**A comunicação de massas personalizada digital: estudo comparativo dos casos brasileiros Gabriel Azevedo e Romeu Zema em 2020**

Nome da autora: Izabela Drumond Braga

Orientador: Prof. Dra. Paula do Espírito Santo

*Dissertação para obtenção de grau de Mestre em Ciências da Comunicação*

Resumo

A comunicação de massas personalizada digital (CMPD) é usada pelos políticos no contexto das democracias como campanha permanente no exercício do mandato político. As redes sociais *online* constituem presença no dia a dia do eleitorado. O presente trabalho analisa a relação da CMPD do político com o público e/ou eleitor a partir do *facebook, instagram; twitter e youtube* na pespectiva da comunicação mediada por computador (CMC) na área da comunicação política. O estudo está divido numa reflexão teórica da CMPD na comunicação política e apresentação dos resultados do trabalho empírico dessa pesquisa com análise de conteúdo das redes sociais *online* dos políticos brasileiros Gabriel Azevedo e Romeu Zema: ambos no período de quarentena da covid-19, no município de Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil. Este trabalho pretende examinar aspetos visuais e discursivos da narrativa digital como relevantes para a comunicação política.

**Palavras-chave:** comunicação de massas personalizada digital; análise das redes sociais *online*; comunicação política; *instagram*; *facebook; twitter.*

**The digital masspersonal communication in politics: comparative studie of the brazilian cases Gabriel Azevedo and Romeu Zema em 2020**

Author: Izabela Drumond Braga

Advisor: Prof. Dra. Paula do Espírito Santo

Dissertation to obtain a Master’s degree in Communication Sciences

**Abstract**

The digital masspersonal communication is beeing used for politictians in democracy context around the world as permanent campaign during the exercice of the mandate. The online social network beeing a part of day to day in politics life of the electors. The present work analyse the relations of digital masspersonal communication of the politictians with the public and/or the electors from facebook; instagram; twitter and youtube in the perspective of communication mediated communication (CMC) in the area of political communication. The study is divided in a theoric reflection about the digital masspersonal communication in political communication and the results of the empiric research with the social network analyses of the online social network of the brazilian politics Gabriel Azevedo and Romeu Zema: both in the context of the mandate, in períod of quarentine from covid-19, in Belo Horizonte, Minas Gerais, Brazil. This work this sheld light on visual and discurse aspects of digital storytelling as a relevant factor of political communication.

**Keywords:** digital masspersonal communication; online social network analyses; political communication; instagram; facebook; twitter.