REPRESENTATIVIDADE, CULTURA POP E JORNALISMO: UMA ANÁLISE DOS COLETIVOS MIDIÁTICOS COLLANT SEM DECOTE E MINAS NERDS

REPRESENTATIVENESS, POP CULTURE AND JOURNALISM: AN ANALYSIS OF THE MEDIA COLLECTIVES COLLANT SEM DECOTE AND MINAS NERDS

Christian Gonzatti[1]
Francielle Esmitiz[2]
Vanessa Scopel[3]

1. Mestrando em Ciências da Comunicação na linha de pesquisa de Linguagens e Práticas Jornalísticas pela Unisinos. Graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Unisinos- Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2012-2015). E-mail: christiangonzatti@gmail.com.
2. Graduanda em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Unisinos. Bolsista de Iniciação Científica PIBIC-CNPQ. Integrante do Grupo de Pesquisa Laboratório de investigação do Ciberacontecimento (LIC). E-mail: fran.esmitiz@gmail.com.
3. Graduanda em Comunicação Social, Publicidade e Propaganda, pela Unisinos. Bolsista de Iniciação Científica, PROBIC-CNPQ. Integrante do Grupo de Pesquisa Laboratório de Investigação do Ciberacontecimento (LIC). E-mail: vanessascoper@gmail.com.

Resumo: o artigo analisa como os coletivos midiáticos Collant sem Decote e Minas Nerds articulam a representatividade de gênero, raça e sexualidade na cultura pop. Para isso, trabalhamos com uma perspectiva dos estudos de gênero e sexualidade que, a partir das teorias queers, desdobra-se sobre as marcas da diferença em determinados contextos. Analisamos alguns espaços do cenário jornalístico massivo que se desdobra sobre a cultura pop no Brasil e notamos a ausência de alteridades na construção noticiosa, seja na produção ou nas narrativas, daí, explicamos o conceito de coletivos midiáticos para, por fim, compreendermos as narrativas, as técnicas e as estratégias dos objetos de referência.

Palavras-chave: Cultura Pop. Coletivos Midiáticos. Feminismo.

Abstract: The article analyzes how the media collectives Collant sem Decote and Minas Nerds articulate a representation of gender, race and sexuality in pop culture. For this, we work with a perspective of the studies of gender and sexuality that, from the queers theories, unfolds on as marks of the difference in certain contexts. We analyze some of the spaces of the massive journalistic scenario that unfolds over a pop culture in Brazil, and we notice an absence of alterity in the construction of news, or in the narrativse, from there, it explores the concept of media collectives for, finally, understing the narratives, techniques and strategies of the reference objects.

Keywords: Pop Culture. Media collectives. Feminism

1 Introdução

O artigo se desdobra de um projeto de pesquisa que tem como foco estudar a produção e a circulação de conteúdos por coletivos midiáticos em contexto de movimentos em rede e os impactos desses processos na narrativa jornalística digital (Aquino Bittencourt, 2015). A partir de observações e análises desenvolvidas para o projeto já mencionado, identificamos uma presença notável de conteúdos relacionados a questões de gênero, raça e sexualidades, o que

nos motivou olhar para coletivos destinados a tratar dessas questões, obliteradas e tratadas de maneira preconceituosa[4], muitas vezes, pelo jornalismo (Veiga e Fonseca, 2011). A cultura pop está articulada, dentro de um cenário massivo, as lógicas de produções midiáticas que buscam desenvolver visibilidade a partir da construção de sensos de comunidade, afeto e identificação com os públicos (Soares, 2015). O seu consumo foi, e ainda é, de certa forma, atravessado por imposições performativas aos gêneros (Maffía, 2013): se for menino irá gostar de azul, jogar futebol e assistir desenhos de heróis, se for menina irá gostar de rosa, brincar de bonecas e assistir aos filmes das princesas da Disney. Alguns feminismos, em suas vertentes mais contemporâneas, como a teoria *queer* (Butler, 2003; Preciado, 2014), tentam romper com essas barreiras, e outras mais complexas, que atravessam todos os campos sociais, políticos, econômicos e culturais. Há, no Brasil, diversos espaços jornalísticos destinados a produções noticiosas relacionadas à cultura pop, mas que acabam reproduzindo padrões não representativos. Assim, nos questionamos: como coletivos midiáticos articulam a representatividade de gênero, raça e sexualidade na cultura pop?

O conceito de coletivos midiáticos construído no projeto de pesquisa designa grupos que se organizam dentro e/ou fora das redes digitais, produzindo e fazendo circular conteúdos de forma desvinculada das mídias de massa. A emergência desses coletivos está articulada a uma noção de midiatização do ativismo, dentro de um cenário de convergência e mídia espalhável (Aquino Bittencourt, 2015; Jenkins, 2006; Jenkins et al., 2013), em que pessoas podem transformar tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos (Fausto Neto, 2008). Buscamos, então, entender a relação dos coletivos midiáticos Collant Sem Decote[5] e Minas

4. Travesti é um termo utilizado para designar mulheres trans, as que não se identificam o gênero que lhes foi imposto ao nascer, no caso o masculino (LOURO, 2013). Como exemplo, trazemos uma matéria do G1 em que uma travesti é tratada pelo pronome masculino: https://goo.gl/vufRCP

5. http://collantsemdecote.com.br/ Acesso: 21 set. 2016.

Nerds[6] com a emergência de espaços representativos para questões da cultura pop subalternizadas pelos espaços jornalísticos que atendem a lógicas econômicas de publicidade e propaganda e não representativas em relação a questões de gênero, raça e sexualidade. A escolha dos objetos de referência emerge de uma pesquisa exploratória que buscou localizar coletivos midiáticos representativos qualitativamente na produção noticiosa em torno da cultura pop. A primeira parte do trabalho se desdobra sobre as questões de representatividade na cultura pop, a segunda sobre as potencialidades jornalísticas e sociais dos coletivos midiáticos e a terceira aborda a relação entre coletivos midiáticos, jornalismo e cultura pop a partir dos objetos já expostos.

Mapeando e identificando se existem elementos de representatividade nos espaços jornalísticos na mídia de massa destinados a cultura pop e analisando os coletivos midiáticos Collant Sem Decote e Minas Nerds, a fim de entender as suas potencialidades narrativas, técnicas e estratégicas, buscamos refletir sobre as possibilidades jornalísticas e informativas dos coletivos tomados como objetos de referência. Por fim, entendemos que a cultura pop pode funcionar como materialidade discursiva para a desconstrução de normas e preconceitos enraizados na sociedade a partir da ação de coletivos midiáticos.

2 Representações sociais na cultura pop: um olhar a partir do queer

A cultura pop articula sensibilidades e afetos transnacionais visando a elaboração de produtos midiáticos que desencadeiem retorno financeiro para grandes produtoras (Soares, 2015). Assim, é possível entendê-la como um termômetro social de reivindicações políticas (Kellner, 2001). Explicamos: se há hoje, por exemplo, uma maior representação feminina em grandes produções, como no *reboot* de Caça-Fantasmas e na série Jogos Vorazes, é porque, em

6. http://minasnerds.com.br/ Acesso: 21 set. 2016.

campo sociocultural, houveram lutas feministas que buscavam, entre outras reivindicações, um olhar político-midiático para as mulheres que não as limitassem a um estereótipo imposto historicamente por relações de poder. É uma dinâmica de reivindicação e representação mais complexa, mas que encontra a sua gênese nesses movimentos. Nossa intenção não é analisar todo o cenário midiático-massivo, mas buscar trabalhos que demonstrem as táticas e estratégias que, ao emergirem socialmente, refletem a forma como as diferenças foram obliteradas em produções midiáticas da cultura pop. Para explicar essas diferenças, recorremos as teóricas e teóricos do pensar queer.

A partir de Butler (2003), é possível entender como alguns poderes agem sobre a sociedade e a cultura marcando, nas palavras da própria autora, os corpos que pesam (Butler, 1999). A performatividade de gênero delimita, a partir da genitália, o sexo/gênero a um corpo: se você tem vagina, gostará de rosa, de coisas delicadas, irá se depilar, consumir determinados produtos midiáticos, gostar de meninos (que tenham um pênis), ser o que entendemos por mulher. Assim, sexo, em nossa cultura, sempre foi gênero. E não termina aí, pois a heterossexualidade compulsória (Rich, 2010), que parte do pressuposto de que todas as pessoas serão/são heterossexuais regula as representações midiáticas, os espaços sociais, econômicos e políticos, assim como a heteronormatividade (Warner, 1991), que delimita as performances específicas para cada corpo, quando mais dentro desse espectro, mais próximo de um padrão ótimo a pessoa se encontra. As pessoas que fogem a estas imposições (gays, lésbicas e travestis, por exemplo) são passíveis de correção a partir de violências e preconceitos. A violência de gênero, contra mulheres, bem como os crimes homofóbicos e transfóbicos, contra homossexuais e transexuais, denotam que dadas vidas são disponíveis, que pelos lugares subalternos que ocupam podem ser tomadas, ceifadas, por aqueles que se encontram em uma posição hierárquica superior. Ou seja, a masculinidade também opera como um regulador mais próximo do “padrão ótimo” em nossa sociedade.

No cenário brasileiro, por exemplo, ao longo dos dez primeiros meses do ano de 2015, foram registradas mais de sessenta e três mil denúncias de violência contra a mulher, ou seja, uma média de uma a cada sete minutos. Esses mesmos dados[7], obtidos pela Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República, através do Ligue 180, dão a ver que, quase metade dos casos era de violência física e que, em quase sessenta por cento deles, a vítima era uma mulher negra. Outro fato importante de ser salientado se refere à proximidade com o agressor: mais de oitenta e cinco por cento das ocorrências se deram em ambientes domésticos e familiares. Em relação às pessoas LGBTS, Bento (2016) traz dados de pesquisa desenvolvida pelo Grupo Gay da Bahia; em 2014, 326 pessoas foram assassinas no Brasil por serem LGBTS: 134 gays, 134 travestis, 14 lésbicas, 3 bissexuais, 7 amantes de travestis e 7 heterossexuais confundidos com homossexuais. Ela destaca que os dados, por serem de denúncias catalogadas por ONGs, não demonstram a real violência do país contra LGBTs, pois não há como registrar um crime como LGBTfobia. É preciso destacar também a resistência que muitas pessoas encontram em procurar os órgãos policiais por medo de sofrerem mais discriminação. Em relação às travestis/mulheres trans, há ainda uma forte marginalização social a partir da falta de oportunidades de emprego, patologização e violentos crimes de ódio, marcados por torturas. Em relação à raça, citamos o fato de que 77% das/dos jovens vítimas de homicídio no Brasil serem negros. As representações midiáticas, acompanhando os discursos socioculturais, podem contribuir para a estigmatização e marginalização dessas pessoas queers, fora da norma vigente nos mais variados níveis.

Conforme Gomes (2006), as reflexões sobre representações, no campo social, são desenvolvidas pelos estudos culturais e pela psicologia social. Os dois campos trabalham para entender a formação de identidades sociais e os elementos que servem de ponto de fusão, mas com diferença

7. Disponível em <http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-tem-1-denuncia-de-violencia-contra-a-mulher-a-cada-7-minutos,10000019981>. Acesso em 20/08/2016.

em suas abordagens. Aqui, nos apoiamos nas perspectivas dos estudos culturais. A autora coloca que esses estudos trabalham, em sua maior parte, com a noção de identidade e diferença, em que algumas identidades, sejam individuais ou coletivas, se desdobram sobre as possibilidades de manifestações do Outro que é marcado como diferente. Hall (2003, p. 39), coloca que "[...] em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de identificação, e vê-la como um processo em andamento". Portanto, é possível entender a identidade como diversas camadas performáticas que se interconectam e se sobrepõem umas às outras em determinadas situações. Por exemplo: se eu sou um fã de heroínas e heróis, se me identifico com o imaginário dessas histórias, eu vou me sentir integrado a essas produções parcialmente, mas como possuo diversas camadas performáticas, outras, que podem ser até mais expansivas, podem não se identificar com essas mesmas produções, gerando ruídos sociais no processo. Nós não somos uma identidade única, somos fragmentados, e buscamos através pontos de identificação elementos que podem contribuir para nossas identidades complexas e eternamente inacabadas. A cultura pop movimenta o máximo possível desses elementos de identificação, pois sim, o interesse é o lucro, o retorno financeiro para as grandes indústrias, mas esse retorno só acontece quando os públicos podem, em um nível que garante esse retorno, identificarem-se. Isso cria uma rede em torno dessas produções, que está integrada as formas como a sociedade reivindica, entende e consome os produtos da cultura pop.

Durante muitos anos, e ainda na contemporaneidade, o cenário massivo não apresenta figuras marcadas como queers em suas produções com relevância - quantos LGBTs são representados, por exemplo, nos filmes de super-heróis produzidos pela Marvel/Disney? Isso não quer dizer, como destaca Freire Filho (2005), que a partir de brechas e subversões, as pessoas não tenham encontrado formas de se identificarem com as produções da cultura pop. O estudo de Jenkins (2015), publicado nos anos 90 nos EUA, demonstra como mulheres e gays, a partir de *fanfics*, histórias ficcionais escritas pelos fãs em torno de determinada produção,

por exemplo, ressignificam as narrativas para servirem aos seus interesses e as fazem circular a partir de redes sociais estabelecidas por correios e eventos. Na contemporaneidade, os processos que transformam tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos (Fausto Neto, 2008) foram potencializados a partir da internet, possibilitando mais espaços e possibilidades para grupos que fogem à lógica heteronormativa pudessem escrever as suas histórias e reivindicar mais representações nas produções canônicas. O jornalismo se inscreve nessas processualidades, funcionado como ferramenta de transformação social a partir da ação de coletivos midiáticos.

3 Coletivos midiáticos: os subalternos ganham voz no jornalismo

Ao contar a história de uma jovem indiana que não pode se autorrepresentar fora do contexto patriarcal e pós-colonial, Spivak (2010) argumenta que o subalterno, neste caso a mulher, não pode falar e quando tenta fazê-lo não encontra meios para se fazer ouvir. A argumentação da autora relembra o item anterior, no qual, resumidamente, nos desdobramos sobre a não-representação de negros, mulheres e LGBTs nas produções midiáticas do pop, o que conversa com os problemas sociais enfrentados por esses grupos. Ações fãs e ressignificações são importantes para demonstrar que esses públicos também querem se identificar com personagens e narrativas, mas nada substitui a visibilidade do produto cânone, que não só funciona como termômetro social para a visibilidade das diferenças, mas que também pode funcionar como dispositivo pedagógico (Fischer, 2002) para desestruturar o racismo, a heteronormatividade, o machismo e outros sistemas que sustentam opressões. O jornalismo em torno da cultura pop está articulado a essas construções opressoras, quando não coloca em sua pauta crítica um olhar pelas diferenças nos filmes e séries, por exemplo, ou quando mantém um corpo estritamente masculino nas redações.

Veiga e Fonseca (2011) analisaram as práticas jornalísticas com um olhar crítico em torno da forma como as diferenças eram acionadas na construção de pautas e nas relações sociais em determinados espaços. Perceberam, entre outras coisas, discursos homofóbicos (como a indicação de um colega a outro, que iria entrevistar LGBT's, para cuidar com os respingos de saliva, pois ele poderia 'pegar AIDS') e opressão da feminilidade (o masculino é tratado como valor dentro do espaço analisado). Inspirados por esse processo, passamos a olhar os espaços jornalísticos destinados à cultura pop na mídia massiva, a fim de entender algumas forças propulsoras das ações de coletivos midiáticos (Aquino Bittencourt, 2015).

Localizamos 10 portais de notícias com notável visibilidade destinados à cultura pop como um todo (música, filmes, séries, etc.):

Tabela 1- Portais destinados à cobertura da cultura pop

Portal	Twitter	Facebook	Instagram
G1 Pop& Arte	83.3 mil	-	-
Cultura Estadão	104 mil	255.2 mil	42.1 mil
E+ (Estadão)	3 mil	70 mil	2.3 mil
Omelete	458 mil	1.7 milhões	372 mil
Papel Pop	116 mil	879.4 mil	263 mil
Jovem Nerd	781 mil	815.7 mil	228 mil
BuzzFeed Brasil	96.6 mil	1.5 milhões	-
Judão	27.3 mil	51.3 mil	3.2 mil
Hugo Gloss	1.47 milhões	4.9 milhões	7.1 milhões
Garotas Geeks	31.9 mil	140.3 mil	38.2 mil

Fonte: dados coletados pelo autor e pelas autoras.

Dos 10 portais localizados, a predominância masculina só não é notada no último, Garotas Geeks. Em nenhum deles, no entanto, quando há alguma crítica relacionada as produções da cultura pop, aparecem como marcadores as problematizações em torno das diferenças. Emergem algu-

mas notícias relacionadas aos preconceitos, como o *podcast* do site Garotas Geeks, sobre preconceito com mulheres nos games online[8], ou a coluna Gay Nerd, do Omelete - que, dentro dos espaços analisados, é o único ponto que se aproxima de um olhar crítico, tendo como marcadores o gênero e a sexualidade, da cultura pop, mas que parece ter sido esquecida pelo site, já que a coluna se apresenta como quinzenal e a última matéria é do dia 04 de agosto de 2016[9]. Assim, através da midiatização do ativismo e da emergência de coletivos midiáticos (Aquino Bittencourt, 2015), notamos, conceitualmente, as possibilidades de produzir conteúdo que fogem das lógicas hegemônicas.

Aquino Bittencourt (2015) entende que os coletivos midiáticos possibilitam novas narrativas sobre os acontecimentos, não dependendo de grandes veículos para alcançarem visibilidade. Muitos deles buscam pela independência como motor dos processos de produção e circulação, desenvolvendo práticas que diferem dos modelos massivos. A autora destaca que eles são grupos, sites, plataformas que produzem, convergindo linguagens midiáticas (Jenkins, 2006), e espalham (Jenkins et al., 2013) conteúdos sobre protestos dentro e fora da rede podendo, ou não, participar de atos de rua. As reivindicações feministas, LGBTs e raciais podem ser entendidas como protestos em relação à construção heteronormativa, branca e machista das representações sociais, o que reverbera em uma série de problemas para esses grupos. Entendemos, portanto, que as possibilidades narrativas, técnicas e estratégicas dos coletivos potencializarem a voz de movimentos sociais em torno dessas questões, o que podemos observar como integrantes do projeto da autora que está em andamento. Além dos coletivos desenvolverem apropriações que interferem nas lógicas jornalísticas, eles também sinalizam interferência dos meios na cultura e na sociedade (Hjavard, 2012). É a partir desses

8. Disponível em: < http://www.garotasgeeks.com/podcast-s02e-11-preconceito-com-mulheres-nos-games-online/ >. Acesso em 28/11/2016.

9. Disponível em: < https://omelete.uol.com.br/colunistas/artigo/gay-nerd-a-importancia-do-orgulho-lgbti/ >. Acesso em 28/11/2016.

pressupostos, tendo como foco as possibilidades narrativas, técnicas e estratégicasdos coletivos midiáticos tomados como objetos de referência a partir de uma pesquisa exploratória que teve como critério a produção noticiosa e crítica em torno da cultura pop.

4 Análise dos coletivos midiáticos: Collant sem Decote e Minas Nerds

O coletivo Collant sem Decote[10] se apresenta como um espaço destinado ao feminismo, cultura pop e opinião. A página no Facebook possui mais de 13 mil curtidas, o Instagram tem mais de mil seguidoras/seguidores, assim como o Twitter, o canal no YouTube possui 750 inscritos e uma média de 14 mil visualizações. No nível técnico e estratégico, notamos que o coletivo compartilha, no Facebook, conteúdos (imagens, vídeos, *gifs*, notícias) de outros sites, coletivos e páginas, assim como desenvolve imagens com teor fã, destacando o protagonismo negro e feminino nas produções da cultura pop, seja através de *fanarts* ou de textos canônicos. São feitas entre duas e cinco publicações por dia na página e o site é atualizado com frequência, mas não possui muitas matérias. Há interação com os públicos através dos comentários esporadicamente, não sendo notável uma frequente interação. Utilizam dispositivos móveis com boa qualidade de resolução para publicarem fotos em eventos ou vídeos relacionados à temática da página. Em relação às narrativas, os conteúdos são notícias sobre o mundo geek/nerd, debates sobre a representação feminina, denúncias de machismo e textos de opinião sobre o cenário da cultura pop. No Instagram, há imagens de eventos e feiras, indicações de livros e prévias de vídeos do YouTube. No Twitter há publicações próprias, mas a maioria são *retweets* de outros atores, que se desdobram sobre as narrativas já citadas.

10. Disponível em: <http://collantsemdecote.com.br>. Acesso em 29/11/2016.



Figura 1: Compartilhamento do Collant Sem Decote

Fonte: coleta de dados do autor e das autoras.

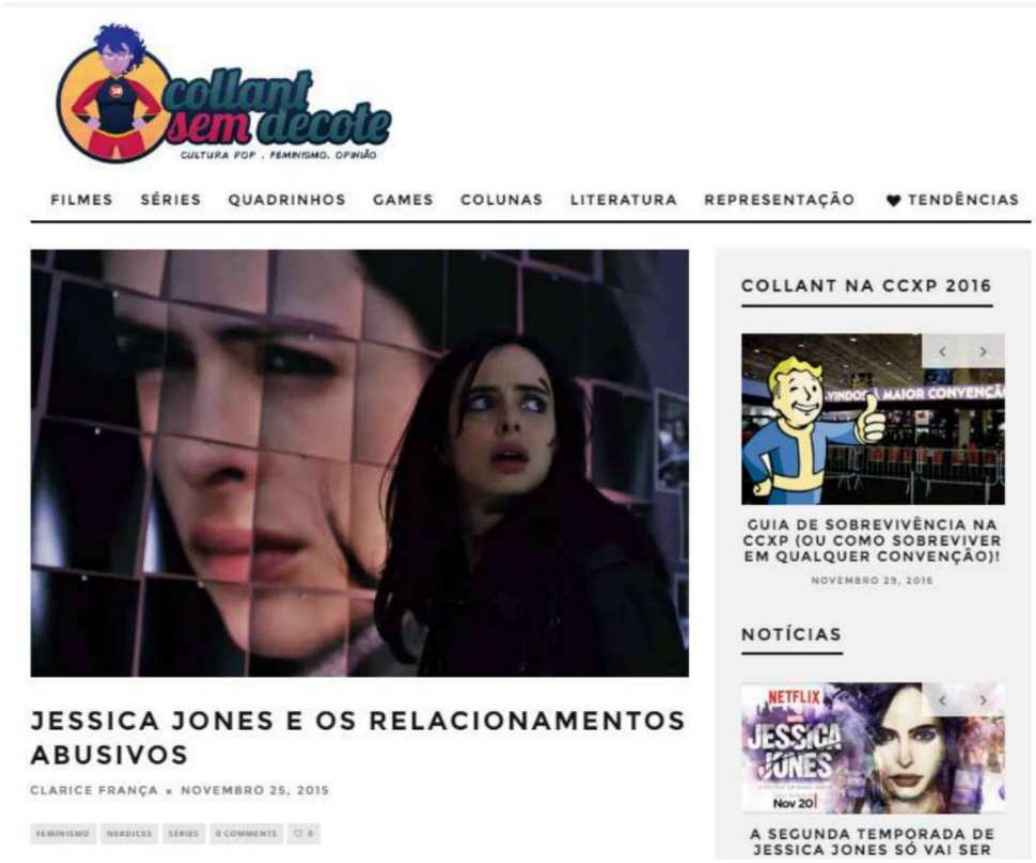


Figura 2: Jessica Jones e os relacionamentos abusivos
Fonte: coleta de dados do autor e das autoras.

A figura 1 demonstra a forma como o coletivo constrói uma rede de colaboração, a partir das possibilidades técnicas, com outros coletivos, desenvolvendo a construção de uma linha do tempo no Facebook que agrega conteúdo com teor ativista e crítico que demonstra como as pessoas se aproveitam das brechas para subverter e ressignificar a cultura pop. O texto crítico é uma denúncia a forma como meninas atrizes são representadas de maneira sexualizada e como adultas em ensaios, assim como a figura 2 critica a romantização de relacionamentos abusivos em algumas produções midiáticas, como Cinquenta Tons de Cinza e Crepúsculo, e enaltece a forma como a série Jessica Jones trata da questão.

O Minas Nerds se apresenta como uma iniciativa formada por mulheres que produzem e consomem literatura, games, quadrinhos, RPG e tudo que engloba a cultura geek /nerd e a cultura pop. A página no Facebook possui mais de 23 mil seguidoras/seguidores, o Twitter mais de 2 mil e o Instagram mais de 1, 5 mil. Nos níveis técnico, o coletivo utiliza dispositivos móveis e softwares de edição de imagem para

a produção de conteúdos, além de, a partir das possibilidades dos sites de redes sociais, compartilharem publicações de outros espaços, reforçando a iniciativa colaborativa. No Twitter, a maioria das publicações são de links direcionando para o site e *retweets* de outros atores e atrizes. No Instagram, as publicações são acompanhadas de textos curtos com uso de *hashtags* relacionadas a publicação. No nível narrativo, notamos que as publicações são relacionadas a questão que, aqui, entendemos dentro do campo coberto, em níveis diferentes, pelo queer: feminismos, questões LGBTs, raciais e de preconceito em relação às diferenças (Miskolci, 2015).



Figura 3: Riri Williams
Fonte: coleta de dados realizada pelo autor e pelas autoras.



Figura 4: Star Trek e a representatividade
Fonte: coleta de dados realizada pelo autor e pelas autoras.

A figura 3 faz referência ao movimento em redes digitais que buscou denunciar a capa da HQ Invencible Iron Man que trazia uma adolescente de 16 anos, Riri Williams, hipersexualizada. A ação de grupos feministas fez com o que o ilustrador se desculpa-se e refizesse-se a ilustração da menina negra que assumiu o cargo antes ocupado por Tony Stark, como o Homem de Ferro. A figura 4 é o printscreen de uma matéria que discute a forma como a representatividade em Star Trek foi importante para enfrentamentos políticos de grupos oprimidos socialmente, como as mulheres negras. Em outros textos, o coletivo traz, inclusive, referências acadêmicas para o debate, como o texto "O papel dos coletivos na luta pela visibilidade feminina", que se desdobra sobre a temática que tensionamos[11] aqui.

Os coletivos feministas de cultura pop sinalizam como a midiatização do ativismo (AQUINO BITTENCOURT, 2015) possibilitou que os olhares críticos dos movimentos sociais atravessassem as produções midiáticas e o jornalismo, de-

11. Disponível em <http://minasnerds.com.br/2016/10/31/o-papel-dos-coletivos-na-luta-pela-visibilidade-feminina/>. Acesso em 30/11/2016.

monstrando um fazer jornalístico que foge à lógica hegemônica, mas que ainda encontra resistência devido aos preconceitos enraizados socialmente através da heteronormatividade, por exemplo. A análise buscou, através de um olhar exploratório e da construção de uma amostra qualitativa intencional, se desdobrar sobre os aspectos narrativos, técnicos e estratégicos dos coletivo tomados como objeto de referência, o que trouxe considerações relevantes sobre a midiatização do ativismo e a forma como os coletivos midiáticos se organizem em rede.

5 Considerações finais

A partir da explicação de Hjavard (2014), de que a interferência dos meios na cultura e na sociedade se desdobram da midiatização, é possível concordar com o autor quando ele coloca que a influência da mídia não decorre apenas das interações comunicativas entre atrizes/atores sociais e as mensagens, mas na relação entre os meios e outras esferas sociais. O conceito de coletivos midiáticos, assim como a pesquisa na qual estamos integradas, sinaliza uma das maneiras como os "subalternos" estão ganhando voz na nossa sociedade e reivindicando um olhar das produções da cultura pop que seja construído sobre diferenças culturais, de gênero, étnico-raciais, de sexualidade. Soares (2015) coloca que a cultura pop constrói sensos de comunidade, de afetos e desencadeia experiências, assim, o que esses coletivos reivindicam é a integração das diferenças a sociedade como um todo, buscando, assim, transformações sociais, sendo a não-representatividade nos espaços massivos o principal motor das produções.

Os coletivos midiáticos selecionados articulam a representatividade de gênero, raça e sexualidade na cultura pop a partir das possibilidades narrativas, técnicas e estratégicas da cultura digital, sinalizando como uma sociedade altamente midiatizada pode possibilitar a emergência de espaços com interesses que visam a transformação da sociedade e não somente interesses mercadológicos. Percebemos, no entan-

to, que a potência espalhável dos conteúdos, no Facebook, não é alcançada devido a questões de ordem econômica- uma publicação não impulsionada alcança, em média, 2% do número de pessoas que curtiu uma página- mas que através da colaboração entre os coletivos, que compartilham conteúdos uns dos outros, há um aumento da visibilidade das publicações. Consideramos relevante, em futuras pesquisas, nos desdobrarmos especificamente sobre cada um dos espaços analisados, articulando outras técnicas metodológicas, como entrevistas, por exemplo, para entendermos outros aspectos relacionados a cultura pop em articulação com os coletivos midiáticos e as temáticas de gênero e sexualidade.

Referências

AQUINO BITTENCOURT, M. 2015. As narrativas colaborativas nos protestos de 2013 no Brasil: midiatização do ativismo, espalhamento e convergência. *Revista Latinoamericana Comunicación.* Chasqui, **v. 1**, p. 325-343.

BENTO, B. 2015. Verônica Bolina e o transfeminicídio no Brasil. *Cult,* São Paulo: Editora Bregantini, nº 202, ano 18, jun.

BUTLER, J. 1999. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do "sexo". In.: LOURO, Guacira Lopes. *O corpo educado: pedagogias da sexualidade.* Belo Horizonte, Autêntica.

_____. J. 2003. *Problemas de Gênero: feminismo e subversão da identidade.* Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

FAUSTO NETO, A. 2008. Fragmentos de uma analítica da midiatização. *Revista Matrizes*, n. 2, abril. Disponível em: <http://200.144.189.42/ojs/index.php/MATRIZes/article/view/5236/5260>. Acesso em 21/09/2016.

FISCHER, R. M. B. 2002. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. *Revista Educação e*

Pesquisa, São Paulo, **v.28**, n.1, p. 151-162, jan./jun. Disponível em: < https://goo.gl/xEnovv>. Acesso em 22/08/2016.

FREIRE FILHO, J. 2005. Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias. *Revista Famecos*, Porto Alegre, nº 28, dezembro.

GOMES, M. R. 2006. As representações sociais entre estudos culturais e a psicologia social, a psicanálise, *Caligrama,* **v. 2**, n. 2.

HALL, S. 2003. *A identidade cultural na pós-modernidade.* Rio de Janeiro:DP&A Editora.

HJARVARD, S. 2014. *A midiatização da cultura e da sociedade.* São Leopoldo: Editora Unisinos.

_____. 2012. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. In: *Revista Matrizes*, ano 5. n. 2, jan/jun/, São Paulo.

JENKINS, H. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide.* NYU: Press.

_____.; FORD, S.; GREEN, J. 2013. *Spreadable media: creatingvalueandmeaning in a networkedculture.* New York University.

KELLNER, D. 2001. *Cultura da Mídia.* Bauru: EDUSC.

LOURO, G. L. 2013. *Um corpo estranho- ensaios sobre sexualidade e teoria queer.* 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora.

MAFFÍA, D. Prólogo. In: NATANSOHN, G. (Org). 2013. *Internet em código feminino. Teorias e práticas.* Buenos Aires: Icrjfuturibles.

PRECIADO, B. 2014. *Manifesto Contrassexual*; tradução de Maria Paula Gurgel Ribeiro. São Paulo: n-1 edições.

RICH, A. 2010. Heterossexualidade compulsória e existência lésbica. *Bagoas,* Natal. Nº 5.

SOARES, T. 2013. Cultura Pop: Interfaces Teóricas, Abordagens Possíveis. *Intercom*, Manaus, AM, Disponível em: <https://goo.gl/NNazuA>. Acesso em 21/09/2016.

SPIVAK, G.C. 2010. Pode o subalterno falar? Belo Horizonte: UFMG.

VEIGA, M. S.; FONSECA, V. P. S. 2011. A contribuição do jornalismo para a reprodução de desigualdades: um estudo etnográfico sobre a produção de notícias. *Verso e Reverso,* **vol. XXV**, n. 60, setembro-dezembro. Disponível em: <https://goo.gl/KYk2Qm>Acesso em 21/09/2016.

WARNER, M. 1991. Fearof a Queer Planet: Queer Politics and Social Theory. Minneapolis/London, *Universityof Minnesota Press.*

MISKOLCI, R. 2015. Diversidade ou diferença? *Cult,* São Paulo: Editora Bregantini, nº 205, ano 18, set.