

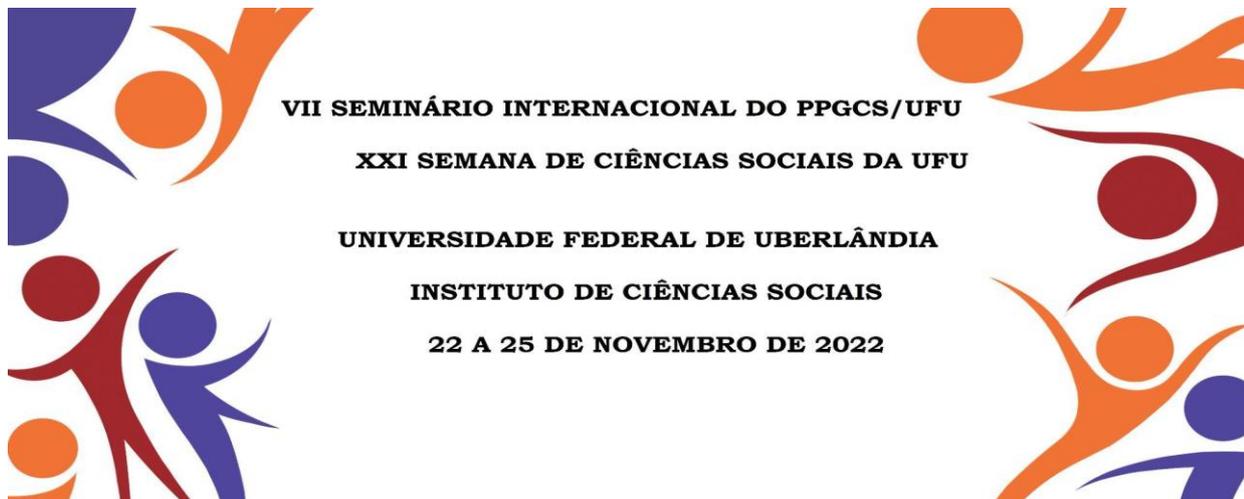
## **Gamergirls: uma análise sobre a objetificação feminina nos jogos online**

Autor(es): Larissa Dhyovanna Guimarães Santos

Universidade Federal de Uberlândia

**Resumo:** O poder da indústria de games não está limitado apenas ao econômico, mas também a sua influência no tecido sociocultural contemporâneo, indicando que o consumo de games é uma prática complexa que permite a seus consumidores variadas formas de entrelaçar suas experiências reais e digitais. Durante um longo período, os jogos eletrônicos foram caracterizados como “coisa de menino”. No momento em que as mulheres foram identificadas como maioria, as mesmas passam por diversas situações com a finalidade de mostrar que aquele não é um espaço destinado ao público feminino. A pesquisa se desenvolveu de forma qualitativa-quantitativa, contando com uma pesquisa bibliográfica acerca de questões como a objetificação feminina, a socialização de gênero e a violência de gênero. Posteriormente, foi desenvolvido um formulário online destinado a jogadoras para que houvesse a obtenção do maior número de entrevistadas possível contando com resultados estaticamente válidos, mas também buscou adquirir relatos pessoais das jogadoras.

**Palavras-chave:** jogos eletrônicos; games; feminismo; objetificação; apropriação.



## **Sensação de insegurança e medo do crime na contemporaneidade**

Autor(es): Ana Carolina de Moraes Colombaroli

Universidade do Estado de Minas Gerais

**Resumo:** Questões como insegurança, medo e violência têm ocupado posição central dentre as preocupações da população contemporânea, é amplificado pelas agências de comunicação social, e passou a integrar a agenda das políticas públicas oficiais com grande destaque. Poder-se-ia dizer que os índices elevados de violência atualmente existentes justificariam a sensação de insegurança. No entanto, criminalidade e medo do crime são fenômenos autônomos e, embora tenham um grau de correlação entre si, têm dinâmicas próprias, causas e consequências distintas. O presente trabalho tem por objetivo analisar as preocupações com as questões de segurança e delinquência na contemporaneidade. Através de revisão de literatura e análise de pesquisas de opinião, discute-se a influência das características sociais e econômicas contemporâneas na construção do medo do crime em sua dimensão simbólica, que compreende os sentimentos de insegurança como resultado da ameaça, vulnerabilidade e impotência experienciados pelo indivíduo, mas não necessariamente relacionados ao crime e à vitimização.

**Palavras-chave:** insegurança; medo do crime; paradigma simbólico; contemporaneidade.

## O MUNDO DAS MARCAS E A PRODUÇÃO DA SUBJETIVIDADE CONTEMPORÂNEA: ANÁLISE DE UMA PEÇA PUBLICITÁRIA DA AVON

Thamires Duarte  
PPGCS-UFU

O tema desta pesquisa é o processo de produção da subjetividade contemporânea vinculada à publicidade. Isso posto, investigam-se as representações sociais expressas em cinco peças publicitárias, de marcas nacionais e internacionais, da indústria dos cosméticos. Nesta comunicação, analisa-se a peça publicitária intitulada: ‘*AVON olha de novo - Essa história é maior do que se vê*’, que compõe a campanha publicitária AVON TÁ ON, do ano de 2021, da marca Avon, pertencente à empresa brasileira Natura & Co. Buscou-se compreender dois aspectos fundamentais desta peça: o deslocamento do foco da publicidade, que deixa de ser o produto e passa a ser a marca e a apropriação mercadológica do discurso da diversidade de identidades. Este estudo ampara-se nas concepções teórico-metodológicas de cunho marxista, utilizando como técnica de pesquisa a análise de conteúdo, com destaque para o aspecto de reconstrução do contexto social no qual emerge esta publicidade.

**Palavras-chave:** marca; subjetividade; publicidade; Avon; marxismo.

## **SUICÍDIO: MODERNIDADE LÍQUIDA**

MARIA LAURA DE MELO SOUSA

Mestranda em Ciências Sociais na Universidade Federal de Uberlândia - UFU.

[marialaura\\_melosousa@ufu.br](mailto:marialaura_melosousa@ufu.br). Telefone: (34)997658842.

O presente trabalho visa analisar o fenômeno do suicídio dentro da perspectiva de modernidade líquida abordada por Zygmunt Bauman, pós Segunda Guerra Mundial, mais atinente nos anos 2000. Tal sociedade líquida caracterizada pela fluidez e superficialidade das relações humanas tem contribuído demasiadamente para o aumento do índice de suicídios no mundo. No Brasil, os números são especialmente preocupantes entre jovens e, entre os indígenas os índices são alarmantes. Assim, a prevenção do suicídio no Brasil ou em qualquer lugar do mundo se faz necessária pela articulação intersetorial, alinhando políticas públicas de áreas prioritárias, como a saúde, educação e assistência social, além de urgência de mudanças estruturais no país para além da instituição da Política Nacional de Prevenção da Automutilação e Suicídio, que devem partir, especialmente, da valorização da vida humana em sua totalidade. Utiliza-se com método de abordagem o dedutivo e método de procedimento o bibliográfico para essa finalidade.