação à desinformação no SUS adotadas pelos sistemas de CP; descrever e categorizar o trabalho desenvolvido pelos meios de CP do SUS no enfrentamento à desinformação; e identificar meios e plataformas de maior escoamento dos conteúdos falsos sobre o SUS. Metodologicamente, o nosso trabalho se caracteriza como uma pesquisa descritiva e explicativa (Oliveira, 2007), pois busca apresentar, descrever e analisar estas narrativas falsas e seu impacto nos sistemas de CP do SUS, bem como descrever o funcionamento destes sistemas. Do ponto de vista de Estado da Arte, realizaremos uma incursão nos aspectos condicionantes e determinantes em saúde. Identificamos



pontos de ancoragem que devem nortear o nosso trabalho, a saber: perspectiva histórica da saúde pública; comunicação pública e SUS; sentidos em disputa sobre o SUS; a crise da informação e da verdade; desinformação e saúde; epistemologias da comunicação; midiaticização e ciência, entre outros aspectos. Os resultados parciais apontam para uma desestabilização dos sistemas de comunicação pública do SUS e uma reconfiguração do seu modelo de funcionamento.

#### **PALAVRAS-CHAVE**

desinformação; comunicação pública; saúde; mídias; SUS.

## DO OLHAR AO SENTIR: ESTÉTICA, COMUNICAÇÃO SENSORIAL E IA NA CONSTRUÇÃO DE UMA PUBLICIDADE ACESSÍVEL PARA PESSO- AS COM DEFICIÊNCIA VISUAL

**Shirley MELO**

*Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: shirley.melo.116@ufrn.edu.br

### RESUMO

A publicidade contemporânea está profundamente imersa em uma era de estetização, onde a experiência sensorial se torna central na comunicação com o público. De acordo com Lipovetsky e Serroy (2015), vivemos num mundo marcado pela abundância de estilos, imagens e narrativas, onde a estética não apenas seduz, mas define nossa relação com o consumo. Essa busca incessante pela estética, no entanto, pode levar a uma exclusão paradoxal, especialmente para públicos que não conseguem acessar ou interpretar representações visuais da mesma forma, como as pessoas com deficiência visual. De acordo com a Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) de 2019, realizada pelo IBGE, o Brasil possui aproximadamente 3,4% da população com deficiência visual severa. Essa estatística evidencia a demanda por estratégias de comunicação mais inclusivas e equitativas, reforçando a necessidade de se pensar a publicidade como uma política pública. A presente pesquisa investigará como a inteligência artificial (IA) pode ser utilizada para criar campanhas publicitárias sensoriais que sejam efetivamente inclusivas para pessoas com deficiência visual. O estudo adota uma metodologia qualitativa, descritiva e exploratória, que se concentra na análise documental e comparativa de campanhas sensoriais existentes, tanto no Brasil quanto no exterior. A fundamentação teórica será construída a partir de autores que definem a publicidade e a imagem, como Rabaça e Barbosa (2002) e Wilson Gomes (2004), além de especialistas em IA e suas implicações éticas, como Russell e Norvig (2004) e Max Tegmark (2020). A introdução da IA no campo da publicidade oferece a oportunidade de repensar a centralidade da imagem, desenvolvendo campanhas que integrem outros sentidos, como o auditivo e o tátil, para criar experiências comunicacionais ricas e acessíveis. A hipótese central do projeto é que o uso da IA é capaz de transformar a publicidade tradicional, predominantemente visual, em campanhas sensoriais que atendam às necessidades do público com deficiência visual, personalizando e adaptando as experiências publicitárias. Espera-se que este estudo contribua para

o desenvolvimento de práticas publicitárias que vão além do visual, promovendo uma comunicação mais acessível e equitativa e fortalecendo o cumprimento de legislações que promovem a inclusão. O projeto insere-se em um campo emergente e inovador, gerando conhecimento aplicável para o meio acadêmico e para o mercado publicitário, com o objetivo final de sugerir um quadro de indicadores que possa orientar o desenvolvimento de futuras campanhas sensoriais inclusivas e a proposição de uma política pública de comunicação. A análise de projetos como o vestibular acessível da UNICAMP, como estudado por Ribeiro (2023), e o trabalho de Martha Gabriel (2024), que discute a democratização da IA, serão cruciais para a construção do estudo da arte e para o aprofundamento do tema. A ausência de estudos que unam a aplicação da IA para a criação de uma estética sensorial e sua relação com a política pública reforça a relevância e o ineditismo deste projeto.

#### **PALAVRAS-CHAVE**

publicidade sensorial, inteligência artificial, inclusão, deficiência visual, acessibilidade.

## OUVIR, PERCEBER E ENTENDER A MATERNIDADE A PARTIR DO PODCAST MARIA VAI COM AS OUTRAS

**Kauane Alves MENEZES**

*Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: [kauanemenezes06@gmail.com](mailto:kauanemenezes06@gmail.com)

### RESUMO

As relações de gênero e mercado de trabalho estão presentes em diversas áreas do conhecimento e podem ser debatidas a partir de múltiplas perspectivas e diferentes meios de comunicação. Os podcasts se consolidaram, através de plataformas de mídia digital, como um meio de comunicação acessível e dinâmico, especialmente entre públicos que buscam discussões aprofundadas sobre temas específicos. O podcast Maria Vai Com As Outras fala sobre mulher e mundo do trabalho, dessa forma a presente pesquisa visa entender como o podcast selecionado constrói e reflete os discursos sobre a maternidade, revelando suas complexidades e possibilidades. O recorte de maternidade na temática central foi realizado não como um conceito isolado, mas como um campo de estudo multifacetado, com o objetivo de analisar as narrativas e representações desse universo nos episódios selecionados. A hipótese que norteou o trabalho sugere que o podcast, ao dar voz a diferentes experiências, contribui para desconstruir a visão idealizada da maternidade e expõe as diversas facetas da condição materna. Para alcançar essa compreensão, a pesquisa estabeleceu uma série de objetivos dentre eles: identificar o contexto que se insere nas discussões sobre as relações de gênero no Brasil; investigar como a maternidade impacta a identidade e o status social da mulher; categorizar os temas recorrentes nos episódios selecionados a partir de ferramentas da Análise Crítica do Discurso (ACD) e identificar os perfis das entrevistadas. Além disso, buscou-se analisar os discursos sob a ótica da interseccionalidade, evidenciando como as experiências são moldadas por fatores como raça, classe social e orientação sexual. A metodologia empregada foi robusta e multidisciplinar, combinando um estado da arte para buscar o que as produções acadêmicas à respeito do tema, a delimitação de episódios específicos sobre maternidade e o uso de ferramentas da Análise Crítica do Discurso (ACD) de Norman Fairclough, que permitiram a categorização, a identificação de padrões e a análise de silenciamentos e omissões. A pesquisa também utilizou a escuta atenta e transcrição dos episódios, e a análise de fóruns da comunidade do podcast no Facebook, o que proporcionou uma rica compreensão do impacto e da recepção do conteúdo pelo público. Uma outra metodologia a ser adotada é a escuta dos episódios com convidadas

selecionadas para cada episódio. A fundamentação teórica foi um pilar essencial para a análise, ancorando o trabalho em referências como Judith Butler, Nancy Chodorow e Virginie Despentes, que abordam a maternidade sob a perspectiva do feminismo. Para a compreensão do universo do podcast e da comunicação, foram utilizados os trabalhos principais de Rezende e Jesús Martín-Barbero. Como principais resultados e contribuições, a pesquisa se destaca por sua relevância para os Estudos de Gênero e Feminismo, ao oferecer uma análise aprofundada de como a maternidade é construída e vivenciada em um contexto contemporâneo. Demonstrou-se a importância da representatividade da fala feminina no mundo do podcast, que se tornou um espaço crucial para a troca de experiências e para a formação de redes de apoio. A pesquisa contribuiu para uma reflexão compartilhada sobre uma visão mais inclusiva e menos romantizada da maternidade, que reconhece as dificuldades, as alegrias e as múltiplas formas de ser mãe. Ao dar voz a diferentes perfis de mulheres, o trabalho expôs a diversidade de experiências maternas, quebrando o mito da maternidade única e perfeita e promovendo um diálogo mais honesto e realista sobre o tema.

#### **PALAVRAS-CHAVE**

maternidade; podcast; relações de gênero; análise crítica do discurso; mundo do trabalho.



**A TRAJETÓRIA DE UMA TRAVESTI NO CONGRESSO NACIONAL:  
ANÁLISE DOS ENQUADRAMENTOS NOTICIOSOS DO MANDATO DE  
ERIKA HILTON NOS PORTAIS DE IMPRENSA BRASILEIROS**

**Danilo MONTEIRO**

*Doutorando no PPgEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*  
e-mail: danilocsmonteiro@gmail.com

**RESUMO**

Apesar do cenário de alta polarização, as eleições de 2022 foram palco de um acontecimento inédito na política brasileira: cinco deputadas trans e travestis foram eleitas para cargos estaduais e federais. Eleita para o Congresso Nacional, Erika Hilton é a primeira travesti negra a ocupar o posto de deputada federal. Os seus discursos inflamados repercutem nas redes sociais, incitando debates e gerando memes, além de atrair a atenção da grande imprensa. Levando em consideração o complexo ecossistema midiático atual e esse novo cenário de representação política, formulo a seguinte questão de pesquisa: como os veículos noticiosos da grande imprensa constroem os enquadramentos do mandato de Erika Hilton em suas páginas? Tenho como objetivo geral, portanto, analisar os enquadramentos de três portais da imprensa – Estadão, Folha de S. Paulo e O Globo – nas matérias veiculadas sobre Erika Hilton, sob a ótica da teoria transfeminista e interseccional. Os objetivos específicos são: (1) realizar uma análise textual e imagética, a fim de verificar os diversos enquadramentos construídos pelos veículos tradicionais nas matérias selecionadas; (2) identificar as fontes presentes nas matérias jornalísticas e como contribuem na construção dos enquadramentos dos portais; (3) verificar de que forma os marcadores interseccionais - raça, gênero, sexualidade, classe, dentre outros – aparecem no enquadramentos dos portais e como são discutidos; (4) investigar se a identidade de Erika Hilton enquanto mulher trans é um elemento de destaque nesses enquadramentos e como isso emerge no texto jornalístico; (5) analisar de forma comparativa os enquadramentos presentes, apontando as semelhanças ou diferenças de cobertura entre os portais selecionados. Como hipótese central de pesquisa, postulo que os três portais irão privilegiar enquadramentos em torno dos embates entre Erika Hilton e outros atores políticos. Isso significa que a imprensa irá dar maior destaque às polêmicas, contribuindo para um discurso jornalístico que acentua a polarização do eleitorado. Como metodologia, proponho uma análise de enquadramento noticioso (Entman, 1993), associada com a análise dos elementos visuais (Rodriguez; Dimitrova, 2011). Além dos estudos sobre enquadramento, os principais eixos teóricos são a teoria transfeminista (Nascimento,

2021) e da interseccionalidade (Crenshaw, 1991), que adentram de maneira transversal na pesquisa, problematizando desde as categorias de análise até os resultados. Considerando que a literatura acadêmica em torno de como os veículos midiáticos retratam a existência de mulheres trans e travestis ainda se concentra principalmente nos aspectos de violência de gênero e nas representações simbólicas, entendo que, ao focar na cobertura dos enquadramentos noticiosos do mandato de Erika Hilton, a minha pesquisa contribui para a discussão de um fenômeno sociocultural nunca antes visto, pois objetivo analisar os processos midiáticos derivados desse acontecimento, especialmente no que tange às representações de minorias sociais e ao discurso jornalístico em torno dessas populações. Como possíveis resultados, a partir do estudo de caso proposto, aponto que os jornais da grande imprensa podem gerar enquadramentos positivos de mulheres trans e travestis, que agora ocupam cargos políticos e que antes estavam relegadas principalmente às páginas policiais. Contudo, também indico que o discurso jornalístico focado nos embates entre a deputada e outros atores políticos, fundamentado principalmente em um jornalismo declaratório, podem produzir novos discursos negativos em relação às pessoas trans\*.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Erika Hilton. Enquadramento. Interseccionalidade. Jornalismo Político. Transfeminismo.

## **SEXO E INTIMIDADE APÓS OS 60 ANOS: UM ESTUDO SOBRE O USO DE APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO POR MULHERES IDOSAS**

**Marília Diógenes MOREIRA**

*Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: [madiogenes3@gmail.com]

### **RESUMO**

Considerando as relações virtuais e seus impactos, o estudo aborda a crescente aceitação e uso de aplicativos de relacionamento, que, apesar de predominantemente utilizados por jovens, também se expandem para o público mais velho, incluindo as mulheres idosas. O problema de pesquisa central surge da peculiaridade da situação dessas mulheres, cujos corpos e sexualidades são historicamente subjugados pela dominação masculina e pela pressão social por uma aparência jovem. Diante desse cenário, a pesquisa se propõe a responder como os aplicativos de relacionamento transformam as maneiras de se relacionar dessas mulheres e de que forma elas performam suas sexualidades nessas plataformas. A hipótese que guia a investigação é que as novas modalidades digitais transformam as dinâmicas tradicionais de sexualidade para esse grupo etário, redefinindo práticas analógicas e atuando no cerne da subjetividade das usuárias. O objetivo geral é analisar a constituição das relações de sexo e intimidade da mulher idosa através desses aplicativos. Para isso, os objetivos específicos incluem debater o envelhecimento feminino, contextualizar suas relações de intimidade, estudar os aplicativos de relacionamento enquanto plataformas midiáticas e investigar a experiência dessas mulheres nessas plataformas. A metodologia adotada é de cunho exploratório e qualitativo, combinando a netnografia com entrevistas semiestruturadas. A netnografia, método adaptado da etnografia para ambientes digitais, será utilizada para a observação de perfis de mulheres acima de 60 anos no Tinder. Em paralelo, serão realizadas dez entrevistas individuais, priorizando mulheres residentes em Natal/RN, com idade entre 60 e 80 anos. A escolha da entrevista semiestruturada, segundo autores como Minayo (2010) e Lakatos e Marconi (2017), permite maior liberdade de argumentação para as participantes. A análise de dados será feita por meio da análise de discurso baseada nos pressupostos de Foucault (2008), que entende a fala das entrevistadas como um conjunto de enunciados formados por saberes socialmente construídos. A fundamentação teórica é composta por um levantamento bibliográfico que abrange a sociologia do corpo, com autores como Le Breton (2012), Santaella (2004), Castro (2007) e Goldenberg (2011), para discutir a construção social do corpo e sua representação na mídia. A

questão do envelhecimento é explorada por Del Priore (2025), Goldenberg (2015, 2023) e Beauvoir (2018), enquanto as discussões sobre sexualidade e intimidade contam com as contribuições de Giddens (1993), Illouz (2011) e Bourdieu (1999). A plataformização e as relações virtuais são abordadas por Lemos (2019, 2021), Van Dijk (2014) e Turkle (2011). As principais contribuições esperadas para esta pesquisa incluem a compreensão aprofundada de como um grupo historicamente marginalizado, as mulheres idosas, navega e se reinventa no cenário dos relacionamentos digitais. O estudo busca evidenciar como essas plataformas, além de meras ferramentas de interação, influenciam a subjetividade e a performance da sexualidade feminina na velhice, um tema pouco explorado. A pesquisa contribui para o campo ao oferecer um olhar qualitativo e contextualizado sobre as experiências desse grupo, desafiando estigmas e preconceitos associados ao envelhecimento feminino. Ao focar em Natal/RN, a pesquisa também oferece uma perspectiva localizada e específica, enriquecendo o debate sobre a plataformização da vida e suas implicações sociais e culturais em um contexto brasileiro. A intersecção entre mídia, tecnologia, envelhecimento, gênero e sexualidade demonstra a relevância do estudo para o Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN) e para a sociedade em geral, podendo influenciar futuras discussões e políticas públicas que promovam a inclusão e o bem-estar da mulher idosa.

### **PALAVRAS-CHAVE**

aplicativos de relacionamento; corpo feminino; envelhecimento; mulheres idosas, mídias digitais.

## PARA ONDE CAMINHA A INFLUÊNCIA DIGITAL? UMA ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE PLATAFORMAS E INFLUENCIADORES DIGITAIS NO BRASIL

**Larissa MOURA**

*Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: [larissa.moura.083@ufrn.edu.br]

### RESUMO

A presente tese busca compreender os sentidos teóricos e empíricos atribuídos à figura do influenciador digital no campo da comunicação, analisando como sua atuação profissional é atravessada por lógicas econômicas, algorítmicas e simbólicas que estruturam a economia das plataformas digitais. Partindo de uma abordagem qualitativa, crítica e exploratória, o estudo propõe-se a investigar como as plataformas Instagram e TikTok (selecionadas pela sua ampla adoção, relevância geopolítica, econômica e cultural) moldam os discursos e práticas dos influenciadores digitais brasileiros. A pesquisa ancora-se na tradição da Economia Política da Comunicação, sobretudo nos eixos propostos por Mosco (1998): mercantilização, espacialização e estruturação, que permitem observar como o trabalho dos influenciadores é afetado pelas forças do mercado, por dinâmicas transnacionais e por normas simbólicas. O problema de pesquisa orientador desta investigação questiona: em que medida a atuação profissional dos influenciadores digitais reflete relações de poder, dinâmicas econômicas e imposições algorítmicas próprias das plataformas digitais? Para respondê-lo, a pesquisa propõe quatro objetivos específicos: (a) compreender os sentidos teóricos, epistemológicos e metodológicos atribuídos ao conceito de influenciador digital no campo da comunicação; (b) apresentar as principais lacunas e tendências da área a partir de uma revisão crítica e sistemática da literatura; (c) analisar o discurso institucional das plataformas sobre os influenciadores digitais; e (d) comparar legislações e propostas regulatórias, especialmente no Brasil e no Canadá, discutindo seus limites e potencialidades. Metodologicamente, a tese articula múltiplas estratégias: (1) uma revisão sistemática da literatura nacional e internacional sobre influenciadores digitais, com ênfase nos estudos acadêmicos publicados entre 2015 e 2025; (2) uma análise bibliométrica e categorial dos principais eixos temáticos da produção científica sobre o tema; (3) a análise documental dos termos de uso, políticas de monetização e comunicação institucional do Instagram e TikTok; (4) entrevistas semiestruturadas com influenciadores digitais brasileiros de diferentes nichos; e (5) uma análise comparativa das regulações existentes em contextos nacionais e estrangeiros, com foco nos direitos e deveres dos influenciadores enquanto



trabalhadores de plataforma. No plano teórico, o estudo dialoga com autores como Mosco (1998), Grohmann (2021), Bucher (2018), Karhawi (2018), Abidin (2015, 2017, 2021), França (2014), Turner (2004) e Senft (2008), entre outros, articulando os campos da comunicação, economia política, estudos culturais e teoria das plataformas. Os resultados parciais apontam para uma consolidação teórica do conceito de “influenciador digital plataformizado”, figura híbrida que transita entre os papéis de produtor de conteúdo, celebridade e trabalhador informal, submetido à precarização e às exigências de visibilidade impostas por lógicas algorítmicas. A contribuição central da pesquisa é oferecer um modelo teórico-metodológico que permita compreender o influenciador digital como sujeito situado na interseção entre as indústrias culturais, a lógica das plataformas e as transformações do mundo do trabalho. Com isso, o estudo contribui para o avanço do campo da comunicação ao propor uma agenda crítica e multidimensional sobre a economia da influência, sua regulação e seus efeitos sociais.

#### **PALAVRAS-CHAVE**

Estudos da Mídia. Trabalho de plataforma. Influenciadores digitais.

## **SOCIEDADE DO CONTRADITÓRIO: O PAPEL DAS MÍDIAS DIGITAIS NA EROSÃO DO TECIDO SOCIAL DE UMA NAÇÃO**

**Claviano NASCIMENTO DE SOUSA**

*Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: [clavianokaka@gmail.com]

### **RESUMO**

A midiatização da política em plataformas digitais, com foco nos Reels do Instagram, é o tema central desta pesquisa, que analisa como conteúdos criados por líderes políticos durante a eleição de 2022 e os primeiros meses do governo de 2023 constroem significados que intensificam a polarização, geram engajamento emocional e contribuem para a desintegração do tecido social. A ideia de conectividade, associada à midiatização (Hjarvard, 2012, 2014; Strömbäck, 2008; Gomes, 2016), não antecipou seu oposto: a fragmentação das relações sociais. Redes sociais que prometiam ampliar a proximidade e o debate democrático têm promovido polarização ideológica e desconfiança mútua, evidenciando o paradoxo entre proximidade aparente e ruptura social. Esse cenário pode ser compreendido em três dimensões: a polarização social, que transforma adversários políticos em inimigos desumanizados (Sunstein, 2001); o papel das mídias digitais nesse processo, especialmente via desinformação (Recuero; Gruzd, 2022; Recuero, 2024), que fortalece bolhas informacionais (Pariser, 2012; Fava, 2013; Pellizzari; Barreto Junior, 2019) e câmaras de eco (Pentland, 2013); e a fragilidade da noção de comunidade, em que rivalidade digital se sobrepõe aos laços sociais cotidianos (Sodré, 2021; Han 2022). Nesse contexto, os Reels funcionam como instrumentos de performance política simulando espontaneidade e autenticidade, mobilizando afetos e opiniões de forma estratégica. A pesquisa investiga o papel das mídias digitais na formação do que se propõe chamar de sociedade do contraditório, marcada pela coexistência de proximidade e distanciamento, comunicação aberta e hostilidade velada. Busca-se compreender como linguagem, estratégias de comunicação e arquitetura das plataformas impulsionam radicalização, conflito social e disputas simbólicas, configurando um espaço de interação em que debates públicos e conflitos privados se entrelaçam. O problema de pesquisa é analisar a natureza desse fenômeno em contexto de intensa midiatização da vida política e social. A questão orientadora é: como a midiatização da política em plataformas digitais contribui para polarização e erosão do tecido social no Brasil, e como se manifesta nas práticas de líderes políticos? A hipótese principal é que essa dinâmica se baseia na lógica da sociedade do contraditório, na qual mecanismos que criam proximidade e simulam

autenticidade (Enli, 2015; Sibilia, 2008) também funcionam como catalisadores da intolerância, ruptura e fragmentação da comunidade (Han, 2022). Essa hipótese se desdobra em proposições complementares: primeiro, a midiaticização da política nos Reels do Instagram se fundamenta na ilusão de autenticidade, essencial para mobilização eleitoral e legitimação simbólica do político; segundo, apelos emocionais e racionais nesses conteúdos moldam opinião pública, intensificando polarização e desconfiança; e terceiro, a lógica algorítmica e os mecanismos de circulação reforçam câmaras de eco e bolhas informacionais, transformando o debate público em campo de batalha ideológico. Esse processo demonstra como estratégias de comunicação digital podem amplificar efeitos sociais, incluindo intolerância, isolamento e desconfiança generalizada entre grupos sociais. A análise, guiada pela Hermenêutica de Profundidade (Thompson, 2007) e pela Análise de Conteúdo Categorial (Bardin, 2011; Sampaio, Lycarião, 2021), examina como a comunicação política digital no Brasil se organiza na contradição entre proximidade e ruptura, autenticidade e simulação, engajamento e intolerância. O estudo analisa um conjunto de Reels de líderes políticos de diferentes espectros ideológicos, cobrindo final do governo Bolsonaro em 2022 e início do governo Lula em 2023, permitindo compreender variações e continuidades na estratégia de midiaticização. O trabalho se justifica pela urgência de entender como a midiaticização da política em plataformas digitais reconfigura sociabilidade, participação pública e percepção de legitimidade política no Brasil. Os resultados e contribuições visam demonstrar como a política digital se fundamenta na contradição entre proximidade e ruptura, autenticidade e simulacro, e liberdade de expressão e discurso de ódio, oferecendo uma compreensão crítica dos impactos da comunicação midiática na democracia e na coesão social.

### **PALAVRAS-CHAVE**

mediatização, instagram, polarização, sociedade do contraditório, comunicação política

## UMA ABORDAGEM ETNOGRÁFICA DA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS SOBRE FEMINICÍDIOS NO TELEJORNALISMO POTIGUAR

**Cecília Costa Medeiros do NASCIMENTO**

*Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: 88medeirosceci@gmail.com

### RESUMO

O Brasil registrou um recorde de feminicídios desde a promulgação da Lei do Feminicídio, em 2015, com um total de 1.467 casos, conforme o Anuário Brasileiro de Segurança Pública de 2024. Esse dado alarmante escancara uma realidade: mulheres continuam sendo assassinadas pela condição de gênero. Em consequência, tornou-se cada vez mais frequentes reportagens sobre feminicídios no noticiário do país. Nesse cenário, propomos analisar qual é o papel e a responsabilização da mídia na construção de notícias sobre feminicídio. A cobertura do feminicídio da influenciadora Taís Bruna de Castro, realizada pelo telejornal da Brasil Urgente, Band TV, apresentado por Joel Datena, exemplifica a problemática na imprensa. A vítima foi morta a facadas por um colega de trabalho em Jundiaí/SP. Entre os comentários do apresentador acerca do caso, destacou-se: “Imagine só um sentimento não correspondido que pode se transformar num ‘troço’ desse aqui”. Esse discurso, que minimiza a gravidade estrutural da violência contra as mulheres, gerou alguns questionamentos: como se dá o processo de construção de uma notícia de feminicídio na TV? Quais os critérios para a seleção de casos e fontes? E a ética jornalística? O contexto cultural e social impactam nisso? Como acontece no Rio Grande do Norte? Assim, a hipótese desta pesquisa é que a rotina produtiva e as escolhas dos jornalistas voltadas à produção das notícias de feminicídios em uma emissora de televisão potiguar são influenciadas tanto pelos critérios internos da redação quanto pelo contexto social, histórico e cultural em que estão inseridos. Desse modo, o objetivo principal é investigar como funcionam os bastidores da produção dessas notícias. A partir disso, será possível identificar os critérios usados na seleção de casos e fontes; compreender como os profissionais lidam com pautas sensíveis e o uso do termo “feminicídio”; observar as questões éticas na construção das notícias de feminicídio; entre outros aspectos. Para acompanhar a rotina de uma redação televisiva, a fim de compreender os bastidores da produção de notícias sobre feminicídio, a etnografia foi escolhida como metodologia. Segundo Oliveira (2000, p. 24), a etnografia é o que entende-se por uma “observação participante” no campo da antropologia. O autor reforça que tanto o olhar quanto o ouvir estão presentes no processo etnográfico, um complementando o outro

ao longo da investigação. Para ele, a entrevista é uma técnica “da qual o pesquisador pode obter informações não alcançáveis pela estrita observação” (2000, p 22). Por fim, o escrever seria a parte final do estar em campo, é a conclusão do “observar” participante do etnógrafo (Oliveira, 2000). Em vista disso, o “diário de campo”, normalmente utilizado para registro de reflexões observadas em campo, será um recurso para auxiliar na escrita da pesquisa, embora o texto etnográfico finalizado deverá ser diferenciado dele (2000, p 29). As anotações prévias serão estruturadas com fundamentação teórica e organizadas em formato de escrita acadêmica. Mas quem define que as coberturas sejam como são? Quais critérios tornam algo notícia? Podemos refletir sobre isso, a partir da noticiabilidade, que, conforme Wolf (1999), é um conjunto de elementos que orientam quais acontecimentos são relevantes e podem ser transformados em notícias. Os valores-notícias funcionam como parâmetros na seleção dos fatos, sendo parte intrínseca da prática jornalística. Complementando essa perspectiva, para Vizeu (2005), a notícia pode ser considerada um produto final gerado a partir de práticas influenciadas pelo contexto social, econômico e cultural e organizacionais do meio. A pesquisa busca oferecer uma contribuição para o campo dos estudos da mídia e do PPgEM/UFRN, bem como ampliar os debates associados à prática jornalística e ao feminicídio. Uma maneira de contribuir efetivamente para o enfrentamento da violência contra a mulher no Brasil.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Feminicídio; Produção de notícias; Cobertura jornalística; Etnografia; Telejornalismo.



## A EXPANSÃO TRANSMÍDIA DE PODCASTS BRASILEIROS EM CON- TEXTO DE PLATAFORMIZAÇÃO

**Lorena Aracelly Cabral de OLIVEIRA**

*Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: lorycaoly@gmail.com

### RESUMO

Os podcasts estão ganhando espaço significativo no cenário digital, pois deixaram de constituir produtos sonoros isolados e passaram a integrar estratégias narrativas mais amplas, articulando-se em ecossistemas transmídia que circulam em diferentes plataformas digitais. Esse processo não ocorre de forma neutra: ele é atravessado pelas dinâmicas de plataformação, que impõem lógicas próprias de visibilidade, distribuição, monetização e engajamento, condicionando tanto a criação quanto a circulação dos conteúdos. Desse modo, temos como norteador do estudo a seguinte problemática: como se configura o processo de produção de podcasts transmídia no ecossistema midiático contemporâneo, no âmbito da plataformação, e de que modo as entidades produtoras estabelecem e propõem dinâmicas transmídias para os conteúdos sonoros através das plataformas digitais. Defendemos a tese de que a produção, distribuição e consumo de podcasts em ambiente digital na atualidade estão atravessados pelas plataformas online. Assim, a transformação em produtos transmidiáticos visa conquistar novos públicos e enfrentar a crescente fragmentação midiática marcada por alternativas de consumo que concorrem entre si na disputa pelo tempo do ouvinte-internauta. A suposição se fundamenta na ideia de que os modos de produção dos podcasts transmídia, também conhecidos como transpodcasts, produzem conteúdos diferentes do texto central, uma vez que as escolhas estéticas e formais se orientam pelas possibilidades e restrições impostas pelas plataformas. Sob essa perspectiva, foi definido como objetivo geral investigar as características da produção de podcasts transmídia no cenário brasileiro de plataformação, por meio de suas práticas e produtos, no ecossistema midiático. Para alcançar tal objetivo, traçaremos o caminho apresentado pelos objetivos específicos: a) Analisar como as características narrativas dos podcasts transmídia são influenciadas pelas políticas de distribuição das plataformas digitais; b) Mapear exemplos de produtos e práticas relacionadas ao processo de produção de podcasts transmídia em formato storytelling; c) Classificar os modelos e as extensões narrativas com base na teoria de transpodcast (2020) de modo a identificar tanto suas peculiaridades quanto se-

melhanças em relação ao panorama internacional. Para confirmar ou refutar a tese proposta, a metodologia empregada é o estudo de caso de caráter exploratório, utilizando a téttrade mcluhaniana (Mcluhan; Mcluhan, 1988) como método para investigar as reconfigurações nas práticas, produtos e processos dos transpodcasts. A fundamentação teórica ancora-se em podcast transmídia (García-Marín, 2020), os estudos sobre a transmidiação Jenkins (2009), Scolari (2013) e Fechine (2014), mas também perpassa os estudos da plataformização (Poell, Nieborg, Van Dijck, 2019; Sullivan, 2019; d'Andréa, 2020 e Grohmann, 2020). Portanto, compreender como se configura o processo de produção de podcasts transmídia significa, em última instância, examinar como a plataformização atua como agente estruturante na criação, distribuição e circulação desses conteúdos. A pesquisa visa contribuir na compreensão do fenômeno a partir da sistematização evolutiva e teórica dos podcasts transmídias no processo de plataformização e aprofundar as análises das reconfigurações do ecossistema midiático contemporâneo, vislumbrando difundir e caracterizar o conceito transpodcast no cenário brasileiro.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Podcast. Transmídia. Plataformização. Ecossistema midiático. Transpodcasts.

**DON L E A MIDIATIZAÇÃO DE UMA CONTRA-HISTÓRIA DO BRASIL  
NA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA: UMA ANÁLISE DO ÁLBUM VISUAL  
“ROTEIRO PRA AÏOUNZ, VOL. 2”**

**Antonio Teofilo PINHEIRO NETO**

*Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

E-mail: theopinheironeto@gmail.com

**RESUMO**

O artigo apresenta os avanços decorrentes da pesquisa de mestrado, que tem como objeto o álbum visual Roteiro pra Aïounz, Vol. 2 (RPA2), de Don L, rapper paulista de 44 anos, vencedor do prêmio da Associação Paulista de Críticos de Artes na categoria “Artista do Ano” em 2021. O objeto é entendido como álbum visual por ser composto por dezessete faixas acompanhadas de seus visualizers, evidenciando a preocupação do artista em apresentar uma dimensão visual para das letras, de modo a “deixar as imagens mais acessíveis” (Don L, 2021). A questão central que orienta o estudo é: de que forma RPA2 propõe uma contra-história do Brasil em diálogo com a virada decolonial e apoiado na midiatização da indústria fonográfica brasileira? Para respondê-la, estabelecem-se três hipóteses: (a) Don L recorre ao passado colonial brasileiro como ferramenta de reflexão sobre a decolonialidade (Paiva, 2022); (b) Don L firma-se como artista midiativista (Freitas, 2025) por meio dessa produção midiática; e (c) o conceito de midiativismo pode ser enriquecido em diálogo com a visão krenakiana (Krenak, 2019). O objetivo geral é compreender como Roteiro pra Aïounz, Vol. 2 utiliza o processo de midiatização da indústria fonográfica para construir uma contra-história do Brasil, sendo definidos, complementarmente, três objetivos específicos: (i) situar o álbum visual como produção artística que reflete a dinâmica de midiatização da indústria fonográfica brasileira; (ii) identificar elementos da virada decolonial nessa produção midiática; e (iii) analisar as faixas e os visualizers a partir da perspectiva do midiativismo. A pesquisa adota abordagem qualitativa com finalidade descritiva (Taquette; Borges, 2020) e utiliza como parâmetro metodológico macro o conceito de amarração (Moreira, 2023), que articula a midiatização da indústria fonográfica (Vicente; Kischinhevsky; De Marchi, 2018) à virada decolonial na arte (Paiva, 2022) e às práticas de midiativismo (Freitas, 2025) – especificamente, à luz da perspectiva krenakiana (Krenak, 2019). A análise é conduzida pela combinação entre letras e imagens, mobilizando a categoria da temporalidade como eixo para refletir sobre aspectos sociais do Brasil em seu percurso histórico, permitindo observar de que forma esse conjunto midiático (letra e imagem) se

entrelaça aos “nós” articulados na “amarração”. Inscrita na linha das práticas sociais, a pesquisa problematiza como a música e seus desdobramentos midiáticos atuais na cultura digital configuram-se como espaços de disputa simbólica e de produção de contra-narrativas. Assim, a análise das músicas e dos visualizers de RPA2 evidencia como a produção artística contemporânea de Don L dialoga, apropria-se e adapta-se aos processos de midiaticização para tensionar leituras hegemônicas da história do Brasil, ao mesmo tempo em que revela os limites dessas lógicas. A análise da obra, à luz da base teórica adotada, evidencia os desafios impostos pela indústria fonográfica e as estratégias de enfrentamento empregadas pelo artista, que se utiliza do próprio sistema para difundir discursos contra-hegemônicos, anticapitalistas e novas epistemologias nas plataformas digitais, configurando-se como uma contribuição relevante para refletir sobre os cruzamentos entre música, mídia e decolonialidade. Os resultados preliminares evidenciam que a “amarração” metodológica proposta permite compreender de forma integrada como música, imagem e temporalidade se entrelaçam na construção de uma contra-história, contribuindo para enriquecer o debate sobre midiativismo e decolonialidade.

#### **PALAVRAS-CHAVE**

Roteiro pra Aïnouz, Vol. 2; midiaticização fonográfica; virada decolonial; midiativismo, Ailton Krenak.

## TECNOLOGIAS DE VIGILÂNCIA AOS OLHOS DA MÍDIA: UMA ANÁLISE DOS DISCURSOS INSTITUCIONAIS E MIDIÁTICOS SOBRE SEGURANÇA PÚBLICA NO BRASIL

**Beatriz PIRES**

*Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: beatrizpires8@hotmail.com

### RESUMO

As transformações históricas resultantes da expansão das chamadas novas tecnologias digitais, provocaram mudanças significativas na sociedade. Atualmente, este desenvolvimento tecnológico aliado a digitalização da vida social deu origem ao que vem sendo chamado de plataformação. Para Poell, Nieborg e Dijck (2020), ela pode ser definida como a penetração das plataformas digitais nas mais diversas esferas da vida e dos setores econômicos, fenômeno que reorganiza práticas e imaginários culturais em torno dessas plataformas, que emergem sob o controle de empresas privadas e com poder de concentrar o fluxo de informação e geração de valor na sociedade. Tal dinâmica extrapola a vida privada e se estende cada vez mais ao Estado, através do que pode ser nomeado como plataformação das políticas públicas. O setor da segurança é um dos que se destacam pela implementação destas ferramentas, chamadas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). Entre reconhecimento facial e sistemas de videomonitoramento, a vigilância se apresenta como fator primordial, fundamentada principalmente a partir de quatro processos: os mecanismos de coleta, monitoramento e arquivo de informações; os sistemas de classificação e conhecimento de dados; os procedimentos de individualização e produção de identidades; e as formas de controle sobre as ações e escolhas dos indivíduos (Bruno, 2008). Considerando esta maneira de operar, a grande problemática do uso das novas tecnologias em estratégias de segurança pública reside, especialmente, nos impactos desiguais que provocam na sociedade. Ao transcender a análise técnica das TICs para os seus aspectos sociais e políticos, Silva e York (2025), explicam que “essas tecnologias têm sido utilizadas em narrativas políticas como uma solução a problemas urbanos históricos, como o de segurança, ao mesmo tempo que reforçam as estruturas já estabelecidas de discriminação (Silva e York, 2025, p.2)”. Isso significa que grupos marginalizados estão sendo afetados negativamente, reforçando processos históricos e estruturais de exclusão e preconceito. Neste cenário, a mídia participa construindo narrativas que reforçam a adoção dessas ferramentas, muitas vezes pautadas pelo discurso da “transparência” e da “modernização”. Assim, a partir da tríade segurança



pública, vigilância e mídia, esta pesquisa se fundamenta na hipótese de que a propaganda institucional e o jornalismo amplificam discursos que legitimam a expansão da vigilância e de práticas de controle social na segurança pública, ignorando como estas tecnologias são atravessadas por marcadores interseccionais de raça, classe, gênero e localização. O objetivo principal deste trabalho é compreender como as TICs são representadas como ferramentas de “ordem” e “proteção”, apagando vieses raciais e sociais que reforçam o mito da neutralidade tecnológica. Como metodologia, utilizaremos a Análise do Discurso Francesa, adotada pela necessidade de articular o linguístico com o social, considerando fatores externos como as condições de produção do enunciado. A fundamentação teórica partirá de conceitos atuais e de grande relevância para o campo dos Estudos da Mídia. Utilizaremos, como principais referências, os conceitos de Tecnopolíticas (Bruno et al. 2018), Plataformização (Poell, Nieborg e Dijck, 2020), Capitalismo de Vigilância (Zuboff, 2021), Colonialismo de Dados (Silveira, Souza e Cassino, 2021), e Interseccionalidade (Gonzalez, 1988; Crenshaw, 2002; Akotirene, 2019 e Carrera, 2020). Com os resultados a serem obtidos, esperamos ampliar a visão sobre as tensões existentes entre as promessas de eficiência do uso de tecnologias no combate a violência urbana e os eventuais riscos de aprofundamentos das desigualdades sociais.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Segurança Pública, Plataformização, Vigilância, Colonialismo de Dados, Discurso midiático.

**“EU VI ISSO NO INSTAGRAM”: O PERFIL @MARIKRUGERB E SUAS  
ESTRATÉGIAS NA MEDIAÇÃO DA CIÊNCIA E NO ENFRENTAMENTO  
À INDÚSTRIA WELLNESS**

**Lavínia Izabelle Queiróz OLIVEIRA**

*Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: laviniaizabelle777@gmail.com

**RESUMO**

O Instagram se configura como uma tendência midiática para a divulgação científica. Pincelli e Américo (2018) destacam que a divulgação científica é antiga, surgida paralelamente à comunicação científica, mas se diferencia ao incluir cidadãos comuns que não são cientistas. Apesar de antiga, essa prática cresceu significativamente nos anos de 2020 a 2023, período marcado pela doença respiratória infecciosa causada pelo vírus SARS-CoV-2, também conhecido como pandemia da COVID-19. Desde então, o consumo da produção e circulação de informação nas plataformas digitais foi intensificado (CAL et al, 2024). Assim, o Instagram tem se destacado como espaço em que usuários encontram conteúdos que vão do entretenimento à informação, ampliando o compartilhamento de saberes científicos e atuando como ferramenta para educação, alfabetização científica e visibilidade pública da ciência (LEME et al., 2021). No entanto, a divulgação científica nas redes não deve ser vista apenas como transmissão de dados, mas envolve mediações culturais. Nesse sentido, dialoga-se com Martín-Barbero (2004), que destaca como os conteúdos são produzidos, apropriados e ressignificados pelos públicos. Apesar das vantagens, as mídias digitais também podem favorecer a desinformação caso os receptores não adotem postura crítica (IMPERADOR, 2021). Nesse contexto, destaca-se o recorte temático deste estudo: a indústria wellness, também chamada indústria do bem-estar, que é definida como a busca ativa por atividades, escolhas e estilos de vida que levam a um estado de saúde integral (GLOBAL WELLNESS INSTITUTE, 2021). Observa-se que esse setor propaga discursos sobre saúde, corpo e bem-estar, muitas vezes baseados em mitos, tornando as redes sociais espaços férteis tanto para a ciência quanto para a desinformação. A partir disso, busca-se responder: de que forma os reels do perfil @marikrugerb articulam estratégias comunicacionais para mediar a ciência e desconstruir mitos da indústria wellness? A criadora de conteúdo, Mari Kruger, graduada em Ciências Biológicas pela UFRGS, iniciou sua atuação digital durante a pandemia e atualmente reúne mais de dois milhões de seguidores, abordando principalmente saú-

de e mitos da indústria wellness, sendo escolhida como objeto do estudo por observações empíricas. Considera-se que a sociedade contemporânea está cada vez mais integrada ao ambiente digital (CASTELLS, 2003); assim, torna-se necessário compreender de que forma o Instagram pode reconfigurar a aproximação do público com temas científicos. O estudo também é motivado pelo interesse pessoal na divulgação científica e pelo olhar publicitário, que observa como recursos visuais, linguagem e formatos podem ser usados para comunicar ciência, e o recorte temático conecta-se à experiência da pesquisadora como consumidora desse nicho. Portanto, parte-se da hipótese de que os conteúdos da influenciadora, ao articular humor, criatividade e linguagem acessível nas estratégias comunicacionais potencializam a aproximação do público com o conhecimento científico e contribuem para o letramento em saúde e bem-estar. O objetivo geral é analisar como as estratégias comunicacionais dos reels contribuem para as mediações da ciência, enquanto os objetivos específicos concentram-se em identificar as principais estratégias utilizadas; analisar de que maneira contribuem para a mediação da ciência; e refletir a relevância do instagram na difusão da ciência a partir da atuação do perfil. A metodologia é qualitativa, exploratória e descritiva, baseada principalmente no Estudo de Caso de Yin (2015) combinado com o método de Análise Textual Discursiva de Moraes e Galiazzi (2011). O corpus inclui 11 vídeos publicados no recorte temporal de 2022 a 2025, selecionados por abordarem a quebra de mitos e promessas enganosas especialmente sobre estética e bem-estar. Espera-se que os resultados contribuam para compreender o papel das estratégias comunicacionais na divulgação científica, ressaltando a relevância das mediações no processo de circulação do conhecimento e como o instagram pode informar e transformar o consumo de conhecimento científico.

### **PALAVRAS-CHAVE**

estratégias comunicacionais; instagram; mediações; divulgação científica; indústria do bem-estar.

## ETNOMÍDIAS E EDUCOMUNICAÇÃO: AUSÊNCIAS EPISTÊMICAS, DESAFIOS DECOLONIAIS E A RESISTÊNCIA DA COMUNICAÇÃO AN- CESTRAL INDÍGENA

**Pietra QUEIROZ**

*Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: [pietra.queiroz.081@ufrn.edu.br](mailto:pietra.queiroz.081@ufrn.edu.br)

### RESUMO

A presente pesquisa analisa as etnomídias indígenas como práticas comunicacionais de resistência no ambiente digital, em diálogo crítico com a educomunicação. Após um ano e meio de investigação de doutorado, constatou-se, já no capítulo teórico inicial, em que são examinadas as epistemologias educamunicativas, que muitas práticas defendidas pela educomunicação como inovadoras já estão presentes há séculos na comunicação ancestral dos povos originários do Brasil. Essa constatação revela a necessidade de reposicionar o campo a partir de epistemologias indígenas e de reconhecer a comunicação ancestral como matriz fundadora de práticas que hoje se reivindicam decoloniais. Com base nesse aporte crítico, o estudo concentra-se na análise das etnomídias e na investigação epistemológica da educomunicação. O foco é compreender como práticas educamunicativas se manifestam dentro das práticas indígenas, especialmente nos encontros do coletivo Nhembo'e Katu, formado por jovens Potiguara da Aldeia São Miguel, na Baía da Traição/PB. O coletivo tem desenvolvido ações de comunicação que articulam saberes tradicionais, linguagens contemporâneas e a potência das redes digitais para construir narrativas próprias. Suas produções audiovisuais e textuais não apenas divulgam lutas e reivindicações, mas também reafirmam a vitalidade da língua, dos rituais e da memória coletiva, constituindo-se como um espaço de letramento político e cultural tanto para jovens indígenas quanto para públicos externos. Essas iniciativas funcionam, portanto, como veículos de comunicação e instrumentos de articulação política, de transmissão de saberes e de fortalecimento identitário em meio às pressões coloniais contemporâneas. A pesquisa analisa ainda os desafios enfrentados nas etapas de pré-produção, produção e pós-produção dos conteúdos, atravessados por barreiras tecnológicas, econômicas e sociais, além das restrições da própria plataforma digital. Tais limitações evidenciam a colonialidade algorítmica e como o acesso desigual às tecnologias impacta diretamente as possibilidades de circulação das vozes indígenas, exigindo estratégias criativas de resistência e adaptação. Metodologicamente, adota-se uma abordagem transmetodológica de base etnográfica, articulando observação

participante, análise de postagens e diálogos com integrantes das etnomídias. Essa perspectiva busca compreender os processos comunicativos em sua complexidade simbólica e prática, evitando reproduzir o olhar colonial. Além disso, a investigação dá continuidade a estudos anteriores que já haviam identificado a presença do colonialismo algorítmico no Instagram, permitindo aprofundar a discussão em um contexto específico: a comunicação indígena e suas estratégias de sobrevivência digital. Nesse sentido, a pesquisa se insere na urgência social de valorizar epistemologias ancestrais e de repensar os limites da educomunicação, de modo a abrir caminhos para um campo mais plural, decolonial e comprometido com a justiça cognitiva.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Educomunicação; Etnomídias; Povos indígenas; Decolonialidade



## **A MULHER VIRTUOSA EM CENA: A RELIGIÃO COMO COMPONENTE ESTÉTICO NAS TELENÓVELAS DA RECORD TV**

**Francisca Leonora da Costa SALES**

*Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: [leozinhasales01@gmail.com]

### **RESUMO**

Sugerimos uma investigação teórica sobre como se constituem as estéticas femininas nas telenovelas da Record TV e como a religiosidade tornou-se um fator centralizante dentro desse contexto. Para isso, utilizaremos como recorte temporal as produções contemporâneas realizadas entre os anos de 2014 e 2024 (últimos 10 anos). Analisaremos de que forma a vertente religiosa da emissora é constantemente reforçada nesses materiais. Utilizaremos a Semiótica das Corporalidades como ponto de partida para explorar esses símbolos e mecanismos, com base nas referências de ROSÁRIO (2014) e LOPES (2003), para observar como a religiosidade está constituída enquanto um elemento estético central para composição das narrativas melodramáticas do canal.

### **PALAVRAS-CHAVE**

estéticas. Mídia e Religião. Record TV. Semiótica. Telenovelas.

## O ELEMENTO SÔNICO DA AD: EDIÇÃO, MIXAGEM E EXPERIÊNCIA SONORA NO AUDIOVISUAL, A PARTIR DA ACESSIBILIDADE

**Antônio Burity SERPA**

*Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail:antoniburity2@gmail.com

### RESUMO

A audiodescrição (AD) é uma ferramenta essencial para tornar produções audiovisuais acessíveis às pessoas com deficiência visual, ao fornecer descrições detalhadas dos elementos visuais. A produção da AD passa pela criação de um roteiro audiodescritivo, que descreve elementos chaves da imagem, como figurino, cenário, personagens, ações, entre outros, para uma boa compreensão da narrativa para aqueles que não conseguem ou têm dificuldade de enxergar. Em seguida, é gravado a voz do locutor que lê em voz alta o texto do roteiro audiodescritivo, produzindo assim um arquivo de áudio desta gravação. A presente pesquisa visa investigar a AD enquanto um elemento sonoro, ou seja, como o áudio da locução audiodescritiva gravada se mescla com a trilha sonora de um filme, por meio das técnicas de edição e mixagem de som. Como então o áudio da AD pode ser trabalhado de forma a criar uma experiência sonoramente imersiva? Para tal investigação, vamos utilizar uma metodologia que combina análises técnicas dos processos de edição e mixagem do áudio da AD em filmes selecionados e exibições “testes” destes filmes com grupos focais de pessoas PCDs visuais, visando avaliar quais técnicas de pós-produção da AD são mais adequadas, a fim de criar orientações gerais que possam melhorar o processo técnico. Essas exibições visam testar formatos de mídias diferentes, para entender como o elemento sônico da AD se comporta nos mais diferentes ambientes acústicos (salas de cinema, reprodução nos alto-falantes de televisores, fones de ouvido, etc). O trabalho se insere em um campo de investigação ainda incipiente, voltado ao áudio da AD e sua interação com a experiência sonora de um filme. Além disso, ao pensar em estratégias que melhorem uma ferramenta acessível, contribuímos com a inclusão do público com cegueira ou baixa visão no acesso à cultura audiovisual, uma urgência considerando a grande população brasileira de PCDs visuais, cerca de 7 milhões de brasileiros, segundo dados do IBGE (Censo 2022) que incluem pessoas cegas e de visão reduzida. Nos fundamentamos em quatro linhas diferentes e relacionadas: teoria das mediações de Martín Barbero (1995), para refletir sobre como o contexto social e político influencia na relação entre mídia e espectador; nos estudos do som no cinema de Chion (1994), Opolski (2014) e Carreiro (2019), teorizando sobre a

importância dos elementos da trilha sonora (voz, efeitos sonoros, silêncios, músicas, entre outros) para a construção da linguagem audiovisual; nas investigações teóricas da audiodescrição enquanto ferramenta inclusiva de Franco (2011), Araújo (2011) e Naves (2011), com pesquisas amplas que incluem as funções sociais da AD, sua história, seus aspectos intersemióticos e a sua produção técnica; na relação entre AD e som no cinema de Tavares (2019), Lopez (2021), Kearney (2021) e Hofstädter (2021) que destacam a importância de aprofundar essa relação e suas implicações técnicas para a construção de uma AD inclusiva e acessível.

### **PALAVRAS-CHAVE**

audiodescrição; audiovisual; áudio; acessibilidade; som no cinema.

## **O LUGAR DO INTERESSE PÚBLICO NO JORNALISMO DE GAMES: A CULTURA DO HYPE COMO DESAFIO PARA O DESENVOLVIMENTO DO MERCADO NACIONAL**

**Clercio SILVA RODRIGUES DE SOUSA**

*Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: clerciorodrigues@hotmail.com

### **RESUMO**

Formado em um contexto de convergência midiática (JENKINS, 2009) e marcado pelos hábitos de uma sociedade multimídia (RENÓ; FLORES, 2018), o mercado dos jogos eletrônicos foi impulsionado pelo avanço tecnológico das últimas décadas e encontrou nas mídias digitais um terreno fértil para se popularizar. Acompanhando o crescimento exponencial deste segmento, que já responde por mais da metade do dinheiro que circula no entretenimento global, surgiu um novo nicho de jornalismo especializado. O jornalismo de games é pautado pelos acontecimentos relacionados aos produtos, empresas, tendências e personalidades desse mercado lucrativo, alimentando a expectativa do público e renovando o desejo de consumir. Como indicam Boaventura (2016) e Pereira (2020), a cultura do hype – que utiliza a mídia como vetor para o consumo, se manifestando como um desejo constante pelo que há de mais novo – é um dos principais fatores por trás deste conflito entre a ética jornalística e os interesses das empresas. Divididos entre a função social do jornalismo e a cultura do hype, a cobertura realizada pelos veículos da editoria nem sempre é guiada pelo interesse público e frequentemente ignora aspectos relevantes do mercado nacional. Partindo dessas hipóteses, este projeto de pesquisa propõe estudo de caso comparado (BARTLETT; VAVRUS, 2017) para investigar a abordagem praticada por seis veículos brasileiros. O objetivo principal da pesquisa é examinar o impacto da cultura do hype nas práticas de produção do jornalismo de games brasileiro, analisando a influência do mercado sobre a qualidade e a independência do conteúdo produzido. Para tanto, a pesquisa de natureza qualitativa será desenvolvida em três etapas principais, em que pretende-se: 1) mapear as práticas (BOURDIEU, 2008; CERTEAU, 1998; WILLIAMS, 2012) de profissionais que atuam na editoria, mostrando como os princípios normativos do jornalismo são empregados na cobertura das novidades do mercado de games; 2) identificar as estratégias de transmídiação (FECHINE et al, 2013) utilizadas pelos veículos nas redes sociais, verificando se o material produzido aproveitou o potencial das narrativas transmídia para alimentar o hype antes

do lançamento de jogos muito aguardados pelo público; 3) e utilizar ferramentas de Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 2001) para examinar as notícias que antecedem alguns dos principais lançamentos deste segmento, observando a tensão entre função social e cultura do hype em dez publicações de cada veículo. Além de contribuir para o fortalecimento do jornalismo de games em âmbito acadêmico e preencher uma lacuna no estado atual da pesquisa do problema, que carece de uma abordagem mais completa; a tese que está sendo desenvolvida a partir deste projeto também deve apresentar contribuições relevantes para pesquisas relacionadas a outras áreas do jornalismo, tendo em vista que essa editoria está conectada a diversas tendências atuais da comunicação e permite um recorte empírico privilegiado de uma grande variedade de fenômenos midiáticos.

#### **PALAVRAS-CHAVE**

jornalismo de games; cultura do hype; interesse público; transmidiação; análise crítica do discurso.



**JORNALISMO E SAÚDE MENTAL:  
UMA ANÁLISE DOS DISCURSOS CONSTRUÍDOS EM PORTAIS DE  
NOTÍCIA**

**Eduardo Fernandes da SILVA**

*Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido*

e-mail: [fernandesssedu@gmail.com]

**RESUMO**

Este artigo concentra-se no estudo da comunicação midiática acerca da representação da saúde mental nos meios de comunicação. Tem como objetivo examinar os discursos veiculados nos portais jornalísticos Globo, Folha de São Paulo e Estadão, referentes ao campo da saúde mental, no recorte temporal compreendido entre 2023 e 2024, no Brasil. Busca-se, assim, analisar as narrativas construídas por esses veículos, a fim de identificar padrões na produção de significados e os possíveis reflexos na sensibilização social e na promoção de debates públicos sobre o tema. Para viabilizar a investigação, será adotada uma abordagem qualitativa, fundamentada na Análise do Discurso.

**PALAVRAS-CHAVE**

Comunicação, Saúde mental, Jornalismo, Discursos, Representações

**MOVIMENTO NEGRO E TELENÓVELAS BRASILEIRAS: UMA ANÁLISE PELA REPRESENTATIVIDADE NAS DÉCADAS DE 1980 A 2000 NAS TRAMAS DA REDE GLOBO**

**Francisco Ewerton Aleixo da SILVA**

*Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: chicoewerton22@gmail.com

**RESUMO**

A presente pesquisa investiga o papel do Movimento Negro Unificado (MNU) na luta contra o racismo estrutural e na reivindicação por maior representatividade da classe artística negra no Brasil, destacando a importância de compreender a persistência das desigualdades raciais e a forma como se manifestam no campo da produção cultural, especialmente na televisão. Desde sua fundação, o MNU tem se consolidado como um agente fundamental na denúncia das práticas discriminatórias e no enfrentamento das narrativas excludentes que marcaram a trajetória de artistas negros no país. Para contextualizar tal problemática, é imprescindível observar como as pessoas negras, ao longo da história, foram submetidas a estereótipos depreciativos, à marginalização e ao apagamento simbólico, sendo relegadas, nas telenovelas, a papéis de subserviência ou de vilania, reforçando uma lógica de violência e subalternização que ecoa o racismo enraizado na sociedade brasileira. Esse quadro, entretanto, vem sendo tensionado pela persistência do MNU, que, ao longo de décadas de mobilização, pressionou produtores, roteiristas e emissoras a repensarem suas práticas representacionais, o que contribuiu para que, em 2025, seja possível observar a presença de três protagonistas negras em produções da TV Globo, resultado ainda incipiente, mas historicamente significativo diante de um cenário de exclusão quase total. O corpus deste trabalho concentra-se na análise das atuações do MNU em diálogo com três telenovelas: *Corpo a Corpo* (1984), *Pátria Minha* (1994) e *Viver a Vida* (2009), todas escritas por novelistas brancos e que, embora tenham problematizado o racismo em suas narrativas, o fizeram sob uma perspectiva limitada, gerando debates na esfera pública e impulsionando críticas de entidades ligadas à defesa da comunidade negra. A partir dessas obras, busca-se compreender como a luta política e cultural do MNU se entrelaçou às disputas simbólicas em torno da representação negra na mídia televisiva. A fundamentação teórica mobiliza, de um lado, autores como Joel Zito Araújo (2000, 2008, 2019), Abdias do Nascimento (1978), Petrônio José Domingues (2005), Muniz Sodré (1999), Sueli Carneiro (2011), Cida Bento (2022) e Lélia

Gonzalez (2020), cujas reflexões evidenciam tanto o processo de invisibilização dos negros na ficção seriada quanto a potência de sua resistência; e, de outro, estudiosas da telenovela como Maria Immacolata Vassalo de Lopes (2003, 2009), Esther Império Hamburger (2005, 2011) e Renata Pallottini (2012), que permitem compreender o papel desse gênero audiovisual como espaço de disputa simbólica e formação de imaginários coletivos. Metodologicamente, a pesquisa se ancora na análise de conteúdo proposta por Laurence Bardin (2016) e na análise de imagens em movimento conforme Diane Rose (2002), articulando um olhar que considera tanto a dimensão narrativa e textual quanto a visual e simbólica das representações. Os resultados apontam que, ainda que as conquistas advindas da pressão do MNU se traduzam em avanços pontuais, como a ampliação da presença negra em papéis centrais, a televisão brasileira, e em especial a telenovela, permanece marcada por profundas assimetrias que reiteram o racismo estrutural. Conclui-se, portanto, que, embora a atuação histórica do MNU tenha produzido fissuras no padrão de exclusão e aberto caminhos para novas possibilidades de representação, é necessário avançar de forma mais consistente na reparação dos apagamentos históricos e na construção de narrativas que reconheçam a centralidade da população negra na cultura brasileira.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Telenovela. Racismo. Protagonismo negro. Movimento negro. Práticas sociais.

## A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS REDES SOCIAIS E SEUS LIMITES PARA A FORMAÇÃO CRÍTICA

**Jordana SOARES**

*Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais*

e-mail: [jordanavieirasoares@gmail.com]

### RESUMO

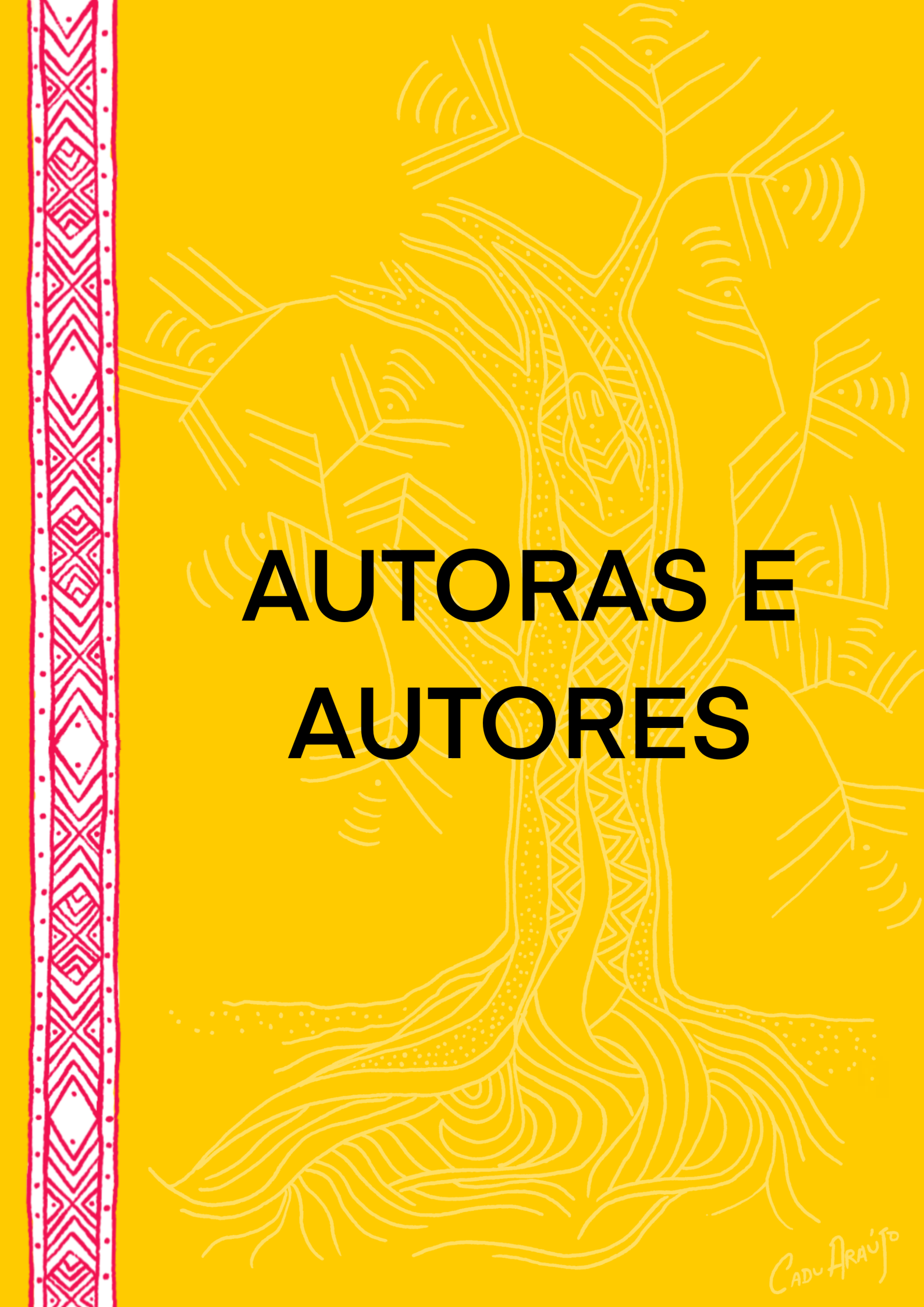
Monetizar dados e capturar a atenção dos usuários para fortalecer o capitalismo de vigilância, por meio da exploração contínua de dados, são alguns dos interesses econômicos por trás das plataformas de redes sociais. Tendo essa problemática em vista, esperava-se que as redes sociais fossem democratizar o acesso ao conhecimento, mas acabou por se tornar um ambiente digital de circulação de conteúdos que objetivavam agradar os algoritmos para conquistar likes e repercussão. Agora, as plataformas são usadas como fontes de informação, mas não há uma regulação da informação que assegure a veracidade do que lá circula. A pandemia de covid-19 no Brasil, sob o governo de um presidente negacionista e genocida, que divulgava e financiou a circulação de informações falsas sobre a doença, enganando uma nação, intensificou essa crise epistêmica das instituições que antes obtinham os filtros de credibilidade, como os jornais, universidade e cientistas. Nesse novo cenário, os algoritmos passam a mediar essa circulação de informações, que podem ser tanto verdadeiras, quanto falsas e atingem milhões de usuários diariamente. Nesse movimento de busca por informações, muitas pessoas acabam encontrando conteúdos de divulgação científica nas redes sociais, o que, em certa medida, pode contribuir para ampliar o acesso ao conhecimento científico. No entanto, é fundamental que tais conteúdos sejam pautados também por um viés crítico, uma vez que uma das bases da divulgação científica é estimular a reflexão e a consciência social. Esse aspecto, contudo, foi em parte sabotado pela lógica das plataformas digitais, que priorizam conteúdos moldados para agradar aos algoritmos, em vez de privilegiar a qualidade da informação. Assim, ainda que a divulgação científica tenha potencial para formar cidadãos mais informados, a sua circulação nas redes sociais acaba submetida às regras do capitalismo de vigilância, em que engajamento e alcance muitas vezes se sobrepõem ao compromisso com a criticidade e a veracidade. Nesse sentido, esta pesquisa pretende preencher a lacuna de estudos sob a ótica crítica da prática da divulgação científica nas redes sociais. Este projeto busca preencher essa lacuna ao responder à pergunta de pesquisa: De que forma a divulgação científica nas redes sociais pode ou não, contribuir para a politização e a conscientização crítica da população? O objetivo geral

é analisar de que forma a divulgação científica nas redes sociais pode contribuir, ou não, para a conscientização crítica da população, considerando as mediações sociais, culturais e econômicas que atravessam o acesso à informação científica. Seguindo os objetivos específicos: Identificar a presença ou ausência de elementos políticos e sociais nos conteúdos de divulgação científica; Examinar como algoritmos e as lógicas de mercado das plataformas influenciam no alcance desses conteúdos; e Avaliar em que medida os conteúdos contribuem para a formação da consciência crítica e politizada da ciência. A pesquisa adota uma abordagem mista, combinando métodos qualitativos e quantitativos, de caráter exploratório. O percurso metodológico será desenvolvido em três etapas principais: revisão integrativa da literatura, construção e análise do corpus e interpretação dos resultados. A coleta de dados incluirá questionários, além da Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) articulada com categorias da Análise do Discurso (Orlandi, 2002). A fundamentação teórica é composta por Bueno (1985, 2010), Reis (1976), Porto et al. (2014), Valério e Takata (2025), Gomes e Dourado (2019), Santos (2019), Ferreira e Souza (2023). As contribuições esperadas versam identificar como a divulgação científica foi apropriada pelas lógicas algorítmicas das redes sociais, refletir sobre a falta do letramento digital do Brasil, imposto pelas desigualdades sociais, produzir conhecimento científico sobre os desafios de utilizar as redes sociais como espaço de divulgação científica, e ainda, discutir sobre as potencialidades da divulgação científica como ferramenta de formação crítica da população.

### **PALAVRAS-CHAVE**

divulgação científica; comunicação em saúde; redes sociais; pensamento crítico





# AUTORAS E AUTORES

CADU ARAÚJO

## AUTORAS E AUTORES



**Ana Daniella Fachine** é doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Antropologia pela Universidade Federal da Paraíba. Jornalista formada pela Universidade Federal da Paraíba, com dez anos de atuação no mercado. E-mail: [danifachine@gmail.com](mailto:danifachine@gmail.com)

**Ana Kamila Silva Azevedo** é doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Gestão da Informação e do Conhecimento pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduada em Comunicação Social com ênfase de formação em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Produtora Cultural na Pró-Reitoria de Extensão da UFRN. E-mail: [kamila.azevedo@ufrn.br](mailto:kamila.azevedo@ufrn.br)



**Antonio Teofilo Pinheiro Neto** é bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestrando em Estudos da Mídia no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN) e pós-graduando Lato Sensu em Mídia, Informação e Cultura pelo Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (CELACC/ECA-USP). Email: [theopinheironeto@gmail.com](mailto:theopinheironeto@gmail.com)

**Antônio Burity Serpa** é doutorando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Cinema e Audiovisual na Universidade Federal Fluminense. Graduado em Cinema e Audiovisual pelo Centro Universitário AESO-Barros Melo. Cineasta, professor e pesquisador interessado nas áreas de produção de áudio, som no cinema e acessibilidade no audiovisual. Email: [antonioburity2@gmail.com](mailto:antonioburity2@gmail.com)





# V SEMINÁRIO DE PESQUISA : RAÍZES E HORIZONTES PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM : A PÓS EM MOVIMENTO ESTUDOS DA MÍDIA 2025

8 A 10 DE OUTUBRO DE 2025



**Artur Torres de Oliveira Bezerra** é mestrando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduado em Comunicação Social - Audiovisual pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: arturtorres392@gmail.com



**Beatriz Pires Madruga** é doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, na linha de Produção de Sentido. Mestra pelo mesmo programa (2024), na linha de Práticas Sociais. Possui Graduação em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda também pela UFRN (2020). E-mail: beatrizpires8@hotmail.com

**Bianca Sobral Fernandes** é doutoranda em Estudos da Mídia (UFRN), Mestra em Comunicação (UFPI), Esp. Marketing em Audiovisual, Jornalista graduada pela UFCA. Email: bifernandes50@gmail.com



**Celly Sayonara Soares Maia** é mestranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Ela é formada em Comunicação Social, com habilitações em Radialismo e Jornalismo pela UFRN, e possui especializações em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais e também em Comunicação Pública. E-mail: cellysara@gmail.com

**Cecília Costa Medeiros do Nascimento** é mestranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: 88medeirosceci@gmail.com



# V SEMINÁRIO DE PESQUISA : RAÍZES E HORIZONTES PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM : A PÓS EM MOVIMENTO ESTUDOS DA MÍDIA 2025

8 A 10 DE OUTUBRO DE 2025



**Claviano Nascimento de Sousa** é doutorando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas pela Universidade Federal da Paraíba. Graduado em Comunicação Social com linha de formação em Educomunicação pela Universidade Federal de Campina Grande. E-mail: [clavianokaka@gmail.com](mailto:clavianokaka@gmail.com)



**Clercio Silva Rodrigues de Sousa** é doutorando no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre pelo mesmo Programa (2022). Graduado em Jornalismo (2019) e Publicidade e Propaganda (2023) pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: [clerciorodrigues@hotmail.com](mailto:clerciorodrigues@hotmail.com)

**Danielle Correia Neves Abreu** é professora substituta no Departamento de Comunicação da UFRN (Audiovisual). Doutoranda e Mestra em Estudos da Mídia (PPgEM-UFRN), possui bacharelado em Comunicação Social em Mídias Digitais (UFPB). Email: [danielle.abreu@ufrn.br](mailto:danielle.abreu@ufrn.br)



**Danilo Cezar da Silva Monteiro** é doutorando do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN). Possui Graduação em Jornalismo (2018) e Mestrado em Comunicação (2021) pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: [danilocsmonteiro@gmail.com](mailto:danilocsmonteiro@gmail.com)

# V SEMINÁRIO DE PESQUISA : RAÍZES E HORIZONTES PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM : A PÓS EM MOVIMENTO ESTUDOS DA MÍDIA 2025

8 A 10 DE OUTUBRO DE 2025



**Davi Jose di Giacomo Koshiyama** é doutorando no curso em Estudos da Mídia pela UFRN. Possui mestrado em Design pela UFRN. Pós-Graduação em Produção de Documentários. Pós-Graduação em Gestão Pública, Especialização em Desenho Educacional. Graduação em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pela Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP/SP). Técnico em Processamento de Dados. Experiência na área de Comunicação, Direção de Arte, Design de Interação, Produção Audiovisual, Arquitetura da Informação, Ensino a Distância e Marketing Institucional. Email: [davijoseonline@gmail.com](mailto:davijoseonline@gmail.com)

**Dayse Nascimento de Lima** é mestranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda também pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: [daysendelima@gmail.com](mailto:daysendelima@gmail.com)



**Dezwith Alves de Barros** é doutorando em Estudos da Mídia e Práticas Sociais (PPGEM/UFRN), desenvolvendo pesquisa acerca de memória e oralidade em podcasts afrocentrados. Possui Mestrado em Literatura Comparada (PPGEL/UFRN) e é graduado em Letras Português, Inglês e respectivas literaturas (UFRN). Atua como Professor Permanente na Rede Pública Estadual (SEEC-RN) e, como escritor, participou da coletânea Raízes e Histórias (Editora CJA, 2025). E-mail: [dezwith.barros.089@ufrn.edu.br](mailto:dezwith.barros.089@ufrn.edu.br)

**Diogo de Almeida Camelo** é doutorando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba. Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: [realdiogoalmeida@gmail.com](mailto:realdiogoalmeida@gmail.com)



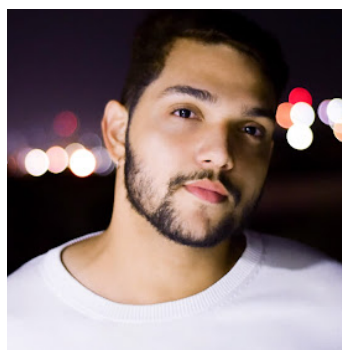


# V SEMINÁRIO DE PESQUISA : RAÍZES E HORIZONTES PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM : A PÓS EM MOVIMENTO ESTUDOS DA MÍDIA 2025

8 A 10 DE OUTUBRO DE 2025

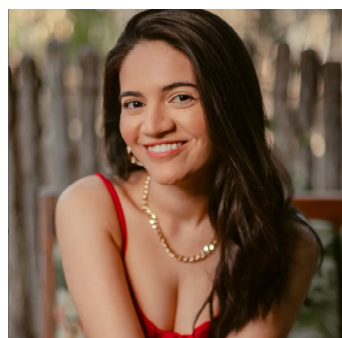


**Ederson Levi Rodrigues da Costa** é doutorando em Estudos da Mídia, na linha de Produção de sentido na Universidade Federal do Rio Grande do Norte pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia. Concluiu seu mestrado em Estudos da Mídia na mesma instituição, na linha de Práticas Sociais. Além disso, formou-se bacharel em Comunicação com habilitação em jornalismo na UFRN. Email: [edersonlevi@yahoo.com.br](mailto:edersonlevi@yahoo.com.br)



**Eduardo Fernandes da Silva** é mestrando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e integra o Ateliê de Análise de Discurso da UFRN. Graduado em Comunicação Social com ênfase em Audiovisual e também em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: [fernandesssedu@gmail.com](mailto:fernandesssedu@gmail.com)

**Everton Dantas Beserra** é mestrando no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Jornalista profissional formado pela UFRN, já foi professor substituto no curso de Comunicação Social da instituição. Há 25 anos trabalha como jornalista em jornais, sites e portais. Já foi diretor de redação do jornal Tribuna do Norte, chefe de redação do NOVO Jornal e também já trabalhou como editor, chefe de reportagem e repórter. Foi assessor de imprensa no Senado Federal e outros órgãos. Atualmente trabalha no NOVO Notícias como editor/repórter. Email: [everton.dantas.898@ufrn.edu.br](mailto:everton.dantas.898@ufrn.edu.br)



**Francisca Leonora da Costa Sales** é doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Email: [leozinhasales01@gmail.com](mailto:leozinhasales01@gmail.com)

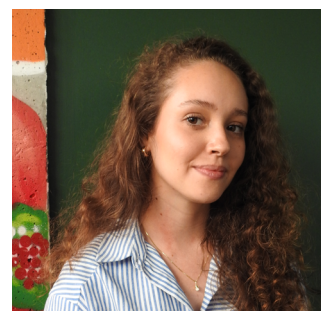
# V SEMINÁRIO DE PESQUISA : RAÍZES E HORIZONTES PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM : A PÓS EM MOVIMENTO ESTUDOS DA MÍDIA 2025

8 A 10 DE OUTUBRO DE 2025



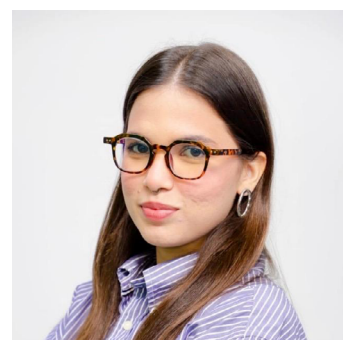
**Francisco Ewerton Aleixo da Silva** é doutorando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Bacharel em Comunicação Social com ênfase de formação em Audiovisual pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: chicoewerton22@gmail.com

**Ingrid Torres Carvalho** é mestranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e graduada em Jornalismo também pela UFRN. E-mail: carvalhoingrid2001@gmail.com



**Jessyanne Larissa Analio Bezerra** é mestranda no Programa de Pós-graduação dos Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Integrante do EPA! - Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pela mesma universidade (2024). Email: jlabezerra@gmail.com

**Jordana Maria da Silva Vieira Soares** é mestranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPGEM/UFRN), na linha de pesquisa de Práticas Sociais, jornalista formada pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e pesquisadora do Laboratório de Inovação Tecnológica em Saúde (LAIS/UFRN). E-mail: jordanavieirassoares@gmail.com



**Kauane Alves Menezes** é mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN), na linha de produção de sentido, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2025). Graduanda em Produção Cultural pelo Instituto Federal do Rio Grande do Norte (2023). Graduada em Ciências Sociais (Sociologia, Antropologia e Ciência Política - Licenciatura) pela Universidade Federal de Goiás (2018). E-mail: kauanemenezes06@gmail.com

# V SEMINÁRIO DE PESQUISA : RAÍZES E HORIZONTES PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM : A PÓS EM MOVIMENTO ESTUDOS DA MÍDIA 2025

8 A 10 DE OUTUBRO DE 2025



**Lara Alves da Escóssia** é mestranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Licenciada em Letras - Língua Portuguesa e Graduanda em Publicidade e Propaganda pela mesma Universidade. E-mail: [laraaescossia@gmail.com](mailto:laraaescossia@gmail.com)



**Lavínia Izabelle Queiróz Oliveira** é mestranda em Estudos da Mídia (PPGEM/UFRN), com especializações em Comunicação e Marketing e em Gestão de Mídias Sociais, e graduação em Publicidade e Propaganda pela UERN. Atua na linha de pesquisa em Produção de Sentido e estuda a Divulgação Científica com foco na mediação da ciência nas redes sociais. E-mail: [laviniaizabelle777@gmail.com](mailto:laviniaizabelle777@gmail.com)

**Lorennna Aracelly Cabral de Oliveira** é doutoranda e Mestra pelo Programa em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, professora substituta em Rádio Tv e Internet na UERN e integrante do grupo de Estudos de Mídia - Análises e Pesquisas em Cultura, Processamentos e Produtos Midiáticos (Gemini/UFRN). E-mail: [lorycaoly@gmail.com](mailto:lorycaoly@gmail.com) Desenvolve pesquisas nas áreas de rádio, mídia sonora e plataformização, com foco em podcasts e narrativas transmídia no ecossistema midiático contemporâneo. [lorycaoly@gmail.com](mailto:lorycaoly@gmail.com)



**Lucas Rodrigues Félix** é professor substituto do Departamento de Comunicação Social (Decom) da UFRN, pelo qual se graduou em Jornalismo e Audiovisual. Doutorando e mestre em Estudos de Mídia pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia na mesma instituição. Especialista em Comunicação Digital e Comunicação e Marketing Esportivo pela Universidade Potiguar. Integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Ciência e Meio Ambiente (Preserv-Ação). Email: [falecomlucasfelix@gmail.com](mailto:falecomlucasfelix@gmail.com)



# V SEMINÁRIO DE PESQUISA : RAÍZES E HORIZONTES PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM : A PÓS EM MOVIMENTO ESTUDOS DA MÍDIA 2025

8 A 10 DE OUTUBRO DE 2025



**Maria Clara Bezerra de Araújo** é doutoranda e mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Especialista em Planejamento Estratégico em Comunicação pela Universidade Potiguar (UnP). Graduada em Comunicação Social, habilitação Publicidade e Propaganda, pela UnP e em Letras, habilitação Língua Portuguesa e Literaturas, pela UFRN. E-mail: [clarabez@gmail.com](mailto:clarabez@gmail.com)

**Maria Larissa Dennyfher de Moura Cabral** é graduada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela UFRN. É mestre e doutoranda em Estudos da Mídia pelo PPGEM/UFRN, atualmente em estágio de doutorado sanduíche na University of Toronto (UofT), com financiamento da CAPES. Integra os grupos de pesquisa Economia Política do Audiovisual (Epa!) e Digi Labour, desenvolvendo investigações sobre comunicação e trabalho, plataformização e influência digital. Email: [larissa.moura.083@ufrn.edu.br](mailto:larissa.moura.083@ufrn.edu.br)



**Marília Diógenes Moreira** é doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN), na linha de produção de sentido, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestra em Estudos da Mídia pela mesma instituição. Bacharel em Comunicação Social, na habilitação de Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: [madiogenes3@gmail.com](mailto:madiogenes3@gmail.com)

**Marília Faustino Cruz** é Bacharel em Comunicação Social, com linha de formação em Educomunicação, pela Universidade Federal de Campina Grande. Aluna do curso de Especialização em Mídias e Educação pelo Instituto Federal do Sul de Minas e Mestranda no Programa de Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Email: [mariliafaustino088@gmail.com](mailto:mariliafaustino088@gmail.com)



# V SEMINÁRIO DE PESQUISA : RAÍZES E HORIZONTES PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM : A PÓS EM MOVIMENTO ESTUDOS DA MÍDIA 2025

8 A 10 DE OUTUBRO DE 2025



**Maurício Barros do Amaral** é graduado em Jornalismo pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Mestrando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Tem interesse e desenvolve pesquisas sobre raça, gênero e sexualidade. E-mail: mauriciobarrosjorn@gmail.com



**Pietra Silva Queiroz** é doutoranda em Estudos de Mídia pelo PPGEM/UFRN. Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Educomunicação pela UFCG, é mestre em Comunicação pelo PPGCOM/UFPE. Atualmente, como doutoranda, atua em pesquisas sobre decolonialidades e colonialidades comunicacionais, e educomunicação como narrativa decolonial, com foco nos saberes ancestrais e nas mídias produzidas por povos indígenas do Brasil. Email: pietra.queiroz.081@ufrn.edu.br

**Rafael de Araújo Mélo** é Doutorando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte; Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba; Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba e graduado em Licenciatura Plena em Letras - Língua Portuguesa pela Universidade Federal de Campina Grande. E-mail: rafaelmelojornalista@gmail.com







**Shirley Raillany Melo Silva** é Mestranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Com formação em Publicidade e curso técnico em Recursos Pesqueiros pelo IFRN, ela é natural de Guamaré e atualmente se dedica a uma pesquisa sobre a aplicação da inteligência artificial para o desenvolvimento de campanhas publicitárias sensoriais e inclusivas para pessoas com deficiência visual. Shirley busca contribuir para o campo da comunicação ao propor soluções que promovam a equidade e a acessibilidade na publicidade. Contato: [shirley.melo.116@ufrn.edu.br](mailto:shirley.melo.116@ufrn.edu.br)

**Thalita Oliveira Gonçalves** é doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Design pela Universidade Federal de Campina Grande, e Graduada em Comunicação Social com ênfase de formação em Educomunicação (UFCG). Possui também licenciatura em Letras pela Universidade Estadual da Paraíba. Atua nas áreas de Educomunicação e Design da informação. Email: [thalitaogoncalves@gmail.com](mailto:thalitaogoncalves@gmail.com)







# PPGEM

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO  
EM ESTUDOS DA MÍDIA

Graduação