

memórias

9º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies

Mentes midiatizadas

ISSN 2184-3821

Organização:

Apoio:

9º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies

MENTES MIDIATIZADAS

Memórias

Novembro 2026

ISSN 2184-3821

Realização Administrativa/Realización Administrativa
Ria Editorial

Realização Científica/Realización Científica
Chrome Photo/GENEM - Grupo de Estudos sobre a Nova Ecologia dos Meios, Brasil
OdeCOM - Observatorio de la Comunicación, Equador

Diretor Geral/Director General
PhD Livre-Docente Denis Renó, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil

Diretores Acadêmicos/Directores Académicos
PhD Andrea Versuti, Universidade de Brasília - UnB, Brasil
PhD Jorge Cruz, Pontifícia Universidade Católica do Equador - PUCE, Equador
PhD Marco López-Paredes, Pontificia Univ. Católica do Equador - PUCE, Equador
PhD Vicente Gosciola, Universidade Anhembi Morumbi, Brasil

Comitê Científico/Comité Científico
PhD Abel Suing, Universidad Técnica Particular de Loja - UTPL, Equador
PhD Adriana Pierre Coca, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
PhD Aida Carvajal, Universidade Anáhuac, México
PhD Alfredo Caminos, Universidad Nacional de Córdoba - UNC, Argentina
PhD Alice Fátima Martins, Universidade Federal de Goiás - UFG/CNPq, Brasil
PhD Aline Camargo, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Ana Paula Goulart de Andrade, Eco-UFRRJ/PPGMC-UFF, Brasil
PhD Andrea Versuti, Universidade de Brasília - UnB, Brasil
PhD Livre-Docente Angela Grossi, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Livre-Docente Carlo Napolitano, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Carlos Scolari, Universidade Pompeu Fabra, Espanha
PhD Livre-Docente Caroline Kraus Luvizotto, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Claudia Ardini, Universidade Nacional de Córdoba, Argentina
PhD Daniela Fantoni Alvares, Universidade dos Açores, Portugal
PhD Livre-Docente Denis Renó, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Diego Bonilla, California State University-Sacramento, Estados Unidos da América do Norte
PhD Dora Santos-Silva, ICNOVA/Universidade Nova de Lisboa, Portugal
PhD Dorotea Souza Bastos, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil
PhD Eduardo Pellanda, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
PhD Fabiana Q. Piccinin, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil
PhD Fábio Uchôa, Universidade Anhembi Morumbi, Brasil
PhD Fátima Lopes Cardoso, Escola Superior de Comunicação Social/IPL, Portugal
PhD Fernanda Bonacho, Escola Superior de Comunicação Social/IPL, Portugal
PhD Fernando Gutiérrez, ITESM, México
PhD Gloria Olivia Rodriguez Garay, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez - UACJ, México
PhD Iluska Coutinho, Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF, Brasil
PhD Ingrid Assis, Universidade Federal do Tocantins, UFT, Brasil
PhD Jacqueline Oyarce, Universidade Nacional Mayor de San Marcos, Peru

PhD Jefferson Barcellos, Centro Universitário Barão de Mauá, Brasil
PhD Jerónimo Rivera, Universidad La Sabana, Colômbia
PhD Catedrático Jesús Flores, Universidad Complutense de Madrid, Espanha
PhD Livre-Docente João Pedro Albino, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Jorge Alberto Hidalgo Toledo, Universidad Anáhuac México, México
PhD Jorge Cruz, Pontificia Universidade Católica do Equador - PUCE, Equador
PhD Livre-Docente José Carlos Marques, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Juarez Xavier, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Júlia Leitão de Barros, Escola Superior de Comunicação Social/IPL, Portugal
PhD Juliana Colussi, Universidade Rey Juan Carlos, Espanha
PhD Livre-Docente Juliano Maurício de Carvalho, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Karina Janz Woitowicz, Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG, Brasil
PhD Karina Woehl de Farias, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Katarini Miguel, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS, Brasil
PhD Kruzkaya Ordóñez, Universidade Técnica Particular de Loja - UTPL, Equador
PhD Lance Strate, Fordham University, Estados Unidos da América do Norte
PhD Liliane de Lucena Ito, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Lionel Brossi, Universidad de Chile, Chile
PhD Lizy Navarro, Universidad Autonóma de San Luisí Potosí, México
PhD Lorenzo Vilches, Universidade Autônoma de Barcelona, Espanha
PhD Luciana Moherdaui, Universidade de São Paulo - USP, Brasil
PhD Marco López-Paredes, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Equador
PhD Margarida Almeida, Universidade de Aveiro, Portugal
PhD Livre-Docente Maria Cristina Gobbi, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD María Jesús Ruíz, Universidade de Málaga, Espanha
PhD Matheus Tagé, Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, Brasil
PhD Octavio Islas, ITESM, México
PhD Oksana Tymoshchuk, Universidade de Aveiro, Portugal
PhD Otniel Altamirano, Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, México
PhD Paul Levinson, Fordham University, Estados Unidos da América do Norte
PhD Pere Freixa, Universidad Pompeu Fabra, Espanha
PhD Piero Dominici, University of Perugia, Itália
PhD Pollyana Ferrari, Pontificia Universidade Católica de São Paulo - PUC SP, Brasil
PhD Titular Raquel Longhi, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Brasil
PhD Regilene Sarzi-Ribeiro, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Sandra Raquew Azevedo, Universidade Federal da Paraíba - UFPB, Brasil
PhD Sergio Gadini, Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG, Brasil
PhD Teresa Piñeiro-Otero, Universidade da Coruña, Espanha
PhD Titular Valquiria A. Passos Kneipp, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil
PhD Vânia Braz de Oliveira, Universidade do Vale do Paraíba - UNIVAP, Brasil
PhD Verónica Yépez Reyes Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Equador
PhD Vicente Gosciola, Universidade Anhembi Morumbi, Brasil
PhD Vivian Corneti de Lima, Universidade Federal do Sul da Bahia, Brasil
PhD Vivianne Lindsay Cardoso, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Livre-Docente Wagner Souza e Silva, Universidade de São Paulo - USP, Brasil
PhD Xabier Martínez-Rolán, Universidade de Vigo, Espanha
PhD Ximena Póo, Universidade de Chile, Chile

Sumário

Mesa 1: Arte, mídia e tecnologia
Mesa 1: Arte, medios y tecnología

"I spent 30 days in a Dead game": o papel do vídeo na revitalização e preservação de comunidades digitais 43

Gabriela Rozante
Regilene Aparecida Sarzi Ribeiro

"Ouvir": a escuta como processo relacional mediado por inteligências artificiais 47

Marcelo Bressanin
Regilene Sarzi-Ribeiro

A mise-en-scène e a cidade nas imagens de "são paulo em 24 horas" (1934) 51

Davi Tadeu Francisco Ponce

A narrativa audiovisual na era da reprodutibilidade técnica: uma análise do filme "Ainda Estou Aqui" à luz de Walter Benjamin e das novas tecnologias de inteligência artificial 55

Davi Lazer Grave Teixeira de Andrade
Sérgio Nesteriuk Gallo
Anderson Passini
Paulo César Lourenção
Ellen Cristina Dias
Edvaldo Gonçalves do Nascimento

A última nuvem: efemeridade silenciosa da contemplação interior das fotografias e da ausência 58

Santiago Naliato Garcia

A videoinstalação como um dispositivo de memória 62
Jamille Rita Gomes Silva
Regilene Aparecida Sarzi-Ribeiro

All that Remains: realidade virtual e artes da cena 66
Cristina Barretto de Menezes Lopes
Dorotea Souza Bastos

Design, psicologia e estética nos videogames 70
Gabrielly Del Carlo Richene
Laura Batista Neumann

Desobediências poéticas e narrativas artísticas pós-coloniais na obra "o barco" de Grada Kilomba 74
Marcela Fernandes
Juarez Tadeu de Paula Xavier

Divino maravilhoso: o *ethos* na interpretação de Gal Costa em um contexto de repressão 77
Ana Clara Novais Santana de Freitas
Roberto Villela Filho
Deborah Luísa Vieira dos Santos

Do texto ao vídeo vertical: as materialidades da crítica musical de "Confessions II" na recirculação do legado de madonna 81
Tairine Raquel Santos Martins
Jhonatan Alves Pereira Mata

Estética, videoarte e IA generativa: o caso Origin (2024) 85
Regilene Aparecida Sarzi-Ribeiro

Imaginários e resistência: inteligência artificial, criatividade e recepção nas obras de Mayara Ferrão 89
Eli Borges Junior
André Filippe Oliveira de Paula

Imersão importada: realismo capitalista e a colonização cinematográfica do imaginário sonoro nas mesas de RPG 94
Rafael Machado Saldanha
Thales Eduardo Soares Martins

O Kitsch no vídeo generativo: marca de autoria e tipologia de conteúdos virais 97
Tiago Nunes Severino
Regilene A. Sarzi-Ribeiro

Sobreposições: a potencialidade da mídia experimental na arte do vídeo contemporâneo 101
Maria Fernanda Paro Rodrigues de Souza
Eduardo de Almeida Miotto
Regilene Sarzi-Ribeiro

Visualidade e processos de midiatização da iconografia do cerrado paulista: estado da arte e potenciais criativos 105
Liene Nunes Saddi
Regilene Aparecida Sarzi-Ribeiro

Apego emocional no design de mobiliário: o upcycling como ferramenta de conexão 109
Bianca dos Santos Sena
Adriana Yumi Sato Duarte

Bibimbap audiovisual: participação, colaboração e *remix* nas audiovisualidades de Nam June Paik 112
Aline Corso

Del museo imaginario al patrimonio en red: europeana como mediación tecnológica de la obra de arte 117
María Isabel Pérez-Rufí
José Patricio Pérez-Rufí

Del retrato pictórico al rostro algorítmico: memoria visual y estética del fallo en *Memories of Passersby I* 121
José Patricio Pérez-Rufí
María Isabel Pérez-Rufí

Minha namorada é uma vampira: análise discursiva via sonda dos mods no videogame Skyrim 125
Liliane Souza dos Anjos
Daniel da Silva Simoni Jr

O que pode o corpo de Jup do Bairro? Interseccionalidade e resistência midiática de uma artista brasileira em videoclipes no YouTube 131
Toni Lucas Bento Carneiro
Alice Oliveira de Andrade
Emanuele de Feitas Bazílio
Danilo Silva de Meireles

O território palestino revisitado em Notas sobre Gaza, de Joe Sacco: espaço, memória e ocupações visuais 135
Raphael Domingos de Ávila

Mesa 2: Comunicação, Educação e Ecologia dos Meios
Mesa 2: Comunicación, Educación y Ecología de los Medios

A condição docente na cultura digital: reflexões a partir da filosofia de Michel Serres 140
Renata Machado

A mídia instrucional como arranjo criativo: democratizando o design aberto de mobiliário sustentável 144
Bianca dos Santos Sena
Adriana Yumi Sato Duarte

Cartografías narrativo-territoriales expandidas en la educación pública argentina, virtual y a distancia. Experiencias transmediales, federales, y regionales desde el cono sur 148
María Eugenia Iglesias
Juan Esteban León

Beyond the client: integrating graphic production into project-based learning in graphic design education 152
Susana Araújo

El tiempo como materia educativa: metodologías *slow* en los estudios universitarios de comunicación audiovisual 155
José Patricio Pérez-Rufí
María Isabel Pérez-Rufí

Ensino de fotografia na era da fotografia computacional: um método didático de baixo custo para disciplinas de design utilizando smartphones 160

Joe Wallace Cordeiro
Gilson Braviano

Inteligencia artificial generativa y educación audiovisual en la enseñanza universitaria de historia del arte: una pedagogía de la verificación visual 164

María Isabel Pérez-Rufí
José Patricio Pérez-Rufí

Jóvenes adultos construyen su imaginario del éxito en redes sociales: su lectura desde el pensamiento crítico digital 168

Paola Ulloa-López
Andrea Bonilla

Dos territórios às plataformas: desafios da educação na cultura digital 172

Josiane Santana Ribeiro
Andrea Versuti

Educação híbrida e desigualdades no acesso às tecnologias digitais: uma análise discursiva do documentário "desconectados" no contexto da pandemia 176

Léo Bentes dos Santos
Adriana M. Assumpção

O audioviusual infantojuvenil como recurso midiático-pedagógico para o desenvolvimento humano: identidade e cidadania 180

João Paulo Hergesel

Podcast "Barão na Copa 2026": uma experiência extracurricular de ensino de jornalismo 184

Nayara Kobori

Sociabilidade digital infantil: responsabilidade e participação nos espaços conectados 187

Débora Oliveira
Caio Ferreira
Jhonatan Mata

Uma câmera no corpo: passado, presente e futuro das práticas audiovisuais na educação 192

Eduardo Antônio de Jesus
Leandro Silva Lopes

Mesa 3: Fotografia e narrativas imagéticas

Mesa 3: Fotografía y narrativas imagéticas

Imagens de morte entre a tradição iconográfica e a circulação algorítmica 197
Guilherme Augusto Dias Melo
Eli Borges Junior

O fim da fotografia ou sua reinvenção? Reflexões sobre a pós-fotografia, pós-modernismo e ecologia dos meios 201
Karla Di Giacomo Dias Oliveira dos Santos
Denis Porto Renó

Sebastião Salgado e Lélia Wanick Salgado: um estudo das entrevistas acerca da parceria de trabalho do casal 205
Lucas Rubim de Mello
Denis Porto Renó

A cidade como álbum: fotografia, memória e cotidiano na construção de narrativas imagéticas esquecidas dentro de uma caixa de sapatos 208
Santiago Naliato Garcia

A construção imagética da identidade nacional do Japão nas fotografias da Segunda Guerra 212
Keilla Kaori Watanabe

A emergência do significado antes da narrativa. Uma proposta conceptual para compreender a comunicação mediatizada 216
Helena Figueiredo Pina

A narrativa visual em "Você não vai acreditar no que eu vi": uma análise do livro ilustrado de Fran Matsumoto 220
Diane Alves Pereira
Joedy Luciana Barros Marins Bamonte

A quarta idade da fotografia 224
Wagner Souza e Silva

Arte, diseño gráfico e identidad visual en las portadas de discos de Pet Shop Boys entre 1986 y 1993 227
María Isabel Pérez-Rufí
José Patricio Pérez-Rufí

Da fotografia como memória à fotografia como performance algorítmica: regimes de visualidade nas plataformas digitais 232
Raíssa da Silveira Pimentel

Figurino como linguagem visual em narrativas audiovisuais sob ótica do design em "O Gambito da Rainha" 235
Giovana Ferreira Amorim
Joedy Luciana Barros Marins Bamonte

Albino Mahumana e o fotojornalismo moçambicano contemporâneo: discursos e narrativas da produção fotojornalística 239
Bento Matias Faustino

Arte y diseño de la imagen discográfica: la estética Y2K como narrativa visual del cambio de milenio (1998-2001) 242
José Patricio Pérez-Rufí
María Isabel Pérez-Rufí

A consolidação da Análise da Materialidade Fotográfica (AMF): construção de uma ferramenta metodológica para o estudo da imagem fotográfica 246
Jorge Carlos Felz Ferreira

Mesa 4: Jornalismo, tecnologia e estudos de meio
Mesa 4: Periodismo, tecnología y estudios de medio

Discurso e notícia: uma análise das formações discursivas sobre o conflito entre Governo Federal e Banco Central pela *Folha de S. Paulo* 251
Diego Felipe Garcia
Luiz Ademir de Oliveira
Thamiris Franco Martins
Fernando de Resende Chaves

A construção da legitimidade em *reviews* de games: aproximações e distanciamentos entre texto escrito e audiovisual 255
Rafael Malagoli
Tairine Raquel Santos Martins
Jhonatan Mata

A imagem do Papa francisco na mídia brasileira: análise da Jornada Mundial da Juventude 259
Rossano José Batista Cabral Júnior
Adriano Charles Cruz

A vida extraordinária de pessoas comuns: a edição como narrativa audiovisual 263
Fabiana Piccinin
Juliana Michel Brittes

Aplicações de código aberto com ia como infraestrutura para o jornalismo: desafios de gestão e sustentabilidade no programa Codesinfo 266
Francisco Rolfsen Belda

Construindo credibilidade no Instagram: uma proposta de análise das materialidades audiovisuais em perfis informativos locais 271
Raphaella Borges de Toledo

Cuando el clic manda: poder editorial y crisis del periodismo en *The Devil Wears Prada 2* 275
José Patricio Pérez-Rufí
Sevie Pastrana-Crespillo
Andrés Navarro-Garrido

Da crise da mediação às tecnologias sociais: a trajetória da comunicação ambiental brasileira na disputa pelo desenvolvimento 279
Geovana Lima
Mônica Iurk

Discurso, jornalismo e geopolítica: uma análise do portal G1 sobre o ataque dos Estados Unidos à Venezuela 282
Ederson Levi Rodrigues da Costa
Adriano Charles da Silva Cruz

Em vídeo veritas? Jornalismo audiovisual e sentidos de verdade em tempos de desinformação 287
Iluska Coutinho

Enquadrando a disputa presidencial: uma análise da cobertura jornalística das eleições de 2026 291
Mayra Regina Coimbra
Luiz Ademir de Oliveira

Entre a urgência do fluxo e o programa do aparelho: a materialidade das imagens da tragédia de 2026 em Juiz de Fora 295
Jorge Carlos Felz Ferreira

Inteligência artificial e checagem de fatos: uma análise das diretrizes e políticas de uso das agências Lupa e Aos Fatos 299
Thiago Fedacz Anastacio

Mecanismos de legitimação no jornalismo independente: uma aplicação dos indicadores do Projor 304
Raquel Passos Freire
Aline Cristina Camargo

Mídia, imprensa e eleições: um estudo do enquadramento noticioso do *Portal O Tempo* sobre a disputa ao governo de Minas Gerais em 2026 308
Luiz Ademir de Oliveira
Mayra Regina Coimbra
Fernando de Resende Chaves
Thamiris Franco Martins
Diego Felipe Garcia

Narrativas em disputa e desinformação: análise multimodal das notícias do Portal Estadão sobre a crise do PIX 312
Danilo Cezar da Silva Monteiro
Adriano Charles da Silva Cruz

O caso Felca: plataformas digitais, jornalismo e instituições públicas 316
Gabriel Bhering
Gustavo Teixeira de Faria Pereira
Iluska Coutinho

O crime como discurso: regimes de verdade e dramaturgia na construção comunicacional do caso Richthofen 320
Mariana Almeida e Silva
Iluska Coutinho

O populismo digital de direita a partir das publicações no Instagram do Jair Bolsonaro 324
Letícia Cerqueira Santos
Angela Maria Grossi

O rádio como ferramenta de divulgação científica e estímulo ao senso crítico da audiência 329
Thiers Gomes da silva

O trabalho das imagens na cobertura televisiva do feminicídio: repetição imagética e partilha do sensível no telejornalismo 332
Clarisse Martins Benony
Nilson Alvarenga

Obituários de celebridades LGBTQIAPN+ e a disputa pela memória: representações da morte no projeto *Overlooked* do *The New York Times* 336
Jônatas Pereira do Nascimento Rosa
Laerte José Cerqueira da Silva
Zulmira Nobrega Piva de Carvalho

Perfil geográfico dos profissionais do radiojornalismo em Aracaju/SE: trajetórias territoriais e composição do campo jornalístico local 340
Gabriel Batista Santos
Alice Oliveira de Andrade
Messiluce da Rocha Hansen

Robôs na redação: a inteligência artificial e a autonomia dos jornalistas 344
Fábio Silveira

Mesa 5: Narrativas transmídia e estruturas complexas

Mesa 5: Narrativas transmedia y estruturas complejas

A construção metodológica de um estudo de recepção sobre jornalismo audiovisual em 360° 348
Luciellen Souza Lima

A perda de profundidade na transposição da crítica musical: do audiovisual das redes à materialidade escrita do Estadão 353
Tairine Raquel Santos Martins
Jhonatan Alves Pereira Mata

Antes do jogo começar: estratégias discursivas e projeção política no Instagram de Flávio Bolsonaro (PL) 357
Mayra Regina Coimbra
Luiz Ademir de Oliveira

Frieren: um anime além das narrativas de heróis, uma proposta de viver o presente 360
Karina Pettinati Cardoso Ramos
Carolina Fernandes da Silva Mandaji

Entre identidades profissionais e amadoras: análise comparativa de reviews de games no YouTube 364
Rafael Malagoli
Débora Oliveira
Jhonatan Mata

Reflexões sobre o design nos jogos digitais: projeto, imagem e criação 368
Sofia Sayuri Miyamoto
Dorotea Souza Bastos

A (re)existência por meio das plataformas digitais: o canal "Cinemas de Rua de Juiz de Fora" 372
Aline Gomes Alvim
Ana Clara Campos dos Santos
Christina Ferraz Musse

A resistência do traço: aura e nostalgia na transição da animação 2D para o 3D 376
Ana Elisa Sartori Lemos de Oliveira
Nilson Alvarenga

A linguagem das novas mídias em saúde mental: uma análise dos vídeos curtos no Instagram sob a perspectiva de Lev Manovich 380
João Vitor Santos Sodati

Galinha Pintadinha transmidiática: uma análise da performance digital multiplataformas 384
Beatriz Salles
Débora Oliveira
Jhonatan Mata

Corpos, imagens e a tensão entre mídia e inimputabilidade penal:
a construção documental do caso Champinha 388
Patricia Santos Santinelli
Jamer Guterres de Mello

Museu expansível: um estudo preliminar 392
Aline Lisangela da Silva Galvani Carvalho

O incrível Hulk e o transtorno dissociativo de identidade: uma introdução 396
Rafael Augusto Gomes
Rafael Cardim Bernardes

Reflexões sobre o design de personagem na transmídia da nova ecologia dos meios:
um elo entre o design, a animação e a comunicação 399
Bárbara de Santi Soares
Mônica Cristina de Moura

Spoiler de campanha ou projeto de país? Narrativas de governo no Instagram
de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) 403
Mayra Regina Coimbra
Luiz Ademir de Oliveira

Transmidialidade na comunicação de moda brasileira: relações entre a revista
Vogue Brasil e seus desdobramentos no TikTok 407
Isabella Sobral
Frederico Braida

'Juntos Somos Más Fuertes': uma análise sobre território e resistência latinoamericana
a partir do videoclipe *'NUEVAYoL'* de Bad Bunny 411
Mariana Felix Pacheco

A dramaturgia da dopamina: aceleração, estética vertical e tropos narrativos
em A Vida Secreta do meu Marido Bilionário 414
Aloísio Corrêa de Araújo
Felipe Adamo Maciel
Marina Palmero Butolo
Rafaela Lopes Batista Bonadies
Vicente Gosciola

Ecossistemas narrativos e convergências na produção audiovisual infantojuvenil: do cinema às novas telas 418
João Paulo Hergesel

Mesa 6: Inovação e mercado
Mesa 6: Innovación y mercado

"Méquiwashing" - uma análise do healthwashing no caso McDonald's: publicidade de causa, ESG e discursos sociais como formas de lavagem de marca 423
Gabriel Alves de Souza
Sandro Tôrres de Azevedo

"Faz um Instagram e vai dar tudo certo": lógica algorítmica e priorização do lacre na comunicação contemporânea 428
Milena Carolina de Almeida

A tecnologia digital na gestão de pessoas e sua inter-relação com a competência em informação, midiática e digital: caso da Secretaria da Fazenda de Bauru (SP) 431
Fernando Cesar Calore
Celia Maria Retz Godoy dos Santos

As contribuições da cultura maker para a democratização do acesso à tecnologias assistivas: uma análise da inserção desse modelo de criação e circulação de projetos no mercado da acessibilidade 435
Bruna Pek Muy Sung
Dorival Campos Rossi

Democratizando a fabricação digital em Fab Labs: o uso de agentes de IA no apoio ao projeto 439
João Ariedi
Dorival Rossi

Campanha permanente e gestão estratégica da imagem pública: conceitos, disputas teóricas e transformações na comunicação política contemporânea 443
Thamiris Franco Martins
Luiz Ademir de Oliveira
Fernando de Resende Chaves
Diego Felipe Garcia

Construção de imagem organizacional sustentável via *greenwashing*: estudo de caso do discurso verde da marca Farm 447
Marta Cardoso de Andrade

De la interfaz al ritual: implicación fan plataformizada en Beyoncé, Charli XCX y Lady Gaga 450
José Patricio Pérez-Rufí
Andrés Navarro-Garrido
Sevie Pastrana-Crespillo

Espontaneidade fabricada: uma análise das publicidades de Ana Paula Renault pós-BBB26 456
Beatriz Salles
Débora Oliveira
Jhonatan Mata
Thaiana Alves de Almeida

Propagandas de jogos digitais: uma proposta metodológica 461
Lucas Lopes Albuquerque Bastos

Vínculos de sentido e consumo audiovisual: análise semiótica da campanha publicitária Bud Beat Code, da Budweiser, e as relações de consumo com a série da Netflix "Sintonia" 465
Eneus Trindade
Bruno Pompeu
Jonathas Beck Ramos

O profissional híbrido de mídias e tecnologias: competências emergentes no mercado brasileiro de turismo 469
Fabio Rodrigues Corniani
Vívian Maria Corneti de Lima

Mesa 7: Estudos de televisão
Mesa 7: Estudios de televisión

La televisión no desaparece, se reinventa: convergencia e hibridación en las audiencias jóvenes de México 474
María del Rocío Ortega Ferriz

Matrizes culturais da ficção televisiva seriada para crianças e adolescentes: do melodrama sentimental ao realismo social 478
João Paulo Hergesel

Nickelodeon e a programação televisiva infantil: do broadcast analógico ao fluxo digital 482
Clara Portella
Débora Oliveira
Jhonatan Mata

O papel da ficção científica brasileira na literacia ambiental: uma análise da websérie Stufana 486
Millena Gonçalves Constantino dos Santos
Gustavo Ribeiro Furtuoso
Daiana Sigiliano

Programação infantil na televisão aberta brasileira: um panorama contemporâneo 490
Caio Ferreira
Débora Oliveira
Jhonatan Mata

Raquel e o remake de Vale Tudo no TikTok: uma análise das dimensões da competência midiática na produção de *edits* 494
Samara Angela Teixeira
Daiana Sigiliano

Repensando fluxos televisivos e esfera pública no ecossistema digital 498
Gabriel Landim
Iluska Coutinho

TV 3.0: a concepção de um modelo de roteiro 502
Carlos Pernisa Júnior
Cristiane Turnes Montezano

Crônicas femininas no jornalismo audiovisual: uma análise do quadro do Jornal das Dez da Globonews 505
Laís Possani S. R. Guimarães
Cláudia Thomé

Das concessões às plataformas: a televisão em Juazeiro do Norte-CE em ambientes digitais 510
José Jullian Gomes de Souza

A construção da marca Flamengo para além do futebol: uma análise da campanha Manto da Nação 514
Paula Leão Delgado
Iluska Maria da Silva Coutinho

A evolução do consumo ubíquo de tecnologia até a TV 3.0 518
Eduardo Campos Pellanda
Leonardo Masera

A mitologia das indústrias Lumon: análise do culto ao trabalho e à personalidade na série Ruptura (2022-) da Apple TV 522
Ermaela Cícera Silva Freire Batista
Laís Emanuelle Borba de Brito

As griôs do momento: saberes ancestrais e religiosidades afro-brasileiras em telenovelas contemporâneas da Globo 525
David Barbosa
Ana Paula Goulart de Andrade

Audiovisual em rede e migrações: estudo de caso a partir de vetor no perfil do G1 na plataforma TikTok 530
Joelma Liah Lamazon Veras
José Tarcísio da Silva Oliveira Filho

Autoritarismo e a resistência em One Piece: uma análise da materialidade audiovisual do governo mundial 534
Karolaine Ferraz
Paulo Roberto Figueira Leal

Confissões da diferença: uma análise das duas gerações de *Confissões de adolescente* 537
Gabriel Bhering
Iluska Coutinho

Economia da atenção e TV aberta: interatividade e disputa por visibilidade no ambiente digital 540
Cinthya Pires Oliveira

Creación compartida y autoría relacional: identidad artística en los videoclips de Aidan Zamiri 543
José Patricio Pérez-Rufí
Sevie Pastrana-Crespillo
María Isabel Pérez-Rufí

Do feed ao tribunal: algoritmos, True Crime e o julgamento coletivo do caso Richthofen nas redes sociais 548
Mariana Almeida e Silva
Iluska Coutinho

Entre a televisão aberta e as plataformas digitais: funcionalidades da TV 3.0 e particularidades da plataformização 552
Ana Beatriz Ferreira de Oliveira dos Santos
Carlos Pernisa Júnior

Euphoria e as transformações da experiência audiovisual na era do streaming 555
Alusk Maciel Santos
Adriano Charles da Silva Cruz

Jornalismo científico audiovisual: uma análise do programa univerciência 559
Luciellen Souza Lima

La imagen en llamas: estética *kitsch* y sensibilidad *camp* en *Liekinheitin* (Eurovisión 2026) 564
María Isabel Pérez-Rufí
José Patricio Pérez-Rufí

Mickey Mouse na TV e o processo de descoisificação do mundo na pós-modernidade 569
Cristine Gerk

MESA 8: ESTUDOS DE GÊNERO, DEMOCRACIA E JUSTIÇA SOCIAL
MESA 8: ESTUDIOS DE GÉNERO, DEMOCRACIA Y JUSTICIA SOCIAL

As contribuições da mesa 8 do MEISTUDIES para os estudos de gênero, democracia e justiça social 573
Maria Cristina Gobbi

Expectativas maternas e marcadores de gênero no cinema: uma análise fílmica do diálogo entre Alice e Helen em Alice no País das Maravilhas (2010) 576
Isabela Diamantino Braga dos Santos
Deborah Luísa Vieira dos Santos

Feminilidade de fronteira e populismo pastoral: a performance de Michelle Bolsonaro como tecnologia de governo e moralização da democracia 580
Ana Kelli Fonseca

Heranças maternas: permanências e negociações da maternidade em Gilmore Girls 584
Laís Emanuelle Borba de Brito
Ermaela Cícera Silva Freire Batista

Influenciadoras virtuais, pseudopodcasts e antifeminismo no TikTok 589
Teresa Piñeiro-Otero
Xabier Martínez-Rolán
Laura Castro-Souto

Invisibilidade da Copa Feminina nos perfis gerais e os nichos como espaço de resistência 593
Beatriz Salles
Bruna Ferraz Barenco

Jornalismo de subjetividade como inovação narrativa: um estudo sobre o veículo digital AzMina 596
Ana Luz Rodrigues Rocha de Santana
Raul Ramalho

Do auto de resistência ao crime passional: transferência de um modelo computacional de análise de enquadramento midiático para a cobertura do feminicídio no Brasil 601
Pedro Santos Freire
Angela Maria Grossi

Entre o estigma e o protagonismo: uma análise interseccional da travestigeneridade no documentário Transvida - Mulheres da 116 605
Monica Terezinha Coelho do Carmo
Deborah Luísa Vieira dos Santos
Maria Celeste Reis Fernandes De Souza

"Eu nasci assim, eu cresci assim, e sou mesmo assim, vou ser sempre assim": uma análise dos papel de gênero nas personagens femininas de Gabriela, livro (1958) e remake (2012) 609

Maria Clara Magalhaes Cabral
Laura Dilly Dutra Maia
Dowglas Franco Mota

A construção jornalística da violência política de gênero: enquadramentos da *Folha de S. Paulo* sobre os ataques à Ministra Marina Silva 613

Vanilda Gomes Cantarino de Magalhães
Paulo Roberto Figueira Leal
Diego Felipe Garcia
Isabella Mudesto Dias Costa
Jules Strogonoff de Castro Matos

A disputa pelo lado de fora: narrativas antissistêmicas na eleição presidencial brasileira de 2026 617

Fernando de Resende Chaves
Luiz Ademir de Oliveira
Thamiris Franco Martins
Diego Felipe Garcia

A memória de Dalva de Oliveira no Instagram 622

Eduardo Henrique Rota Hilário
Maria Cristina Gobbi

A reputação da comissão nacional de eleições em Moçambique baseada no discurso mediático: o caso do jornal "A Carta de Moçambique" 627

Manuela Guerra Jorge
Maria Teresa Miceli Kerbauy

Algoritmos e a mediação das identidades no movimento tradwifes: um estudo de caso dos perfis Joice Scott e Luiza aciel 631

Lorrana Marino
Maria Cristina Gobbi

Discurso anti-idade e corpo feminino no Instagram: uma análise crítica do rejuvenescimento íntimo no perfil da Skintimy 635

Marília Diógenes Moreira
Kauane Alves Menezes

Discurso de ódio contra mulheres na política: o caso de Maria do Rosário em Porto Alegre 639

Isabella Dias
Jules Matos
Luiz Ademir
Diego Garcia
Vanilda Cantarino

O discurso antigênero no parlamento brasileiro: uma análise das narrativas da deputada Liziane Bayer no Twitter em 2019 643

Deborah Luísa Vieira dos Santos
Luiz Ademir de Oliveira
Natália Lima Amaral

O heteropessimismo e a afetividade contemporânea: reflexões teóricas sobre o desencanto nas relações heterossexuais 647

Jordana Figueiredo Nery

O jornalismo como arma de combate: violência e gênero 650

Dante Zapparoli Camilo
Angela Maria Grossi

O que a TV ensina sobre feminicídio? Mediação jornalística e produção de sentidos no décimo aniversário da Lei nº 13.104/2015 654

Simone Cândida da Silva
Laís Possani S. R. Guimarães
Cláudia Thomé

Relações de poder, masculinidade e contra-reivindicação: uma análise de 'FairPlay' 659

Maria Clara de Souza Rocha

Ressignificando a Vênus: o corpo negro e a disputa de memória na canção Vénus Noir de Urias 662

Lucas Gonçalves de Oliveira
Ana Clara Novais Santana de Freitas
Deborah Luísa Vieira dos Santos

Tecnologias de soberania narrativa: mulheres indígenas e quilombolas na disputa comunicacional por territórios 666

Paulo Giraldi

Actos de habla estatales como performatividades tácticas para las necropolíticas 670
Diego Cotta

Mesa 9: Ativismo midiático, inclusão, cultura e cidadania
Mesa 9: Activismo mediático, inclusión, cultura y ciudadanía

Coerções algorítmicas: um estudo discursivo-medialógico do jornalismo no ambiente digital 675
Fellipe de Souza Gualberto Leite
Érika de Moraes

Comunicação e articulação de estratégias midiáticas: convocações ao debate da pauta do fim da escala 6x1 678
José Roberto Escarabello Junior
Roseane Andrelo

Comunicação na fronteira entre o público e o privado: cozinhas solidárias na disputa pelos sentidos da fome 683
Maria Morena Felippe Guimarães Gomes
Maria Aguiar Vilhena de Carvalho
Jamilly Lobo de Freitas Francisco
Sandro Tôrres de Azevedo

Conectividade significativa na Amazônia: sistematização do processo formativo da Rede Conexão Povos da Floresta 688
Tatiana Delgado Gadelha de Souza
Angela Maria Grossi

A construção midiática da reputação do agronegócio como variável financeira e fator social 692
Larissa Placca Amurim
Milena Carolina de Almeida

A diversidade cultural e os direitos humanos na cobertura jornalística do cinema brasileiro 697
Marina Longhitano Campos
Vivianne Lindsay Cardoso

A integridade da informação climática no Antropoceno: tecnologias e discursos socioambientais 701
Simão Farias Almeida

A representatividade nipo-brasileira na literatura infantil: considerações sobre o livro *Amanhã* 705
Tiffany Yassuda Taira
Cassia Leticia Carrara Domiciano

Ativismo digital, juventude e gênero em Moçambique: o caso de Quitéria Guirengane no Facebook 708
Júnior Rafael

Barreiras cognitivas enfrentadas pelos excluídos digitais nas interfaces de serviços essenciais no Brasil 713
Roberto Henrique de Andrade
Vânia Cristina Pires Nogueira Valente

Jogos analógicos brasileiros para transformação social 716
Thais Marcuz Taldivo
Adriana Yumi Sato Duarte
Fernanda Henriques

La disputa cultural por «América»: ciudadanía mediática en la Super Bowl de Bad Bunny 721
José Patricio Pérez-Rufí
Sevie Pastrana-Crespillo
Andrés Navarro-Garrido

Mobilizações políticas contemporâneas: dinâmicas e repertórios antifeministas 725
Carla Negrim Fernandes de Paiva
Isadora da Silva Prestes
Caroline Kraus Luvizotto

Políticos influencers: a comunicação política na lógica das redes sociais 729
Alice Gonsalez

Museo de memes venezolano: Nawará Memezuela 732
Luis Alfonso Briceño Montilla
Jhonatan Mata Alves Pereira

O espetáculo do laudo tardio: performance, diálogo e volatilidade identitária no Instagram 736
Viviane Euclydes da Silva
Alexandre Farbiarz

O obscurecimento da diversidade cultural para as mentes midiatizadas 740
Vivianne Lindsay Cardoso

Performatividade digital dos técnicos de extensão agrária: mediações comunicacionais da aquacultura nas redes sociais em Gondola, Moçambique 744
Vánia Tembe

Ruralidades em conflito: Amazônia como faroeste e indigenização midiática em *O Território* 748
Caio Dayrell Santos

Saberes silenciados: caminhos de um discurso outro sobre o fazer jornalístico 751
Marina Lopes de Souza
Wedencley Alves

Cultura algorítmica e percepção de identidade - reflexões para a subjetividade e cidadania 755
Érika de Moraes

Da ágora virtual às sociedades de controle: plataformas, (in)dividualismo e contração do comum 759
Lucas Santos Silva de Souza
Jonathan Alves Pereira Mata
Carlos Pernisa Júnior

Desenhando novas mobilizações para enfrentamento à violência de gênero a partir da #ExposedCG 763
Ariadna Thalia Zortéa Braz
Katarini Giroldo Miguel

Design de jogos digitais e sustentabilidade: uma análise comparativa de Beyond Blue, Dave the Diver e Pokémon Go para as ODS e a Agenda ESG 767
Marina Jugue Chinem
Missila Loures Cardozo

Desinformação e criminalização póstuma: enquadramento centrado em entidades na cobertura jornalística de mortes decorrentes de intervenção policial no Brasil (2022-2023) 771
Pedro Santos Freire
Angela Maria Grossi

Mesa 10: Internet, Tecnologia e Comunicação
Mesa 10: Internet, Tecnología y Comunicación

Del aire a la nube. Un estudio del posicionamiento y evolucion de las radios evangélicas *on line* en Lima, Perú 776
Jacqueline Oyarce Cruz

Do veredito à partilha de gosto: a seção de comentários do TikTok como extensão da crítica musical do g1 sobre "The Life of a Showgirl" de Taylor Swift 779
Tairine Raquel Santos Martins
Jhonatan Mata

A criança como destinatária ou argumento? Uma análise das campanhas da Leiturinha 783
Susana Azevedo Reis
Débora Oliveira

A evolução histórica da personalização política: da televisão ao YouTube nas campanhas de Margarida Salomão em Juiz de Fora - MG (2012-2024) 787
Samuel Sol Santos
Paulo Roberto Figueira Leal

A formação de comunidades virtuais no TikTok 790
Ana Vitória Machado de Oliveira
Célia Maria Retz Godoy dos Santos

Análise fílmica de imagens droneanas em reels turísticos: uma proposta metodológica para o estudo da paisagem no audiovisual contemporâneo 793
Brenno Anderson Azevedo Rodrigues
Vicente Gosciola

BBB, K-Pop e literacia do fã: uma análise da ação colaborativa entre fandoms do BTS e da Ana Paula Renault 797

Gustavo Furtuoso
Samara Angela Teixeira
Júlia Garcia

Comunicação digital e performance política: uma análise de Alexandre Kalil pelo Governo de Minas Gerais 802

Jules Matos
Isabella Dias
Luiz Ademir
Diego Garcia
Vanilda Cantarino

Cuando el algoritmo entra en casa: diseño de información y mediación parental en los ecosistemas digitales de la primera infancia 806

Guillermo Sánchez-Borrero
César Huertas

Da carta ao enquadramento: a construção de sentidos sobre o tarifaço de Trump no *G1* e na *Folha de S. Paulo* 810

Diego Felipe Garcia
Luiz Ademir de Oliveira
Isabella Mudesto Dias Costa
Jules Strogoff de Castro Matos
Vanilda Gomes Cantarino de Magalhães

Entre a performance e o fracasso: como as redes sociais ressignificam a imagem pública de Shakira e Gerard Piqué 814

Talison Pires Vardiero
Karolaine Ferraz

Fãs brasileiros de animês e mangás no TikTok: uma análise de vídeos sobre O Verão em que Hikaru Morreu 818

Júlia Garcia
Hsu Ya Ya

Fortune Tiger e a arquitetura da dominação: a desapropriação da plasticidade humana nas bets virtuais e o caso de Cleber Zufo 822

Anna Luíza de Souza Guimarães

Comunicação eleitoral e visibilidade midiática: análise das estratégias dos candidatos ao Governo de Minas no *Instagram* 826

Luiz Ademir de Oliveira
Mayra Regina Coimbra
Fernando de Resende Chaves
Diego Felipe Garcia

Identidades móveis dos torcedores: um estudo sobre os torcedores africanos contrários às seleções de Marrocos e África do sul na Copa do Mundo de 2026 830

Julian Andrey Muniz de Medeiros
Júnior Rafael
Luciana Mendes Fonseca

Uso de inteligência artificial em veículos de comunicação do Brasil: uma análise comparativa das diretrizes dos grupos Globo, Estado e Folha 833

Rone Fabio Carvalho Junior
Juliano Maurício de Carvalho

La red social X como espacio de mediación simbólica: narrativas sobre el manejo de escombros en el post-terremoto venezolano de 2026 839

Mixzaida Yelitza Peña Zerpa
Claritza Arlenet Peña Zerpa

Mediação algorítmica e debate público sobre saúde: atravessamentos e interferências na comunicação digital 842

Daniel Lyra Pinto de Queiroz
Sandro Tôrres de Azevedo

O Brasil em disputa no ***feed:*** narrativas políticas e estratégias discursivas no Instagram de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Flávio Bolsonaro (PL) 847

Mayra Regina Coimbra
Luiz Ademir de Oliveira

O fomento das subjetividades negras para a soberania tecnológica brasileira 851

Laís Tiemi Saito
Juarez Tadeu de Paula Xavier

Repensar los riesgos digitales en niños, niñas y adolescentes. Una perspectiva desde la alfabetización mediática e informacional 854

Verónica Yépez-Reyes
Mikaela Gallegos Andrade

Intimidade e experiência na promoção de procedimentos estéticos por influenciadores digitais 859

Gabriel Marcus de Barros Lobo
Millena Lopes Costa
Sandro Tôrres de Azevedo

Tecnopolítica da comunicação digital em Moçambique: algoritmos, plataformas e poder nas estratégias comunicacionais de instituições públicas 865

Nelson Domingos João Lino
Maria Teresa Miceli Kerbauy

Tecnopolítica e descredibilização da educação pública: a enemização da Unesp em vídeos do YouTube e Instagram durante greves estudantis (2018-2026) 869

Guilherme Milhomem Domene
Vitória Caregnato Nunes

Tribunal *on-line* de *true crimes*: pré-juízos sem provas em postagens no Instagram 874

Matheus Domith
Carlos Pernisa Jr.

Eventos climáticos extremos no YouTube: mapeamento exploratório e análise audiovisual comparativa das enchentes de 2024 no Rio Grande do Sul 878

Caio Dayrell Santos
Caroline Kraus Luvizotto

Cidadania digital e inteligência artificial: novas mediações comunicacionais para pessoas com deficiência física 882

Vívian Maria Corneti de Lima
Fabio Rodrigues Corniani

Mesa 11: Estudos sobre Cinema

Mesa 11: Estudios sobre Cine

A construção da performance política e ancestral de Zózimo Bulbul: uma análise de *Alma no o Olho* 887

Helom Paulino Ferreira

A imagem-câmera como gesto político: uma análise do documentário palestino Sem Chão 891
Arthur Rabelo

A sonoridade do entre-lugar: trilha sonora e a alegoria do fracasso em *Terra Estrangeira* 894
Rebeca Tami Santana Osanai

Análise da construção discursiva opinativa, publicada pela BBC News Brasil, acerca dos filmes *Ainda Estou Aqui* e *Agente Secreto* 897
Isabela Enumo
Karollaine Cristina
Maria Luiza Miranda
Manuela Alves
Ingrid Pereira de Assis

Cine español en los Premios Goya: cuestión social y construcción del Canon (2000-2026) 901
José Patricio Pérez-Rufí
Andrés Navarro-Garrido
Sevie Pastrana-Crespillo

John Waters e os limites do corpo: entre o fascínio e a repulsa 906
Carlos Manuel Constantino de Bastos Neto

El Coraje del Pueblo (1971) e o cinema revolucionário do Grupo Ukamau 910
Allan Brasil de Freitas
Vicente Gosciola

Horror herege: uma proposta de análise comparativa do neoconservadorismo cristão no cinema de horror social brasileiro 913
João Marciano Neto
Fernanda Martins de Araújo

Memória e espaço: considerações sobre o filme "Backrooms - um não-lugar" 918
Breno da Silva Carvalho

Cenografia e contra-hegemonia: a análise da visualidade de Cajuína (2025) 922
Brize Dantas Cerqueira de Oliveira
Dorotea Souza Bastos (Orientação)

O cinema de rua na imprensa local: apogeu, ruína e memória do Cine Palace 925
Aline Gomes Alvim
Ana Clara Campos dos Santos
Christina Ferraz Musse

O olhar afetivo: vidência e performance no cinema moderno e contemporâneo 929
Luisa Vieira Gouvêa

Os povos do mar na *Odisseia* de Nolan: apropriações de uma hipótese historiográfica e interpretações do tempo presente 932
Brunna Fernanda Freire Bezerra da Cruz
Victor Henrique da Silva Menezes

Participação, performance e o risco do real em *Comizi d'amore* de Pier Paolo Pasolini 937
Guilherme Fernando Landim Spada
Jamer Guterres de Mello

Perspectivas del diseño tipográfico desde la cinematografía: la percepción de estudiantes universitarios del diseño en México 940
Georgina Dinorah Ortega Pimentel
Gloria Olivia Rodríguez-Garay

Regimes visuais e guerra contemporânea: controle vertical e subjetiva fantasma em *Il n'y aura plus de nuit e collateral victims* 944
Rodrigo Santos Sousa
Jamer Guterres de Mello

Mesa 12: Ecossistemas sonoros e podcasting
Mesa 12: Ecosistema sonoros y podcasting

Divulgação científica e biografias anti-monumentais: a produção de sentidos sobre Galileu Galilei no podcast Vinte Mil Léguas 948
Italo Marquezini
Liliane Souza dos Anjos

"Narrar lo que no se oye": prácticas colectivas de mediación sonora para un audiolibro y glosario sonoro sobre género y disidencias 953
Juan Ortega Fuentes

El largo camino hacia la digitalización de la radio en España: DAB+ y transformación radiofónica en España 957
José Patricio Pérez-Rufí
Andrés Navarro-Garrido
Sevie Pastrana-Crespillo

Estratégias de expansão multiplataforma no ecossistema do podcast 962
Lorenna Aracelly Cabral de Oliveira
Valquíria Aparecida Passos Kneipp

Inteligência artificial na podosfera: uma revisão sobre os rumos do ecossistema sonoro 965
Amanda Natalia Faria Ribeiro
Karina Woehl de Farias

Para onde vai o conteúdo do rádio? Um estudo das plataformas digitais utilizadas pelo radiojornalismo em Aracaju/Sergipe/Brasil 969
Gabriel Batista Santos
Alice Oliveira de Andrade
Messiluce da Rocha Hansen

Pioneiras no ar - mulheres que iniciaram o rádio em Santa Catarina 973
Valci Regina Mousquer Zuculoto
Raphaela Xavier de Oliveira Ferro
Luiza Zanotti Moro
Ediane Teles de Mattos
Maria Eduarda de Souza

Rádio e universidade pública: uma revisita histórica da divulgação científica na radiodifusão de São Paulo 978
Larissa Mateus
Karina Woehl de Farias

Traços constitutivos da terceira geração do *podcasting* no Brasil 982
Alcides Mafra
Gessiela Nascimento da Silva
Valci Zuculoto

Quando a voz não é humana: transparência e autenticidade no uso de vozes sintéticas em produtos sonoros jornalísticos e de entretenimento 987
Alvaro Bufarah

Vozes do veneno: análise audioestrutural e lexical do podcast
O Veneno Mora ao Lado 992
Kátia Fraga
Izani Mustafá
Gessiela Nascimento
Maria Izabela Viana

Mesa 13: IA e Ecologia dos Meios
Mesa 13: IA y Ecología de los Medios

A autoria como questão tecnológica: datificação, algoritmos e
a reconfiguração audiovisual no TikTok 998
Aloísio Corrêa de Araújo
Vicente Gosciola

A escrita jornalística em matérias de fact-checking e a construção
de literacia midiática em IA: caso *UOL Confere* 1002
Mariana Marques de Lima

Análisis de contenido científico totalmente automatizado: del corpus
a la inferencia sin intervención humana 1006
Diego Bonilla

Da notícia ao objeto: critérios para materialização tridimensional áudio-tátil
de narrativas midiáticas inclusivas 1009
Marina Lisboa Empinotti
Maria José Baldessar

Ecología mediática y inteligencia artificial: percepciones y prácticas de docentes y
estudiantes de ciencias sociales en Ecuador 1012
Abel Suing

Entre o humano e o robótico: inteligência artificial e a virtualização
da experiência humana em South Park 1015
Lucas Santos Silva de Souza
Carlos Pernisa Júnior

From the typographical to the electronic media environment:
Generative Artificial Intelligence and student perceptions of a standardized university exit examination....1018
Eduardo Portas Ruiz

Imagens imaginadas: inteligência artificial, a crise da verdade fotográfica e os desafios da literacia midiática visual 1023
Roberta Cristiane de Oliveira

Inteligência artificial e análise de redes sociais aplicadas à memória jornalística local: uma análise do acervo digital do Jornal Folha de Coqueiros (2021-2026) 1027
Rita de Cássia Romeiro Paulino
Fernanda Gobbi Alves

Inteligência artificial generativa na criação de imagens técnicas, ideologia da objetividade e os riscos à experiência democrática 1031
Estela Loth Costa

Large language models no jornalismo de dados: desafios e potencialidades....1034
Cláudia Silvestre

Limites éticos do fotojornalismo em tempos de ia generativa: primeiros olhares....1037
Denis Renó

Limites semióticos da comicidade computacional na era das inteligências artificiais generativas....1040
Gustavo Bonassa Bucker

Mídia e algoritmo: a reconfiguração tecnológica no campo do Jornalismo....1044
Amanda Trentin
Angela Grossi

Neoliberalismo cibernético na era da IA: governamentalidade, algoritmos e o poder monopolista das Big Techs....1048
Felipe F. Neves
Urbano N. Nojosa

Rendição cognitiva: um projeto de poder em curso 1052
Pollyana Ferrari

O bem-feito sob suspeita: inteligência artificial generativa e o regime de prova da autoria escolar 1056
Derson Lopes-Jr.
Giselle Mariotto

Pluriversalizar a inteligência artificial: caminhos contracoloniais para uma IA desde o Sul Global 1060
Ana Beatryz Fernandes Dantas de Sena
Antonino Condorelli

Quem endossa quando ninguém foi contratado? Marcas reais em novelinhas de frutas geradas por IA 1064
Beatriz Salles

Sexismo algoritmo e jornalismo esportivo: representações e desigualdades de gênero profissionais produzidas por IAs Generativas 1068
Ana Carolina Campos de Oliveira
Thaiana Alves de Almeida
Cláudia Thomé

Mesa 14: Ações afirmativas e arranjos criativos na nova ecologia dos meios

Mesa 14: Acciones afirmativas y soluciones creativas en la nueva ecología de los medios

O papel do racismo religioso na emergência do colonialismo digital contra as populações de terreiro no Brasil 1074
Ana Luísa Schuchter Rofino
Wedencley Alves

A lógica dos algoritmos na apropriação da cultura periférica: uma análise discursiva da representatividade na mídia 1078
Thiago Henrique Pereira Feitosa

A promessa antirracista em organizações: uma análise discursiva das ações afirmativas da Unilever e do Nubank 1081
Liliane Souza dos Anjos

A mulher negra e os espelhos brancos: a presença digital da Tia Má no Instagram.....1085
Danilo Silva de Meireles
Carolina dos Reis de Moraes Trindade
Emanuele de Feitas Bazílio
Alice Oliveira de Andrade

Nunca mais um jornalismo sem a nossa presença: o manual de jornalismo indígena da Abrinjor e a representação dos povos indígenas na imprensa brasileira.....1089
Luana Maria da Silva

Descolonizar o olhar: estratégias de comunicação e design na valorização e comercialização ética da Arte Guarani.....1092
Marina Jugue Chinem

Epistemicídio negro na Bossa Nova: raça, gênero e distribuição de visibilidade na cobertura da Folha de S. Paulo e de O Estado de S. Paulo (1959-1965).....1095
Pedro Santos Freire
Angela Maria Grossi

Quem são as mães de O Boticário? Investigando a presença de mulheres negras nas propagandas da marca.....1099
Gêsa Cavalcanti

Memória, ancestralidade e atenção cartográfica na formação docente: limites da inteligência artificial na educação.....1102
Cecília Borges Griese

Mesa 15: Políticas Públicas de Comunicação
Mesa 15: Políticas Públicas de la Comunicación

A experiência da residência em comunicação popular na trajetória de seus participantes.....1106
Yvana Fechine
Maria Eduarda da Mota Rocha

A não regulação da mídia no Brasil: perspectivas e reflexões.....1110
Gustavo Teixeira de Faria Pereira

A onda proteica: perspectivas da publicidade e saúde 1114
Sandro Tôrres de Azevedo
Jamilly Lobo de Freitas Francisco
Gabriel Alves de Souza
Gabriel Marcus de Barros Lobo
Maria Aguiar Vilhena de Carvalho
Maria Morena Felippe Guimarães Gomes

A práxis enunciativa nas relações público-privado do SUS: a comunicação do Instituto Brasileiro das Organizações Sociais de Saúde 1122
Maria Morena Felippe Guimarães Gomes
Sandro Tôrres de Azevedo

Políticas públicas de comunicação de cortes constitucionais: análise comparativa entre SCOTUS e BVerfG 1127
Gustavo Henrique de Oliveira
Raíra Augusto Tiengo

Comunicação judicial: uma proposta de definição para as cortes constitucionais 1131
Renato Sobhie Zambonatto
Carlo José Napolitano

Cultura em disputa no interior: rodeio, editais e legitimidade do investimento público 1135
Rafael Cardim Bernardes
Rafael Augusto Gomes

Liberdade de expressão e os desafios da regulação digital: uma análise histórica, ética e legislativa do risco da censura prévia no século XXI 1138
Priscila Romero Sanches

Midiatização social nas universidades públicas paulistas: estratégias de engajamento dos perfis oficiais de USP, Unesp e Unicamp no Instagram 1142
Larissa Rosseto
José Carlos Marques

O julgamento do artigo 19 do Marco Civil da Internet pelo Supremo Tribunal Federal sob a perspectiva da abordagem Direito e Políticas Públicas (DPP) 1146
Deborah Cunha Teodoro

Tela Brasil e políticas públicas de streaming no Brasil: tensionamentos entre plataformização, audiovisual e disputas pela atenção 1150
Cinthya Pires Oliveira
Adilson Vaz Cabral Filho

Televisión en España: políticas de comunicación y mercado audiovisual (1980-2022)..... 1152
José Patricio Pérez-Rufí

Memórias

Mesa 1: Arte, mídia e tecnologia

Mesa 1: Arte, medios y tecnología

Dra. Alice Fátima Martins
Dr. Fábio Uchôa
Dra. Regilene Sarzi
Coordenadores

"I SPENT 30 DAYS IN A DEAD GAME": O PAPEL DO VÍDEO NA REVITALIZAÇÃO E PRESERVAÇÃO DE COMUNIDADES DIGITAIS

Gabriela Rozante
gabriela.rozante@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Regilene Aparecida Sarzi Ribeiro
regilene.sarzi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

O impacto de registros documentais em plataformas de compartilhamento de vídeo como o YouTube atua de maneira direta na reconfiguração social de comunidades digitais dedicadas a jogos eletrônicos considerados obsoletos ou esquecidos. Desse modo, a análise do registro de sessenta dias produzido pelo criador de conteúdo Globert em dois mil e vinte e cinco acerca do ambiente virtual do jogo *There.com* revela uma transformação dinâmica imediata nas interações dos usuários remanescentes. O cenário inicial caracterizava-se pelo esvaziamento dos servidores e pela consequente desaceleração dos canais de comunicação textual e vocal. Diante disso, constata-se que o isolamento decorrente do abandono comercial da plataforma é mitigado pela persistência de pequenas redes de jogadores veteranos que mantêm o espaço ativo por meio de rotinas afetivas cotidianas.

Nesse contexto, os avatares customizados operam como extensões da identidade do usuário no ambiente digital. Yee (2006) demonstra que os participantes projetam traços pessoais e estruturam narrativas individuais conectadas diretamente ao *lore* (uma história de fundo de um mundo fictício) e ao universo do jogo. Esse envolvimento emocional se manifesta, por exemplo, na conduta de jogadoras antigas de *There.com* como Christone que desempenham o papel de guias para novos ingressantes através das ilhas de baixa densidade populacional. A partir disso, Turkay e Kinzer (2016) explicitam que a ampliação das possibilidades de personalização visual intensifica o sentimento de pertencimento e gera memórias afetivas duradouras para os indivíduos. As construções colaborativas identificadas no ecossistema do jogo indicam que o valor desses cenários reside prioritariamente nas relações interpessoais estabelecidas em detrimento de metas estritamente competitivas ou comerciais.

Sob essa ótica, Fischer (2015) define essas produções audiovisuais contemporâneas como construtos enunciadores de memória. O esforço em resgatar e registrar jogos antigos assemelha-se, portanto, à prática da arqueologia da mídia descrita por Huhtamo e Parikka (2011) como citado em Fischer (2015). Essa abordagem metodológica dedica-se a escavar interfaces soterradas e a conferir visibilidade a interações negligenciadas pelo fluxo hegemônico da cultura digital dominante. Na prática, o vídeo analisado alcançou onze milhões de visualizações e interveio na dinâmica interna da plataforma ao atrair ex-jogadores e novos usuários, culminando em uma celebração coletiva com vinte participantes ativos.

De fato, o acoplamento entre os processos de decadência e de regeneração constitui uma condição fundamental da memória digital de acordo com a perspectiva de Chun (2011) como citado em Fischer (2015). Páginas arquivadas e mundos virtuais em declínio passam a ocupar um espaço ambíguo situado entre a ausência e a permanência virtual. A rarefação populacional atua

como um filtro que intensifica o significado dos encontros casuais tornando a copresença um fator de conexões interpessoais mais profundas. Assim, os dados coletados apontam que os usuários retornam a esses domínios motivados pela qualidade dos vínculos sociais consolidados ao longo do tempo. Hofer (2005) ressalta que os mundos persistentes sustentam estruturas sociais e ecossistemas em tempo real promovendo nos jogadores uma sensação de continuidade histórica partilhada.

Paralelamente, estudos neurocientíficos desenvolvidos por Lu et al. (2025) indicam que a intensidade da imersão e a identificação com o avatar afetam a percepção de si do próprio jogador no nível neurológico. O grau de intimidade gerado na interação mediada pelo personagem virtual assemelha-se aos níveis de proximidade experimentados em relações do mundo físico. Dessa forma, os recursos visuais e as posturas corporais dos avatares estabelecem uma autoria digital duradoura que impacta o nível de imersão e a retenção do usuário no espaço compartilhado.

Com efeito, a imagem lembrança discutida por Damasceno (2011) como citado em Fischer (2015) promove a atualização do passado sem que o conteúdo perca sua natureza essencialmente virtual. Os registros documentais em formato de vídeo reativam redes sociais latentes por meio da articulação entre afeto e narrativa compartilhada. A sustentabilidade de uma comunidade digital vincula-se à capacidade de gerar discursos que estimulem o contato humano regular. Esta investigação demonstra a relevância de abordar mundos virtuais de baixa atividade como objetos legítimos de preservação cultural e de convivência social ativa. Evidencia-se o valor das táticas de resistência dessas comunidades que desafiam o esquecimento mercadológico através da apropriação e do registro audiovisual contemporâneo.

Referências

Fischer, G. D. (2015). Do audiovisual confinado às audiovisualidades soterradas em interfaces enunciadas de memória. In S. Kilpp (Org.), *Tecnocultura*

audiovisual: themes, metodologias e questões de pesquisa (pp. 61-111). Sulina.

globert. (2025, abril 13). *I Spent 30 Days in a Dead Game* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=QSMDb1CWD6Y

Hofer, M. (2005). Massively multiplayer online games and their implications for game-based learning.

Lu, J., Riecke, L., Ryan, B. E., & Gelder, B. de. (2025). The contribution of body perception to self-identity: an event-related potential study. *Social Cognitive and Affective Neuroscience, 20*(1), 8045370.

Turkay, S., & Kinzer, C. (2016). *Avatar creation and video game enjoyment: effects of life satisfaction, game competitiveness and identification with the avatar.* ResearchGate.

Yee, N. (2006). *The psychology of massively multi-user online role-playing games: motivations, emotional investment, relationships and problematic usage.* ResearchGate.

"Ouvir": a escuta como processo relacional mediado por inteligências artificiais

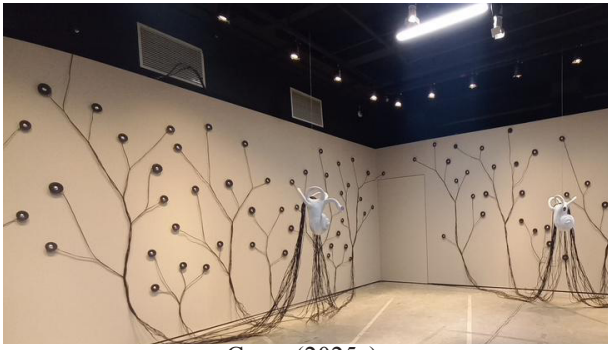
Marcelo Bressanin
m.bressanin@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Regilene Sarzi-Ribeiro
sarzi.ribeiro@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A instalação sonora "Ouvir", do artista CRACA, concebida originalmente para a Bienal do Mercosul, em 2022, e posteriormente apresentada na I Semana de Arte Contemporânea de Ouro Preto (2023), na mostra ANEXA_ CCBB Movimentos Miméticos (São Paulo, 2025) e no FILE São Paulo (2025), consiste em "duas redes autônomas de indivíduos virtuais isoladas" que aprendem e reproduzem "léxicos melódicos através de reconhecimento de padrões (I.A.)", simulando "o processo de coletivo de aprendizado de uma comunidade e a formação de um léxico próprio a partir das trocas meméticas de seus indivíduos... ou com o público visitante" (CRACA, 2025b, pars. 3, 5).

Segundo o artista, interagindo com réplicas escultóricas do aparelho auditivo, o público é convidado "a intervir e colaborar com este processo continuado de aprendizado, cantando e assoviando junto às cócleas que imediatamente respondem e assimilam essas novas melodias ao seu vocabulário" (Craca, 2025b, par. 6).

Figura 1. *Ouvir" (Craca, 2022)*



Craca (2025a).

Considerando as particularidades técnicas e plásticas em "Ouvir", a presente proposta tem como objetivo encaminhar uma discussão sobre a escuta enquanto processo relacional, a partir do pensamento de Nicolas Bourriaud, para quem

> o que estabelece a experiência artística é a co-presença dos espectadores diante da obra, quer seja efetiva ou simbólica. As primeiras perguntas a serem feitas diante de uma obra de arte são as seguintes: Esta obra me dá a possibilidade de existir perante ela ou, pelo contrário, me nega enquanto sujeito, recusando-se a considerar o Outro em sua estrutura? (Bourriaud, 2009, p. 80)

Nesse sentido, trata-se de abordar a instalação "Ouvir" tendo em mente que, para Bourriaud, a arte deve levar em conta, "a presença da micro comunidade que irá acolhê-la. Assim, uma obra cria uma coletividade instantânea de espectadores-participantes, seja em seu modo de produção ou no momento de sua exposição" (Bourriaud, 2009, p. 82).

A esse respeito, e para uma análise da escuta do ponto de vista da estética relacional, vale lembrar, com Giuliano Obici, que "os ouvidos são muito mais do que receptáculos de som, eles se comovem pelo impacto do mundo que

se apresenta" e "nessas condições, o ouvido é coisa entre as coisas, reúne sua dupla pertença à ordem do objeto e à ordem do sujeito" (Obici, 2008, p. 28).

Pretende-se ainda estabelecer reflexões, a partir da obra analisada, a respeito da escuta quando mediada por sistemas de inteligência artificial, na medida em que, como propõe Sarzi-Ribeiro, "a arte, ao se apropriar dessa tecnologia, avança na promoção de experiências multissensoriais que envolvem a imagem, o corpo e diferentes aspectos poéticos e estéticos, como interatividade, visualidade e novas audiovisualidades" (Sarzi-Ribeiro, 2024, p. 43) e, por que não, novas sonoridades.

Por fim, agregam-se ainda à discussão proposta as contribuições de Néstor García Canclini, no que se refere a uma arte "pós-autônoma", na qual "aumentam os deslocamentos das práticas artísticas baseadas em *objetos* a práticas baseadas em *contextos* até chegar *a inserir as obras nos meios de comunicação, espaços urbanos, redes digitais e formas de participação social onde parece diluir-se a diferença estética*" (Canclini, 2016, p. 24).

Trata-se, portanto, com a presente proposta de trabalho, de estimular questionamentos relativos à produção em arte sonora com o emprego de ferramentas de inteligência artificial, buscando evidenciar, no campo das pesquisas em arte e tecnologia, a contribuição de tais recursos tecnológicos para a compreensão da escuta como processo relacional estabelecido entre a obra, o público e sistemas computacionais.

Referências

Bourriaud, N. (2009). *Estética relacional*. Martins Fontes.

Canclini, N. G. (2016). *A Sociedade sem Relato: Antropologia e Estética da Iminência*. Editora da Universidade de São Paulo.

Craca. (2025a). Ouvir. Craca. https://craca.cargo.site/ouvir

CRACA (Felipe Julian) [@cracabeat]. (2025b, agosto 18). *Estamos a menos de 1 mês para o término da exposição FILE na FIESP onde pode ser vista e ouvida a minha instalação OUVIR.* [Vídeo]. Instagram. https://www.instagram.com/p/DNgSJvKRnrj

Obici, G. (2008). *Condição da escuta: mídias e territórios sonoros*. 7 Letras.

Sarzi-Ribeiro, R. A. (2024) IA: Fronteiras e atravessamentos éticos na criação artística. *Revista do Centro de Pesquisa e Formação*, (18), 28-45. https://www.sescsp.org.br/wp-content/uploads/2026/06/CPF18_dossie2.pdf

A MISE-EN-SCÈNE E A CIDADE NAS IMAGENS DE "SÃO PAULO EM 24 HORAS" (1934)

Davi Tadeu Francisco Ponce
davitfp@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

Este projeto visa analisar a obra "São Paulo em 24 horas" (1934) de Adalberto Kemeny e Rudolf Rex Lustig quanto à mise-en-scène proposta. Dessa forma, o curta-metragem precisa ser entendido como um filme produzido a partir de imagens que já haviam integrado "São Paulo, Sinfonia da Metrópole" (1929) dos mesmos diretores. Trata-se não só de uma versão reduzida e sonorizada da obra do final dos anos 1920, mas também de um acervo reutilizado e concebido sob um cinema que passara do silencioso ao sonoro. Essa transição e a reedição do nitrato nos conduzem a pensar na reprodutibilidade técnica que o cinema indiscutivelmente permitia. Walter Benjamin em "A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica" questiona justamente a aura de uma obra de arte e como a reprodução dela impacta o que é produzido.

O filme de 1934 não pertence à dimensão apenas do presente em que foi montado, mas sim à reprodução de um arquivo de imagens de cinco anos antes, com algumas exceções, usado para reafirmar ideias que continuavam em pauta. Logo, imagens do presente são transpostas às do passado, resultando em um filme que reitera o espaço urbano como palco de um espetáculo marcado pelo movimento. Trata-se, portanto, não apenas de reprojetar a cidade

capturada, mas de remontá-la de acordo com o que o intervalo de cinco anos permitia, o que fará com que o material seja sonorizado. O segundo filme evidencia a perda do culto à aura que pode ser sentido no primeiro, colocando em questão a própria realidade depreendida que reafirma a ideia de perspectiva em que os diretores nos colocam.

Consequentemente, cotejamos o cenário em que surgem as sinfonias da metrópole. Esses filmes evidenciam um olhar cinematográfico que ao captar as ruas da cidade e sua movimentação relacionam-se diretamente com a figura do flâneur de Baudelaire. O flâneur é a representação do sujeito moderno que circula no anonimato da metrópole, ele transita sem rumo fixo, atento aos acontecimentos e ao desenrolar da vida moderna. Sendo assim, a câmera passa a mediar o olhar do flâneur colocando o espectador nesta condição. Ao percorrer os viadutos, as calçadas e as praças das metrópoles, a câmera reproduz o caminho desse transeunte que sem rumo torna-se testemunha da vida urbana e da própria cidade ao mesmo tempo que transforma o olhar descompromissado do flâneur em uma operação de enquadramento.

Para além da intervenção do enquadramento, a passagem do nitrato de 1929 para a edição sonorizada de 1934 exige que o filme seja compreendido a partir de sua própria espessura material e histórica. Adotamos, assim, o que propõe a historiadora Sylvie Lindeperg, o arquivo cinematográfico não deve ser visto como um monumento estático, mas como um palimpsesto. As imagens silenciosas gravadas no final da década de 1920 e que já haviam composto o primeiro filme ganham uma segunda vida quando submetidas à reedição e à sobreposição sonora em 1934. O espaço e o tempo que as cenas gravadas são submetidas revelam a São Paulo idealizada como metrópole de um mundo em movimento, de uma industrialização forçada e de relógios que permeiam a vida na época. Como nomeado por Commoli, falamos de um risco do real, algo que tangencia as imagens e não que seja visto necessariamente nos detalhes daquilo que forma a cidade. A vida dos corpos insiste em cruzar o quadro,

a imagem da modernidade revela-se pela encenação dela, pelo conjunto de corpos que dividem o mesmo tempo-espaço quando captados.

Portanto, o presente artigo tem como objetivo discutir a existência de uma mise-en-scène no filme documentário, mais especificamente nas sinfonias da metrópole a partir de "São Paulo em 24 Horas" (1934). Pretende-se demonstrar que o filme por reeditar as imagens que compõem "São Paulo, sinfonia da metrópole" (1929) nos permite não só entender esse movimento cinematográfico, mas também friccionar os conceitos de ficção e documentário por meio da mise-en-scène depreendida na obra. Por um lado, abordamos a questão de enquadramento e montagem muito caras a essas obras e por outro, questionamos a mise-en-scène e a realidade que esse filme nos entrega. A São Paulo Metrópole nos revela não apenas um imaginário de onde buscava-se colocar a cidade, mas também características do que realmente era.

Referências

Baudelaire, C. (2010). *O pintor da vida moderna* (T. Tadeu, Trad.). Autêntica Editora.

Benjamin, W. (2012). *Obras escolhidas I: Magia e técnica, arte e política* (8ª ed.). Brasiliense.

Comolli, J.-L. (2008). Comolli, *Ver e poder: A inocência perdida: cinema, televisão, ficção, documentário* (M. Ribeiro, Trad.). Editora UFMG.

Lindeperg, S. (2010). Imagens de arquivos: Imbricamento de olhares [Entrevista concedida a Jean-Louis Comolli]. In *Catálogo Forumdoc.BH 2010: 14º Festival do Filme Documentário e Etnográfico* (pp. 318-345). Filmes de Quintal, FAFICH-UFMG.

Kemeny, A., & Lustig, R. R. (Diretores). (1929). *São Paulo, Symphonia da Metrópole* [Filme]. Rex Film.

Kemeny, A., & Lustig, R. R. (Diretores). (1934). *São Paulo em 24 Horas* [Filme]. Rex Film.

A NARRATIVA AUDIOVISUAL NA ERA DA REPRODUTIBILIDADE TÉCNICA: UMA ANÁLISE DO FILME "AINDA ESTOU AQUI" À LUZ DE WALTER BENJAMIN E DAS NOVAS TECNOLOGIAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Davi Lazer Grave Teixeira de Andrade
davi_lazer@hotmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

Sérgio Nesteriuk Gallo
nesteriuk@hotmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

Anderson Passini
anderson.passini@hotmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

Paulo César Lourenção
pclourencao@gmail.com
UNESP Jaboticabal (FCAV)

Ellen Cristina Dias
ellencrisdias@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

Edvaldo Gonçalves do Nascimento
edvgoncalves@yahoo.com.br
Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas

O presente resumo expandido do artigo propõe uma análise aprofundada do filme brasileiro "Ainda Estou Aqui" (2024), dirigido por Walter Salles, utilizando como principal ferramenta teórica os conceitos fundamentais desenvolvidos pelo filósofo alemão Walter Benjamin ao longo de sua obra, particularmente aqueles referentes à narrativa, à experiência e à reprodutibilidade técnica. Esta investigação não se limita, contudo, à aplicação direta do pensamento benjaminiano, mas busca estabelecer um diálogo produtivo entre essas noções clássicas e as emergentes tecnologias de inteligência artificial que vêm sendo cada vez mais aplicadas à criação audiovisual, transformando os modos de produção, distribuição e recepção das obras cinematográficas.

A pesquisa parte da premissa central benjaminiana de que a arte narrativa tradicional se encontra em um processo de declínio irreversível na modernidade, fenômeno que ele associa intrinsecamente à chamada pobreza da experiência, caracterizada pela incapacidade dos sujeitos modernos de trocar e compartilhar vivências significativas, bem como à ascensão avassaladora da informação como forma predominante e hegemônica de comunicação, que substitui a profundidade da narrativa pela superficialidade do dado objetivo e imediato.

Neste contexto, o filme de Walter Salles, ao reconstituir de maneira sensível e cuidadosa a memória de Eunice Paiva e de sua família durante os anos sombrios da ditadura militar brasileira, operando uma verdadeira arqueologia afetiva do passado recente do país, configura-se como uma potente contranarrativa que resgata a dimensão experiencial e artesanal da transmissão histórica, aproximando-se de maneira notável do que Benjamin concebe como a tarefa autêntica do verdadeiro narrador, aquele que não apenas informa, mas que tece a experiência coletiva em uma trama de significados compartilhados.

Esta análise busca, portanto, compreender de que maneira "Ainda Estou Aqui" se inscreve na tradição benjaminiana da narrativa enquanto transmissão de experiência coletiva e memória social, ao mesmo tempo em que investiga,

de forma crítica e especulativa, as possibilidades e os limites da incorporação da inteligência artificial nos processos criativos do cinema contemporâneo, considerando se tais tecnologias representariam um aprofundamento da crise da narrativa diagnosticada por Benjamin no início do século XX ou se, ao contrário, poderiam abrir caminhos inéditos para novas formas de experiência estética, percepção sensorial e compartilhamento de memória histórica, capazes de reinventar a própria linguagem cinematográfica.

A metodologia adotada para esta investigação é a da análise fílmica de base fenomenológica e hermenêutica, que privilegia a experiência subjetiva do espectador e a interpretação dos sentidos presentes na obra, articulada de maneira rigorosa com a revisão bibliográfica da obra benjaminiana e da literatura contemporânea sobre inteligência artificial e audiovisual, permitindo um diálogo interdisciplinar fecundo.

As conclusões preliminares apontam para a centralidade do conceito de montagem como operador teórico privilegiado, capaz de mediar a tensão dialética entre tradição narrativa e inovação tecnológica, bem como para a urgente necessidade de se repensar a noção benjaminiana de aura em um contexto de produção algorítmica de imagens e de virtualização crescente da experiência estética.

Referências

Benjamin, W. (1994). *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura* (S. P. Rouanet, Trad., 7.ª ed., Vol.1.). Brasiliense.

Salles, W. (Diretor). (2024). *Ainda estou aqui* [Filme]. VideoFilmes; RT Features; MACT Productions.

A ÚLTIMA NUVEM: EFEMERIDADE SILENCIOSA DA CONTEMPLAÇÃO INTERIOR DAS FOTOGRAFIAS E DA AUSÊNCIA

Santiago Naliato Garcia
santiago.garcia@uemg.br
Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG

Uma criança segura um algodão doce. Ele parece uma nuvem que desceu do céu para caber entre duas pequenas mãos. Ela observa, talvez sem saber, que aquilo que segura já começou a desaparecer. Antes mesmo da primeira mordida, o doce anuncia sua própria finitude: forma-se, cresce, ocupa espaço e, lentamente, desfaz-se. A criança o leva à boca. A nuvem diminui. E é nesse pequeno desaparecimento que começa uma viagem pela memória.

A experiência de relembrar pode ser pensada a partir dessa imagem aparentemente simples. A lembrança também se forma diante de nós, cresce com aquilo que acrescentamos a ela e se transforma cada vez que a visitamos. Compreendemos (Bergson,1999) a memória não como um depósito imóvel de acontecimentos, mas como uma experiência relacionada à duração e ao presente. O passado não permanece intacto à espera de ser encontrado; ele reaparece transformado pela consciência que o reencontra. A criança, diante do algodão doce, ainda não sabe disso. Mas seu gesto já contém a metáfora: aquilo que se toca também pode desaparecer.

A primeira mordida é uma espécie de chamado à aventura. O mundo cotidiano continua ao redor, mas alguma coisa se desloca. O gosto convoca uma lembrança. Talvez seja uma festa, uma rua, uma voz, uma pessoa. Talvez seja apenas uma sensação sem nome. A memória não chega como uma história completa. Chega em fragmentos. É nesse ponto que a fotografia entra na jornada. (Sontag, 2004) observa que fotografar é uma maneira de apropriar-se de uma realidade, transformando experiências em imagens que podem ser preservadas e revisitadas. A fotografia parece oferecer à memória um lugar onde permanecer. Mas há um paradoxo: enquanto a imagem permanece, aquilo que ela registra continua desaparecendo. A fotografia guarda o instante justamente porque o instante já passou.

A criança continua comendo. O algodão doce já não é o mesmo. A nuvem diminui entre seus dedos. E a lembrança também muda quando é tocada. Assim, (Barthes, 1984) percebe-se na fotografia essa tensão entre presença e ausência. Diante de uma imagem, há sempre algo que esteve ali. A otografia afirma silenciosamente: isso aconteceu, isso esteve diante da câmera, isso existiu naquele instante. Mas o que existiu já não pode ser recuperado. A imagem permanece como vestígio de uma presença que se tornou ausência. Talvez seja por isso que certas fotografias nos atingem tão profundamente: não mostram apenas o que existiu, mostram também aquilo que perdemos.

A criança olha para o algodão doce quase no fim. Surge então o segundo movimento da jornada: a descoberta da perda. Relembrar é aproximar-se de alguma coisa sabendo que ela não pode voltar exatamente como era. A memória oferece proximidade e distância ao mesmo tempo. Ela aproxima o passado, mas revela sua impossibilidade. É também nesse intervalo que surge o *punctum* (Barthes, 1984): aquilo que, na imagem, ultrapassa a informação e nos alcança de maneira inesperada. Uma mão, um rosto, uma roupa, uma janela, um gesto podem despertar uma experiência que não estava prevista na fotografia. O que vemos desencadeia aquilo que não vemos. A imagem torna-se passagem.

A criança dá outra mordida. O algodão doce quase desapareceu. E talvez seja justamente agora, quando resta tão pouco, que a experiência se torna mais intensa. Relembrar não significa reconstruir o passado como quem recompõe um objeto quebrado. Significa aceitar que toda lembrança é também uma transformação. O passado não volta sozinho: somos nós que vamos até ele, levando conosco aquilo que nos tornamos. A memória, portanto, não é apenas uma viagem de retorno. É uma viagem de ida e volta, na qual aquele que retorna já não é o mesmo que partiu.

A última parte da jornada talvez seja a mais silenciosa. A criança olha para as próprias mãos. Não há mais nuvem. Restam pequenos vestígios de açúcar e a lembrança de que havia alguma coisa ali. A ausência, entretanto, não significa vazio. O que desapareceu pode permanecer como experiência. A imagem da última nuvem permite pensar a memória justamente nessa fronteira entre permanência e desaparecimento. O algodão doce não sobrevive à experiência de ser consumido, assim como a lembrança não permanece imóvel quando é evocada. Ambos existem em movimento: formam-se, transformam-se e desaparecem enquanto ainda são experimentados.

Nesse sentido, fotografia e memória compartilham uma condição paradoxal. A fotografia fixa aquilo que passou; a memória movimenta aquilo que foi fixado. Uma conserva o vestígio, enquanto a outra o reinventa. Entre as duas existe o sujeito, que olha, sente, reconhece, esquece e novamente recorda. A criança se levanta. Talvez amanhã não se lembre de todos os detalhes daquele instante. Talvez se lembre apenas do gosto. Ou da cor. Ou da sensação de segurar uma nuvem nas mãos. É assim que a memória sobrevive: não porque consiga conservar tudo, mas porque alguma coisa sempre permanece depois que quase tudo desapareceu. A última nuvem não é aquela que permanece no céu. É aquela que, ao desaparecer, deixa em nós a vontade de olhar novamente para cima.

Este trabalho busca, a partir dessa experiência aparentemente simples, refletir sobre a importância da fotografia e da imagem na construção de nossas memórias e afetividades. Interessa compreender como imagens podem funcionar como pontos de passagem entre aquilo que vivemos e aquilo que lembramos, entre a presença e a ausência, entre o instante que desaparece e aquilo que permanece em nós. Ao tomar a efemeridade do algodão doce como metáfora, a reflexão pretende investigar de que maneira fotografar, olhar e relembrar são também formas de estabelecer vínculos com o tempo, com os outros e com aquilo que, embora já não esteja diante de nossos olhos, continua habitando nossa experiência.

Referências

Barthes, R. (1984). *A câmara clara: Nota sobre a fotografia.* Nova Fronteira.

Bergson, H. (1999). *Matéria e memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito.* Martins Fontes.

Sontag, S. (2004). *Sobre fotografia* (R. Figueiredo, Trad.). Companhia das Letras.

A VIDEOINSTALAÇÃO COMO UM DISPOSITIVO DE MEMÓRIA

Jamille Rita Gomes Silva
jamille.rita@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Regilene Aparecida Sarzi-Ribeiro
regilene.sarzi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

O presente artigo tem como objetivo compreender a evolução da videoinstalação artística enquanto dispositivo de memória, bem como as mudanças decorrentes da implementação das tecnologias em seu processo. O estudo apresenta como metodologia uma revisão bibliográfica, tomando como principal referencial teórico os autores Rush (2006), Mello (2007), Nora (Khouri, 1993), Huyssen (2014) e Costa (2009). Como base para o trabalho, também foi elucidada a produção artística 'Todo Rio Carrega Uma Memória' (2026), de Fernando Velázquez e Tiriri Rayo.

Ao discutir as relações de memória no advento da modernidade, Walter Benjamin a partir da poesia de Charles Baudelaire, articulou as primeiras reflexões sobre o tema evidenciando-se, mais tarde, a influência do desenvolvimento tecnológico e suas transformações na década de 1980 (Huyssen, 2014). Com a explosão das mídias, fotografia, cinema e, posteriormente, tecnologias digitais, o suporte em que se concentrava a memória deixa

de ser apenas monumento ou arquivo, passando a ser a própria mídia, que assume a função de armazenar, produzir e reconstruir o passado. A memória, nesse sentido, não se apoia apenas na tecnologia, ela passa a ser constituída por ela (Huyssen, 2014).

Dentro desse cenário, Pierre Nora (Khouri, 1993) também constata que as sociedades contemporâneas vivem cada vez mais a aceleração da história rompendo com o elo entre memória e vivência, isto é, quanto menos a memória é sustentada pela experiência cotidiana e pela tradição, maior se torna a necessidade de suportes exteriores capazes de fixá-las (Khouri, 1993). É desse movimento que nasce o conceito de 'lugares de memória' (*lieux de mémoire),* onde espaços, objetos e práticas que passam a concentrar simbolicamente aquilo que a sociedade já não consegue mais recordar. Para o autor: "Só é lugar de memória se a imaginação o investe em uma aura simbólica. (...) Só entra na categoria se for objeto de um ritual" (Khouri, 1993, p. 210).

A investigação parte do pressuposto, que a videoinstalação, desde sua consolidação em 1960 (Rush, 2006) se apresenta como um dispositivo capaz de criar narrativas, estabelecendo trânsitos com o outro e estruturando-se a partir da própria vida, da realidade e do imaginário. Ao presentificar o tempo (Mello, 2007), essa linguagem adentra tanto a complexidade desconcertante dos confrontos com a vida real quanto memórias de culturas quase perdidas. O registro da memória deixa de ser um acessório e passa a ser a própria obra (Costa, 2009). "Expandem-se assim, nas videoinstalações, as fronteiras entre o documentário e a ficção, o visível e o sugerido, o vivido e o imaginado" (Mello, 2007, p. 93).

Dessa forma, o artigo apresenta a videoinstalação como o próprio lugar de memória, espaço concebido pelo artista, que reorganiza espacialmente o ambiente de tal maneira a inserir o visitante no centro da ação. Penetrar em uma videoinstalação é sempre um convite ao envolvimento sinestésico, todos os sentidos são acionados, e a experiência não se restringe à posição de apenas

um olhar a partir de um ponto de vista. O espectador pode movimentar-se livremente pelo espaço, em uma experiência distinta daquela proporcionada pelo cinema (Mello, 2007). Como testemunha, tem a possibilidade de rememorar a partir desses lugares de memória, lançando um olhar sobre o passado e reconstruindo- o no presente.

A pesquisa de caráter teórico, visa demonstrar como a videoinstalação age como um dispositivo de memória e como, na contemporaneidade, ela é atravessada pelas tecnologias, a exemplo da inteligência artificial (Sarzi-Ribeiro & Bressanin, 2023). Nesse sentido, as inter-relações provocadas entre a arte, a experiência e as tecnologias constroem espaços com novas estruturas, as quais recorrem ao passado e o ressignificam, encontrando-se, assim, na videoinstalação, o desejo da memória.

É nesse cenário que se apresenta a obra 'Todo Rio Carrega Uma Memória' (2026), a qual utiliza a videoinstalação como dispositivo para propor uma narrativa em torno do corpo indígena e de suas tradições. A obra baseia-se em um mito do povo Marikito Tapuyá, de Pernambuco, no qual o rio é compreendido como um arquivo vivo. Nela, os autores Fernando Velázquez e Tiriri Rayo trazem as tecnologias como sustentação entre as fronteiras do corpo, água, território e encantamento. O rio, por sua vez, é evocado por sua fluidez, como metáfora de um vínculo contínuo entre os seres originários e a natureza, em uma cosmologia que não separa o humano do não humano.

Referências

Costa, L. C. (2009). *Dispositivo de Registro na Arte Contemporânea.* Contra Capa.

Huyssen, A. (2014). *Culturas do passado-presente: modernismos, artes visuais, políticas da memória.* Contraponto.

Khouri, Y. A. (1993). *Entre memória e história: a problemática dos lugares*. *Projeto História,* (10), 7-28. https://revistas.pucsp.br/revph/article/view/12101/8763

Mello, C. (2007). Videoinstalação e poéticas contemporâneas. *ARS, 5*(10). https://doi.org/10.1590/S1678-53202007000200009.

Rush, M. (2006). *Novas mídias na arte contemporânea.* Wmf Martins Fontes.

Sarzi-Ribeiro, R. A., & Bressanin, M. (2023). Inteligência artificial, arte e tecnologia: Visualidades, audiovisualidades e sonoridades. In J. P. Albino, & V. C. P. N. Valente (Orgs.), *Inteligência artificial e suas aplicações interdisciplinares* (Cap. 10, pp. 159-173).

All that Remains: realidade virtual e artes da cena

Cristina Barretto de Menezes Lopes
kitmenezes@gmail.com
Universidade de São Paulo

Dorotea Souza Bastos
dorotea@ufrb.edu.br
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

O artigo analisa a experiência em Realidade Virtual *All that Remains*, produzida pela companhia taiwanesa *Riverbed Theatre* sob direção de Craig Quintero, investigando as potencialidades da VR nas Artes da Cena. A obra é a primeira da trilogia *Just for You* a migrar para o formato virtual, tendo como referência uma pesquisa homônima de teatro íntimo presencial estreada em 2011. Fundada em 1998 em Taipei, a companhia tem histórico de dissolver fronteiras entre artes visuais, cênicas e cinema — trajetória que se estende a outras obras premiadas, como *Over the Rainbow* (Tribeca, 2023) e *A Simple Silence* (Veneza, 2024).

O texto parte do conceito de *storyliving* (Vallance & Towndrow, 2022) para diferenciá-lo da storytelling tradicional do cinema e do teatro: na Realidade Virtual, a narrativa se constrói de forma dinâmica, por meio de interação numa interface 360°, e não apenas pela recepção passiva de uma história. São discutidos os parâmetros técnicos que definem o grau de

imersão — os graus de liberdade (3DoF e 6DoF) e os três tipos de interação possíveis (passiva, exploratória e interativa) —, além da distinção proposta por Slater e Wilbur (1997) entre imersão (estímulo sensorial produzido pelo dispositivo) e presença (resposta emocional e/ou física do usuário ao se sentir dentro da realidade virtual).

Cabe ressaltar nessa discussão, a diferenciação entre os conceitos de virtual e real. Para Pierre Lévy (1996) virtual e real não são opostos, ao contrário do senso comum que associa o virtual ao irreal ou à simulação. Lévy define o virtual como aquilo que existe em potência, não em ato. Já o digital, ainda segundo Lévy, pode ser definido como a codificação binária de informações (0 e 1) que permite armazenar, processar e transmitir dados, e que possibilita, entre outras coisas, a virtualização de imagens, textos e sons.

Isso conecta bem com a discussão sobre fotografia híbrida que você vem trabalhando — dá pra usar essa distinção lévyana para reforçar o argumento de que a intervenção/manipulação digital na imagem (via IA generativa, por exemplo, no caso do Rafael Almeida) é uma forma de atualização de virtualidades, e não uma ruptura com o "real" da fotografia. Quer que eu adapte o parágrafo para entrar direto nesse texto?

Também analisaremos a imagem que, numa interface 360°, deixa de funcionar apenas como algo colocado diante do espectador, passando a constituir o espaço perceptivo no qual o corpo do sujeito é situado.

Na descrição da experiência, o artigo detalha a sequência de *All that Remains:* o/a participante é posicionado/a num armazém escuro, onde uma performer revela nas palmas das mãos as frases "Isto não é uma performance" e "Acredite em tudo o que vê" — referência direta ao *Ceci n'est pas une pipe* de Magritte, que aqui funciona como uma dupla dobra entre desmascarar o dispositivo tecnológico e convidar à imersão afetiva. A narrativa segue por ambientes que se transformam (uma sala de metal ondulado, um palco giratório), sempre marcada pelo contato visual direto entre personagens e usuário/a,

até uma cena final de forte carga simbólica envolvendo corpo, gravidez e vulnerabilidade.

A partir dessa análise, o artigo discute as perdas e ganhos da transposição do presencial para o virtual: perde-se a imediaticidade do toque, o estímulo ao paladar e a mobilidade física do público pelo espaço; ganha-se em intensidade, proximidade e na possibilidade de levar a obra a qualquer lugar. Segundo Quintero, citado em entrevista à *Filmmaker Magazine,* o olhar direto na Realidade Virtual rompe a passividade do espectador de cinema tradicional, criando uma implicação ativa entre quem vê e quem é visto.

A virtualização é, como se refere André Lemos, uma relação contínua em que "a tecnologia não pode ser vista como uma simples mediadora." (Lemos, 2002, p. 190). Ao discorrer sobre o assunto, o autor lembra que não podemos insistir numa separação entre o ser humano e as tecnologias, uma vez que "esta dicotomia é estabelecida a partir de uma mitologização da relação homem-técnica, associando o humano ao divino e a técnica ao profano." (Lemos, 2002, p. 190). Ou, conforme Bastos (2019), "esses artefatos são parte de nós mesmos. Seja através de extensões físicas, psicológicas ou computacionais, o ser humano desprende-se da materialidade imposta e redimensiona o seu espaço" (Bastos, 2019, p. 72).

Na conclusão, o artigo argumenta que a presença cênica numa obra de imersão pré-gravada se sustenta no poder do olhar e na construção de uma "co-presença espectral": ao fixar os olhos na câmera 360°, a atriz rompe a quarta parede e interpela singularmente o corpo de quem usa o headset, gerando uma intimidade que persiste mesmo sabendo-se que aquele corpo "já não está lá". A supressão do enquadramento fixo e a visualidade em 360° reorganizam as relações entre imagem, espaço e corpo, fazendo do ato de olhar uma forma de participação na construção da experiência. A VR é apresentada não como substituta do teatro presencial, mas como campo de investigação poética que expande as artes da cena, deslocando o/a espectador/a da plateia

para o centro da ação, ampliando a sensorialidade e estimulando a empatia e o questionamento sobre o que significa "estar presente".

Referências

Bastos, D. S. (2019). *A dimensão estética e a experiência sensível do corpo na mediadança* [Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia]. PQDT-Global. https://poscom.ufba.br/arquivos/7642

Lemos, A. (2002). *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea.* Editora Sulina.

Lopes, C. B. M. (2024). Arte viva: experiência e experiência na obra "Caipira picando fumo". Em A. P. Nunes, M. Gama, & R. Fachel (Orgs.), *Anais do Colóquio de Cinema e Arte da América Latina* (pp. 122-125). Universidade Federal da Bahia.

Design, psicologia e estética nos videogames

Gabrielly Del Carlo Richene
gabrielly.richene@ueap.edu.br
Universidade do Estado do Amapá

Laura Batista Neumann
Laurabatistaneumann015@gmail.com
Sociedade Educacional de Santa Catarina

Os videogames constituem tecnologias midiáticas nas quais elementos visuais, sonoros e interativos atuam de maneira integrada. A estética, nesse contexto, não corresponde apenas ao acabamento gráfico, pois participa da organização das informações, da leitura dos ambientes e da orientação das ações do jogador. Cores, formas, ícones, animações e interfaces comunicam objetivos, perigos, possibilidades de interação e respostas do sistema. Assim, este resumo propõe uma leitura interdisciplinar da estética nos jogos digitais, aproximando contribuições do Design e da Psicologia.

Design e Semiótica

De acordo com Santaella (2019), estética e semiótica encontram-se diretamente relacionadas porque os fenômenos estéticos se manifestam por meio de linguagens e processos comunicativos. Aplicada aos videogames, essa perspectiva permite compreender que imagens, cores, movimentos e sons formam sistemas de significação que orientam a interpretação do jogador.

Um ícone de inventário, uma barra de energia ou uma alteração cromática na tela, por exemplo, não apenas apresentam informações, mas indicam mudanças no estado do jogo e auxiliam as decisões durante o *gameplay*.

Na obra *Mapa do jogo*, Santaella e Feitoza (2009) demonstram que os videogames articulam regras, estruturas simbólicas e referências culturais. As autoras também apresentam o *game designer* como responsável por interpretar repertórios coletivos e transformá-los em elementos significativos no universo do jogo. Desse modo, o design visual não se limita à aparência, pois participa da construção da narrativa, das regras e da experiência interativa. A tese que fundamenta este recorte também utiliza essa perspectiva para analisar o designer como mediador entre referências culturais, sistemas simbólicos e a estrutura do jogo.

Noble e Bestley (2013) defendem que a pesquisa visual deve considerar a audiência, o contexto, a linguagem, a mensagem e os processos de comunicação. No desenvolvimento de jogos, essa abordagem permite investigar referências gráficas, comparar estilos, compreender o público e avaliar como determinadas soluções visuais funcionam durante a interação. A estética passa, portanto, a integrar um processo projetual fundamentado, e não somente uma escolha subjetiva. A obra dos autores aproxima teoria e prática ao abordar semântica, semiótica, identidades visuais e as relações entre designer, público e mensagem.

Essa organização também depende de princípios ergonômicos. Conforme Barreto et al. (2018), o design de interação busca desenvolver sistemas intuitivos e adequados às necessidades do usuário. Nos jogos, a interface constitui o ponto de contato entre jogador e sistema, devendo apresentar legibilidade, consistência e *feedbacks* compreensíveis. Essa leitura dialoga com a técnica Três Etapas do Jogo, na qual as decisões técnicas e estéticas estabelecidas durante a criação passam a atuar diretamente no ato de jogar, por meio das mecânicas, interfaces e respostas apresentadas ao usuário (Richene, 2025).

Psicologia e Percepção Estética

A experiência que os videogames fornecem vai além do design visual. Na Psicologia, há também a preocupação com a forma como estes estímulos são percebidos, processados e avaliados. A compreensão das formas, movimentos e interfaces envolvem processos cognitivos que influenciam a experiência subjetiva que o usuário pode ter durante a gameplay.

Nesse sentido, a teoria da fluência de Reber et al. (2004) propõe que estímulos processados com maior facilidade cognitiva tendem a ser avaliados de maneira mais positiva. Ou seja, uma interface polida não promove somente um maior entendimento das mecânicas do jogo, mas também facilita a apreciação estética dele.

Essa relação é ampliada pelo modelo de julgamento estético descrito por Leder e colaboradores (2004), o qual demonstra que a experiência da gameplay é enriquecida também por fatores relacionados a experiência prévia e memórias do jogador. Assim, evidencia que a vivência estética emerge também de processos cognitivos do jogador.

Considerações Finais

A aproximação entre Design e Psicologia permite compreender que a construção do signo e sua percepção pelo jogador são processos complementares. O Design organiza a informação, define códigos visuais e estabelece condições de uso; a Psicologia analisa como esses estímulos são percebidos, processados e avaliados. Assim, a atratividade estética não depende apenas da qualidade gráfica, mas da coerência entre aparência, significado, função e resposta do usuário.

Conclui-se que a estética visual participa da comunicação e do funcionamento dos videogames, articulando signos, interfaces e respostas do sistema. A integração entre Design e Psicologia amplia a compreensão dessa estrutura

e oferece um recorte que poderá ser aprofundado em pesquisas sobre interfaces, estilos visuais, percepção e continuidade tecnológica nos jogos digitais.

Referências

Barreto, J. dos S., Pasqual Júnior, P. A., Barboza, F. F. M., Saraiva, M. de O., & Frigeri, S. R. (2018). *Interface humano-computador.* SAGAH.

Leder, H., Belke, B., Oeberst, A., & Augustin, D. (2004). A model of aesthetic appreciation and aesthetic judgments. *British Journal of Psychology, 95*(4), 489-508. https://doi.org/10.1348/0007126042369811

Noble, I., & Bestley, R. (2013). *Pesquisa visual: Introdução às metodologias de pesquisa em design gráfico* (M. Bandarra & Scientific Linguagem Ltda., Trads.; 2ª ed.). Bookman. (Trabalho original publicado em 2011)

Reber, R., Schwarz, N., & Winkielman, P. (2004). Processing fluency and aesthetic pleasure: Is beauty in the perceiver's processing experience? *Personality and Social Psychology Review, 8*(4), 364-382. https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0804_3

Richene, G. D. C. (2025). Três etapas do jogo: Uma análise das tecnologias midiáticas dos videogames e suas experiências interativas [Tese de doutorado, Universidade Estadual Paulista (UNESP)]. Repositório Institucional da UNESP. https://hdl.handle.net/11449/318075

Santaella, L. (2019). *Estética & semiótica.* InterSaberes.

Santaella, L., & Feitoza, M. (Orgs.). (2009). *Mapa do jogo: A diversidade cultural dos games.* Cengage Learning.

Desobediências poéticas e narrativas artísticas pós-coloniais na obra "o barco" de Grada Kilomba

Marcela Fernandes
marcela.fernandes@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Juarez Tadeu de Paula Xavier
juarez.xavier@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A artista interdisciplinar, pesquisadora e escritora Grada Kilomba é conhecida por seus trabalhos visuais performáticos que apresentam uma arte e escrita disruptiva, propondo a descolonização da arte e do pensamento contemporâneo. Mulher negra luso-africana, a artista aborda temas que discutem o trauma do colonialismo e como esses traumas afetam o cotidiano das pessoas negras na contemporaneidade. A artista teve sua primeira exposição no Brasil em 2017 na Pinacoteca de São Paulo, intitulada " Desobediências Poéticas" e seu livro "Memórias da Plantação: episódios de racismo cotidiano", escrito em 2008, foi publicado em nosso país somente em 2019. Apesar da chegada tardia de suas produções, é inegável o diálogo entre suas narrativas visuais e teóricas com o cotidiano brasileiro. Estudos críticos recentes revelam a indissociabilidade entre a modernidade e o colonialismo refletido na arte através da valorização de uma arte produzida no eixo europeu e estadunidense, mesmo

que tenham influências de culturas não-brancas, ao mesmo tempo que tratam a arte produzida por esses povos como primitivas e sem complexidade e profundidade teórica e técnica.

Nesse sentido, esse estudo pretende investigar como a artista desafia as bases epistêmicas e estéticas hegemônicas, em um gesto de desobediência poética a partir de sua obra "O barco", exposta no Brasil, mais precisamente na Galeria Galpão no museu a céu aberto Inhotim, na cidade de Brumadinho, Minas Gerais. Trata-se de uma obra escultórica, performática e poética, concebida em 2021 e exposta no Brasil a partir de 2024, onde a artista dispõe 134 blocos de madeira cerimonialmente queimada, organizada num espaço de cerca de 220 m², revelando a arquitetura do fundo de embarcações que sequestravam pessoas na África, levando-as para outros países como corpos africanos escravizados. Uma imagem que revela a crueldade da tecnologia colonial, pensada para comprimir os corpos, submetendo-os a uma violência física e psicológica sem precedentes, onde muitos não suportavam o longo percurso e crueldade a que eram submetidos, ficando no fundo do mar pelo caminho. Ao longo do percurso da instalação, podemos ler o poema escrito pela artista e traduzido para 6 idiomas em letras douradas. Ao fundo da instalação com blocos de madeira, podemos apreciar a video-instalação instituladа "Opera to a Black Venus" (2024), incorporada à instalação principal como o Ato III do projeto "O barco", que contou ainda com o Ato I, com a performance do grupo Ensemble Lisboa e Ato II, com uma performance realizada por artista da região.

Em nossos estudos, utilizaremos como eixo discursivo a proposta de uma arte antirracista, pós-colonial e decolonial, confrontando o constante epistemicídio a que pessoas negras em diferentes campos do conhecimento estão em vulnerabilidade. A metodologia irá circular entre a autoetnografia, metodologia adotada pela artista em seu livro e análise conceitual com estudo de caso, centrado na obra "O barco". Buscamos tensionar as fronteiras entre

narrativas artísticas pós-coloniais e antirracistas propostas por Kilomba frente às narrativas hegemônicas que resistem às mudanças estruturais disruptivas. Argumenta-se através desse estudo, que a obra da artista desafia a colonialidade do saber, das técnicas e dos modos de ver a realidade, propondo uma estética insurgente e que resiste às práticas de violência racial contemporâneas.

Referências

Kilomba, G. (2019). Memórias da Plantação: episódios de racismo cotidiano. Editora Cobogó.

Divino maravilhoso: o *ethos* na interpretação de Gal Costa em um contexto de repressão

Ana Clara Novais Santana de Freitas
ana.novais@univale.br
Universidade Vale do Rio Doce

Roberto Villela Filho
roberto.filho@univale.br
Universidade Vale do Rio Doce

Deborah Luísa Vieira dos Santos
deborah.santos@univale.br
Universidade Vale do Rio Doce

A música é uma manifestação artística que pode reverberar e acompanhar as demandas sociais, quebrando barreiras de tempo e som. No tocante à música brasileira, Galetto (2022, p. 13) explica que sua trajetória vem sendo descrita "a partir de polos culturais, estruturas das organizações política e econômica brasileiras, frutos de cinco séculos das invasões europeias". O autor apresenta que o século XX viu surgir uma indústria cultural que, ainda em fase embrionária, daria os primeiros passos para a construção de uma brasilidade (Galetto, 2022).

No fluxo dessas transformações, Galetto (2022) adverte que o som feito no Brasil representava o interesse de poderes públicos e privados em instaurar essa tal brasilidade, mas seria também "a música da resistência a

tudo isso, das afirmações, das lutas emancipatórias, dos reconhecimentos, das alegrias e também das tristezas" (Galetto, 2022, p. 13). Esse instrumento pode ser capaz de estimular a compreensão do próprio ser na sociedade e, para além dele, atuar na compreensão das demandas sociais de um determinado período.

Se o primeiro parágrafo refere-se ao contexto em que alguém está inserido, o Brasil já foi palco de momentos desafiadores para a música e para a sociedade-ouvinte. Um deles foi a ditadura civil-militar, que teve início em 1964 e durou até 1985, sendo um período marcado pela instabilidade política e por crises econômicas. Durante esses 21 anos, a produção cultural brasileira foi fortemente afetada, o que exigiu habilidade dos artistas na construção de metáforas, códigos e estratégias de redação. Mas não foi o suficiente. "Os compositores viram-se pressionados pelo aparelho repressivo do regime autoritário, e a grande maioria, mais diretamente, pela censura" (Carocha, 2006, p. 194). Em 1968, Gal Costa eternizou a canção "Divino Maravilhoso", cujas intenções fizeram, de alguma forma, um contraponto ao governo de plantão, buscando confrontar esse poder disciplinar.

Na modernidade descrita por Hall (2006), novas perspectivas de identificação surgem, já que há um efeito plural nos sujeitos, tornando-os menos fixos. A música brasileira, por exemplo, enquanto instituição cultural, apresenta identidades nacionais que buscam unificar o povo brasileiro e propor o sentido de uma só nação. Sob o mesmo ponto de vista, a cultura nacional busca "unificá-lo numa identidade cultural, para representá-lo como pertencendo à mesma e grande família nacional" (Hall, 2006, p. 58).

A música, por sua vez, reproduz os costumes, os valores e os símbolos de uma sociedade. Esse elemento, por si só, transforma-se no cotidiano ao enunciar o modo de viver do tempo compartilhado. "A música é permeada pelo seu utilitarismo, mas guarda economia política própria, articulada aos contextos socioculturais de cada época" (Martini, 2020, p. 3). Essa produção

de sentidos em faixas reproduzidas na história pode indicar encontros que só o contexto é capaz de tirar dos bastidores.

Nesse sentido, pretende-se compreender, à luz da Análise de Discurso, entendida como "um conjunto de teorias sobre os usos da linguagem" (Martino, 2018, p. 162), de que maneira Gal Costa desenvolveu uma forma de comunicação engajada contra a ditadura civil-militar brasileira (1964-1985). Para tanto, a análise fundamenta-se no conceito de *ethos* e nos atributos de caráter e corporalidade propostos por Maingueneau (2013). A pesquisa se dá pela busca por incidências de sintonias entre "Divino Maravilhoso", e o momento sociopolítico que solapava liberdades e assolava o país.

A Música Popular Brasileira (MPB), então, pode constituir-se como elemento histórico que viabiliza o entendimento de um determinado contexto por meio de letras, figuras de linguagem, melodias e planos de fundo (Pazello, 2019). Para além disso, Gal Costa personifica o *ethos* de um sujeito dotado de saber e intuição (Maia, 2023). Em "Divino", ela sugere que o ouvinte mantenha-se atento e forte diante do contexto de repressão. O estudo transborda as letras, dispondo os ouvidos nos bastidores e compreende o poder da música, enquanto meio de comunicação, tem de transpassar os sentidos para tocar o ser vivo que a ouve e a produz.

Referências

Carocha, M. L. (2006). A censura musical durante o regime militar (1964-1985). *História: Questões & Debates, 44*, 189-211.

Galetto, U. (2022). Um prefácio entre música e política. Em J. J. da Silva, N. A. Bittencourt, & R. P. Pazello (Orgs.), *Música e política: subsídios para um debate popular* (pp. 13-16). Kotter Editorial.

Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade* (11ª ed.). DP&A.

Maia, T. (2023). *A todo vapor: O Tropicalismo segundo Gal Costa*. Garota FM Books.

Maingueneau, D. (2019). *Análise de textos de comunicação* (M. da Silva, Trad.). Cortez.

Martini, F. G. (2020). *A música como objeto comunicacional* [Trabalho apresentado]. 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), evento virtual, 1-10 de dezembro de 2020. Portal Intercom

Martino, L. M. S. (2018). *Métodos de pesquisa em comunicação: Projetos, ideias, práticas*. Vozes.

Pazello, R. P. (2022). De 1917 pra cá: Uma introdução ao samba de resistência. Em J. J. da Silva, N. A. Bittencourt, & R. P. Pazello (Orgs.), *Música e política: subsídios para um debate popular* (pp. 23-34). Kotter Editorial.

Do texto ao vídeo vertical: as materialidades da crítica musical de "Confessions II" na recirculação do legado de Madonna

Tairine Raquel Santos Martins
tairinersm@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jhonatan Alves Pereira Mata
jhonatan.mata@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Muito além de descrever a experiência sonora, a crítica musical enfrenta o desafio de tornar acessível para público o humano por trás de obras fonográficas (Ross, 2011, p. 8). Em um contexto onde a persona é indissociável de seu trabalho, a análise crítica precisa posicionar o lançamento no arco biográfico e da carreira do artista, confrontá-lo com o restante de seu catálogo, com outros lançamentos do período e com obras de referência da cultura pop (Tavares, 2021, p. 18).

Em um momento onde a crítica musical vem sendo tensionada no formato audiovisual vertical popularizado por plataformas como o TikTok, Madonna lançou seu 15º álbum, "*Confessions II" - sequência de "Confessions on a Dance Floor" de 2005.* O trabalho marca um momento de autorreferencialidade na trajetória da artista que, após mais de quatro décadas circulando e moldando a música pop contemporânea, revisita e ressignifica diferentes

estéticas de uma carreira concebida como registro biográfico, onde acontecimentos de sua vida pessoal são explorados como tema de composições, músicas, videoclipe e até mesmo na construção narrativa de seus espetáculos (Coralis, 2011, p. 107).

Nesse sentido, o atual trabalho tem como questão central: "De que modo a crítica escrita da Rolling Stone Brasil e a crítica em vídeo do G1 inserem "*Confessions II*" na tradição estética da música pop ao estabelecer diálogos com a trajetória discográfica e biográfica de Madonna por meio de recursos específicos das materialidades?" A escolha dos veículos se justifica por representarem pólos das transformações discursivas atuais: a Rolling Stones Brasil, marco referencial na sistematização da crítica de música pop em texto argumentativo longo; e o portal de mídia generalista G1, que tem apresentado a crítica através de audiovisualidades verticais.

Por meio da metodologia de Análise de Conteúdo de Bardin (2016), o corpus foi categorizado e codificado de acordo com as esferas de construção de densidade histórica e referencial: a) Genealogia Discográfica; b) Tradição Estética e Histórica do Gênero; e c) Referências Biográficas.

Assim, os resultados da análise indicam que a crítica da Rolling Stone Brasil e o vídeo do G1 reconstroem a tradição estética de "*Confessions II*" de formas distintas, de acordo com suas respectivas materialidades. No vídeo do G1, a densidade histórica e referencial é construída de modo breve e instantâneo através da inserção de imagens - capas de álbuns, fotos de figuras citadas, trechos de videoclipes e shows - que contextualizam as três esferas de forma sensorial combinada com a fala da jornalista, que estabelece conexões conceituais e temporais, articulando as referências em uma narrativa crítica coerente. As imagens atuam como atalhos cognitivos ancorados em significado cultural e biográfico; a fala, por sua vez, organiza e orienta a percepção do espectador. O resultado é um formato que, em poucos segundos, aborda o novo lançamento e o inscreve em uma genealogia primária.

Por outro lado, o texto da Rolling Stone apresenta uma crítica documental fortemente embasada na trajetória da artista, onde a escrita permite uma costura histórica aprofundada, com abordagem evocativa e robusta. A densidade histórica e referencial é construída partir da contextualização cronológica que passa pelas três esferas: com a tradição discográfica sendo aprofundada para outros álbuns além do "*Confessions*" de 2005; a tradição estética e histórica sendo costurada dentro da própria trajetória e legado de Madonna; assim como as referências biográficas são cruzadas com os temas das faixas e estéticas sonoras. Dessa forma, o teor literário característico do texto permite uma fundamentação contextual mais densa da crítica em uma espécie de biografia musical, assim como a obra analisada. Conclui-se, então, que enquanto a escrita preserva o legado de Madonna como um documento histórico intertextual, o audiovisual o reafirma como uma experiência iconográfica imediata.

Referências

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Coralis, P. (2011). Um rosto tão conhecido quanto o nosso próprio: a construção da imagem pública e da idolatria a Madonna. *Comunicação & Cultura,* (12), 99-115.

g1 [@g1]. (2026, março 7). *É A RAINHA! - Este texto é uma resenha crítica - por @goraduerra*. [Vídeo]. TikTok. https://www.tiktok.com/@g1/video/7658320601387486465?q=g1%20madonna%20confessions&t=1784088292853

Sheffield, R. (2026, julho 3). Madonna encontra um groove ininterrupto em seu melhor álbum em 20 anos. *Rolling Stone.* https://rollingstone.com.br/musica/confessions-ii-e-o-melhor-album-de-madonna-em-20-anos

Ross, A. (2011). *Escuta só: do clássico ao pop*. Companhia das Letras.

Tavares, J. E. (2021). *A crítica musical na era do consumo digital: um estudo sobre os sentidos da crítica à música popular* [Dissertação de Mestrado, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo].

Estética, videoarte e IA generativa: o caso Origin (2024)

Regilene Aparecida Sarzi-Ribeiro
regilene.sarzi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

O artista, cineasta e curador inglês Rich Klein relata que entre os anos de 2019 e 2021 quando as ferramentas de IA geravam apenas imagens e ainda não existiam modelos de conversão de texto em vídeo, alguns artistas pioneiros improvisaram maneiras de fazer a inteligência artificial (IA) gerar imagens em movimento. Os métodos envolviam "quadro a quadro, zoom a zoom, comando a comando. Esses experimentos lançaram as bases estéticas e técnicas para tudo o que veio depois" (Klein, 2026). Entretanto um ano depois, em 2022, a OpenAI lançou o ChatGPT que é um marco na massificação da inteligência artificial generativa, visando promover consumo e abrir mercado. Com esse lançamento surgiram diferentes plataformas de inteligência artificial generativa para geração de vídeo e também os *deep fakes* e vídeos falsos, que crescem de forma assustadora escancarando os problemas éticos que envolvem desde direitos autorais até o uso indevido de imagens e vozes alheias.

A pesquisa surgiu da observação desse fenômeno e da constatação da apropriação da IA generativa por artistas do vídeo (Sarzi-Ribeiro & Bressanin, 2023) que buscam se posicionar criticamente frente ao cenário atual de automatização dos processos criativos. Para refletir sobre o papel da Arte

no debate sobre vídeo e IA generativa (Sarzi-Ribeiro & Veiga 2026), considerando que o uso indiscriminado, automatizado e inconsequente tem impacto no setor criativo e na produção artística (Sarzi-Ribeiro & Sedeño-Valdellós, 2024), o objetivo da pesquisa foi investigar como os artistas estão utilizando a IA generativa para tecer críticas à própria tecnologia, tendo o vídeo como meio de expressão e conscientização dos desafios éticos intrínsecos ao uso da IA generativa no campo da produção de imagens sintéticas na arte do vídeo. A metodologia foi composta de uma pesquisa qualitativa e exploratória que mapeou obras de arte em vídeo entre os anos de 2020 e 2024, coletou dados iconográficos e videográficos, descreveu as obras em seu contexto cultural e analisou um conjunto de cinco (05) obras à luz do regime estético do filósofo contemporâneo Jacques Rancière.

Neste artigo, será apresentado uma das análises realizadas. Trata-se da análise do regime estético da obra em vídeo Origin (2024) do artista chinês David Chang. A videoarte foi realizada com as ferramentas de inteligência artificial Midjourney, Runway, Krea, e Luma Dream Machine e é resultado de um longo processo de curadoria e correções de *prompts* até atingir o conceito buscado pelo artista. A obra desafia as percepções convencionais de arte do vídeo e da narrativa videográfica ao promover uma exploração dinâmica, não linear e visualmente impactante da relação, em evolução, entre a humanidade, a natureza e a tecnologia. A videoarte em questão é marcada por uma estética do grotesco, resultante da fusão e mutabilidade das imagens em movimento geradas por técnicas como efeito *morphing* e remixabilidade profunda (Manovich, 2005).

Os resultados demonstram que o regime estético (Rancière, 2023) no vídeo Origin é responsável por instaurar uma experiência estética que atua sobre a percepção do espectador através de formas ambíguas e contraditórias, que visam expressar a simbologia do avanço da vida, do surgimento do homem, o processo civilizatório, a chegada da tecnologia, os impactos sobre

o planeta e as maneiras de reintegração com a natureza, a partir da tecnologia. O vídeo narra, através do regime de visibilidade, um processo que o próprio homem terá que descobrir e tomar consciência. A análise do regime ético revela que o modo de ser das imagens se traduz em um *ethos* que concerne à origem e as formas de preservação da vida. A relação entre a temporalidade do enquadramento e a temporalidade do corte, traços estruturais da linguagem videográfica, projeta uma composição em fluxo com velocidade moderada, favorecendo uma experiência sensível e contaminada pela ação de imagens pensativas (Rancière, 2012). No vídeo Origin, o regime estético rompe com o regime de representação e com o regime ético para instaurar o trabalho das imagens (Rancière, 2021) e a partilha do sensível (Rancière, 2009), conforme a análise demonstra (Rancière, 2023).

Referências

Klein, R. (2026). *A Visual History of AI Film & Video* [Plataforma digital]. https://aifilmhistory.org/

Manovich, Lev. (2005). *Remixability and Modularity*. https://manovich.net/content/04-projects/050-remixability-and-modularity/43_article_2005.pdf

Rancière, J. (2009). *A Partilha do Sensível. Estética e política*. Editora 34.

Rancière, J. (2012). *O Espectador Emancipado*. Martins Fontes.

Rancière, J. (2021). *O Trabalho das Imagens*. Editora Chão da Feira.

Rancière, J. (2023). *Mal-estar na estética*. Editora 34.

Sarzi-Ribeiro, R. A., & Bressanin, M. (2023). Inteligência Artificial, Arte e Tecnologia: Visualidades, Audiovisualidades e Sonoridades. Em J. P. Albino, & V. C. P. N. V. Valente (Orgs.), *Inteligência artificial e*

suas aplicações interdisciplinares (1a. ed. Vol 1. pp. 157-177). E-Publicar. https://doi.org/10.47402/ed.ep.c2023210310201

Sarzi-Ribeiro, R. A., & Sedeño-Valdellós, A. (2024). Vídeo experimental y procesos creativos con inteligencia artificial: algunas obras de Ben Bogart. *AusArt, 12*(1). 257-265. https://doi.org/10.1387/ausart.25813

Sarzi-Ribeiro, R. A., & Veiga, P. A. (2026). Performatividade videográfica e IA generativa: por um estudo da arte generativa na obra de Alexandre Rangel e Pedro Alves da Veiga. *ARJ - Art Research Journal: Revista de Pesquisa em Artes, 13*(1), 01-14. https://doi.org/10.36025/arj.v13i1.39142

Imaginários e resistência: inteligência artificial, criatividade e recepção nas obras de Mayara Ferrão

Eli Borges Junior
eli.borges@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

André Filippe Oliveira de Paula
andrefilippe.oliveira@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

A sociedade contemporânea está profundamente atrelada a um ecossistema de arquiteturas online, consolidando o que se define como sociedade da plataforma (Van Dijck et al., 2018). Embora as empresas de tecnologia tendam se posicionar estrategicamente como intermediárias neutras, suas estruturas são automatizadas por algoritmos que respondem a modelos de negócios de interesses privados, distanciando-se de qualquer postura de isenção política (Gillespie, 2010). Para compreender essas dinâmicas de poder, torna-se fundamental acionar a teoria dos imaginários sociotécnicos (Jasanoff & Kim, 2009). Segundo Jasanoff (2015), esses imaginários configuram visões coletivas de futuros desejáveis, evidenciando que a inovação não se desenvolve no vazio, mas atua como um motor normativo que embute crenças e relações de força da cultura em que foi concebida. No ambiente das infraestruturas digitais, isso se desdobra nos imaginários algorítmicos (Bucher, 2017), demonstrando que

a relação diária com a máquina é um espaço vivo de constante negociação simbólica (Winques, 2022).

Longe de operarem de forma isenta, os algoritmos frequentemente incorporam e ocultam vieses estruturais. Pesquisadoras como Benjamin (2019) e Noble (2018) demonstram que essas plataformas promovem uma discriminação algorítmica real. Elas materializam ansiedades raciais por meio de uma imaginação carcerária (Benjamin, 2020), privilegiando a branquitude hegemônica enquanto marginalizam ou invisibilizam identidades racializadas. Consequentemente, as redes plataformizadas tornam-se campos de batalha onde imaginários dominantes colidem cotidianamente com a existência e os afetos de corpos dissidentes (Ricaurte, 2023; Silva, 2020).

Sob a lente da microfísica do poder, compreende-se que as plataformas operam como novos dispositivos produtores de normatividades (Foucault, 1979). Contudo, o próprio Foucault (1979) postula que a resistência é imanente e coextensiva ao poder, devendo ser igualmente inventiva e produtiva. É a partir dessa premissa que ativistas e artistas exercem desobediência epistêmica nas redes (Ricaurte, 2023). Ao injetarem vivências afrodiaspóricas nos sistemas, esses sujeitos operam de baixo para cima, hackeando códigos excludentes para forjar novas ferramentas de libertação (Silva, 2020).

Define-se, então, uma chave metodológica fundamental para a estruturação deste estudo: a ótica da resistência, compreendida como uma força intrínseca às próprias redes do dispositivo (Foucault, 1979), atua como lente teórica neste resumo expandido, para identificar as táticas de subversão no ecossistema digital, em vista de futuros desejáveis, animados por compreensões compartilhadas de formas de vida social e de ordem social, alcançáveis por meio de avanços na ciência e na tecnologia (Jasanoff & Kim, 2009).

Para investigar essas dinâmicas sociotécnicas, esta pesquisa analisa as tensões discursivas geradas pelas obras da artista visual Mayara Ferrão. O corpus analítico é composto por cinco postagens extraídas de suas redes

sociais que desencadearam controvérsias e embates éticos. A seleção ocorreu por amostragem por conveniência (Martino, 2018). O estudo adota uma abordagem qualitativa, estruturada a partir de análise de conteúdo (Bardin, 2011), visando desvendar os significados por trás das reações do público diante da subversão algorítmica.

Mayara Ferrão utiliza Inteligência Artificial (IA) generativa para criar narrativas visuais decoloniais que centralizam a memória de mulheres negras e populações indígenas (Silva e Sousa, 2024). Ao criar suas obras a partir da representação da pluralidade de corpos dissidentes, a artista confronta o preconceito e o racismo algorítmico, transformando a máquina em um dispositivo ativo de resistência (Silva, 2020) forçando os bancos de dados, historicamente treinados sob matrizes eurocentradas.

Ferrão adota uma postura de transparência, autodeclarando o uso de IA em seu processo criativo (Silva e Sousa, 2024). Contudo, a capacidade da tecnologia de simular a estética fotográfica provoca um choque de imaginários (Jasanoff & Kim, 2009). Ao analisar o corpus deste estudo, mapeou-se uma recepção predominantemente positiva em relação às obras e ao seu processo. Contudo, manifestações de hostilidade surgiram por parte de alguns receptores assim que essa mediação algorítmica foi descoberta. O tensionamento culmina no que Silva (2020) define como microagressões digitais, que, mapeadas, evidenciaram uma recusa velada em aceitar a validade do trabalho da artista e o seu domínio em espaços de privilégio tecnológico.

Conclui-se que a inserção da inteligência artificial no circuito artístico reconfigura a criação em um tenso campo de batalha político e ético (Foucault, 1979). Ao subverter a caixa preta das plataformas digitais, Mayara Ferrão demonstra que a apropriação tecnológica crítica denuncia os vieses algorítmicos de forma feroz e fluida, além de atuar como uma estratégia essencial de emancipação, sobrevivência e resistência afrodiaspórica.

Referências

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo* (L. A. Reto & A. Pinheiro, Trads.). Edições 70.

Benjamin, R. (2019). *Race after technology: Abolitionist tools for the new jim code*. Polity.

Benjamin, R. (2020). Retomando nosso fôlego: Estudos de Ciência e Tecnologia, Teoria Racial Crítica e a imaginação carcerária. Em T. Silva (Org.), *Comunidades, Algoritmos e Ativismos Digitais: Olhares afrodiaspóricos* (pp. 12-24). LiteraRUA.

Bucher, T. (2017). The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society, 20*(1), 30-44.

Foucault, M. (1979). *Microfísica do Poder* (R. Machado, Org. e Trad.). Edições Graal.

Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms'. *New Media & Society, 12*(3), 347-364.

Jasanoff, S. (2015). Future Imperfect: Science, Technology, and the Imaginations of Modernity. Em S. Jasanoff & S.-H. Kim (Eds.), *Dreamscapes of modernity: sociotechnical imaginaries and the fabrication of power* (pp. 1-35). The University of Chicago Press.

Jasanoff, S., & Kim, S.-H. (2009). Containing the Atom: Sociotechnical Imaginaries and Nuclear Power in the United States and South Korea. *Minerva, 47*(2), 119-146.

Martino, L. M. S. (2018). *Métodos de Pesquisa em Comunicação: projetos, ideias, práticas.* Vozes.

Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression: How search engines reinforce racism.* New York University Press.

Ricaurte, P. (2023). Epistemologias de dados, colonialidade do poder e resistência. *Revista Dispositiva, 12*(22), 6-26.

Silva, T. (Org.). (2020). *Comunidades, Algoritmos e Ativismos Digitais: Olhares afrodiaspóricos*. LiteraRUA.

Silva e Sousa, F. (2024). Album of deforgetfulness. *Revista ZUM.* Instituto Moreira Salles.

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World.* Oxford University Press.

Winques, K. (2022). Imaginários algorítmicos: reflexões a partir de um estudo de recepção de matriz sociocultural. *Fronteiras - estudos midiáticos, 24*(2), 2-13.

Imersão importada: realismo capitalista e a colonização cinematográfica do imaginário sonoro nas mesas de RPG

Rafael Machado Saldanha
rafael.saldanha@ufrr.br
Universidade Federal de Roraima

Thales Eduardo Soares Martins
thalesemartins@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Os game studies desenvolveram, ao longo das duas últimas décadas, um vocabulário robusto para descrever a colonização do jogo pelo capital, concentrado sobretudo no registro infraestrutural: a plataformização, a datificação e a precarização do trabalho lúdico. Esse diagnóstico, contudo, apresenta um ponto cego estrutural: por depender da plataforma como objeto de análise, tende a localizar a colonização exatamente onde a infraestrutura é mais visível, deixando em aberto o que ocorre nos espaços lúdicos que ela não alcança. Este trabalho desloca o foco desse registro infraestrutural para um segundo registro, estético e imaginário, e sustenta que a colonização do jogo é mais nítida, e não menos, justamente onde a plataforma está ausente. Para isso, recorre-se à noção de realismo capitalista de Fisher (2020), definida não como um conjunto de conteúdos, mas como uma atmosfera difusa que delimita o horizonte do que se consegue imaginar e desejar. A mesa de

RPG analógico, espaço lúdico entre os menos plataformizados que ainda existem - oral, amador, sustentado por improviso e colaboração -, oferece o caso-prova ideal para testar essa tese, precisamente por sua resistência ao registro infraestrutural.

Método

Analisam-se dados de um levantamento com 160 praticantes brasileiros de RPG de mesa sobre o uso de música em suas sessões, cujos resultados preliminares foram apresentados anteriormente pelos mesmos autores (Saldanha & Martins, 2024). O instrumento, autoaplicável, foi divulgado por amostragem em 'bola de neve' (Coleman, 1958) e aplicado em março de 2024. A análise combina estatística descritiva sobre prevalência, curadoria e diegese, e categorização temática das respostas abertas sobre a importância atribuída à música.

Resultados e Discussão

Entre os mestres, o uso de música é regra: 77,3% a empregam sempre ou quase sempre, e a paleta sonora converge fortemente para uma estética orquestral e cinematográfica - a música orquestral é isoladamente o gênero mais frequente, e os compositores citados espontaneamente são, sobretudo, autores de trilhas de cinema e videogame, como Howard Shore e Hans Zimmer. Quando questionados sobre influências externas, 74% declaram sofrê-las, apontando filmes e séries em primeiro lugar. A execução é majoritariamente não diegética - os jogadores ouvem o que seus personagens não ouvem -, replicando a lógica da música incidental do audiovisual. Nas respostas abertas, 'imersão' organiza isoladamente o campo semântico, aparecendo em 58 das 100 respostas, frequentemente comparada de modo espontâneo à função de uma trilha cinematográfica. O conjunto desses achados sugere que a mesa, embora soberana em suas escolhas e livre de qualquer dispositivo de captura,

importa por padrão a gramática afetiva da indústria audiovisual - e que essa convergência, mais do que preferência de gosto, é sintoma de um horizonte estético já colonizado.

Considerações Finais

O argumento aqui defendido é que a colonização do jogo possui um registro estético-imaginário que antecede e excede o infraestrutural, tornando-se mais visível, e não menos, à medida que a plataforma recua. A ausência de dispositivo de extração de dados não liberta o imaginário lúdico: apenas evidencia que a colonização já ocorrera em um nível anterior, o do desejo e da imaginação. Como desdobramento, propõe-se investigar práticas que escapam a esse padrão - mesas que operam exclusivamente com som diegético ou que cultivam repertórios deliberadamente avessos ao audiovisual industrial -, bem como estender a pergunta a outros espaços lúdicos pouco plataformizados.

Este trabalho fez uso de Inteligência Artificial Generativa (*ChatGPT 5.5* e *Claude Opus 4.8*) para tradução de textos em língua estrangeira, revisão e organização do texto final. A responsabilidade integral pelo conteúdo, pela argumentação e pelas escolhas teóricas e metodológicas é exclusiva dos autores.

Referências

Coleman, J. S. (1958). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Human Organization, 17*(4), 28-36.

Fisher, M. (2020). *Realismo capitalista: É mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo?* Autonomia Literária.

Saldanha, R. M., & Martins, T. E. S. (2024). *O som dos dados: O uso de música como elemento criador de imersão em jogos de RPG de mesa* [Trabalho apresentado]. Anais do 12º Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Música (MUSICOM). Rede de Pesquisadores em Mídia e Música Popular.

O Kitsch no vídeo generativo: marca de autoria e tipologia de conteúdos virais

Tiago Nunes Severino
tiago.severino@ifnmg.edu.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Regilene A. Sarzi-Ribeiro
regilene.sarzi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Abraham Moles (2012, p.40) explica que a palavra Kitsch tem origem alemã. Em seu uso antigo, falava-se em *Kitschen*, que quer dizer "fazer móveis novos com velhos". Em uma tradução literal, o termo tem relação com a ideia de vender algo. As duas aplicações têm relação com o seu uso na atualidade. O Kitsch adquiriu tom pejorativo por remeter a uma farsa ou corrupção do autêntico. É como uma cópia mal ajambrada de algo feita para ser vendida.

Moles dá um exemplo dessa perda da originalidade: "as cores hiperbólicas da Torre Eiffel possuem uma grandeza assintótica, uma vez transformada em miniatura inofensiva com peso de papéis, reduz-se ao sabor amável de curvas harmoniosas" (Moles, 2012, p. 32). Na miniaturização preserva-se os aspectos mais reconhecíveis, mas os demais são transformados para caber dentro de uma proposta comercial.

Ao se referir sobre o cenário da arte, Olivier (2003) afirma que o Kitsch passou a ocupar um espaço importante na cultura midiática. Para ele,

o Kitsch exerce uma função não somente estética, mas também política ao anestesiar o espectador com emoções pré-fabricadas transmitidas pela televisão ou cinema. Em vez de provocar reflexões, essas imagens favorecem o que o autor chama de 'autofruição', apenas o desejo do consumo rápido e imediato do conteúdo. Para isso, as obras seguem uma fórmula baseada em sentimentalismo, espetacularização e melodrama.

De olho nos aspectos que envolvem a cultura contemporânea, este trabalho ocupa-se de analisar a presença do Kitsch em vídeos gerados por Inteligência Artificial (IA), em especial aqueles que alcançaram o status de viral em mídias sociais. Desde 2022, com a disseminação de ferramentas de IA para o grande público, questões como autoria, criatividade, originalidade estão em pauta. Vendidos como inovadores, esses vídeos têm elementos recorrentes que podem ser associados ao Kitsch como excesso de efeitos visuais, iluminação e textura dramáticas, narrativa sentimental e são distribuídos para gerar impacto emocional no público e produzir engajamento.

Na discussão sobre os aspectos éticos ligados à IA, o trabalho tem como referência a obra *Inteligência Artificial: funcionamento e desafios á ética, às crenças e à existência humana*, de Luiz Cláudio Costa (2026). Um dos pontos discutidos pelo autor é a ideia de que esses ditos sistemas inteligentes 'aprendem'. Segundo Costa, a máquina não vive o mundo com o corpo. Enquanto, o humano mobiliza o cérebro, os sentidos e a experiência para criar, a IA não intui e não compreende. O aprender é fundado em padrões estatísticos e com base na replicação de padrões.

A pesquisa fez a análise de vídeos gerados por IA publicados nas plataformas Instagram, X e TikTok. O corpus foi constituído por obras que abordam a guerra entre Irã e Estados Unidos. O tema foi escolhido por sua atualidade e relevância política. Foram selecionados vídeos publicados em contas oficiais dos dois governos e em perfis independentes que alcançaram

mais de 100 mil visualizações. Buscou-se identificar se há nesses conteúdos elementos estéticos associados ao Kitsch.

De um total de 14 vídeos analisados, dois foram descartados por não estarem em consonância com a estética kitsch preceituada por Moles. Nos demais, observaram-se as seguintes características em comum: 1) tom sentimental e heróico como uma luta do bem versus o mal; 2) elementos de cena exagerados ou, por vezes, fantasiosos; 3) saturação e texturas que reforçam a artificialidade; 4) trilha, narração e efeitos sonoros que intensificam o apelo emocional.

Em relação às Tipologias da Estrutura do Kitsch de Moles (2012), foram observados os seguintes aspectos: a) inadequação: os vídeos ressaltam o poder bélico com o uso de armas futuristas e exageradas; b) Acumulação: as cenas que mostram movimentações militares são formadas por uma quantidade enorme de pessoas, robôs e armamentos, quase sempre irreais e fantasiosos; c) Sinestesia: a música é intensa e quando há narração, o texto em off parece que foi gravado aos gritos. Nos vídeos com histórias curtas, os efeitos sonoros são estridentes; d) meio-termo: os vídeos buscam atender uma finalidade discursiva que pode ser vender um lado como vitorioso ou audaz; e) Conforto: os vídeos não têm teor informativo. A função deles não é dizer ao público o que ocorre no conflito, mas demonstrar uma visão salvadora e ufanista de um dos lados.

Referências

Boden, M. (2020). *Inteligência Artificial: uma brevíssima introdução*. Editora Unesp.

Coeckelbergh, M. (2023). The Work of Art in the Age of AI Image Generation: Aesthetics and Human-Technology Relations as Process and Performance. *Journal of Human-Technology Relations*, *1*(1), 1-13. https://doi.org/10.59490/jhtr.2023.1.7025

Costa, L. C. (2026). *Inteligência Artificial: Funcionamento e desafios à ética, às crenças e à existência humana*. Vozes.

DiResta, R., Reddy, A., & Goldstein, J. A. (2024, April 24). From shrimp Jesus to fake self-portraits, AI-generated images have become the latest form of social media spam. *Nieman Lab*. https://www.niemanlab.org/2024/04/from-shrimp-jesus-to-fake-self-portraits-ai-generated-images-have-become-the-latest-form-of-social-media-spam/

Guedes, C. (2025). *Narrativas para se deixar levar: O Kitsch, o sentimentalismo e as comédias românticas* [Dissertação de Mestrado, Universidade de Passo Fundo]. https://repositorio.upf.br/handle/123456789/9679

Moles, A. A. (2012). *O kitsch*. Perspectiva.

Olivier, B. (2003). Kitsch and contemporary culture. *South African Journal of Art History*, 94-103. https://www.researchgate.net/publication/316787373_Kitsch_and_contemporary_culture

Tullis, J. (2025). Sifting Through the Slop: How Generative AI Created a Market for Lemons for Text-Based Works. *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.5266660

Sobreposições: a potencialidade da mídia experimental na arte do vídeo contemporâneo

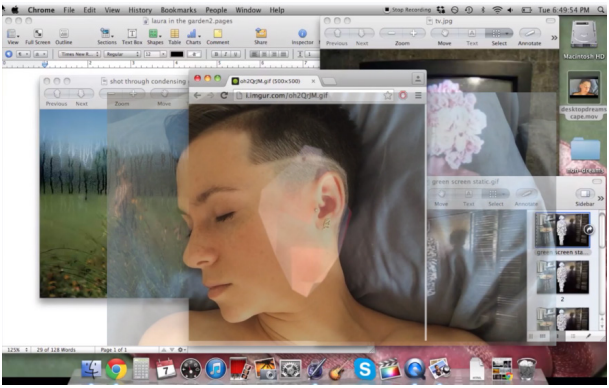
Maria Fernanda Paro Rodrigues de Souza
maria.paro@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Eduardo de Almeida Miotto
eduardo.miotto@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Regilene Sarzi-Ribeiro
regilene.sarzi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Em *Desktop Dreamscape*, a artista Laura Houlberg utiliza a interface computacional para criar uma espacialidade semelhante ao que encontramos no onírico. A imagem principal do vídeo é a própria artista, que se apresenta pela *webcam* deitada em uma cama através de uma janela aberta no computador em opacidade baixa e de olhos fechados, oscilando os movimentos do rosto durante a totalidade da obra. Em conjunto, novas janelas são abertas no computador, sobrepostas ao vídeo da artista ou sendo sobrepostas pelo próprio vídeo da câmera de Laura. As janelas abertas são diversas: imagens do acervo pessoal da artista, trechos de poemas ou outros arquivos audiovisuais encontrados na internet.

Figura 1. *Desktop Dreamscape*



Nota. Captura de tela de *Desktop Dreamscape*, por Laura Houlberg, 2015, Vimeo.

Em Arte e Mídia (2010), Arlindo Machado destaca a importância do diálogo estético e poético entre o artista e o suporte escolhido para realização da obra - principalmente em um contexto contemporâneo, em que existe a subversão do tecnológico para o fazer artístico. Dessa forma:

> A perspectiva artística é certamente a mais desviante de todas, uma vez que ela se afasta em tal intensidade do projeto tecnológico originalmente imprimido às máquinas e programas que equivale a uma completa *reinvenção* dos meios. (Machado, 2010, p.13)

Tendo se estabelecido a ligação entre a importância do meio, o artista e as poéticas que transitam a feitura de uma obra, cabe inserir *Desktop Dreamscape* (Houlberg, 2015) e as escolhas estéticas da artista nesse contexto. Houlberg construiu essa experiência a partir dos mecanismos de sobreposição entre janelas de um sistema operacional inteiro, de forma a corroborar integralmente com a poética da obra, quase como uma viagem ao subconsciente fragmentado e projetado a partir de imagens e sentimentos. Ao utilizar a área de trabalho do computador como uma tela de projeção, a artista cria um espelho metafórico de

memórias e significações, redescobrindo a interface virtual em prol de um retrato audiovisual lúdico. O conceito de se sobrepor (imagens, narrativas, linguagens, mídias e estéticas distintas) especificamente dentro do meio digital, dá espaço ao que se entende pela subversão de uma ferramenta semiótica antes ligada ao utilitário e pragmático, em um contexto maquinário tecnológico (Machado, 2010)

Ainda percorrendo o espaço em que o vídeo ocupa no contemporâneo, ferramentas específicas do digital aparecem como determinantes no efeito criado pelo campo experimental na arte digital Experiências que dialogam com o *video mapping,* por exemplo, aparecem muito ligadas a esta técnica: há, substancialmente, a conexão entre imagem e superfície pela sobreposição do vídeo. Nesse processo, o artista faz com que a tela não seja mais um objeto pré-determinado, se tornando absolutamente qualquer espaço em que possa ser sobreposto pela luz da imagem. Assim:

As formas de registro (fotografia, cinema e vídeo) têm um papel singular na arte contemporânea: sua condição de registro expõe a impermanência e a efemeridade da experiência artística. Não se trata de guardar (conservar) um evento através de uma fotografia, filme ou vídeo, mas, criar dispositivos de transmediação (inscrição, diferenciação e deslocamento), vinculados ao corpo (ações e performances) ou a ambientes (paisagem, natureza, galerias, museus e espaços urbanos) (Sarzi-Ribeiro, 2018).

Desta forma, o presente trabalho visa investigar a técnica da sobreposição no audiovisual contemporâneo, a partir do estudo de obras de arte que se originam tanto no digital quanto no mundo físico (como no caso das intervenções urbanas em *video mapping* ou em videoinstalações), a fim de destacar a ligação entre essa ferramenta estética e o vídeo experimental no campo da arte.

Referências

Machado, A. (2010). *Arte e Mídia*. Zahar.

Houlberg, L. (2015, novembro 24). *Desktop Dreamscape* [Vídeo]. Vimeo. https://vimeo.com/146853911?autoplay=1&muted=1&stream_id=Y2xpcHN8MTc3NDUxNDN8aWQ6ZGVzY3xbXQ%3D%3D

Sarzi-Ribeiro, R. (2018). *Arquiteturas espaço-temporais e o entre meios no efeito cinema na arte contemporânea* [Trabalho apresentado]. Anais do #17.ART • 17º Encontro Internacional de Arte e Tecnologia (p. 316-321).

Visualidade e processos de midiatização da iconografia do cerrado paulista: estado da arte e potenciais criativos

Liene Nunes Saddi
lienesaddi@gmail.com
Faculdades Integradas de Bauru

Regilene Aparecida Sarzi-Ribeiro
regilene.sarzi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Considerando o problema da escassez de registros iconográficos do cerrado paulista durante o período de ocupação dos *sertões paulistas*[1], bem como o impacto desta lacuna na construção dos imaginários e pressão ambiental sobre este bioma, este trabalho tem como objetivo mapear e discutir o estado da arte em relação aos tratamentos desta iconografia, propondo um olhar interdisciplinar entre as Artes, a Comunicação e a Ecocrítica.

O problema de pesquisa surge da necessidade de investigar a rara ocorrência iconográfica de registros do cerrado paulista entre os séculos XIX e XX, assim como as práticas discursivas visuais que podem ter culminado na negligência sistemática em relação a este bioma, listado como um dos vinte e cinco hotspots para a conservação em escala global (Myers et al., 2000), termo

1. Sobre a ocupação do oeste paulista entre o final do século XIX e início do século XX e a definição de *sertão* paulista, ver Losnak (2017).

utilizado para indicar áreas de rica biodiversidade que necessitem de atenção urgente. Mesmo passando por essa categorização, o cerrado, responsável pela reposição de aquíferos e manutenção do fluxo hidrográfico (Salmona et al., 2023) ainda não tem o olhar prioritário da comunidade nacional e internacional em ações e campanhas - se compararmos com a visibilidade a espaços florestais como a Amazônia, por exemplo (Damasco et al., 2018).

Para o levantamento iconográfico, foram consultados o acervo virtual Brasiliana Iconográfica (Instituto Moreira Salles / Instituto Itaú Cultural / Fundação Biblioteca Nacional / Pinacoteca de São Paulo) (https://www.brasilianaiconografica.art.br), a plataforma virtual Museu do Cerrado (Universidade de Brasília) (https://museucerrado.com.br), a base cartográfica Atlas dos Viajantes do Brasil (BBM-USP) (https://viajantes.bbm.usp.br/) e os relatórios da Comissão Geográfica e Geológica do estado de São Paulo (CGG-SP) produzidos entre 1886 e 1931. Dentre os achados, destaca-se que o primeiro documento a conter ocorrências fotográficas do cerrado no centro-oeste paulista é o "Relatório de Exploração dos rios Feio e Aguapehy", produzido pela CGG-SP em 1905, ano da inauguração da primeira linha férrea em Bauru. Antes disso, as representações dos 'campos cerrados'[2] feitas por naturalistas como Carl Friedrich Philipp von Martius (1794-1868) e artistas como Miguelzinho Dutra (1812-1875) durante o século XIX contemplam territórios como São Paulo, Mogi das Cruzes, Lorena e Piracicaba, considerando se tratar de período que antecede a ocupação sistemática do sertão do estado.

Nesse contexto, observa-se que o registro iconográfico realizado pelas expedições da CGG-SP é feito de forma esparsa e sem sistematização, em lógica distinta dos registros botânicos das expedições naturalistas brasileiras. Para a CGG, a concepção de "riqueza e prosperidade do Estado" (Comissão, 1905, p. 10) está diretamente relacionada ao potencial de exploração de suas

2. Uma das fitofisionomias do bioma cerrado, considerando sua diversidade de formações (Ribeiro et al., 2008).

terras. Não há qualquer menção a atributos como ‘beleza’ ou ‘grandiosidade’ da paisagem, terminologias presentes nas expedições empreendidas em biomas florestais.

Ainda que os registros naturalistas estivessem também atrelados à lógica colonialista e à tradição pictórica de tendência ‘classicizante’ de paisagem (Mattos, 2004), acreditamos que a escassez da presença desta visualidade nos processos de midiatização seja um dos motivos pelos quais o sertão paulista não passou por uma construção simbólica e afetiva com sua paisagem, o que se reflete também na produção poética contemporânea. A ideia de que uma certa ausência do que chamamos aqui de apelo estético do cerrado impactaria nas relações de documentação e preservação do bioma já tem presença no campo das Ciências Biológicas (Cavassan, 2013; Sonsin et al., 2016), mas ainda é pouco discutida nos campos da Comunicação e das Artes. Na pesquisa em poéticas, destaca-se a produção do artista visual Daniel Caballero, que realiza desde 2015 processos integrando arte e recuperação de espécies nativas do cerrado em áreas urbanas da capital paulista (Caballero, 2025).

No que diz respeito à discussão e tratamento dos arquivos iconográficos de vegetação e paisagem do período de ocupação do interior paulista, não foram localizados registros no corpus pesquisado. Assim, ao confirmarmos tanto a escassez iconográfica quanto lacunas na literatura, oportunizamos futuros diálogos reflexivos e a inserção desta visualidade nos processos de midiatização contemporâneos, haja vista a urgência de preservação de bioma essencial para a segurança hídrica do estado de São Paulo.

Referências

Acervo Histórico do Instituto Geológico. (s.d.) *Boletim da Commissão Geographica e Geologica (CGG-SP)*. Secretaria de Meio Ambiente, Infraestrutura e Logística do Estado de São Paulo. https://www.infraestruturameioambiente.sp.gov.br/institutogeologico/publicacoes/boletim-cgg

Caballero, D. (2025). *Cerrado Infinito. Guia de campo*. https://www.cerradoinfinito.com.br

Comissão Geographica e Geologica de São Paulo. (1905). *Relatório da Comissão Geographica e Geologica - CGG: Exploração dos rios Feio e Aguapehy (extremo sertão do estado)*. Typographia Brazil de Rothschild & Co.

Damasco, G., Fontes, C., Françoso, R., & Haidar, R. (2018) The Cerrado Biome: A Forgotten Biodiversity Hotspot. *Frontiers for Young Minds, 6*. https://doi.org/10.3389/frym.2018.00022

Losnak, C. J. (2017). Territorialidades do oeste de São Paulo: transformações e interpretações. *História (São Paulo)*, *36*(e13), 1-31. https://doi.org/10.1590/1980-436920170000000013

Mattos, C. V. (2004). A pintura de paisagem entre arte e ciência: Goethe, Hackert, Humboldt. *Terceira margem, 8*(10), 152-169.

Myers, N., Mittermeier, R., Mittermeier, C., Fonseca, G., & Kent, J. (2000). Biodiversity hotspots for conservation priorities. *Nature*, *403*, 853-858. https://doi.org/10.1038/35002501

Ribeiro, J. F., Sano, S. M., & Almeida, S. P. (Eds.). (2008). *Cerrado: Ecologia e flora*. Embrapa Informação Tecnológica.

Salmona, Y. B., Matricardi, E. A. T., Skole, D. L., Silva, J. F. A., Coelho Filho, O. d. A., Pedlowski, M. A., Sampaio, J. M., Castrillón, L. C. R., Brandão, R. A., Silva, A. L. d., & Souza, S. A. d. (2023). A Worrying Future for River Flows in the Brazilian Cerrado Provoked by Land Use and Climate Changes. *Sustainability*, *15*(5), 4251. https://doi.org/10.3390/su15054251

Sonsin, J., Gasson, P., Machado, S., Caum, C., & Marcati, C. (2016). *Atlas da diversidade de madeiras do Cerrado Paulista / Atlas of wood diversity in the Cerrado of São Paulo.* Fundação de Estudos e Pesquisas Agrícolas e Florestais.

Apego emocional no design de mobiliário: o upcycling como ferramenta de conexão

Bianca dos Santos Sena
bianca.sena@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Adriana Yumi Sato Duarte
ays.duarte@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

O atual panorama do design clama por uma reflexão intensa acerca do que se descarta e do que se considera valioso. Diferentemente da cultura do fast fashion e da obsolescência perceptiva, o design sustentável se empenha em encontrar alternativas que prolonguem o ciclo de vida dos produtos por meio de novas propostas estéticas (Fletcher & Grose, 2011). Este trabalho apresenta a Poltrona Entrelaços, projetada a partir do conceito de "upcycling afetivo". O mobiliário é o cerne desta investigação no que tange à sua atuação como mídia física e narrativa. Com o uso de tecidos pós-consumo doados pelos usuários para o estofamento da peça, o que antes era considerado lixo agora se torna um objeto único, capaz de transmitir memórias e narrativas pessoais (Norman, 2008).

A construção visual do mobiliário é feita de maneira a evitar a uniformidade da produção, optando por uma aparência sob medida e alinhada aos princípios do *slow design* (Fletcher & Grose, 2011). O revestimento utiliza

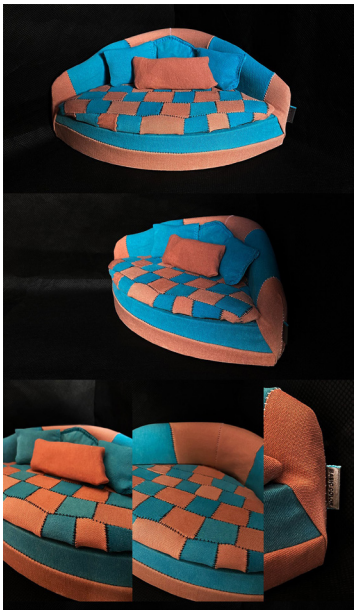
a técnica *patchwork*, em que roupas são unidas sem um padrão repetitivo pré-estabelecido. A falta de um molde fixo é uma escolha estética intencional que faz do mobiliário um "artefato biográfico" com design têxtil inteiramente particularizado (Norman, 2008). As diferentes texturas, cores e tipos de fibra são meticulosamente dispostas e finalizadas com uma costura resistente, assegurando que a integridade visual da composição se mantenha e que a obra tenha uma boa durabilidade. A atemporalidade da identidade visual do projeto reforça essa narrativa visual e transmite a sustentabilidade de maneira direta.

A poltrona, vista pelo olhar da mídia e da arte, é analisada em relação à comunicação emocional que seu design pode proporcionar. Segundo o Design Emocional, que é um referencial teórico sobre a experiência do usuário, esta se organiza em três níveis: visceral, comportamental e reflexivo (Norman, 2008). Embora o apelo visual instantâneo das formas orgânicas da poltrona satisfaça um aspecto mais instintivo, é no plano reflexivo que o objeto se revela como uma interface rica em significados (Norman, 2008). Tecidos que carregam histórias se integram, e a poltrona passa a contar cada uma delas. O móvel vai além da sua função prática e se transforma em um suporte midiático que evoca lembranças, estabelecendo uma durabilidade emocional que protege o artefato do descarte (Fletcher & Grose, 2011). Essa materialização da memória torna o espaço da habitação um meio de comunicação de sentimentos.

O design emocional, portanto, revela-se um elemento essencial para a elaboração de objetos sustentáveis, como se evidencia no desenvolvimento do protótipo (Figura 1) feito em escala reduzida, 1:6, da Poltrona Entrelaços (Manzini & Vezzoli, 2016). O projeto evidencia que a estética do *upcycling* funciona como uma poderosa linguagem visual, capaz de ressignificar simbolicamente o valor dos resíduos. O mobiliário finaliza-se não só enquanto alternativa ao desperdício têxtil, mas como uma vivência estética e comunicacional. Portanto, o investimento na esfera visual e emocional converte produtos de

consumo em legados biográficos, sustentando a ideia de que uma das importantes inovações no design tecnológico está em perpetuar laços humanos.

Figura 1. *Protótipo da Poltrona Entrelaços*



Autoria própria.

Referências

Fletcher, K., & Grose, L. (2011). *Moda & Sustentabilidade: Design para mudança*. Editora Senac.

Manzini, E., & Vezzoli, C. (2016). *O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis: Os requisitos ambientais dos produtos industriais*. Edusp.

Norman, D. A. (2008). *Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia*. Rocco.

Bibimbap audiovisual: participação, colaboração e *remix* nas audiovisualidades de Nam June Paik

Aline Corso
aline.corso@gmail.com
Ewha Creative Art Center - Ewha Womans University

A produção do sul-coreano Nam June Paik (1932-2006), um dos principais nomes da videoarte, caracteriza-se pela aproximação entre arte, comunicação e tecnologia, pela experimentação com os meios eletrônicos e pela abertura das obras à intervenção do público e à atuação conjunta de diferentes profissionais, instituições e dispositivos técnicos. Em vez de utilizar a tecnologia apenas como instrumento ou suporte, Paik explora suas propriedades, modifica suas funções e reorganiza imagens, sons, corpos e dispositivos. Este trabalho investiga como a participação, a colaboração e o *remix* constituem procedimentos recorrentes na poética do artista e se atualizam em práticas audiovisuais que circulam em ambientes *on-line*.

O texto apresenta um recorte de uma pesquisa arqueocartográfica sobre as audiovisualidades de Nam June Paik na tecnocultura contemporânea. A arqueocartografia articula a cartografia, voltada ao acompanhamento de processos e movimentos (Kastrup, 2009; Rolnik, 1989), à arqueologia da mídia, dedicada à escavação de temporalidades e materialidades técnicas (Fischer, 2011; Parikka, 2012, 2017). A montagem de imagens de tempos

distintos dialoga ainda com Benjamin (2006), em um percurso não linear orientado pelas questões do *corpus*. É a partir desse percurso que emergem as audiovisualidades paikianas (Corso, 2023), entendidas como uma qualidade audiovisual construída com base nos estudos das audiovisualidades da tecnocultura, que compreendem o audiovisual em suas dimensões técnicas, discursivas e culturais (Kilpp & Montaño, 2015). O conceito permite perceber como marcas estéticas, técnicas e culturais da obra de Paik duram e se atualizam em diferentes práticas, suportes e ambientes (Bergson, 1999).

O recorte é denominado *Bibimbap*, em referência ao prato coreano formado pela combinação de ingredientes. Mais do que uma metáfora de mistura, o termo ajuda a pensar a articulação entre linguagens, tecnologias, imagens, sons, corpos, culturas e agentes na poética de Paik. Hanhardt et al. (2019) observam que a criatividade de Paik se manifestava na elaboração de novas combinações a partir da descoberta de relações inesperadas. Participação, colaboração e *remix* configuram, nessa perspectiva, modos de produção audiovisual nos quais os elementos são reunidos e transformados sem que suas diferenças sejam apagadas. Esses procedimentos se manifestam de formas específicas ao longo de sua produção.

A participação manifesta-se na abertura dos dispositivos à intervenção dos espectadores. Em *Participation TV* (1963), a imagem eletrônica responde à ação do público e deixa de constituir um produto previamente encerrado. A obra acontece por meio dessa relação, deslocando o espectador de uma posição exclusivamente contemplativa. Essa configuração aproxima-se da arte participativa discutida por Bishop (2012), na qual o artista organiza situações, relações e experiências. Em Paik, a participação integra o funcionamento estético e técnico do trabalho.

A colaboração também atravessa sua trajetória. Diversas obras resultam da associação com *performers*, músicos, engenheiros, profissionais da televisão, equipes técnicas e instituições culturais. A parceria com a violoncelista

Charlotte Moorman articula corpo, performance, música e televisão, especialmente em *TV Cello* (1971). Já a colaboração com o engenheiro eletrônico Shuya Abe possibilita o desenvolvimento do *Paik-Abe Video Synthesizer* (1969), aparelho destinado à geração, transformação e combinação de imagens eletrônicas. Essas experiências mostram que a criação em Paik não se limita ao gesto individual do artista, mas se constrói na relação com colaboradores, aparelhos e situações técnicas (Decker-Phillips, 2010).

O *remix* aparece na reutilização de imagens, sons, performances e dispositivos. Registros de *TV Cello* (1971), por exemplo, reaparecem em *Global Groove* (1973) e *TV Garden* (1974), assumindo outros sentidos conforme se alteram a montagem, o contexto e a circulação. A repetição não corresponde à reprodução idêntica, mas à reorganização de materiais preexistentes, aproximando-se da remixabilidade discutida por Manovich (2007) e da compreensão do *remix* como reconfiguração de materiais culturais proposta por Navas (2010).

Nos ambientes *on-line*, essas operações ampliam-se por meio de releituras, montagens, apropriações e compartilhamentos realizados por usuários, instituições e comunidades de interesse. A análise indica que esses procedimentos ajudam a compreender a permanência das audiovisualidades paikianas na tecnocultura contemporânea. Ao circularem *on-line*, elas não preservam integralmente as condições materiais das obras originais, mas atualizam traços de sua experimentação, abertura e memória. O recorte *Bibimbap* evidencia, assim, uma poética que permanece em fluxo e continua produzindo conexões entre arte, mídia e tecnologia.

Referências

Benjamin, W. (2006). *Passagens* (W. Bolle, Org.; C. P. B. Mourão & I. Aron, Trads.). Editora UFMG.

Bergson, H. (1999). *Matéria e memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito*. Martins Fontes.

Bishop, C. (2012). *Artificial hells: Participatory art and the politics of spectatorship*. Verso.

Corso, A. (2023). *Audiovisualidades paikianas: uma arqueocartografia por artefatos da tecnocultura audiovisual contemporânea em ambientes on-line* [Tese de doutorado, Universidade do Vale do Rio dos Sinos].

Decker-Phillips, E. (2010). *Paik video*. Station Hill Press.

Fischer, G. D. (2011, 3 outubro). Arqueologia e genealogia das mídias, uma articulação necessária. *Revista do Instituto Humanitas Unisinos*. http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4109&secao=375

Hanhardt, J. G., Zinman, G., & Decker-Phillips, E. (Eds.). (2019). *We are in open circuits: Writings by Nam June Paik*. MIT Press.

Kastrup, V. (2009). O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. Em E. Passos, V. Kastrup, & L. da Escóssia (Orgs.), *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Sulina.

Kilpp, S., & Montaño, S. (2015). Audiovisualidades, tecnocultura e a pesquisa em comunicação. Em S. Kilpp (Org.), *Tecnocultura audiovisual: temas, metodologias e questões de pesquisa*. Sulina.

Manovich, L. (2007). Deep remixability. *Artifact: Journal of Design Practice, 1*(2), 76-84.

Navas, E. (2010). Regressive and reflexive mashups in sampling culture. Em S. Sonvilla-Weiss (Ed.), *Mashup cultures*. SpringerWien.

Paik, N. J. (1963). *Participation TV* [Instalação de vídeo]. Nam June Paik Art Center. https://njpart.ggcf.kr/collections/252

Paik, N. J. (1971). *TV Cello* [Instalação de vídeo]. Paik's Video Study - Nam June Paik Art Center. https://njpvideo.ggcf.kr/asset/video/1002

Paik, N. J. (1973). *Global Groove* [Vídeo]. Paik's Video Study - Nam June Paik Art Center. https://njpvideo.ggcf.kr/asset/video/869

Paik, N. J. (1974). *TV Garden* [Instalação de vídeo]. Guggenheim Museum. https://www.guggenheim.org/artwork/9537

Paik, N. J., & Abe, S. (1969). *Paik-Abe Video Synthesizer* [Sintetizador de vídeo]. Media Art Net. http://www.medienkunstnetz.de/works/paik-abe-synthesizer/

Parikka, J. (2012). *What is media archaeology?* Polity Press.

Parikka, J. (2017). *Arqueologia da mídia: interrogando o novo na artemídia*. Intexto, 39, 201-214.

Rolnik, S. (1989). *Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo*. Estação Liberdade.

Del museo imaginario al patrimonio en red: Europeana como mediación tecnológica de la obra de arte

María Isabel Pérez-Rufí
mrufi76@yahoo.es
Investigadora independiente

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

Esta investigación tiene por objeto analizar Europeana como infraestructura de mediación tecnológica del patrimonio histórico-artístico europeo. El portal reúne reproducciones y registros aportados por museos y por otras instituciones culturales, los integra en una consulta común y mantiene el enlace con la entidad responsable de cada objeto (Europeana, s.f.). El caso permite estudiar cómo la obra material adquiere una presencia documental en pantalla y cómo esa transformación modifica el acceso o la comparación entre colecciones. También altera el comienzo de la contemplación, porque la interfaz y los metadatos encuadran la imagen antes de una observación detenida. La propuesta enlaza con el museo imaginario, que reunió obras separadas por la distancia institucional (Malraux, 1965).

La hipótesis sostiene que Europeana amplía el conocimiento de fondos dispersos mediante una arquitectura común de acceso, aunque su rendimiento

cultural depende de la calidad de los metadatos y de la visibilidad de la procedencia. La digitalización favorece la consulta y abre relaciones historiográficas entre colecciones, pero la traducción de la obra a reproducción y registro reorganiza su recepción. La ficha orienta la interpretación mediante los datos que identifican la pieza, de modo que la mediación documental participa en la experiencia estética (Cameron & Kenderdine, 2007; Parry, 2007).

El objetivo consiste en explicar qué relación establece Europeana entre la obra y el público cuando la consulta depende de registros interoperables. Este propósito conduce a caracterizar el modelo institucional de agregación y a examinar la presentación visual de las piezas. El estudio atiende a las condiciones que sostienen la reutilización y la continuidad del acceso. Desde una perspectiva histórico-artística, interesa precisar en qué medida la plataforma favorece comparaciones formales o recorridos iconográficos y cómo conserva las diferencias cronológicas y curatoriales de cada colección.

La metodología adopta un estudio de caso único con orientación cualitativa, sustentado en el análisis documental y en una observación exploratoria de la interfaz (Stake, 1995; Yin, 2018). El corpus reúne la página institucional de Europeana y los recursos profesionales dedicados al modelo de datos. También incorpora la documentación de las interfaces de programación de aplicaciones, que permiten a programas externos buscar objetos o recuperar sus metadatos (Concordia et al., 2010; Europeana Pro, s.f.-a). El *Europeana Data Model* EDM) establece equivalencias entre descripciones procedentes de sistemas catalográficos distintos y mantiene el vínculo del registro con el objeto cultural y con la institución proveedora (Europeana Pro, s.f.-b; Isaac et al., 2012). El alcance es descriptivo e interpretativo; el trabajo examina la arquitectura declarada de la plataforma y prescinde de la extracción automatizada de registros.

Los resultados muestran que Europeana funciona como una infraestructura distribuida: los registros se agregan en el portal, mientras los objetos y los archivos originales permanecen bajo custodia institucional. Esta organización

amplía la visibilidad de las colecciones y facilita la localización de fuentes. La consulta transversal reúne en una misma pantalla obras conservadas en países distintos, lo que favorece el estudio comparado. El rendimiento depende de la riqueza descriptiva de cada registro. Los metadatos sitúan la pieza y permiten reconstruir su contexto; sus lagunas pueden traducirse en grados desiguales de presencia. El modelo común favorece la interoperabilidad, aunque la selección de campos puede comprimir aspectos específicos de cada objeto. La interfaz orienta el recorrido mediante búsquedas y filtros, mientras la reproducción transforma la relación con la escala o la textura. Europeana alcanza mayor valor cuando conduce al repositorio responsable y presenta con claridad las condiciones de reutilización (Kidd, 2014).

Las conclusiones permiten definir Europeana como una infraestructura de mediación patrimonial vinculada con la creación artística y con las tecnologías de acceso. Su función pública reside en conectar colecciones y hacer consultable una memoria artística europea construida por instituciones diversas. El EDM sostiene esa relación mediante una gramática documental compartida, mientras la interfaz transforma la experiencia visible de la obra. La aportación del estudio consiste en mostrar que la expansión digital del patrimonio alcanza su mayor densidad cuando la reproducción conserva el vínculo con la historia material de la pieza y con la entidad que la custodia. Europeana amplía el campo de la Historia del Arte al facilitar nuevas comparaciones, pero esa apertura requiere metadatos consistentes y una mediación capaz de preservar la singularidad de cada objeto.

Referencias

Cameron, F., & Kenderdine, S. (Eds.). (2007). *Theorizing digital cultural heritage: A critical discourse*. MIT Press.

Concordia, C., Gradmann, S., & Siebinga, S. (2010). Not just another portal, not just another digital library: A portrait of Europeana as an

application program interface. *IFLA Journal, 36*(1), 61-69. https://doi.org/10.1177/0340035209360764

Europeana. (s. f.). *About us*. https://www.europeana.eu/en/about-us

Europeana Pro (s. f.-a). *APIs*. https://pro.europeana.eu/page/apis

Europeana Pro (s. f.-b). *Europeana Data Model*. https://pro.europeana.eu/page/edm-documentation

Isaac, A., Clayphan, R., & Haslhofer, B. (2012). Europeana: Moving to linked open data. *Information Standards Quarterly, 24*(2/3), 34-40. https://doi.org/10.3789/isqv24n2-3.2012.06

Kidd, J. (2014). *Museums in the new mediascape: Transmedia, participation, ethics*. Routledge.

Malraux, A. (1965). *Le musée imaginaire*. Gallimard.

Parry, R. (2007). *Recoding the museum: Digital heritage and the technologies of change*. Routledge.

Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Sage.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6.ª ed.). Sage.

Del retrato pictórico al rostro algorítmico: memoria visual y estética del fallo en *Memories of Passersby I*

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

María Isabel Pérez-Rufí
mrufi76@yahoo.es
Universidad de Sevilla

Este trabajo estudia *Memories of Passersby I* (2018), de Mario Klingemann, como una reformulación algorítmica del retrato pictórico europeo. La instalación produce una secuencia de rostros mediante redes generativas antagónicas y presenta ese flujo en dos pantallas conectadas a una consola. El objeto de estudio incluye las imágenes cambiantes y el dispositivo generativo. Desde la historia del arte, el caso activa la memoria visual del retrato de los siglos XVII al XIX y la somete a una lógica estadística. En el campo del arte digital, la pieza desplaza el interés desde la imagen concluida hacia un sistema cuyo comportamiento forma parte de la experiencia estética (Manovich, 2013; Paul, 2023). Esta lectura coincide con los estudios sobre creación artística mediante inteligencia artificial (Cetinic & She, 2022; Pérez-Rufí & Pérez-Rufí, 2026).

La hipótesis sostiene que el fallo visible constituye el núcleo formal de *Memories of Passersby I* y permite reconocer la mirada algorítmica de la obra. Los rostros conservan rasgos de la tradición pictórica, aunque su identidad permanece inestable. Los ojos pierden simetría y la boca adquiere contornos imprecisos. En ocasiones, la superficie facial se disuelve antes de que el espectador complete el reconocimiento. Estas anomalías convierten la insuficiencia del modelo en lenguaje artístico. El error interrumpe la promesa de transparencia técnica y hace perceptible el medio que produce la imagen, una función vinculada con la genealogía crítica del *glitch* (Menkman, 2011; Kemper, 2023).

El objetivo general consiste en interpretar la estética del fallo en su relación con la historia del retrato. El estudio examina la transformación del género pictórico en acontecimiento generativo y analiza el papel del accidente dentro de la autoría artística. También considera las implicaciones patrimoniales de una instalación dependiente del entorno informático. La investigación adopta una metodología cualitativa de estudio de caso único. El análisis formal atiende a la configuración de los rostros y a su ritmo de transformación. La lectura técnica estudia el archivo de entrenamiento junto con las decisiones de selección atribuidas al artista. La dimensión patrimonial se apoya en la documentación de la obra y en el estudio de conservación desarrollado por Betancor et al. (2020). Las fuentes primarias proceden de Onkaos, cuya información permite reconstruir su funcionamiento y su carácter irrepetible (Onkaos, 2018).

Los resultados muestran que Klingemann concibe la práctica generativa como una preparación de condiciones abiertas al accidente, seguida por un juicio artístico que reconoce el valor formal de determinadas desviaciones (Klingemann, 2020). La autoría permanece ligada al diseño del sistema y a la orientación del aprendizaje. Cada retrato surge de un archivo histórico filtrado por decisiones curatoriales y técnicas; por ello, la máquina produce novedades desde una memoria visual situada. El rostro algorítmico aparece

como una presencia sin biografía. Su parecido con la pintura antigua activa el reconocimiento, mientras su inestabilidad impide fijar una identidad duradera. Esta tensión convierte el retrato en acontecimiento temporal y permite proponer la categoría de «retrato algorítmico fallido».

El análisis confirma que la materialidad resulta inseparable de la imagen. El flujo visual depende de un entorno compuesto por el programa y el dispositivo físico. Sus condiciones de ejecución afectan al ritmo de las transiciones. Una modificación en la capacidad de procesamiento podría alterar la cadencia de la obra y, con ella, su efecto estético. La conservación exige preservar el comportamiento del algoritmo junto con el entorno que permite su funcionamiento, de acuerdo con los debates sobre variabilidad y memoria en el arte tecnológico (Betancor et al., 2020; Rinehart & Ippolito, 2014).

En conclusión, *Memories of Passersby I* actualiza la tradición del retrato mediante una imagen que nunca alcanza estabilidad plena. Su valor histórico-artístico reside en la relación entre memoria pictórica y cálculo generativo. El fallo revela la operación del sistema y produce extrañamiento; de este modo, otorga al rostro una temporalidad frágil. La obra anticipa debates sobre la generación masiva de imágenes sintéticas. Su principal aportación consiste en mostrar que el arte con inteligencia artificial adquiere espesor crítico cuando hace visibles las condiciones que organizan su apariencia y convierte la vulnerabilidad técnica en materia estética.

Referencias

Betancor, J., Finn, D., García, A., Galeano, I., & Mata Delgado, A. L. (2020). Artificial intelligence in contemporary art: Is it possible to preserve the algorithm? *Electronic Media Review, 6*. https://resources.culturalheritage.org/emg-review/artificial-intelligence-in-contemporary-art-is-it-possible-to-preserve-the-algorithm/

Cetinic, E., & She, J. (2022). Understanding and creating art with AI: Review and outlook. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications, 18*(2), Article 66. https://doi.org/10.1145/3475799

Kemper, J. (2023). Glitch, the post-digital aesthetic of failure and twenty-first-century media. *European Journal of Cultural Studies, 26*(1), 115-133. https://doi.org/10.1177/13675494211060537

Klingemann, M. (2020). Tapping the accident. En C. Robinson (Ed.), *PhotographyDigitalPainting: Expanding medium interconnectivity in contemporary art practices* (pp. 77-98). Cambridge Scholars Publishing.

Manovich, L. (2013). *Software takes command*. Bloomsbury Academic.

Menkman, R. (2011). *The glitch moment(um)*. Institute of Network Cultures.

Onkaos. (2018). *Memories of Passersby I*. https://onkaos.com/work/memories-of-passersby-i-companion-version/

Paul, C. (2023). *Digital art* (4.ª ed.). Thames & Hudson.

Pérez-Rufí, M. I., & Pérez-Rufí, J. P. (2026). Pensar con la mirada: cocreación humano-algorítmica y agencia distribuida en *Visions of Destruction*. *Artnodes,* (39), 1-10. https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i39.980000013216

Rinehart, R., & Ippolito, J. (2014). *Re-collection: Art, new media, and social memory*. MIT Press.

Minha namorada é uma vampira: análise discursiva via sonda dos mods no videogame Skyrim

Liliane Souza dos Anjos
liliane.anjos@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Daniel da Silva Simoni Jr
d.simoni@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Skyrim é o sétimo jogo de videogame mais vendido de todos os tempos. Desde o seu lançamento em 2011, o RPG soma mais de 60 milhões de vendas, sendo que quase metade das cópias foram adquiridas para computadores. Argumenta-se que uma das razões para a popularidade desta plataforma (PC) está na proliferação de modificações de usuários (ou apenas mods). Para Novgorodov (2026), mods são edições — lícitas e ilícitas — no código de um jogo por outros jogadores; eles podem resolver problemas técnicos, personalizar a jogabilidade, introduzir alterações estéticas ou apenas servir como uma forma de expressão.

Como elaborado por Jenkins (2010), a sociedade contemporânea apresenta uma mudança no paradigma do consumidor: de agente passivo para protagonista da produção e difusão de sentidos — ou seja, um proconsumidor (Levinson, 2012). Para Postman (2000), McLuhan (1964), Walter Ong (1998)

e outros autores da linha[1], as mídias reagiram às transformações científicas e sociais das últimas décadas, possibilitando a evolução de uma interatividade reativa e programada para a interação mútua e recíproca — com maior valor emocional.

Jenkins (2010, p. 243) considera o *mod* o auge dessa nova produção vernácula, pois "talvez seja a única cujos trabalhos produzidos por amadores são absorvidos diretamente por empresas comerciais para distribuição". Assim, o trabalho busca aprofundar a compreensão dos efeitos dos *mods* na construção da memória metálica ligada ao jogo *Skyrim*. Conforme destaca Orlandi (Barreto, 2007, p. 6), o termo explica como diferentes mídias e meios podem agir como simulacros tecnológicos da realidade social, criando uma forma de memória "que não emerge da historicidade, mas de um artifício técnico".

Para Jørgensen (2013) e Nietsche (2008), os videogames são ambientes que promovem relações sociais, mesmo que entre o *player* e a máquina. Isso ocorre porque, como defende Ian Bogost (2007, p. 10), os jogos produzem discurso da forma como são jogados: "Ao contrário do discurso verbal, que se baseia em metáforas profundamente enraizadas e que a maioria das pessoas considera óbvias, os videogames utilizam representações mais abstratas sobre a forma como o mundo funciona ou deveria funcionar"[2].

Dessa forma, o objetivo é investigar: i) quais anseios e emoções guiam os proconsumidores (*modders*)? ii) Quais tendências podem ser reconhecidas na popularidade de um *mod*? iii) E quais fatores externos influenciam as posições de produção e consumo dos jogadores? Para efetividade da pesquisa, adota-se uma abordagem qualiquantitativa mista: prática e teórica. O estudo convida a comunidade gamer (os próprios jogadores) a participar da construção de conhecimento, por meio de uma sonda.

1. Representados por Scolari, Gosciola, Kinder, Reno etc.
2. Original: "Unlike verbal discourse, which relies on deeply ingrained metaphors that most people take for granted, videogames deploy more abstract representations about the way the world dMais precisamente, busca-se entender como o indivíduo é asujeitado pelo videogame.o oes or should function"

Para Graver (1999) e Mistry et al. (2014), as sondas são ferramentas de coleta de dados projetadas para estimular respostas criativas e abertas dos participantes em seus ambientes naturais. Como em contextos digitais há uma facilidade de captura, gera-se um acúmulo massivo de dados difíceis de se organizar ou descartar. Nesse sentido, Churchill (2008) vê nas sondas uma alternativa autorreflexiva de orientar o mar de informações.

O estudo tem como objeto cristalizado a relação/interação do jogador com *Serana*, uma das NPCs (*non-player character*) mais populares. Como estabelecido por Gee (2015), o videogame assujeita o indivíduo a um *ethos* — o *eu* dentro da máquina. Mais precisamente, em Skyrim, o jogador constrói um herói protagonista, capaz de tomar decisões que afetam o direcionamento da história e do mundo.

Imagem 1



Sarana (original); Martimius (2024) [Sarana, alterada].

Durante um intervalo de tempo, os participantes das sondas serão instruídos a completar missões dentro de *Skyrim*, tendo como única regra a

permanência de Serana. Eles poderão incorporar qualquer *mod* que desejarem, devendo apenas preencher uma tabela para informar as alterações instaladas. Assim, serão observadas as regularidades e as formas (diretas ou indiretas) com que os jogadores expandem a relação entre o *ethos* e a NPC.

Como no cenário da nova ecologia o meio e a mensagem estão cada vez mais interconectados, Gregolin (2008) enfatiza que os estudos de comunicação precisam enquadrar a mídia como uma prática social e um processo histórico — o que pode ser feito na Análise do Discurso (doravante AD). Nesse arcabouço teórico, o sentido é derivado das relações dos sujeitos com a língua, a história, a ideologia e a tecnologia (no caso do discurso digital). Pautado nos trabalhos de Dias (2015, 2023) e Paveau (2021), entende-se o *mod* (o *corpus*) como um tecnodiscurso dentro de uma plataforma específica — o jogo Skyrim —, sujeito às regras de enunciação e produção oferecidas pelo habitat.

Referências

Bogost, I. (2007). *Persuasive games: the Expressive Power of Videogames*. Mit Press.

Barreto, R. G. (2007). Análise de discurso: conversa com Eni Orlandi. *Revista Teias, 7*(13-12), 7pgs. https://www.e-publicacoes.uerj.br/revistateias/article/view/24623

Dias, C. C. (2015). Análise do discurso digital: sobre o arquivo e a constituição do corpus. *Revista do GEL.*

Dias, C. C. (2023). Análise do discurso digital: a questão da memória. Em R. O. Carreon, M. A. A. Ruiz, & L. M. B. M. Araujo (Orgs.), *Análise do discurso digital: perspectivas teóricas e metodológicas* (pp. 12-30). Letraria.

Gee, J. P. (2015). *Unified discourse analysis: Language, reality, virtual worlds, and video games.* Routledge.

Gregolin, M. (2008). Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. *Comunicação Mídia e Consumo, 4*(11), 11-25. https://doi.org/10.18568/cmc.v4i11.105

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. Aleph.

Jørgensen, K. (2013). *Gameworld interfaces*. MIT Press.

Levinson, P. (2012). *New new media*. Penguin.

Martimius. (2024, setembro 17). Trueblood Serana V2 Cured Version. *Bethesda*. https://creations.bethesda.net/pt/skyrim/details/4c54772f-29ae-43dc-b51a-ceee3934014d/Trueblood_Serana_V2_Cured_Version

McLuhan, M. (1964). *Os meios de comunicação como extensão do homem*. McGraw-Hill.

Mistry, J., Bignante, E., & Berardi, A. (2014). The role of social memory in natural resource management: insights from participatory video. T*ransactions of the Institute of British Geographers, 39*(1), 115-127. https://www.jstor.org/stable/24582863

Nitsche, M. (2009). *Video game spaces: Image, play, and structure in 3D worlds*. MIT Press.

Novgorodov, E. (2026). Modding as a practice of constructing a virtual world and fan community: Case study of The Elder Scrolls V: Skyrim mods. *Transformative Works and Cultures, 47.*

Ong, W. J. (1998). *Oralidade e cultura escrita: a tecnologização da palavra* (E. A. Dobránszky, Trad.). Papirus.

Paveau, M.-A. (2021). *Análise do discurso digital: Dicionário das formas e das práticas* (J. L. Costa & R. L. Baronas, Orgs.). Pontes Editores.

Postman, N. (2015). El humanismo de la ecología de los medios. In C. A. Scolari (Ed.), *Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones* (pp. 97-107). Gedisa.

The Elder Scrolls V. (s.d.). Dawnguard, *Sarana (original)*. Fandom. https://elderscrolls.fandom.com/wiki/File:Serana_1.png

O que pode o corpo de Jup do Bairro? Interseccionalidade e resistência midiática de uma artista brasileira em videoclipes no YouTube

Toni Lucas Bento Carneiro
tonnilucas@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Alice Oliveira de Andrade
andradealice@academico.ufs.br
Universidade Federal de Sergipe

Emanuele de Feitas Bazílio
manufreitasfotografia@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Danilo Silva de Meireles
meirelesdanilo9@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

As performances de Jup do Bairro tensionam os limites entre corpo, linguagem, arte e pertencimento social, tornando visíveis experiências atravessadas por raça, gênero, classe, corporalidade e território, e este estudo busca compreender como o corpo da multiartista, enquanto mulher negra, trans, gorda e periférica, opera como arte e política de uma produção estética de resistência diante de regimes hegemônicos de representação. O *corpus* é

constituído pelos videoclipes *O Corre* (Jup do Bairro, 2021a), *Transgressão II* (Jup do Bairro, 2020) e *Sinfonia do Corpo* (Jup do Bairro, 2021b), publicados no *YouTube*. A análise parte do entendimento de que a presença de corporalidades dissidentes na cena midiática não corresponde somente a uma ampliação quantitativa da diversidade, mas pode reorganizar os modos de olhar, sentir e reconhecer sujeitos historicamente silenciados.

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa e utiliza a técnica da roleta interseccional proposta por Carrera (2021), articulando os operadores de formação interseccional-discursiva, de *ethos* interseccional e de negociações interseccionais; em que a formação interseccional-discursiva permite identificar imperativos, apagamentos e estruturas de poder que atravessam as representações; o *ethos* interseccional evidencia a imagem que a artista constrói de si diante dos estereótipos associados aos seus marcadores sociais; e as negociações interseccionais revelam as estratégias empregadas para confrontar, deslocar ou ressignificar estigmas. Os videoclipes foram decupados integralmente, considerando cenas, sonoridades, letras, elementos de composição, estética e performance. A metodologia também pressupõe a implicação dos sujeitos pesquisadores, cujas posições sociais participam da orientação interpretativa, sem transformar a experiência pessoal em substituição da análise do objeto.

Em *O Corre*, predominam os marcadores de classe, território e racialização periférica em que a narrativa autobiográfica articula memória da escassez, violência institucional, ambiente escolar, consumo popular e endividamento. Elementos como os alimentos simples, o filtro de barro, as marcas de crédito e a figura materna constroem uma memória afetiva da sobrevivência, enquanto a passagem da infância precarizada à imagem adulta de opulência transforma a dor em potência. O corre deixa de significar apenas sobrevivência econômica e passa a constituir um princípio ético-estético de existência. O corpo negro, trans e periférico torna-se arquivo e linguagem de contranarrativa diante das representações que o associam à carência, à suspeição ou à ausência de futuro.

Transgressão II organiza-se pela ruína e pela reconstrução, visto que as estátuas destruídas representam a falência do corpo universalizado, branco, cisgênero e masculino. Na sequência, o deserto, a lava e a matéria em ebulição figuram um intervalo entre o mundo normativo que se desfaz e um corpo ainda em formação. A emergência de Jup dessa matéria funciona como parto simbólico e como metáfora da transição, compreendida não como percurso higienizado ou estável, mas como processo de destruição, criação e vir a ser. A obra dialoga com a performatividade de gênero, ao apresentar o corpo como resultado de atos que podem ser refeitos e transgredidos (Butler, 2003), e com a poética da ruína formulada por Mombaça (2021). O corpo negro, trans, gordo e travesti ocupa progressivamente o enquadramento, reivindicando autonomia, voo e existência.

Em *Sinfonia do Corpo*, a articulação entre imagem, música e performance aproxima-se do artivismo, entendido como produção artística que explicita propostas políticas e produz dissenso (Colling, 2019), logo que a estética crua, os espaços precários e os gestos cotidianos de cuidado evidenciam a marginalização econômica, mas também convertem o cuidado de si em resistência. Ao barbear o rosto vestida de rosa, Jup negocia símbolos de feminilidade e rompe com expectativas biologizantes. A letra afirma fome, frio, queda e movimento, enquanto a enumeração dos sistemas corporais desloca o corpo da anatomia para o campo social e político. Mesmo sem movimento aparente, o corpo permanece dançante, fazendo da presença uma forma de enfrentamento.

Conclui-se que os três videoclipes constroem um corpo simultaneamente vulnerável e potente, atravessado por opressões, mas não determinado por elas; e roleta interseccional permitiu observar como Jup do Bairro transforma marcadores historicamente utilizados para subalternizar seu corpo em recursos de enunciação por meio de sua arte, de visibilidade através da mídia e de resistência. Sua obra desestabiliza regimes tradicionais de representação,

produz contravisualidades (Mirzoeff, 2011) e afirma o corpo como território de disputa, tecnologia política e possibilidade de reinvenção. O estudo destaca a relevância de abordagens comunicacionais comprometidas com corporalidades dissidentes e sua produção artística; e aponta a necessidade de ampliar investigações que articulem interseccionalidade, estudos *queer*, perspectivas contracoloniais e estética da performance.

Referências

Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade* (R. Aguiar, Trad.). Civilização Brasileira.

Carrera, F. (2021). Roleta interseccional: Proposta metodológica para análises em comunicação. *E-Compós, 24*, 1-22. https://doi.org/10.30962/ec.2198

Colling, L. (2019). *Artivismos das dissidências sexuais e de gênero*. EDUFBA.

Jup do Bairro. (2020, 11 de junho). *Transgressão (Parte II)* [Vídeo]. YouTube. https://youtu.be/iyZ2PB8vZik

Jup do Bairro. (2021a). *O Corre* [Vídeo]. YouTube. https://youtu.be/QbeKvHI2sVg

Jup do Bairro. (2021b, 21 de maio). *Sinfonia do Corpo (Official Music Video)* [Vídeo]. YouTube. https://youtu.be/aTI8iGxaoCo

Mirzoeff, N. (2011). *Como ver el mundo: Una nueva introducción a la cultura visual*. Paidós.

Mombaça, J. (2021). *Não vão nos matar agora*. Cobogó.

O território palestino revisitado em Notas sobre Gaza, de Joe Sacco: espaço, memória e ocupações visuais

Raphael Domingos de Ávila
raphael.domingos@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Na reportagem em quadrinhos Notas sobre Gaza, Joe Sacco (2010) investiga dois massacres contra a população palestina ocorridos no sul Gaza, em 1956, nas cidades de Khan Younis e Rafah, durante a Crise de Suez. Frente ao cenário histórico e geopolítico maior, a história desses massacres foi apagada: há pouca documentação sobre esses acontecimentos, a não ser breves menções em relatório da ONU - o que inspira o título original da reportagem, Footnotes of Gaza, notas de rodapé de Gaza. Por conta disso, um dos desafios de Sacco é reconstruir com precisão das cidades, uma vez que, além de haver poucas fontes fotográficas da época, o espaço sofre contínuas transformações no contexto de Ocupação da Palestina.

Tendo em vista a importância do engendramento espacial na forma dos quadrinhos, este trabalho busca entender como o espaço, mais do que tema, é também formalizado por Sacco. Se as narrativas sobre o lugar também são agentes na disputa pelo território, como o quadrinho revisita e intervém artisticamente sobre a Palestina ocupada, no registro da memória palestina? Para responder a isso, realizaremos uma revisão bibliográfica sobre a relação

entre memória, espaço e visualidade, sob o recorte do espaço nos quadrinhos. Analisaremos, por fim, as estratégias narrativas e visuais na representação de paisagens de Khan Younius no quadrinho.

Referencial teórico

A partir de Seligmann-Silva (2003) e Aleida Assmann (2021), discutiremos os locais de recordação - os espaços físicos como medium da memória. Como aponta Assmann, os locais da recordação se estabelecem na memória cultural pela mistura entre sua perenidade física e pelas histórias que se contam sobre o lugar. Seligmann-Silva, por sua vez, aponta para o aspecto topográfico e imagético da arte de memória: a narração da memória é um procedimento que conecta ideias a serem lembradas a imagens e, por sua vez, imagens a locais.

Nesse sentido, propomos pensar no papel das mídias no estabelecimento da memória da Palestina Histórica. O arquiteto israelense Eyal Weizman (2024) fala sobre a plasticidade do espaço nos territórios ocupados, entendendo suas fronteiras como locais dinâmicos de disputa. Nesse sentido, o espaço é moldado, tanto por intervenções físicas, quanto por mídias e representações, que conferem sentido ao lugar. Como aponta Gil Hothberg, a ocupação visual do espaço é uma das estratégias vitais do sionismo. “Este processo envolve não apenas intervenções táticas e físicas na paisagem, mas também a manipulação de posições visuais, novos cenários para o espectador, novos modos de aparição e, por vezes, novos modos de desaparecimento” (Hothberg, 2015, p. 15).

Para abordar a relação entre quadrinhos e espacialidade, busca-se os conceitos de Thierry Groensteen (2015) de espaçotopia (a articulação de quadros sobre um espaço compartilhado) e de artrologia (a rede de significados criada pela relação entre esses quadros). Nesse sentido, Davies (2020) aponta como a estrutura dos quadrinhos se assemelha à infrestrutura das cidades, uma vez que em ambos os casos agentes materiais são carregados de significados, que permitem a visualidade de certas formas enquanto omite outras.

Metodologia

Adota-se como metodologia a revisão bibliográfica dos conceitos de ocupação visual; mídia, arte e memória; e a relação entre espaço e quadrinhos. À luz desses conceitos, analisaremos duas passagens em que Sacco recria as paisagens Khan Younis no passado e no presente, buscando entender como o quadrinho estabelece essa conexão temporal.

Principais resultados, reflexões e conclusões

A partir da leitura de Notas sobre Gaza, conclui-se que:

1. Em relação às disputas sobre a memória e a visualidade dos territórios ocupados, o trabalho de Sacco busca desnaturalizar a narrativa dominante, fazendo com que uma Palestina apagada reapareça pelo desenho e pela perspectiva palestina;

2. O quadrinho é visto como inscrição daquilo que foi em uma interepretação inerentemente subjetiva no presente, relacionando com a arte de memória. Mas também é uma inscrição daquilo que desapareceu, visto a continuidade do mnemoricídio da população palestina.

Referências

Assmann, A. (2021). *Espaços da recordação: formas e transformações da memória cultural*. Editora Unicamp.

Davies, D. (2019). *Urban comics: infrastructure and the global city in contemporary graphic narratives*. Routledge.

Groensteen, T. (2015). *O sistema dos quadrinhos.* Marsupial Editora.

Hochberg, G. Z. (2015). *Visual Occupations: violence and visibility in a conflict zone*. Duke University Press.

Sacco, J. (2010). *Notas sobre Gaza*. Companhia das Letras.

Seligmann-Silva, M. (2003). *História, memória, literatura: o testemunho na era das catástrofes*. Editora Unicamp.

Weizman, E. (2024). *Hollow land: Israel's architecture of occupation*. Verso books.

Mesa 2: Comunicação, Educação e Ecologia dos Meios

Mesa 2: Comunicación, Educación y Ecología de los Medios

Dra. Andrea Versuti
Dra. Fernanda Bonacho
Dr. Guillermo Sánchez
Coordenadores

A CONDIÇÃO DOCENTE NA CULTURA DIGITAL: REFLEXÕES A PARTIR DA FILOSOFIA DE MICHEL SERRES

Renata Machado
renatamcosta22@gmail.com
Universidade Federal de São João del-Rei (PPEDU-UFSJ)

A aceleração tecnológica das últimas décadas provocou rupturas de ordem antropológica que alteram as condições de existência humana, o modo como os sujeitos se relacionam com o corpo, o mundo e os outros. Diante dessa mutação, que Serres (2003) denomina hominescência, esta pesquisa investiga de que modo a cultura digital, lida à luz da hermenêutica das obras serresianas, afeta e reorienta o processo de constituição da condição docente, em perspectiva filosófico-antropológica que considera a experiência, a subjetividade e o modo de ser professor na contemporaneidade.

A pertinência da investigação ancora-se em uma dupla lacuna. A primeira decorre da constatação de que estudos sobre formação docente e cultura digital permanecem presos a referenciais instrumentais ou competencialistas, voltados ao domínio operacional das ferramentas em detrimento de uma reflexão sobre seus efeitos na cognição, nas identidades e nas relações pedagógicas. A segunda refere-se à escassez de trabalhos que mobilizem especificamente a filosofia de Serres para pensar a subjetividade do professor diante da cultura digital: ainda que Hominescências e Filosofia Mestiça ofereçam categorias potentes para pensar as mutações contemporâneas, sua aplicação à formação

docente na cultura digital permanece pouco explorada. Para Serres (2003), a cultura digital reconfigura a estrutura da cognição, da memória, da relação com o outro e da construção das identidades, exigindo uma compreensão da docência menos centrada em identidades fixas e mais aberta ao devir, à mestiçagem e à mediação entre saberes.

Essa filosofia guarda estreita relação com a tradição da ecologia dos meios, campo no qual Serres é frequentemente discutido. Barker (2023) identifica, em textos do filósofo, três marcos, os objetos-mundo, a aparelhagem e as tecnologias da informação, que explicitam sua posição sobre a tecnologia e o aproximam de autores como McLuhan (1964), no que diz respeito à abordagem de uma mesma temática, embora com contribuições particulares. A partir desses marcos, evidencia-se que, para Serres, a tecnologia constitui uma aparelhagem que se desenvolve de modo relativamente autônomo, indo além da noção de extensão do corpo proposta por McLuhan (1964). Serres (2003) descreve esse movimento como exo-darwinismo: ao fabricarem instrumentos, os seres humanos constroem um ambiente tecnológico próprio, que reconfigura o corpo e as condições da experiência, em vez de apenas prolongá-lo.

O objetivo geral consiste em investigar, por meio da hermenêutica das obras de Michel Serres, de que modo sua filosofia permite ressignificar o processo de constituição da condição docente, entendida como processo contínuo, sempre aberto, atravessado por novos encontros com saberes, tecnologias e alteridades. Propõe-se examinar a hominescência como chave de leitura da docência contemporânea, a mestiçagem epistemológica, o terceiro instruído como horizonte formativo e as metáforas de Pierrô e Arlequim como modos de pensar o professor em devir.

A pesquisa é qualitativa, bibliográfica e hermenêutica, abordagem que favorece a abertura ao diálogo e, em consonância com Serres, à invenção. Segundo Sidi e Conte (2017), a hermenêutica de Gadamer é fonte relevante para pesquisas em educação, compreendida como a maneira pela qual o ser

humano interpreta o que o constitui ao formar-se e educar-se. O corpus teórico é composto principalmente pelas obras de Michel Serres, com destaque para Hominescências (2003) e Filosofia Mestiça (1993).

Em Filosofia Mestiça, Serres (1993) propõe a mestiçagem epistemológica como hibridização de saberes que cruza ciências, humanidades e mitos, gerando o terceiro instruído, um aprendiz mestiço que aprende ao incorporar o outro, sejam tecnologias digitais, culturas diversas ou emergências contemporâneas, constituindo-se em trânsito permanente, sem identidades fixas (Sá, 2017). As figuras de Pierrô e Arlequim oferecem metáforas complementares para pensar o professor em devir: Arlequim personifica a síntese mestiça entre saberes heterogêneos, costurando os fundamentos curriculares às linguagens fluidas da cultura digital, enquanto a brancura de Pierrô, que contém todo o espectro de cores sem fixar-se em nenhuma, traduz a postura ética de abertura e escuta necessária para acolher a diversidade do mundo sem a violência de preconceitos anteriores (Santos, 2010).

Como contribuição, espera-se que a articulação entre a filosofia de Serres e os estudos sobre formação docente amplie os debates éticos sobre a condição do professor na cultura digital, para além de abordagens técnicas, oferecendo ferramentas para pensar o devir docente como processo contínuo de constituição.

Referências

Barker, T. (2023). Michel Serres and the philosophy of technology. *Theory, Culture & Society*, *40*(6), 35-50. https://doi.org/10.1177/02632764221140825

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.

Sá, G. M. de. (2017). *Michel Serres e a educação: da crítica ao conhecimento fragmentado à proposição de uma educação mestiça* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de São João del-Rei].

Santos, M. E. E. dos. (2010). *Michel Serres: a possível nova hominescência e os desafios para a educação do homem contemporâneo* [Dissertação de mestrado, Universidade Estadual de Campinas].

Serres, M. (1993). *Filosofia mestiça* (M. I. D. Estrada, Trad.). Nova Fronteira.

Serres, M. (2003). *Hominescências: o começo de uma outra humanidade* (E. de A. Carvalho & M. P. Bosco, Trad.). Bertrand Brasil.

Sidi, P. de M., & Conte, E. (2017). A hermenêutica como possibilidade metodológica à pesquisa em educação. *Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação*, *12*(4), 1942-1954. https://doi.org/10.21723/riaee.v12.n4.out./dez.2017.9270

A MÍDIA INSTRUCIONAL COMO ARRANJO CRIATIVO: DEMOCRATIZANDO O DESIGN ABERTO DE MOBILIÁRIO SUSTENTÁVEL

Bianca dos Santos Sena
bianca.sena@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Adriana Yumi Sato Duarte
ays.duarte@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

O problema do descarte de resíduos têxteis chega a níveis alarmantes no mundo todo, necessitando de soluções de reaproveitamento que vão além da reciclagem industrial (Juanga-Labayen et al., 2022). Em resposta a essa urgência, e de maneira particular ao lote de vestuário falsificado (como camisetas polo de poliéster) apreendido pela Receita Federal, foi realizada uma pesquisa voltada para o *upcycling* de tecidos com o objetivo de criar mobiliário, especialmente pufes. A inovação técnica do móvel, no entanto, só alcança seu potencial transformador por meio da comunicação instrucional. O foco neste caso está no "Manual para um Pufe Sustentável", que é um artefato midiático concebido durante a pesquisa como peça central, visando democratizar o processo produtivo através dos preceitos da Cultura Maker (Paula et al., 2019). Nesse sentido, este trabalho argumenta que o manual transcende sua função de guia técnico, atuando como um vetor de educação ambiental e autonomia na sociedade.

Este manual foi concebido como um documento híbrido e de acesso aberto, disponível em PDF, adequado tanto para leitura em tela quanto impressa (Figuras 1 e 2). Ele explica de forma clara as fases de corte, utilizando matrizes geométricas (hexágonos e triângulos), costura e preenchimento. Para conectar as tecnologias de fabricação digital à acessibilidade comunicacional, o texto traz um QR Code em sua contracapa. Esse código leva o usuário a um repositório na nuvem, aberto, onde estão os arquivos vetoriais para a utilização em máquinas de corte a laser, uma tecnologia que contribui positivamente para o impacto ambiental ao reduzir o desperdício, ou para impressão dos moldes (Azevedo et al., 2017). Esse formato transforma o manual em um recurso educativo interativo. A comunicação visual e textual foi planejada com clareza para ser entendida por leigos, convertendo o saber acadêmico e de design têxtil em diretrizes práticas, descomplicadas e passíveis de serem reproduzidas em variados contextos sociais.

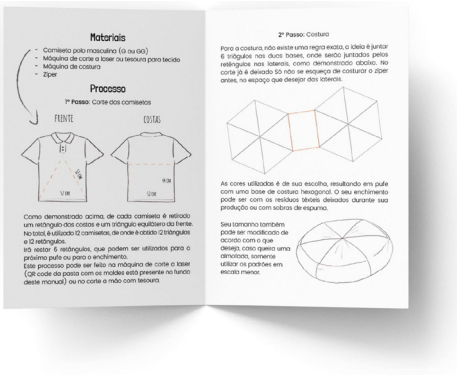
A ecologia dos meios atuais se distingue pela disseminação horizontal do conhecimento. Nesse contexto, o manual se conecta de maneira direta com a Cultura Maker, que promove o protagonismo e a aprendizagem autoral a partir da experimentação (Paula et al., 2019). Ao ensinar o processo de conversão de resíduo têxtil em móveis que são tanto estéticos quanto funcionais, o projeto informa a sociedade civil sobre a viabilidade da economia circular no dia a dia do lar (Braungart & McDonough, 2014). O emprego de materiais reaproveitados torna essa cultura de inovação acessível a mais pessoas, possibilitando a experimentação sem a pressão de altos custos (Paula et al., 2019). O manual, por conseguinte, funciona como um meio que não apenas informa o cidadão, mas também educa e capacita. Ele sugere uma ruptura estrutural na lógica do consumo passivo, empoderando o leitor como co-produtor do próprio meio e provocando um pensamento crítico acerca das origens e destinos dos materiais.

Figura 1. *Mockup do Manual para um Pufe Sustentável 1*



Autoria própria.

Figura 2. *Mockup do Manual para um Pufe Sustentável 2*



Autoria própria.

A produção de móveis sustentáveis a partir de roupas apreendidas só se torna escalável e socialmente impactante quando sua tecnologia é compartilhada de maneira acessível e sem restrições. O “Manual para um Pufe Sustentável” comprova que a comunicação instrucional tem um papel

fundamental na educação ecológica. Combinando design aberto, integração de tecnologia digital (como QR Codes e vetores de corte a laser) e uma linguagem visual simplificada, o material propõe uma rede colaborativa para a prática sustentável. Espera-se que a minuciosa análise deste material didático venha a suscitar novas produções midiáticas educativas que promovam a autonomia criativa, confirmando a comunicação como um recurso imprescindível na solução prática de entraves socioculturais e ambientais complexos.

Referências

Azevedo, L. X. de, Bastos, V. F., Albuquerque, S. S. de, & Garcia, J. L. P. (2017). *Pesquisa experimental de aplicação de corte a laser em superfícies têxteis: um relato sobre os procedimentos de pesquisa do projeto "Fabricação Digital + Moda"* [Trabalho apresntaod]. Anais do 13º Colóquio de Moda. UNESP.

Braungart, M., & McDonough, W. (2014). *Cradle to cradle: Criar e reciclar ilimitadamente* (1ª ed.). Editora *Gust*avo Gili.

Juanga-Labayen, J. P., Labayen, I. V., & Yuan, Q. (2022). A review on textile recycling practices and challenges. *Textiles, 2*(1), 174-188. https://doi.org/10.3390/textiles2010010.

Paula, B. B. de, Oliveira, T. de, & Martins, C. B. (2019). Análise do uso da cultura maker em contextos educacionais: revisão sistemática da literatura. *Revista Novas Tecnologias na Educação, 17*(3).

Cartografías narrativo-territoriales expandidas en la educación pública argentina, virtual y a distancia. Experiencias transmediales, federales, y regionales desde el Cono Sur

María Eugenia Iglesias
meiglesias@unrn.edu.ar
Universidad Nacional de Río Negro - Sede Andina

Juan Esteban León
jeleon@unrn.edu.ar
Universidad Nacional de Río Negro - Sede Andina

El presente artículo presenta una cartografía narrativo-territorial expandida, nacida de la experiencia de la educación pública, virtual y a distancia argentina, llevada adelante por la primera cohorte de estudiantes del Ciclo de Complementación Curricular de la Licenciatura en Diseño Artístico Audiovisual de la Universidad Nacional de Río Negro, Sede Andina, Patagonia Argentina.

El Ciclo de Complementación Curricular (en adelante, CCC) de la Licenciatura en Diseño Artístico Audiovisual es una carrera virtual emergente, federal, sincrónica y asincrónica, nacida en 2025 y materializada en 2026. El trayecto permite obtener la titulación a todas aquellas personas que cuenten con un título de tecnicatura vinculado a las ramas del diseño, la realización

audiovisual, la producción y mezcla sonora, el diseño de videojuegos, entre otras disciplinas admitidas.

El CCC reúne a estudiantes de diversas edades, trayectorias, formaciones y experiencias, que provienen de distintos puntos del país y que, en muchos casos, residen más allá de sus márgenes geográficos. La propuesta de la carrera compone un entramado federal, regional, diverso y heterogéneo que promueve producciones audiovisuales situadas e innovadoras, que derivan en una 'cartografía narrativo-territorial orgánica' nacida de las propias indagaciones y producciones de cada estudiante.

A partir de esta heterogeneidad, y de diversidades personales, profesionales, territoriales y de procedencias, en la asignatura Diseño Audiovisual I, se planteó la deriva como experiencia pedagógica, retomando la tradición situacionista de Debord (1958) y resignificándola como herramienta de exploración territorial y narrativa. Cada estudiante recorrió su propio territorio prestando atención a huellas, sonidos, marcas, texturas, memorias y relatos locales y personales, para traducir esa experiencia en producciones interactivas, transmediales y cargadas de fuerte anclaje territorial.

El resultado fue una experiencia que permitió hacer emerger una multiplicidad de relatos orgánicos y situados, traducidos en un mapa hipertextual, multinarrativo, co-creado y compartido por las y los estudiantes del CCC.

Diversos son los proyectos de las y los estudiantes, que se encuadran en propuestas que rescatan saberes, memorias, herencias y tradiciones populares, personales y afectivas, y que reconstruyen escenarios a partir de las pérdidas de las materialidades, o que recuperan los orígenes del tango, encontrando un nicho para preservar dicho patrimonio cultural, o que indagan prácticas desde la educación inicial y secundaria.

Otras búsquedas incluyen la visibilización del sacrificio de las mujeres patagónicas como estudiantes, madres y, muchas veces, jefas de hogar y único ingreso familiar. También emerge la remediación de diversos formatos como

el fanzine y fotozine, libros expandidos, y experiencias físico-performativas, y hasta proyectos que tensionan la idea de inteligencia artificial con la de narciso-narcosis (McLuhan, 1964:61), donde la vida algorítmica es deconstruida. Todas estas búsquedas narrativas escapan a los formatos y propuestas audiovisuales tradicionales para conformarse como un gran entramado hipertextual, hipernodal e interconectado.

El ejercicio habilitó a las y los estudiantes a profundizar en la relación entre memoria, cuerpo y espacio, complejizando su propia noción de lo territorial, al tiempo que traducían esa indagación en lenguajes transmediales, encontrando en lo cotidiano diversas fuentes y marcas para la construcción del relato.

Como plataformas articuladoras utilizamos Shorthand y Google Sites, que permiten integrar e incrustar diversas herramientas como YouTube, Vimeo, StoryMaps, Google Maps, SoundCloud, Tiki-Toki, entre otras, en producciones individuales que fueron tejiendo una cartografía plural y multiformato conformada por relatos compartidos a lo largo y ancho de Argentina, e incluso más allá de sus fronteras. Cada proyecto dialoga con los demás desde una lógica de cartografía narrativo-territorial hipertextual, hipernodal, compartida y co-creada.

Uno de los hallazgos más relevantes de esta experiencia fue constatar que, en tiempos de producción algorítmica y de plataformas que tienden a homogeneizar y estandarizar formatos y estéticas, los relatos producidos por las y los estudiantes del CCC conservaron una organicidad difícil de replicar de manera maquínica. La cartografía resultante responde a la singularidad de cada estudiante y de cada territorio, y a una forma particular, individual y colectiva, de narrarlo y volverlo plasmable en una gran cartografía transmedial, donde los relatos conforman un vasto mapa de narratividades diversas, al tiempo que interconectadas.

La experiencia permite pensar en un modelo posible para propuestas de educación a distancia, donde la virtualidad puede convertirse en una herramienta para visibilizar tramas, dimensiones creativas y potenciales artísticos, con miras a la transformación social, cultural y afectiva de los territorios.

Referencias

Debord, G. (1958). Teoría de la deriva. *Internationale Situationniste*, (2).

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill.

Beyond the client: integrating graphic production into project-based learning in graphic design education

Susana Araújo
saraujo@escs.ipl.pt
Polytechnic Institute of Lisbon, Portugal

Project-Based Learning (PBL) is a pedagogical approach in which students develop design projects in authentic contexts and in collaboration with external partners (Bell, 2010; Blumenfeld et al., 1991; Thomas, 2000). By engaging students in real-world challenges, this approach promotes the integration of theoretical knowledge and professional practice while fostering technical, creative and decision-making skills. Within this pedagogical framework, this paper focuses on the role of graphic production in the design process. Drawing on Cross's (2006) conception of design as a constructive process, the paper argues that, in Graphic Design for physical artefacts, graphic production should not be understood merely as the final technical stage of a project, but rather as an integral component of the design process, influencing design decisions from its earliest stages.

The paper presents a case study developed within an undergraduate Graphic Design and Production course at a Portuguese higher education institution, in collaboration with an external partner. Students were challenged to design visual communication systems intended for physical implementation in educational spaces. Throughout the project, decisions regarding materials,

printing processes, finishing techniques, artwork preparation and technical feasibility were considered simultaneously with conceptual and visual development, rather than being postponed until the production stage. Students were therefore required to balance communication objectives, material possibilities and production constraints throughout the development of their proposals.

Working within an authentic Project-Based Learning environment, students continuously negotiated between communication goals, users' needs, material possibilities, production constraints and creative intentions. Production decisions were therefore treated as design decisions, guiding the evolution of the proposals throughout the entire design process rather than serving only to validate them at its conclusion. This approach encouraged students to anticipate the implications of production choices for the quality, functionality and communicative effectiveness of the final artefacts. It also promoted a more integrated understanding of the relationship between conceptual development, technical feasibility and material realisation, bringing the educational experience closer to contemporary professional design practice.

Based on the analysis of this case study, the paper discusses how the integration of graphic production throughout the design process contributes to both the development of design proposals and students' learning. Particular attention is given to the interaction between the conceptual, visual and technical dimensions of the project, and to the role of production decisions in shaping design solutions.

The case study suggests that integrating graphic production throughout the entire design process can strengthen students' ability to develop more informed, contextualised and professionally grounded design solutions. More broadly, it proposes a pedagogical perspective in which design and production are understood as inseparable dimensions of Graphic Design for physical artefacts. Rather than considering production as the final stage of implementation, the paper argues that production decisions constitute an integral part

of the design process itself, shaping the way graphic artefacts are conceived, developed and ultimately realised.

References

Bell, S. (2010). Project-based learning for the 21st century: Skills for the future. *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas*, *83*(2), 39-43. https://doi.org/10.1080/00098650903505415

Blumenfeld, P. C., Soloway, E., Marx, R. W., Krajcik, J. S., Guzdial, M., & Palincsar, A. (1991). Motivating project-based learning: sustaining the doing, supporting the learning. *Educational Psychologist*, *26*(3-4), 369-398. https://doi.org/10.1080/00461520.1991.9653139

Cross, N. (2006). *Designerly ways of knowing*. Springer. https://doi.org/10.1007/1-84628-301-9

Thomas, J. W. (2000). *A review of research on project-based learning*. Autodesk Foundation.

El tiempo como materia educativa: metodologías *slow* en los estudios universitarios de comunicación audiovisual

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

María Isabel Pérez-Rufí
mrufi76@yahoo.es
Universidad de Sevilla

Este trabajo examina el tiempo como recurso pedagógico en la enseñanza universitaria de la Comunicación Audiovisual. El problema nace de una distancia cada vez más visible: las herramientas digitales aceleran la obtención de piezas solventes, mientras el acabado eclipsa la observación y las razones que sostienen cada elección. En aulas habituadas a la multitarea, la rapidez puede aplazar decisiones hasta la posproducción y disimular el aprendizaje bajo la apariencia del resultado (May & Elder, 2018; Petrie & Stoneman, 2014). Se plantea como hipótesis que unas pausas breves, situadas en los umbrales decisivos y asociadas a evidencias concretas, hacen visible el razonamiento del alumnado y refuerzan su autonomía. La propuesta enlaza la práctica reflexiva con la observación prolongada (Schön, 1983; Tishman, 2018) dentro de un entorno posdigital marcado por la automatización (Raffaghelli et al., 2025).

El objetivo principal consiste en formular un marco de metodologías *slow* aplicable a estos estudios. De él se desprenden dos objetivos específicos:

localizar los momentos del proceso creativo en los que la aceleración debilita la atención o aplaza el criterio y vincular principios pedagógicos con actividades realizables en el aula y huellas que muestren la evolución del aprendizaje. La pregunta de investigación indaga cómo una regulación selectiva del ritmo puede fortalecer la atención y la justificación de decisiones dentro del trabajo colectivo.

Para responder a esta pregunta se adopta una revisión teórica integradora, adecuada para articular líneas de investigación desarrolladas por vías paralelas (Snyder, 2019). El corpus relaciona la pedagogía *slow* y los estudios sobre atención digital con la enseñanza de la producción audiovisual. A esa base se suman documentos sobre inteligencia artificial en educación. Durante la lectura comparada se registró el problema temporal descrito por cada fuente y la unidad sobre la que recaía la atención. Después se identificaron las prácticas docentes propuestas y las evidencias capaces de acreditar el aprendizaje. Las coincidencias se trasladaron al flujo audiovisual mediante el alineamiento constructivo (Biggs, 2014) y la reflexión durante la acción (Schön, 1983). El resultado posee un plano teórico-propositivo; una fase empírica posterior deberá comprobar sus efectos.

Los resultados se concretan en un modelo de pausas con propósito, breves y selectivas. Durante el visionado, una primera exposición continua se completa con repeticiones guiadas; la escucha sin imagen concede al sonido una presencia analítica propia. Esta secuencia aplaza el juicio ante la fragmentación atencional (May & Elder, 2018; Tishman, 2018). En preproducción, una elaboración inicial precede a la búsqueda digital o al uso de IA. El guion y los bocetos documentan el razonamiento mientras el proyecto admite cambios; la entrada diferida de la automatización protege la agencia humana (Miao & Holmes, 2023). Durante el rodaje, un ensayo sin registro contrasta la planificación con el espacio real. La comprobación previa explicita las dependencias del equipo, y un presupuesto de tomas obliga a justificar las repeticiones (Dooley & Sexton-Finck, 2017; Taylor, 2019).

Ya en montaje, comparar versiones orientadas por preguntas distintas descubre el criterio oculto tras el acabado. El contraste entre ensamblajes muestra cómo una variación de duración o de estructura modifica el sentido. Tras la proyección, el equipo selecciona las observaciones que incorporará y razona el descarte de las restantes. Un portafolio breve reúne las evidencias significativas del proceso. La devolución llega mientras las elecciones siguen abiertas, de modo que puede reorientar la pieza y valorar aprendizajes multimodales difíciles de apreciar en el producto aislado (Boud & Molloy, 2013; Florén et al., 2025).

La hipótesis encuentra respaldo en la coherencia interna del modelo: cada pausa protege una decisión y deja una huella ligera para su evaluación. Pedir razones en distintos momentos reduce la delegación del criterio en la herramienta o en el juicio final del docente. Su aplicación exige concentrar las pausas en el tiempo lectivo y seleccionar pocos registros para evitar burocracia. La ratio de estudiantes y la disponibilidad de equipos marcan otros límites institucionales. Una fase aplicada habrá de contrastar los efectos sobre la atención y la autonomía mediante portafolios y defensas orales. También recogerá la experiencia temporal del alumnado. En síntesis, aprender a mirar antes de producir convierte el ritmo en materia educativa. Así, la responsabilidad autoral recupera presencia dentro de una ecología mediática acelerada.

Referencias

Biggs, J. (2014). Constructive alignment in university teaching. *HERDSA Review of Higher Education, 1*, 5-22. https://herdsa.org.au/herdsa-review-higher-education-vol-1/5-22

Boud, D., & Molloy, E. K. (2013). Rethinking models of feedback for learning: The challenge of design. *Assessment & Evaluation in Higher Education, 38(6), 698-712.* https://doi.org/10.1080/02602938.2012.691462

Dooley, K., & Sexton-Finck, L. (2017). A focus on collaboration: Fostering Australian screen production students' teamwork skills. *Journal of*

Teaching and Learning for Graduate Employability, 8(1), 74-105. https://doi.org/10.21153/jtlge2017vol8no1art642

Florén, H., Bezemer, J., & Domingo, M. (2025). Assessing film in higher education: Straddling academic and professional conventions. *Learning, Media and Technology,* 1-15. https://doi.org/10.1080/17439884.2025.2471405

May, K. E., & Elder, A. D. (2018). Efficient, helpful, or distracting? A literature review of media multitasking in relation to academic performance. *International Journal of Educational Technology in Higher Education, 15,* Article 13. https://doi.org/10.1186/s41239-018-0096-z

Miao, F., & Holmes, W. (2023). *Guidance for generative AI in education and research.* UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000386693

Petrie, D., & Stoneman, R. (2014). *Educating film-makers: Past, present and future.* Intellect.

Raffaghelli, J. E., Ferrarelli, M., & Lugo Rodríguez, N. (2025). Slowness as postdigital positionality in the era of generative AI: A conversation. *Postdigital Science and Education, 7,* 1224-1249. https://doi.org/10.1007/s42438-025-00554-z

Schön, D. A. (1983). *The reflective practitioner: How professionals think in action.* Basic Books.

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research, 104*, 333-339. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039

Taylor, A. (2019). There is no 'E' in 'constraints': Teaching creativity in higher education screen production. In C. Batty, M. Berry, K. Dooley, B. Frankham, & S. Kerrigan (Eds.), *The Palgrave handbook of screen*

production (pp. 403-414). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-21744-0_31

Tishman, S. (2018). *Slow looking: The art and practice of learning through observation.* Routledge.

Ensino de fotografia na era da fotografia computacional: um método didático de baixo custo para disciplinas de design utilizando smartphones

Joe Wallace Cordeiro
joewallac@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina

Gilson Braviano
gilson.braviano@ufsc.br
Universidade Federal de Santa Catarina

A fotografia computacional reúne estratégias de captura e processamento algorítmico que ampliam as capacidades ópticas dos dispositivos digitais, incluindo combinação de múltiplas imagens, redução de ruído, aumento do alcance dinâmico e estimativa de profundidade (Delbracio et al., 2021). Sua popularização e difusão por meio dos smartphones abre espaço em metodologias de ensino ainda orientadas exclusivamente no uso de câmeras e equipamentos profissionais. Este trabalho apresenta uma estratégia didática de baixo custo para o ensino de iluminação, composição, processamento móvel e tratamento digital em disciplinas de Fotografia aplicadas ao Design.

A proposta surgiu no contexto da oferta de uma disciplina de Fotografia em um curso superior de Design cuja infraestrutura não disponibilizava câmeras profissionais em quantidade suficiente para as atividades práticas. Diante

dessa limitação, concebeu-se o Mini Estúdio, uma proposta metodológica que transfere o foco da dependência do aparato técnico para a compreensão e o domínio conceitual da luz, do triângulo de exposição, da organização visual e dos processos computacionais envolvidos na construção da imagem. O objetivo é sistematizar uma alternativa introdutória, acessível e adaptável a contextos com recursos limitados, sem, no entanto pretender substituir a formação realizada com equipamentos profissionais.

O referencial estrutura-se em cinco eixos. Flusser (2011) fundamenta a discussão crítica sobre aparelho, programa e atuação do sujeito diante dos dispositivos técnicos. Santaella e Nöth (2005) contribuem para compreender os paradigmas pré-fotográfico, fotográfico e pós-fotográfico, enquanto Manovich (2001, 2013) permite discutir a imagem digital como objeto processado por software. Bolter e Grusin (1999) apoiam a compreensão da remediação de procedimentos fotográficos anteriores em ambientes digitais. Para elaboração da composição, a metodologia considera e aplica princípios de organização visual, como figura-fundo, contraste, equilíbrio, diagonais, perspectiva, simetria, assimetria e o uso expressivo da luz e da sombra, discutidos por Rissler (2014) e Freeman (2009). O desenvolvimento de alternativas de baixo custo para os equipamentos baseou-se nos estudos de Cordeiro (2021) e nos fundamentos do movimento maker, como prototipagem e experimentação material encontrados em Blikstein (2013).

A pesquisa caracteriza-se, quanto à finalidade, como aplicada; quanto à abordagem, como qualitativa; e, quanto aos objetivos, como descritiva e propositiva. O estudo baseia-se em pesquisa bibliográfica e na documentação de protótipos didáticos produzidos pelos autores. Desenvolvida para emular os fundamentos da fotografia tradicional, o método proposto visa mitigar as limitações técnicas decorrentes da ausência de equipamentos profissionais, tais como lentes especializadas, controle nativo de sensibilidade ISO e abertura física do diafragma sem a pretensão de substituí-los.

A abordagem metodológica apresentada é organizada em três módulos integrados. O primeiro, Captura, Composição e Processamento Móvel, aborda enquadramento, equilíbrio, figura-fundo, organização espacial e recursos dos smartphones, como HDR, modo noturno, redução de ruído e desfoque simulado. O segundo, Construção da Luz, trabalha fontes naturais e artificiais, difusores, rebatedores e fundos produzidos com papel vegetal, papel cartão, isopor, tecidos e caixas de papelão, explorando direção, qualidade, intensidade, temperatura de cor e Lei do Quadrado Inverso. O terceiro, Tratamento Digital, aborda histograma, exposição, curvas, balanço de branco, máscaras, camadas de ajuste e objetos inteligentes em fluxos não destrutivos (Adobe, 2023).

Como documentação, são apresentados protótipos visuais produzidos pelos autores por meio de fotografias de objetos, registros dos setups, diagramas de iluminação e comparações antes e depois do tratamento. Esses materiais permitem descrever os procedimentos e analisar seu potencial de replicabilidade, sem utilizar trabalhos discentes ou avaliar individualmente a aprendizagem dos estudantes. Os resultados documentais indicam que o Mini Estúdio pode constituir uma alternativa metodológica para introduzir fundamentos de iluminação, composição, processamento móvel e tratamento digital em cursos de Design que enfrentam limitações de infraestrutura. A eficácia pedagógica da proposta permanece como questão para estudos posteriores com procedimentos específicos de acompanhamento da aprendizagem.

Referências

Adobe. *Nondestructive editing in Photoshop*. Adobe Help Center. https://helpx.adobe.com/photoshop/using/nondestructive-editing.html

Blikstein, P. (2013). Digital fabrication and “making” in education: the democratization of invention. In J. Walter-Herrmann & C. Büching (Eds.), *FabLabs: Of machines, makers and inventors* (pp. 203-222). Transcript.

Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media.* MIT Press.

Cordeiro, J. W. (2021). *Design estrutural de embalagens: Uso de fotogrametria digital, por meio de smartphones, para obtenção de modelos 3D de baixo custo* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina]. Repositório Institucional da UFSC. https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/229146

Delbracio, M., Kelly, D., Brown, M. S., & Milanfar, P. (2021). Mobile computational photography: a tour. *Annual Review of Vision Science, 7,* 571-604. https://doi.org/10.1146/annurev-vision-093019-115521

Flusser, V. (2011). *Filosofia da caixa preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Annablume.

Freeman, M. (2009). *El ojo del fotógrafo: composición y diseño para captar mejores fotografias digitales*. Blume.

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.

Manovich, L. (2013). *Software takes command*. Bloomsbury Academic.

Rissler, A. (2014). *Photographic composition: Principles of image design*. Rocky Nook.

Santaella, L., & Nöth, W. (2005). *Imagem: cognição, semiótica, mídia* (4ª ed.). Iluminuras.

Inteligencia artificial generativa y educación audiovisual en la enseñanza universitaria de Historia del Arte: una pedagogía de la verificación visual

María Isabel Pérez-Rufí
mrufi76@yahoo.es
Investigadora independiente

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

Esta investigación tiene por objeto estudiar las condiciones para incorporar la inteligencia artificial generativa (IAG) a la enseñanza universitaria de Historia del Arte dentro de una ecología audiovisual. Partiremos de la transformación histórica del aula: la diapositiva convirtió la comparación de reproducciones en una práctica central y el audiovisual en red añadió movimiento y diálogo interpretativo (Harris & Zucker, 2010; Nelson, 2000). La interfaz generativa redacta comentarios y crea imágenes plausibles, cuya fluidez puede ocultar errores de atribución o reconstrucciones sin apoyo documental. El problema remite a la forma en que cada medio organiza la mirada y distribuye la autoridad sobre la obra (Scolari, 2012).

La hipótesis sostiene que la IAG adquiere valor educativo cuando interviene después de una observación autónoma y sus respuestas se convierten

en objeto de contraste. El objetivo principal será formular una pedagogía de la verificación visual adaptada a las competencias histórico-artísticas. Con objeto de alcanzarlo, se reconstruyen las continuidades entre los dispositivos docentes anteriores y la interfaz actual. El estudio examina después cómo preservar la responsabilidad interpretativa del alumnado y establece las condiciones institucionales que deben acompañar la evaluación. La propuesta relaciona la memoria de los medios con el futuro de la educación audiovisual universitaria.

La metodología adopta un diseño cualitativo de carácter documental. El corpus, cerrado el 21 de julio de 2026, reúne 37 textos. Incluye 24 publicaciones aparecidas desde 2023 sobre IAG y educación superior, junto con 13 contribuciones anteriores que fundamentan la ecología de los medios o la alfabetización visual. Las referencias se comprobaron en el registro editorial y, cuando correspondía, mediante el DOI; los documentos institucionales se verificaron en su repositorio. La codificación examinó el modo en que cada tecnología dispone la observación. Una lectura comparada atendió después a la verificabilidad de las respuestas y contrastó los hallazgos con los marcos de evaluación universitaria, así como con las condiciones de acceso o privacidad (Lodge et al., 2023; Miao & Holmes, 2023). El alcance es teórico-propositivo; la eficacia del protocolo deberá comprobarse en asignaturas concretas.

Los resultados muestran que el orden de la actividad determina la utilidad pedagógica de la IAG. El estudiante comienza con una reproducción de procedencia conocida y formula una lectura propia. En una fase posterior consulta el sistema, conserva la instrucción y somete cada afirmación a revisión. Un expediente de evidencias reúne la respuesta automática junto con las fuentes que justifican cada corrección; la interpretación final explica los cambios. Este procedimiento protege el tiempo de observación y responde a la capacidad de los modelos para inventar referencias (Walters & Wilder, 2023). También permite comparar la obra con un vídeo museístico o con una secuencia sintética para reconocer qué decisiones introduce cada formato.

Ante las imágenes generadas, el modelo propone tratarlas como contraejemplos históricos. Los anacronismos o la mezcla de repertorios revelan las desigualdades de los archivos digitales y hacen visible la diferencia entre verosimilitud y evidencia (Foka & Griffin, 2024). Cuando la IAG anima una pintura o simula un recorrido arquitectónico, el alumnado identifica los movimientos añadidos y contrasta la continuidad espacial con documentación fiable. Toda reconstrucción conservará una marca de origen sintético y una memoria de las fuentes que sostienen sus decisiones (Spennemann, 2024). La evaluación atiende al proceso de corrección y exige declarar la asistencia recibida. A su vez, la universidad debe garantizar una alternativa equivalente si la tarea depende de un servicio comercial e informar sobre el tratamiento de los datos (CRUE Universidades Españolas, 2024).

Las conclusiones permiten afirmar que el uso ético de la IAG en Historia del Arte depende del diseño de la experiencia audiovisual y de la responsabilidad institucional que la sostiene. La pedagogía de la verificación visual relaciona la alfabetización mediática con el juicio disciplinar: el alumnado aprende a examinar la obra y a interrogar su interfaz. El expediente orienta la evaluación hacia la calidad de las pruebas y reconoce la autoría en las decisiones justificadas. Consideramos que la memoria de la diapositiva ayuda a comprender el entorno generativo y a orientar su futuro. Bajo estas condiciones, la IAG puede fortalecer una mirada capaz de distinguir una imagen convincente de una interpretación respaldada por fuentes.

Referencias

CRUE Universidades Españolas. (2024). *La inteligencia artificial generativa en la docencia universitaria: Oportunidades, desafíos y recomendaciones*. https://www.crue.org/wp-content/uploads/2024/03/Crue-Digitalizacion_IA-Generativa.pdf

Foka, A., & Griffin, G. (2024). AI, cultural heritage, and bias: Some key queries that arise from the use of GenAI. *Heritage, 7*(11), 6125-6136. https://doi.org/10.3390/heritage7110287

Harris, B., & Zucker, S. (2010). Conversation is the key: a short history of Smarthistory.org. In *Open ED 2010 proceedings.* Universitat Oberta de Catalunya, Open Universiteit Nederland, & Brigham Young University. http://hdl.handle.net/10609/5081

Lodge, J. M., Howard, S., Bearman, M., Dawson, P., & Associates. (2023). *Assessment reform for the age of artificial intelligence.* Tertiary Education Quality and Standards Agency. https://www.teqsa.gov.au/sites/default/files/2023-09/assessment-reform-age-artificial-intelligence-discussion-paper.pdf

Miao, F., & Holmes, W. (2023). *Guidance for generative AI in education and research.* UNESCO. https://doi.org/10.54675/EWZM9535

Nelson, R. S. (2000). The slide lecture, or the work of art "history" in the age of mechanical reproduction. *Critical Inquiry, 26*(3), 414-434. https://doi.org/10.1086/448973

Scolari, C. A. (2012). Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory. *Communication Theory, 22*(2), 204-225. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2012.01404.x

Spennemann, D. H. R. (2024). Generative artificial intelligence, human agency and the future of cultural heritage. *Heritage, 7*(7), 3597-3609. https://doi.org/10.3390/heritage7070170

Walters, W. H., & Wilder, E. I. (2023). Fabrication and errors in the bibliographic citations generated by ChatGPT. *Scientific Reports, 13,* 14045. https://doi.org/10.1038/s41598-023-41032-5

Jóvenes adultos construyen su imaginario del éxito en redes sociales: su lectura desde el pensamiento crítico digital

Paola Ulloa-López
lulloa@espol.edu.ec
Escuela Superior Politécnica del Litoral

Andrea Bonilla
akbonill@espol.edu.ec
Escuela Superior Politécnica del Litoral

La presente investigación analiza la construcción del imaginario del éxito en redes sociales y su influencia en el pensamiento crítico digital de jóvenes adultos en Ecuador, tomando como caso de estudio el fenómeno denominado *Narcobabys*. El objetivo es examinar los discursos, símbolos y representaciones que configuran dicho imaginario en entornos digitales, así como su impacto en la capacidad de análisis crítico de los usuarios.

Se emplea un enfoque cualitativo de tipo descriptivo-analítico, basado en la revisión de literatura y el análisis de contenido en redes sociales. Los resultados evidencian que el éxito se asocia principalmente a la ostentación, el poder económico y la visibilidad, elementos que son constantemente reforzados en plataformas digitales

Asimismo, se identifica una tendencia a la normalización de estos modelos aspiracionales, lo que incide en una limitada capacidad de cuestionamiento

crítico por parte de los jóvenes adultos. En la actualidad, las redes sociales se han consolidado como espacios fundamentales en la construcción de significados sociales, especialmente en relación con las aspiraciones individuales y colectivas. Estas plataformas no solo facilitan la comunicación, sino que también operan como entornos de producción simbólica donde se configuran identidades, estilos de vida y percepciones del éxito (Boyd, 2014; Van Dijck, 2013).

En este contexto, el concepto de éxito ha experimentado una transformación significativa, alejándose de nociones tradicionales vinculadas al esfuerzo académico o profesional, y orientándose hacia una lógica basada en la visibilidad, el consumo y el reconocimiento social. Como señala Lipovetsky (2007), la cultura contemporánea se caracteriza por la exaltación de la apariencia y la construcción de identidades mediadas por el espectáculo.

En el caso ecuatoriano, han emergido fenómenos digitales que reflejan esta transformación, entre ellos el denominado N*arcobabys*, el cual se vincula con la exhibición de estilos de vida asociados al lujo, el poder económico y la ostentación en redes sociales. Casos recientes difundidos por medios de comunicación evidencian la relación entre estas representaciones y dinámicas sociales concretas, como el caso de alias Marino y el atentado contra un negocio vinculado a una figura mediática en Guayaquil (Boscán, 2026).

El problema en la investigación recae en la construcción y difusión de un imaginario del éxito en redes sociales que privilegia la ostentación, el dinero y la visibilidad como indicadores principales de reconocimiento social. Este tipo de representaciones, al ser consumidas de manera constante, influyen en la forma en que los jóvenes adultos interpretan la realidad y construyen sus aspiraciones.

El fenómeno *Narcobabys* constituye un caso relevante dentro de este contexto, ya que presenta modelos de éxito que no explicitan el origen de los recursos económicos que los sustentan, lo que puede generar una percepción distorsionada de la realidad.

En consecuencia, surge la necesidad de analizar el impacto de estos contenidos desde el pensamiento crítico digital, entendido como la capacidad de evaluar y cuestionar la información en entornos digitales. La exposición constante a discursos repetitivos puede limitar esta capacidad, favoreciendo procesos de aceptación acrítica (Kellner & Share, 2007).

Las redes sociales tienen una gran influencia en la forma en que los jóvenes perciben el éxito y construyen sus aspiraciones personales. Actualmente, contenidos relacionados con lujo, fama y poder económico generan altos niveles de interacción debido a su impacto visual y emocional. Según Van Dijck (2016), las plataformas digitales priorizan contenidos llamativos que logran captar rápidamente la atención de los usuarios, favoreciendo la difusión de modelos aspiracionales.

En el caso del fenómeno *Narcobabys*, muchos jóvenes se encuentran expuestos constantemente a representaciones idealizadas del éxito, en que predominan la ostentación y la visibilidad social. Esto puede provocar percepciones distorsionadas sobre la realidad y normalizar ciertos etilos de vida dentro de los entornos digitales.

En este contexto, Morduchowicz (2012) señala que las redes sociales constituyen uno de los principales escenarios de socialización de los jóvenes, ya que en ellas construyen vínculos, comparten experiencias y configuran referentes que influyen en su identidad y en su forma de comprender la realidad. Además, la autora sostiene que los jóvenes no solo consumen contenidos, sino que también participan activamente en su producción y difusión, por lo que resulta indispensable fortalecer el pensamiento crítico digital para interpretar, cuestionar y evaluar la información que circula en estos espacios.

Referencias

Boscán, A. (5 de marzo de 2026). *La verdad tras la muerte de Alias Marino y su relación con una famosa de TV* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=cNF64xrtdMI

Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens.* Yale University Press. https://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf

Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy is not an option. *Learning Inquiry, 1*(1), 59-69.

Lipovetsky, G. (2007). La felicidad paradójica: Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo. Editorial Anagrama.

Morduchowicz, R. (2012). *Los adolescentes y las redes sociales: la construcción de la identidad juvenil en Internet.* Fondo de Cultura Económica.

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: a critical history of social media.* Oxford University Press.

Van Dijck, J. (2016). Conceptualizing the platform society: conflict and dissent. *Information, Communication & Society, 19*(3), 296-308.

Dos territórios às plataformas: desafios da educação na cultura digital

Josiane Santana Ribeiro
josisanri@gmail.com
Universidade de Brasília

Andrea Versuti
andrea.versuti@gmail.com
Universidade de Brasília

O presente trabalho discute os desafios da educação diante da cultura digital e da crescente plataformização da vida social, tomando como eixo analítico a distinção formulada por Nêgo Bispo em: "A terra dá, a terra quer entre o que é importante e o que é necessário" (Bispo dos Santos, 2023). Para o autor, as relações capitalistas valorizam aquilo que acumula prestígio, riqueza e visibilidade, enquanto as cosmologias quilombolas compreendem todas as formas de vida como necessárias, reconhecendo sua interdependência na manutenção da existência coletiva. A partir dessa perspectiva, argumenta-se que a plataformização da vida contribui para o rompimento das relações entre seres humanos, territórios e natureza, intensificando processos históricos de colonização e de mercantilização da vida. O objetivo do ensaio é analisar os desafios da educação na cultura digital, articulando as contribuições de Antônio Bispo dos Santos, Paulo Freire, Pierre Bourdieu, Stefano Mancuso e Shoshana Zuboff para refletir sobre as relações entre tecnologia, educação e diversidade cultural.

Argumenta-se que a escola contemporânea frequentemente reproduz essa racionalidade ao privilegiar uma educação bancária, descontextualizada das experiências dos educandos (Freire, 1996). Em diálogo com Bourdieu (1998), sustenta-se que determinados saberes são legitimados como universais, enquanto conhecimentos produzidos por povos tradicionais e comunidades permanecem invisibilizados. A crise ambiental revela-se, assim, inseparável das desigualdades sociais produzidas pela lógica de mercantilização da natureza. O texto amplia essa discussão para o campo das tecnologias digitais ao compreender que a expansão das plataformas e das inteligências artificiais inaugura novas formas de colonialismo baseadas na captura da experiência humana e na extração de dados (Zuboff, 2020). Embora a sociedade contemporânea vivencie elevados níveis de conectividade, observa-se um processo simultâneo de desconexão em relação aos territórios, aos ciclos naturais e às formas comunitárias de convivência (Bispo dos Santos, 2023). Ancorando-se em Freire (1984, 1996, 2000), defende-se que as tecnologias não são neutras, mas artefatos históricos cuja utilização deve ser permanentemente interrogada quanto aos interesses políticos, econômicos e sociais que orientam sua produção e uso.

Como horizonte de transformação, este trabalho aproxima a noção de contracolonização proposta por Bispo dos Santos (2023) das reflexões de Mancuso (2019) sobre as formas descentralizadas de organização presentes na natureza e das experiências de inteligência colaborativa, como a Wikipédia, que demonstram como a cooperação e a circulação do conhecimento produzem respostas coletivas mais resilientes do que estruturas centralizadas.

Nessa perspectiva, a inteligência coletiva (Lévy,1997) é compreendida como uma alternativa à concentração do conhecimento, ao mesmo tempo em que se evidencia o paradoxo da apropriação desse patrimônio comum por grandes plataformas digitais e seus complexos sistemas de inteligência artificial que operam como novos impérios e cujos impactos têm inclusive ameaçado a sobrevivência das sociedades democráticas, esvaziando a contestabilidade do

pensamento crítico (Hao, 2026). Conclui-se que uma educação comprometida com a cultura digital precisa articular a reconexão com a terra, os territórios e os modos comunitários de existência ao desenvolvimento de processos de alfabetização crítica para a cultura digital. Isso implica compreender os impactos sociais, políticos e ambientais das plataformas, fortalecendo práticas de soberania digital e de produção compartilhada do conhecimento, mitigando seus impactos sobre a sobrevivência digna dos sujeitos sociais.

Conclui-se que, quando é efetivamente orientada pelos princípios da contracolonização de Bispo dos Santos e na pedagogia crítica de Freire, a Educação pode mobilizar as tecnologias e as inteligências artificiais a serviço da democratização do conhecimento, da justiça socioambiental, da valorização da diversidade cultural e da continuidade da vida.

Referências

Bispo dos Santos, A. (2023). *A terra dá, a terra quer*. Ubu Editora.

Bourdieu, P. (1998). *Escritos de educação*. Vozes.

Freire, P. (1984). *A máquina está a serviço de quem?* Revista BITS.

Freire, P. (1996). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. Paz e Terra.

Hao, K. (2026). *O império da IA: Por dentro da corrida pela dominação total*. Rocco.

Lévy, P. (1997) *A inteligência coletiva*. Ed.34.

Mancuso, S. (2019). *Revolução das plantas: um novo modelo para o futuro*. Ubu Editora.

Zuboff, S. (2020). *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Intrínseca.

Educação híbrida e desigualdades no acesso às tecnologias digitais: uma análise discursiva do documentário "desconectados" no contexto da pandemia

Léo Bentes dos Santos
leobentesdossantos@hotmail.com
Universidade Estácio de Sá (PPGE/UNESA)

Adriana M. Assumpção
assumpcaoam@gmail.com
Universidade Estácio de Sá (PPGE/UNESA)

A pandemia de Covid-19 ampliou a visibilidade das desigualdades educacionais historicamente existentes no Brasil, instaurando um período de profundas transformações no campo educacional e intensificando demandas relacionadas ao uso das tecnologias digitais, ao ensino remoto emergencial (ERE) e à reorganização das práticas pedagógicas. Conforme apontam Sato et al. (2023), a crise sanitária produziu "condições muito adversas para a manutenção de uma educação pública de qualidade" (p. 24), de modo que a ausência de dispositivos tecnológicos e de conectividade adequada tornou-se um marcador social fundamental para definir quem poderia participar das atividades educacionais e quem ficaria excluído, parcial ou integralmente, dos processos de ensino-aprendizagem.

Nesse cenário de reconfiguração pedagógica, emergem debates sobre letramento digital, multiletramentos e as narrativas produzidas sobre a própria desigualdade digital, discursos que são produzidos, legitimados e disputados por diferentes gêneros e mídias. Como aponta Fairclough (2001), "implica ser o discurso um modo de ação, uma forma que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação" (p. 91), de modo que as narrativas midiáticas não apenas descrevem os impactos da pandemia na educação, mas produzem sentidos sobre quem participa, quem é excluído e quais soluções são consideradas legítimas.

Dentro do conjunto de produções dedicadas a representar tais efeitos, o documentário *Desconectados: os impactos da pandemia na educação brasileira* (Folha de S.Paulo, 2022) ganha destaque por apresentar um recorte sensível e crítico sobre as dificuldades enfrentadas por estudantes em situação de vulnerabilidade durante o ensino remoto, articulando recursos multimodais - imagens, fala, trilha sonora, enquadramentos - que constroem significados que ultrapassam a dimensão informativa. Embora inúmeros estudos tenham discutido os impactos da pandemia na educação brasileira, permanecem lacunas quanto à compreensão de como esses impactos foram discutidos discursiva e multimodalmente nas narrativas midiáticas do período pós-pandêmico, já que a maior parte das pesquisas concentra-se em levantamentos quantitativos, políticas públicas ou relatos institucionais.

Diante disso, este estudo tem como objetivo geral analisar, a partir do modelo tridimensional da Análise Crítica do Discurso (ACD), as narrativas do documentário *Desconectados* e as representações discursivas e multimodais que constroem sobre a desigualdade digital e a exclusão educacional na pandemia, buscando localizar segmentos discursivos relevantes, examinar como elementos linguísticos e multimodais organizam tais narrativas e identificar de que modo o documentário reproduz, contesta ou desloca narrativas hegemônicas sobre pobreza, tecnologia e educação.

A ACD, na perspectiva de Norman Fairclough (2001), compreende o discurso como prática social organizada em um quadro tridimensional - texto, prática discursiva e prática social -, o que permite investigar como o discurso institucionaliza modos de ver o mundo e reforça ou contesta relações de poder. Associada aos estudos de multimodalidade, essa abordagem possibilita analisar não apenas o que é dito verbalmente, mas como os sentidos são construídos visual e sonoramente, já que, conforme Lima e Ferreira (2022), esse conceito "representa a disponibilidade dos modos/modalidades existentes para a comunicação, sendo normalmente mais citados os modos da escrita, da imagem, do som, do gesto" (p. 41). Nesse sentido, os documentários constituem-se como gênero discursivo que, segundo Nichols (2010), "tornam visível e audível [...] a matéria de que é feita a realidade social" (p. 26), o que justifica sua adoção como *corpus* privilegiado para investigar como a desigualdade digital é representada, que vozes ganham destaque e quais são silenciadas.

Trata-se de uma pesquisa qualitativa e bibliográfica, de natureza documental, cujo *corpus* é composto pelo documentário *Desconectados*. O procedimento parte pela visualização integral da obra e da seleção de segmentos discursivos com base em critérios ancorados na ACD, priorizando trechos que evidenciem representações de desigualdade educacional e exclusão digital, construções discursivas sobre os sujeitos afetados e a articulação entre elementos multimodais e verbais. Os segmentos selecionados serão transcritos e analisados a partir do modelo tridimensional de Fairclough (2001), considerando categorias temáticas - impactos sobre docentes, estudantes, instituições e desigualdade digital - e categorias discursivo-ideológicas, como representação de atores sociais, estratégias de legitimação, silenciamentos e interdiscursividade.

Espera-se que esta pesquisa contribua para a compreensão dos impactos da pandemia na educação brasileira, ao evidenciar de que forma os discursos do documentário expressam desigualdades e sentidos sociais sobre o ensino

remoto, reforçando a ACD como método pertinente para a análise de produções audiovisuais em estudos futuros.

Referências

Fairclough, N. (2001). *Discurso e mudança social* (I. Magalhães, Trad.). Editora Universidade de Brasília.

Folha de S.Paulo. (2022, setembro 29). *Desconectados: os impactos da pandemia na educação brasileira* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=yGFxVyQ6eK0

Lima, I. V., & Ferreira, H. M. (2022). *Ler o vídeo: multimodalidade, semiótica e as representações sociais em animações.* Pedro & João Editores. https://pedroejoaoeditores.com.br/produto/ler-o-video-multimodalidade-semiotica-e-as-representacoes-sociais-em-animacoes/

Nichols, B. (2010). *Introdução ao documentário* (5a ed.). Papirus.

Sato, C. K. C., Lacerda, G. de A., Fernandes, J. P. C., Aguiar, M. A. de F. B. de. (2023). *Soluções inovadoras para reduzir desigualdades educacionais*. Banco Interamericano de Desenvolvimento, Divisão de Educação. https://publications.iadb.org/publications/portuguese/document/Soluc%C3%B5es-inovadoras-para-reduzir-desigualdades-educacionais.pdf

O AUDIOVIUSUAL INFANTOJUVENIL COMO RECURSO MIDIÁTICO-PEDAGÓGICO PARA O DESENVOLVIMENTO HUMANO: IDENTIDADE E CIDADANIA[1]

João Paulo Hergesel
joao.hergesel@puc-campinas.edu.br
Pontifícia Universidade Católica de Campinas

As teleficções contemporâneas para crianças e adolescentes, ao abordarem temáticas identitárias e culturais em seus enredos, tem permitido ao jovem espectador enxergar sua vivência representada com dignidade estética, possibilitando, assim, encontrar provas de sua própria existência social. A partir da metodologia da revisão bibliográfica, este trabalho tem o objetivo de investigar a ficção seriada infantojuvenil como um recurso de desenvolvimento humano, com base nos conceitos de infância e adolescência.

Apoiados na historiografia clássica de Ariès (1981), partimos da premissa de que essas etapas não são meros dados biológicos universais, mas construções sociais que variam drasticamente conforme o tempo e a cultura. A *descoberta da infância*, como narra o autor, foi um processo lento que reconfigurou a estrutura da família moderna, isolando a criança do mundo adulto para protegê-la e educá-la.

1. O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Brasil (processo nº. 302876/2026-0).

No contexto nacional, Del Priore (1991) nos lembra que essa história possui particularidades, haja vista que a criança brasileira foi historicamente moldada por desigualdades sociais que definiram quem tinha direito a viver essa *infância protegida* e quem era precocemente inserido no trabalho. Portanto, ao falarmos de público infantojuvenil hoje, estamos lidando com uma categoria que carrega séculos de disputas sobre o seu lugar no mundo.

A adolescência, por sua vez, surge como um fenômeno ainda mais recente e complexo. Calligaris (2000) a define não somente pelas transformações pubertárias, mas como uma *moratória social*, um tempo de espera institucionalizado pela sociedade moderna. É um período concedido ao indivíduo, livre das responsabilidades produtivas imediatas do adulto, para que ele possa se formar. Contudo, essa moratória, também descrita pela sociologia da juventude de Foracchi (1972), deixou de ser um hiato ou um tempo morto.

Como complementa Groppo (2017), a juventude contemporânea transformou esse tempo de espera em um tempo de intensa produção cultural e simbólica. O jovem não está apenas *aguardando para ser* alguém; ele *já é* um sujeito político e cultural no presente, utilizando esse período para testar papéis, desafiar normas e construir grupos de pertencimento.

É nesse vácuo da moratória que o mercado encontra terreno fértil para atuar, muitas vezes acelerando etapas. Tomaz (2011) identifica fenômenos recentes como a invenção dos *tweens*, uma categoria mercadológica situada entre a infância e a adolescência (geralmente dos 8 aos 12 anos). A autora demonstra como a indústria cultural incita precocemente a autonomia, a vaidade e a fidelização a estilos de vida, criando sujeitos que, embora legalmente crianças, consomem e se comportam sob a lógica juvenil.

Esse processo coloca a mídia no centro da socialização, muitas vezes disputando autoridade com a família e a escola. Sampaio et al. (2024), ao mapearem o campo da recepção e consumo, destacam que as crianças e jovens de hoje não são *tábulas rasas* ou vítimas passivas das telas. Pelo contrário, são

sujeitos ativos que negociam sentidos, apropriando-se das narrativas midiáticas para entenderem a si mesmos e ao mundo ao seu redor.

Nesse cenário, a ficção seriada para o destinatário infantil e juvenil oferece o que Becker (1985) aponta como essencial para a psique adolescente: o espelho e o repertório. Segundo o autor, a adolescência é o momento crucial de diferenciação da família e busca por pertencimento à turma. As séries e novelas funcionam, assim, como laboratórios seguros onde novas identidades são testadas, gírias são aprendidas e comportamentos são validados antes de serem levados para a vida real.

Essa função de espelho se revela vital quando tratamos de cidadania e direitos humanos, preenchendo lacunas deixadas pelas instituições tradicionais. Em pesquisas anteriores (Hergesel & Mattos, 2019) vemos como a narrativa ficcional pode operar como um disparador pedagógico insubstituível: se a escola muitas vezes silencia sobre educação sexual por tabu ou despreparo, a ficção entra provocando o debate, oferecendo vocabulário e situações dramáticas que permitem ao jovem elaborar suas dúvidas na segurança da espectatorialidade.

Do mesmo modo, a representatividade na tela transcende o entretenimento para tocar naquilo que talvez possamos chamar de antropologia visual do sujeito contemporâneo. A presença de personagens dissidentes não é apenas uma escolha de roteiro, mas um ato político de validação. Ao nomear e dar visibilidade a sujeitos frequentemente invisibilizados, a ficção seriada cumpre seu papel mais nobre no desenvolvimento humano: transformar o ato de assistir em um ato de reconhecimento.

Referências

Ariès, P. (1981). *História social da criança e da família* (2ª ed.). LTC.

Becker, D. (1985). *O que é adolescência*. Brasiliense.

Calligaris, C. (2000). *A adolescência*. Publifolha.

Del Priore, M. (Ed.). (1991). *História da criança no Brasil*. Contexto.

Foracchi, M. M. (1972). *A juventude na sociedade moderna*. Pioneira.

Groppo, L. A. (2017). *Introdução à sociologia da juventude*. Paco Editorial.

Hergesel, J. P., & Mattos, G. de. (2023). "Isso te incomoda?": Relações possíveis entre educação sexual e ficção televisiva seriada com base na série Feras. *Comunicação & Educação*, *28*(2), 64-81.

Sampaio, I. V., Silva, A. B., & Souza, C. D. (2024). Infâncias, adolescências, recepção e consumo: Um campo de pesquisa em consolidação. In N. Jacks, G. Libardi, & L. Sifuentes (Eds.), *Meios e audiências IV: Continuidades e novos desafios frente à convergência midiática* (pp. 295-314). Pimenta Cultural.

Tomaz, R. (2011). *Da negação da infância à invenção dos tweens: Imperativos de autonomia na sociedade contemporânea* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio de Janeiro]. Repositório Institucional UFRJ.

Podcast "Barão na Copa 2026": uma experiência extracurricular de ensino de jornalismo

Nayara Kobori
Nayara.kobori@baraodemaua.br
Centro Universitário Barão de Mauá

O presente texto apresenta um relato de experiência sobre o podcast "Barão na Copa 2026", desenvolvido com quatro estudantes do 3º período de Jornalismo do Centro Universitário Barão de Mauá (CUBM), entre março e junho de 2026. A proposta surgiu a partir do interesse dos próprios discentes em participar de uma atividade extracurricular voltada especificamente à formação jornalística, em um contexto no qual a Copa do Mundo de 2026 se apresentava como um acontecimento de grande apelo midiático e pedagógico. O projeto foi orientado pela professora e coordenadora do curso, Profa. Dra. Nayara Kobori, e teve como finalidade aproximar os estudantes das etapas centrais da produção jornalística em áudio, articulando apuração, roteirização, gravação, edição e divulgação de conteúdo.

O objetivo geral da iniciativa foi proporcionar aos alunos uma experiência prática de produção jornalística em podcast, desenvolvendo competências técnicas, críticas e éticas relacionadas à cobertura de grandes eventos esportivos. Inspirado pelas discussões sobre educomunicação, especialmente a partir das contribuições de Soares (2011), o projeto buscou evidenciar como o

podcast pode ser usado como um formato válido de ensino-aprendizagem em projetos extracurriculares, destacando não a tecnologia em si, mas a mediação que ela possibilita para ampliar diálogos, estimular a autoria estudantil e promover uma leitura crítica da realidade. Nessa perspectiva, o podcast deixa de ser apenas um produto sonoro e assume o papel de dispositivo pedagógico, articulando comunicação e educação (Santos et al., 2025). Com isso, o projeto buscou não apenas ensinar técnicas, mas também fortalecer o protagonismo estudantil e o pensamento crítico sobre a cobertura jornalística.

O desenvolvimento do podcast ocorreu em encontros semanais, com participação voluntária dos estudantes, que escolheram as pautas em conjunto com a supervisora. A partir da seleção temática, foram realizadas etapas de pesquisa e levantamento de fontes, seguidas pela roteirização dos episódios e pela gravação em estúdio institucional. Em seguida, os materiais passaram por edição e finalização, até serem publicados nas redes sociais do curso e compartilhados em colaboração com os canais oficiais da instituição. Ao todo, foram produzidos sete episódios: Futebol e Política; Marcos Históricos da Copa do Mundo; Futebol e Conflitos na Europa; Tier List da Seleção Brasileira; Camisetas da Copa do Mundo; Tier List Camisetas da Copa do Mundo; e Finalização e expectativas para a Copa.

Um aspecto relevante do projeto foi a alternância de host entre os estudantes, o que permitiu a vivência de diferentes funções dentro da produção jornalística. No terceiro episódio, "Futebol e Conflitos na Europa", houve ainda a participação de convidados, exigindo a elaboração de um roteiro de entrevista semiestruturada, o que ampliou a complexidade editorial da atividade. Essa dinâmica aproximou os alunos de situações concretas do jornalismo profissional e favoreceu o desenvolvimento da autonomia, da escuta, da organização de pauta e da tomada de decisão em equipe.

Os resultados indicam que o projeto atingiu seus objetivos de forma satisfatória. A experiência permitiu aos estudantes compreender que a cobertura

da Copa do Mundo pode ultrapassar a dimensão meramente factual e esportiva, incorporando debates sobre história, política, cultura e relações sociais. Ao trabalhar com pautas frias e análises temáticas, o podcast estimulou uma leitura mais ampla e contextualizada do evento esportivo, contribuindo para uma formação jornalística mais crítica. Além disso, o contato direto com a produção sonora fortaleceu a compreensão do podcast como linguagem específica e como ferramenta pedagógica acessível, colaborativa e alinhada aos hábitos de consumo contemporâneos.

Conclui-se que o "Barão na Copa 2026" constitui uma experiência significativa de ensino-aprendizagem extracurricular, demonstrando o potencial do podcast como dispositivo educomunicativo no ensino de Jornalismo. A atividade integrou teoria e prática, promoveu protagonismo discente e ampliou a circulação pública de conteúdos produzidos na universidade, reafirmando a importância de projetos que conectem formação acadêmica, experimentação profissional e compromisso social.

Referências

Soares, I. de O. (2011). *Educomunicação, o conceito, o profissional a aplicação: contribuições para a reforma do Ensino Médio.* Editora Paulinas.

Santos, R., Ribeiro, R. L. V., & Barbosa, R. M. (2025). Um podcast para entender e ensinar as raízes da comunicação. *Radiofonias - Revista de Estudos em Mídia Sonora, 16*(2), 156-184.

Sociabilidade digital infantil: responsabilidade e participação nos espaços conectados

Débora Oliveira
deboraom2@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Caio Ferreira
caioffss@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jhonatan Mata
jhonatan.mata@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

O artigo propõe uma reflexão acerca da sociabilidade digital infantil a partir do campo da comunicação. A presença cotidiana de crianças em plataformas digitais é posta como uma questão central, pensando a partir da seguinte pergunta: a quem interessa criar condições para que elas participem dos espaços conectados com segurança, reconhecimento e capacidade de expressão? A reflexão considera a participação como dimensão dos direitos da infância e como problema comunicacional, uma vez que as principais formas de interação no ambiente digital hoje não são adaptadas ao público, seja pela falta de práticas de mediação adequadas ou escolhas institucionais (e normas de uso).

A plataformização reorganiza atividades sociais, culturais e econômicas e transforma as infraestruturas digitais em ambientes de convivência (D'Andréa, 2020; Van Dijck et al., 2018), Assim, os espaços digitais integram diretamente a vida em sociedade. Nessa dinâmica, a comunicação se estende a uma somatória entre dispositivos, regras, rotinas familiares, repertórios e relações de poder. A partir da perspectiva das mediações de Martín-Barbero (1997) entendemos como igreja, escola, família, Estado e mercado participam da produção de sentidos sobre a infância, mas mais do que isso, seu papel fundamental na construção de repertório, identity e vida em sociedade. As plataformas integram esse conjunto e ampliam sua influência por meio de métricas, sistemas de recomendação e políticas aplicadas em larga escala.

Segundo a última pesquisa TIC Kids existe uma ampla conectividade de crianças e adolescentes no país (Cetic.br, 2025). O Comitê dos Direitos da Criança (2021) afirma que os direitos previstos na Convenção também orientam o ambiente digital e recomenda políticas atentas às experiências das próprias crianças. O reforço para a importância dessa participação é indicado por Livingstone (2011) que relaciona a literacidade na internet à expressão cultural, à participação cívica e à deliberação democrática. Esse cenário exige políticas capazes de articular proteção, provisão e participação. Sampaio & Guedes (2025) situam a cultura digital como território atravessado por direitos, desigualdades, aprendizagens, riscos e possibilidades de cidadania. A segurança integra essa agenda, mas não é o único elemento a ser observado.

Tomaz (2023) ao observar as diretrizes de segurança infantil do YouTube, observa sua governança uma vez que a moderação define conteúdos permitidos, restringe funcionalidades e orienta práticas de produção. Tais decisões modelam linguagens, vínculos e condições de circulação, o que permite compreender as plataformas como co-produtoras de conteúdo infantil. A suspensão de comentários e outras limitações anula espaços de troca entre pares. Cada recurso ativado, retirado ou condicionado expressa uma concepção de infância e interfere nas sociabilidades construídas no ambiente digital.

A responsabilidade por essas condições é compartilhada. As famílias realizam mediações cotidianas e precisam de informações que favoreçam acompanhamento, diálogo e autonomia progressiva. O Estado formula garantias, fiscaliza práticas econômicas e cria mecanismos de participação compatíveis com o Estatuto da Criança e do Adolescente (*Lei nº 8.069*, 1990). Na tradição brasileira da mídia-educação, Girardello & Orofino (2012) valorizam iniciativas de produção midiática com crianças vinculadas aos seus contextos de recepção, consumo e apropriação. Escolas oferecem repertórios para leitura crítica, criação e convivência. As plataformas respondem pela clareza das regras, pelo desenho dos recursos, pelo tratamento de dados e pela abertura de processos de consulta. A escuta das crianças qualifica cada uma dessas frentes. Em uma alusão simples, é pensar sobre o fato de que as crianças não são deixadas sozinhas em ambientes offline, como um parquinho, e estão sempre sob responsabilidade da mediação de adultos, no ambiente digital também há a necessidade de um conjunto de práticas que assegurem a sua segurança, mesmo assim este é um acesso importante e parte de uma dinâmica social necessária.

A questão proposta recebe, assim, uma resposta relacional uma vez que a sociabilidade digital infantil interessa à sociedade e demanda compromisso público contínuo e compartilhado. O campo da comunicação contribui ao investigar as mediações que autorizam falas, distribuem visibilidade, organizam encontros e definem os limites da participação. Reconhecer crianças como integrantes da cultura digital orienta a criação de ambientes adequados às suas formas de expressão, associação e aprendizagem coletiva. Esse percurso transforma a participação infantil em critério para políticas, práticas familiares e decisões de design, fortalecendo uma cidadania digital construída com presença, escuta e responsabilidade.

Referências

Comitê dos Direitos da Criança. (2021). *Comentário geral n. 25 (2021) sobre os direitos das crianças em relação ao ambiente digital (CRC/C/GC/25).*

Organização das Nações Unidas. https://tbinternet.ohchr.org/_layouts/15/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CRC%2FC%2FGC%2F25

Comitê Gestor da Internet no Brasil. (2025). Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2024.

D'Andréa, C. (2020). *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. EDUFBA.

Girardello, G., & Orofino, I. (2012). Crianças, cultura e participação: um olhar sobre a mídia-educação no Brasil. *Comunicação, Mídia e Consumo*, *9*(25), 73-90. https://doi.org/10.18568/cmc.v9i25.312

Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990: Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Diário Oficial da União. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm

Livingstone, S. (2011). Internet literacy: A negociação dos jovens com as novas oportunidades on-line. *MATRIZes*, *4*(2), 11-42. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v4i2p11-42

Martín-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Editora UFRJ. https://notamanuscrita.com/wp-content/uploads/2014/08/jesus-martin-barbero-dos-meios-as-mediac3a7c3b5es.pdf

Sampaio, I. V., & Guedes, B. (Eds.). (2025). *Crianças, adolescentes e jovens: Riscos e oportunidades na cultura digital*. Pimenta Cultural. https://www.academia.edu/128742355/Crian%C3%A7as_adolescentes_e_jovens_riscos_e_oportunidades_na_cultura_digita

Tomaz, R. (2023). Plataformas coprodutoras de conteúdo infantil: Governança e moderação no YouTube. *RuMoRes*, *17*(34), 158-181. https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2023.217922

Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.

Uma câmera no corpo: passado, presente e futuro das práticas audiovisuais na educação

Eduardo Antônio de Jesus
edujesus2010@gmail.com
Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG

Leandro Silva Lopes
leandro.lopes@ufsb.edu.br
Universidade Federal do Sul da Bahia - UFSB

É possível pensar em uma câmera amarrada pelo cadarço a um sapato, acompanhando o ritmo de uma caminhada, ou em um smartphone lançado de uma janela para registrar sua própria queda até uma piscina? Experiências como essas, cada vez mais recorrentes entre realizadores conhecidos como *MobileMakers*, revelam que os dispositivos móveis não estão apenas facilitando a produção de imagens, mas ampliando os limites formais, técnicos e estéticos do audiovisual. Quando levadas para a sala de aula, essas práticas também provocam questões pedagógicas: como ensinar audiovisual diante de equipamentos que se movimentam junto ao corpo, reúnem diferentes etapas da produção e fazem parte da vida cotidiana dos estudantes?

Este trabalho apresenta uma reflexão teórico-prática sobre as relações entre audiovisual e educação a partir da experiência desenvolvida em uma disciplina ministrada para turma de jornalismo (graduação) no semestre 2026.1 durante um estágio pós-doutoral. A proposta assume, portanto, a forma de

um relato de caso pedagógico e parte da compreensão de que educar para e com o audiovisual exige relacionar as transformações atuais a uma história mais ampla dos dispositivos, das linguagens e dos modos de produção das imagens. Nesse sentido, considera tanto as mudanças contemporâneas do entorno midiático quanto as possibilidades futuras de criação, circulação e apropriação audiovisual. Por sua abordagem, o trabalho estabelece diálogo com as discussões da Mesa 2, "Comunicação, Educação e Ecologia dos Meios", e da Mesa 11, "Estudos sobre Cinema".

Desde os desenvolvimentos técnicos associados à Revolução Industrial, passando pela invenção do cinematógrafo, pela consolidação do cinema, da televisão e do vídeo e pela emergência das tecnologias digitais, cada suporte modificou as formas de registrar, narrar, perceber e atribuir sentidos ao mundo. As tecnologias audiovisuais nunca funcionaram como instrumentos neutros, pois participaram ativamente da formação de sensibilidades, da constituição de bens simbólicos e das relações sociais estabelecidas em torno das imagens.

Para Jean-Claude Bernardet (1985), filmar é, antes de tudo, recortar o espaço em imagens, razão pela qual a prática cinematográfica pode ser compreendida como uma atividade de análise. Os MobileMakers radicalizam essa operação ao explorar novos modos de recorte espacial a partir da leveza, da portabilidade e das possibilidades técnicas e estéticas dos smartphones.

O objetivo central da experiência foi investigar de que modo o uso exclusivo de smartphones pode transformar práticas de ensino e aprendizagem do audiovisual, contribuindo para uma metodologia pedagógica fundamentada no aprender fazendo. A disciplina articulou leituras, discussões teóricas, análise de obras e exercícios de captação, edição e circulação realizados pelos estudantes. O percurso envolveu aspectos técnicos, como enquadramento, movimento, estabilidade, duração e som; dimensões estéticas, como proximidade, espontaneidade, fragmentação e presença corporal; e questões

culturais relacionadas à acessibilidade, às plataformas digitais e aos regimes contemporâneos de visibilidade.

Nesse contexto, o smartphone foi compreendido não apenas como uma ferramenta simplificada de registro, mas como um dispositivo técnico e cultural capaz de interferir na própria linguagem. Adriano Chagas o define como "um equipamento pleno que, com seus recursos variados, se constitui no dispositivo acessível e ideal para um novo cenário audiovisual" (Chagas, 2019, p. 212). Sua leveza, portabilidade, disponibilidade e conexão permanente tornam mais contínuas e flexíveis as etapas da realização, aproximando corpo, câmera, ambiente e circulação.

A experiência pedagógica demonstrou que essa mobilidade amplia o repertório formal do audiovisual. Filmagens realizadas em deslocamento, aproximações extremas de corpos e objetos, registros em espaços reduzidos e transições produzidas durante a própria captação revelaram gestos que nem sempre encontram correspondência no vocabulário tradicional do cinema.

Ao mesmo tempo, a disciplina evidenciou que o amplo acesso aos dispositivos não assegura uma relação crítica com as imagens. Em um ambiente marcado pela circulação ininterrupta de vídeos, pela mediação algorítmica e pela disputa por atenção, a educação audiovisual precisa ultrapassar o ensino operacional. Torna-se necessário formar sujeitos capazes de compreender como as imagens são produzidas, selecionadas, enquadradas, editadas e compartilhadas, bem como os discursos e as formas de visibilidade que ajudam a constituir.

Como resultado, a sala de aula converteu-se em laboratório de criação, experimentação e pensamento histórico. A experiência indica que os smartphones podem ampliar a autonomia dos estudantes e aproximar as práticas educativas das linguagens presentes em seu cotidiano. Sua potência pedagógica futura reside, entretanto, não apenas na redução dos custos ou na

facilidade de acesso, mas na possibilidade de reinventar relações entre corpo, técnica, linguagem e mundo.

Referência

Bernardet, J.-C. (1985). *O que é cinema*. Brasiliense.

Chagas, A. dos S. (2019). Do cinematógrafo ao celular: Tão longe e tão perto. In C. Pelegrini & F. Muanis (Orgs.), *Perspectivas do audiovisual contemporâneo: Urgências, conteúdos e espaços* (pp. 211-223). Editora UFJF.

Mesa 3: Fotografia e narrativas imagéticas

Mesa 3: Fotografía y narrativas imagéticas

Dra. Fátima Lopes Cardoso
Dr. Wagner Souza e Silva
Ms. Bento Matias Faustino
Coordenadores

Imagens de morte entre a tradição iconográfica e a circulação algorítmica

Guilherme Augusto Dias Melo
guilhermeaugustomelo@outlook.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Eli Borges Junior
eli.borges@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

A morte ocupa uma posição singular na história das imagens, desde as primeiras representações funerárias até a fotografia contemporânea. Poucas experiências humanas produziram repertórios visuais tão persistentes quanto aqueles associados ao fim da vida. Ainda que os contextos históricos, religiosos e tecnológicos tenham se transformado, determinadas configurações iconográficas parecem sobreviver em diferentes épocas sob novas materialidades e modos de circulação. Além de expressarem a morte, essas imagens mostram a capacidade de certas formas atravessarem séculos sem perder sua força expressiva.

Este trabalho parte da hipótese de que a morte constitui um campo privilegiado para investigar a noção de sobrevivência das imagens, formulada pelo historiador da imagem Aby Warburg. Em vez de compreender cada figuração como produto de seu contexto histórico, propõe-se observar como determinadas *Pathosformeln* - entendidas por Warburg como fórmulas

expressivas que condensam afetos e sobrevivem ao longo do tempo - reaparecem em diferentes épocas e visualidades, atravessando suportes, técnicas e modos de produção. O problema central desloca-se, portanto, de uma história cronológica das representações de morte para a sobrevivência anacrônica de suas formas visuais, perguntando de que maneira a circulação contemporânea das imagens atualizaria, portanto, a noção warburguiana de *Nachleben*.

O referencial teórico articula as contribuições de Aby Warburg e Georges Didi-Huberman (2012, 2013, 2018), um dos seus principais comentadores, compreendendo a sobrevivência das imagens como um processo descontínuo, marcado por permanências, deslocamentos e anacronismos. Diferentemente de uma história linear da arte, a perspectiva warburguiana permite pensar as imagens como organismos históricos capazes de retornar em novos contextos sem reproduzir seus sentidos originais. Essa abordagem dialoga com Hans Belting (2014, p. 182), para quem a imagem estabelece uma relação constitutiva com a experiência da morte, funcionando como meio de presentificação dos ausentes e elaboração simbólica da finitude. Mobiliza-se ainda a reflexão de Borges Junior (2023) sobre a passagem da forma espetacular para a forma algorítmica das imagens, compreendendo que contextos digitais modificam as condições de produção, operação e, sobretudo, percepção das imagens na cultura visual contemporânea.

A proposta metodológica fundamenta-se na análise iconográfica e iconológica de Erwin Panofsky (2009), articulada ao modelo inspirado no Atlas Mnemosyne de Warburg. Em lugar de restringir-se um acontecimento específico, o artigo coloca em relação imagens provenientes de diferentes temporalidades e suportes, observando permanências formais na representação da morte. Entre elas obras da tradição artística ocidental, como a Dança Macabra e O Enterro do Conde de Orgaz, fotografias documentais, imagens fotojornalísticas, registros de conflitos armados, desastres humanitários e produções visuais difundidas em ambientes digitais. O objetivo não é estabelecer

relações de influência, mas identificar recorrências expressivas capazes de evidenciar a persistência dessas formas.

Parte-se da compreensão de que a circulação contemporânea não elimina as Pathosformel, mas transforma suas condições de existência. Se, para Warburg, a sobrevivência das imagens decorria dos movimentos históricos da cultura, da memória da tradição artística, hoje essas formas circulam em ecossistemas digitais caracterizados pela repetição incessante, recomendação algorítmica e recontextualização. A questão que emerge não é se as imagens continuam sobrevivendo, mas como essa sobrevivência opera quando os processos de circulação deixam de depender exclusivamente de instituições culturais, arquivos práticas artísticas e passam a ser mediados por infraestruturas técnicas que reorganizam o que é publicamente visível.

Nesse sentido, propõe-se compreender a morte não apenas como tema iconográfico, como operador analítico capaz de revelar a persistência de certos gestos em imagens. A recorrência de determinadas fórmulas visuais diante de epidemias, guerras, catástrofes ambientais, atentados, migrações forçadas ou tragédias cotidianas sugere que a cultura visual contemporânea continua mobilizando repertórios historicamente sedimentados para tornar visível aquilo que desafia a representação. A sobrevivência das imagens corresponde à simples repetição de modelos do passado, mas à reconfiguração de formas que adquirem novos sentidos conforme atravessam diferentes regimes de visualidade.

A articulação entre Warburg e os estudos contemporâneos sobre circulação das imagens permite ampliar a compreensão da morte na cultura visual, tomando-a como observatório privilegiado para investigar como as imagens persistem, transformam-se e continuam produzindo sentido em contextos técnicos daqueles em que foram concebidas. Ao deslocar o foco da figuração da morte para a sobrevivência de suas formas visuais, o artigo aproxima a teoria warburguiana estudos contemporâneos de mídia e contribui

para pensar os desafios da memória visual em uma cultura marcada pela circulação algorítmica das imagens.

Referências

Belting, H. (2014). *Antropologia da imagem: Para uma ciência da imagem*. KKYM.

Borges Junior, E. (2023). *Modo de existência algorítmico: Da verdade como imagem à imagem como verdade*. Paulus.

Didi-Huberman, G. (2012). *Imagens apesar de tudo*. KKYM.

Didi-Huberman, G. (2013). *A imagem sobrevivente: História da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg*. Contraponto.

Didi-Huberman, G. (2018). *Atlas ou o gaio saber inquieto* (O olho da história III). Editora UFMG.

Panofsky, E. (2009). *Significado nas artes visuais*. Perspectiva.

O fim da fotografia ou sua reinvenção? Reflexões sobre a pós-fotografia, pós-modernismo e ecologia dos meios

Karla Di Giacomo Dias Oliveira dos Santos
karla.giacomo@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Denis Porto Renó
denis.reno@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Em uma entrevista concedida ao G1 em meados de 2016, Sebastião Salgado mencionou que a fotografia estaria acabando, como era desconectado da tecnologia de aplicativos de fotos e de computador, o fotografo referência mundial, preocupava-se. Diante deste questionamento esse artigo abordará a relação do termo pós-fotografia ao movimento pós-moderno na arquitetura, como eventos "pós" algum acontecimento e associando-os à ecologia dos meios. Neste viés, coube um questionamento, estaria a fotografia acabando? Esse trabalho não pretende responder a essa pergunta, mas trata do tema como um ponto de reflexão.

De acordo com Renó (2024) vivemos em uma sociedade imagética e a fotografia passa a viver um momento pós-fotográfico. A fotografia analógica pode ser compreendida como um processo que reúne elementos da óptica, da mecânica e da química para registrar imagens a partir da luz. Nesse processo,

a luz refletida pelos objetos atravessa a lente da câmera e passa pelo obturador. Durante o breve instante em que ele permanece aberto, essa luz atinge o filme fotográfico localizado no interior da câmera, onde a imagem é registrada.

Menciona Delboni Junior et. al. (2017) que a fotografia tem sua primeira imagem reconhecida atribuída ao francês Joseph Nicéphore Niépce, produzida em 1826. Entretanto, seu surgimento não pode ser só de um único inventor. A fotografia foi resultado de um processo gradual, construído por meio de diversas descobertas, experimentações e aperfeiçoamentos desenvolvidos por diferentes pesquisadores ao longo do tempo. Muitos desses estudos ocorreram simultaneamente, enquanto outros foram sendo aprimorados de forma progressiva, contribuindo para a consolidação da técnica fotográfica que conhecemos atualmente.

Salgado (2013) menciona que "fotografar é relacionar-se com o tempo. É viver o tempo. Fotografia é o tempo". Diante de uma sociedade cansada e mergulhada nos avanços tecnológicos, fotografar tornou-se algo rápido de fácil acesso e momentâneo, muitas vezes, aquele "tempo" registrado que poderia ser revivido ao observarmos uma fotografia impressa, passa despercebido ao ser postado no stores, sendo muito rápido, momentâneo.

A relação com a pós modernidade na arquitetura dá-se pelo que tínhamos anteriormente a ela, o modernismo, com seus pilotis, fachada livre, planta livre, teto jardim, panos de vidro, e a famosa frase de Mies Van der Rohe "menos é mais" tratando-se dos excessos dos ornamentos; a pós modernidade vem criticar essa tendência, ela apoiou-se no inverso, no "menos é chato" de acordo com Venturi et. al. (2003). A ideia era abandonar o que os modernistas prezavam, uma fachada livre de ornamentos e no pós-moderno associar isso ao consumismo capitalista a fachada seria o elemento de comunicação, seria a propaganda, a mídia, aqui a "forma seria a função" e "não seguiria a função" como diriam os modernistas. Contudo, mesmo diante de uma mudança proposta pelos pós-modernos e que vivemos até a atualidade, eles

embasaram-se no moderno como uma forma de ruptura, ou seja, o moderno transforma-se, rompe-se, porém não deixou de existir, foi através dele que o novo movimento se consolidou, adaptou-se as necessidades, as novas tendências e a vida cotidiana. Diante disso, ao pensarmos em pós-fotografia, diante das tecnologias podemos perceber que mesmo em um mundo dominado pela tecnologia digital, as câmeras analógicas continuam despertando interesse, as imperfeições naturais, o caráter único de cada imagem, a memória associada a uma lembrança de tirar fotos e revelar os filmes, tornam o processo analógico uma experiência estética e emocional que permanece relevante até os dias atuais. A fotografia foi moldando-se, não é mais analógica, está presente nos celulares e muitas vezes, representa um momento líquido, breve, que desaparece nas stores, mas mesmo assim permanece uma de suas essências: o registro, a memória de um momento. Assim como o modernismo continua ali, presente na história da arquitetura e participante até a atualidade, a fotografia tradicional também permanece.

Referências

Delboni Junior, E. E., & Silva, L. L. S. (2017, 22-24 de junho). *Ansel Adams e a magia da fotografia em preto e branco* [Trabalho apresentado]. XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Volta Redonda, RJ, Brasil.

France Presse. (2016, 28 de outubro). Sebastião Salgado prevê fim da fotografia "em 20 ou 30 anos". *G1*. https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2016/10/sebastiao-salgado-preve-fim-da-fotografia-em-20-ou-30-anos.html

Renó, D. P., Gobbi, M. C., & de Morais, O. J. (2024). A pós-fotografia de viagem para o desenvolvimento do turismo no novo ecossistema midiático. *Palabra Clave, 27*(1), e2714.

REVELANDO Sebastião Salgado. (2013). Direção de Betse de Paula. Mapa Filmes e Raiz Forte. https://auroracinematografica.com.br/revelando-sebastiao-salgado/

Venturi, R., Scott Brown, D., & Izenour, S. (2003). *Aprendendo com Las Vegas*. Cosac Naify.

Sebastião Salgado e Lélia Wanick Salgado: um estudo das entrevistas acerca da parceria de trabalho do casal

Lucas Rubim de Mello
lucas.rubim@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (Unesp)

Denis Porto Renó
denis.reno@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (Unesp)

Sebastião Salgado é reconhecido mundialmente por sua fotografia social, que retratou pessoas em situação de miséria, conflitos e massivas migrações humanas. Obras como *Sahel: o fim do caminho* e *Êxodos* são o resultado de anos de vivências em situações extremas, que fizeram Sebastião perder a esperança na humanidade e entrar em profunda depressão. Posteriormente, com a ajuda de sua esposa, Lélia Wanick Salgado, e com a criação do Instituto Terra, Sebastião se recuperou e dessa vez queria retratar a beleza do mundo, resultando em obras como *Gênesis* e *Amazônia.*

A amplitude de temáticas abordadas e a riqueza das obras de Sebastião fizeram com que ele se tornasse um dos fotógrafos mais respeitados e estudados da contemporaneidade. As premiações e honrarias que recebeu são incontáveis, mas dentre as que se destacam estão: medalha do Centenário e Bolsa Honorária da Royal Photographic Society, uma das mais antigas sociedades

fotográficas do mundo; prêmio World Press Photo, um dos mais renomados do fotojornalismo mundial e 40º Prêmio Jabuti de Literatura: categoria reportagem.

Além disso, foi eleito membro honorário da Academia de Artes e Ciências dos Estados Unidos; ganhou título de doutor honoris causa em Harvard e foi o primeiro brasileiro a integrar a Academia de Belas Artes da França.

Entretanto, o que muitas vezes passa despercebido é que o reconhecimento global do nome de Sebastião Salgado se deve, em grande parte, à sua parceira de vida e de trabalho, Lélia Wanick Salgado.

A parceria dos dois vai muito além de laços afetivos. Ao longo de mais de 60 anos juntos eles desenvolveram uma forma de trabalho singular, onde o trabalho de um complementa o do outro. É nesse ponto que o artigo irá se aprofundar, concentrando-se em explorar entrevistas em texto, áudio e vídeo que estão disponíveis na internet para analisar tudo o que foi dito publicamente sobre a parceria de trabalho do casal, com o objetivo de entender e mostrar como se dava esse trabalho conjunto e quais eram as atividades que Lélia desempenhou para que a obra de Sebastião Salgado pudesse atingir tanto prestígio.

Tem como metodologia um estudo exploratório das entrevistas e o recorte foi definido com base naquelas que possuem trechos citando diretamente o nome de Lélia ou quando ela própria fala sobre sua atuação nas obras, preparação das exposições e dos livros. As entrevistas foram realizadas entre os anos de 2011 a 2024.

Para complementar a fundamentação teórica, o livro *A Imagem* (Aumont, 2002) será utilizado para aprofundar os conceitos de como uma imagem é construída e como pode ser visualizada de diferentes formas, de acordo com tamanho, distância, enquadramento, entre outros.

Ademais, o livro *Da Minha Terra à Terra* (Salgado & Francq, 2014), uma autobiografia de Sebastião Salgado, será utilizado para entender como ele via o trabalho de Lélia e como ela foi importante para o sucesso de sua carreira como fotógrafo.

Referências

Aumont, J. (2002). *A Imagem*. Papirus

Salgado, S., & Francq, I. (2014). *Da minha terra à terra*. Paralela.

A CIDADE COMO ÁLBUM: FOTOGRAFIA, MEMÓRIA E COTIDIANO NA CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS IMAGÉTICAS ESQUECIDAS DENTRO DE UMA CAIXA DE SAPATOS

Santiago Naliato Garcia
santiago.garcia@uemg.br
Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG

A fotografia familiar ocupa um lugar particular nas relações entre imagem e memória. Guardadas em álbuns, caixas e outros espaços domésticos, essas imagens participam das narrativas que indivíduos e grupos constroem sobre suas experiências, registrando pessoas, lugares, acontecimentos e modos de vida que registram experiências individuais e sociais, constituindo fragmentos de uma memória compartilhada. Este trabalho propõe uma reflexão teórica sobre os deslocamentos de sentido produzidos quando fotografias de acervos privados são retiradas de seu contexto doméstico e concebidas para ocupar espaços públicos.

A discussão parte da compreensão de que a memória não constitui reprodução integral e neutra do passado, mas é construída por processos de seleção, conservação, transmissão, esquecimento e ressignificação. Podemos (Le Goff, 2006) compreendê-la como fenômeno relacionado à construção histórica e social das experiências, marcado por seleções e mecanismos de preservação que interferem naquilo que permanece ou desaparece das narrativas

sobre o passado. A fotografia oferece materialidade visual às lembranças, mas seus significados permanecem sujeitos à reconstrução.

Pensamos a memória, história e esquecimento (Ricoeur , 2014) como dimensões interligadas na relação dos sujeitos com o passado. Recordar implica selecionar e relacionar aquilo que é lembrado ao que foi esquecido. A fotografia pode funcionar como dispositivo de rememoração e também como vestígio de ausências e transformações. Assim, mais que conservar o passado, a imagem constitui uma superfície na qual passado e presente se encontram e produzem novas interpretações.

No âmbito afetivo da fotografia familiar, em *A câmara clara*, (Barthes, 1984) oferece contribuição fundamental. A fotografia possui força referencial singular ao atestar a presença daquilo que esteve diante da lente em determinado instante. Entre o conhecimento cultural associado ao *studium* e a dimensão subjetiva do *punctum*, a imagem pode mobilizar perda, nostalgia e passagem do tempo. Entre presença visual e ausência física, a fotografia familiar estabelece uma relação sensível com afeto e mortalidade.

Quando deslocada para o espaço público, essa dimensão ganha novas possibilidades de leitura. No ambiente doméstico, a fotografia está inserida em relações familiares específicas; no espaço público, pode encontrar espectadores que desconhecem sua história e a relacionam a outras memórias. O *punctum* pode, assim, assumir novas configurações diante de espectadores anônimos.

Essa dimensão aproxima-se para quem os sujeitos se apropriam dos espaços por meio de práticas cotidianas (De Certeau, 1998). A cidade não é apenas cenário físico, mas espaço praticado, vivido e ressignificado. Inserir fotografias nesse território aproxima diferentes temporalidades: o tempo registrado, o arquivo privado e o presente de quem encontra a imagem. O deslocamento espacial, portanto, também produz um deslocamento narrativo.

A expressão “Caixa de Sapatos”, presente no título da proposta, parte da metáfora da caixa como lugar de armazenamento da memória privada.

Associada à preservação de fotografias e lembranças, ela também representa imagens fora da circulação pública. Retirá-las desse espaço e reinseri-las na cidade estabelece um movimento simbólico de retorno que não reproduz seu contexto original, mas produz uma nova inserção e novos sentidos.

A partir dessa perspectiva, a cidade pode ser compreendida como um "álbum expandido". Se o álbum organiza imagens segundo vínculos afetivos, a cidade pode funcionar como espaço de encontro entre memórias. Fotografias provenientes de histórias particulares, quando colocadas em circulação, podem estabelecer relações com experiências coletivas e adquirir novos significados diante daqueles que nelas reconhecem elementos de sua própria história.

A reflexão desloca a fotografia de simples registro documental para linguagem capaz de produzir narrativas no presente. Seu sentido se transforma conforme a imagem circula por diferentes contextos. Defende-se que a circulação pública de fotografias familiares pode constituir uma prática de atualização da memória, provocando reconhecimento, identificação e estranhamento e tornando-se ponto de encontro entre tempos, sujeitos e territórios distintos.

O trabalho busca contribuir para a compreensão da fotografia como narrativa imagética atravessada por memória, esquecimento e apropriação cotidiana. Mais do que conservar uma lembrança, a fotografia pode reintroduzi-la no presente, permitindo que seja novamente experimentada, interpretada e compartilhada. Nesse movimento, a imagem familiar deixa de ser apenas testemunho de uma experiência particular e passa a participar de uma construção simbólica na qual memória, território e cotidiano se articulam na produção de sentidos sobre a cidade e seus habitantes.

Referências

Barthes, R. (1984). *A câmara clara: Nota sobre a fotografia*. Nova Fronteira.

De Certeau, M. (1998). *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer* (3ª ed.). Vozes.

Le Goff, J. (2006). *História e memória* (5ª ed.). Editora da Unicamp.

Ricoeur, P. (2014). *A memória, a história, o esquecimento*. Editora da Unicamp.

A construção imagética da identidade nacional do Japão nas fotografias da Segunda Guerra

Keilla Kaori Watanabe
keilla.watanabe@gmail.com
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

É sabido que a fotografia permeia os mais variados veículos de comunicação não apenas como forma de ilustração, mas como linguagem visual, o que nos abre possibilidades para refletirmos acerca do uso da fotografia nas ciências sociais, entendendo a sua importância no relato de acontecimentos através de sua incorporação no texto científico, especialmente em pesquisas de cunho antropológico. Além da necessidade da compreensão da imagem fotográfica enquanto linguagem dotada de características próprias, a linguagem fotográfica nos convida a compreender o mundo social e o universo cultural e simbólico.

Mas o que é a fotografia? Oficialmente registrada como uma invenção de Daguerre em 1839, se considerarmos a definição clássica de fotografia como índice, "teremos obrigatoriamente de concluir que tudo o que existe no universo é fotografia, pois tudo, de alguma forma, sofre ação da luz" (Machado, 2019, p. 10). Essa abordagem estabelece a ontologia do signo fotográfico a partir da teoria semiótica de Charles Sanders Peirce, fundamentando-se inteiramente na descrição do dispositivo técnico que propicia a gênese da imagem, ou seja,

considera que os pressupostos da câmara escura que originam o registro de um traço físico-químico na imagem fotográfica.

Ao passo que toda memória individual morre com a pessoa, em termos rigorosos, não existe o que se chama de memória coletiva, mas existe uma instrução coletiva a respeito dos temas sobre os quais a sociedade escolhe pensar, ou declara que escolheu pensar. É o que afirma Sontag (2003), a partir das fotografias que nos perseguem e aprisionam a história em nossa mente: não se trata de uma rememoração de ideias e "ficções" comuns de relevância que desencadeiam pensamentos e sentimentos previsíveis, mas algo fundamental para assegurar que os crimes retratados pelas fotos continuem presentes na consciência das pessoas, contando a história de como tudo aconteceu.

Nesta relação, problematiza-se acerca da existência autônoma e objetiva da fotografia mesmo depois que o fotógrafo desaparece, da continuidade de suas exposições e preservações em instituições semelhantes a museus, retratando entre os arquivos, o alcance das fotografias de guerra em maior desenvolvimento institucional. Como exemplifica Lübbe, "a dinâmica de nossa civilização é tal que seu poder de gerar passado leva, como nunca antes na história, a uma incômoda atualidade do que é pretérito, e ao mesmo tempo nos aproxima da diferença contingencial daqueles que são diferentes de nós" (2016, p. 297).

Para definir a relação que existe entre a fotografia e a continuidade da identidade de um povo, Pollak (1989) aborda como a memória configura a transmissão dos legados culturais enquanto elemento constituinte do sentimento de identidade tanto individual quanto coletiva, de modo que ainda existem traços que se preservam na identidade desses povos. No interior da memória dos países envolvidos na Segunda Guerra existem elementos simbólicos e culturais que formaram a identidade nacional do Japão, os quais podem ser identificados através da leitura dos registros fotográficos e documentais, possibilitando desvendar um pouco de seus aspectos culturais.

Diante da negligência e omissão do governo japonês frente às agressões perpetradas pelo exército imperial durante a Segunda Guerra, não houve um

esforço vigoroso para confrontar esses eventos na sociedade japonesa (Chang, 1997). Isso resultou em uma minimização dos crimes de guerra, que são frequentemente vistos como atos isolados de soldados individuais ou eventos negados, enquanto os bombardeios atômicos de Hiroshima se tornaram um trauma central na identidade japonesa pós-guerra (Alexander et al., 2004).

Surge então a questão da intenção por trás das práticas de apagamento e como a realidade histórica pode ser estabelecida e legitimada com base em evidências escritas, fragmentadas e construídas. Como hipótese deste trabalho, busca-se destacar as transformações da construção imagética do Japão, enfatizando a centralização extrema da ideologia nacionalista de unidade do imperador com o povo japonês como condicionante para a narrativa negacionista frente a Segunda Guerra.

Conforme Lenharo (1986), a pura política praticada voltada para o esvaziamento dos conflitos sociais visa relevar a racionalidade, a neutralidade e a eficiência, constituindo o instrumento político pelo qual a teoria da racionalização adentra o mundo das relações. Nesse sentido, procuramos na interseção de métodos entre os discursos e as imagens e as fotografias envolvendo direta e indiretamente o embate da Segunda Guerra, a identificação de elementos identitários e políticos no contexto e materiais referenciados.

Referências

Alexander, J., Eyerman, R., Giesen, B., Smelser, N. J., & Sztompka, P. (2004). *Cultural trauma and collective identity*. University of California Press.

Chang, I. (1997). *The Rape of Nanking: The Forgotten Holocaust of World War II*. Basic Books.

Lenharo, A. (1986). *Sacralização da Política*. Papirus.Lübbe, H. (2016). Esquecimento e historicização da memória. Colaboração Especial. *Estudos Históricos, 29*(57), 285-300.

Machado, A. (2019). A fotografia como expressão do conceito. *Studium, 2*, 5-23.

Sontag, S. (2003). *Diante da dor dos outros.* Companhia das Letras.

A EMERGÊNCIA DO SIGNIFICADO ANTES DA NARRATIVA. UMA PROPOSTA CONCEPTUAL PARA COMPREENDER A COMUNICAÇÃO MEDIATIZADA

Helena Figueiredo Pina
hpina@escs.ipl.pt
Escola Superior de Comunicação Social - IPL/LIACOM

A narrativa não constitui necessariamente o início do significado. Antes da organização narrativa, determinados elementos começam a destacar-se, a estabelecer relações e a orientar a construção do significado sem ainda constituírem uma narrativa. Apesar da importância deste processo para compreender a produção de significado, continua a ocupar um lugar relativamente discreto na reflexão teórica sobre a comunicação. É precisamente essa dinâmica de emergência que este artigo procura compreender.

A produção de significado tem sido amplamente estudada na semiótica, nos estudos da imagem, nas abordagens ecológicas da perceção e, mais recentemente, na teoria da comunicação mediatizada. Estas perspetivas têm oferecido contributos fundamentais para compreender este processo, privilegiando, contudo, processos interpretativos já estabilizados, quer sob a forma de textos, imagens ou práticas comunicacionais.

A relevância desta problemática intensifica-se num contexto em que a comunicação mediatizada é marcada pela circulação contínua de imagens, fragmentos visuais, interfaces e outros elementos comunicacionais que

desafiam modelos de interpretação centrados exclusivamente na narrativa. Nestas ecologias comunicacionais, o significado começa frequentemente a constituir-se antes da organização de histórias coerentes, através de processos de seleção, associação e valorização de determinados elementos que orientam a interpretação. Apesar desta transformação, continua a ser reduzida a atenção dedicada ao momento em que esses elementos começam a adquirir saliência, estabelecem relações entre si e participam na emergência do significado antes da consolidação de uma narrativa.

A semiótica interpretativa de Umberto Eco (1979) concebe o significado como o resultado de um processo interpretativo aberto, cooperativo e culturalmente situado. Barthes (1964, 1989) reforça esta abertura ao mostrar que a imagem resiste ao encerramento interpretativo e nunca se esgota numa significação unívoca, mantendo em aberto múltiplas possibilidades de sentido. Mais recentemente, as abordagens ecológicas da perceção (Gibson, 1979; Ingold, 2000; Rietveld et al., 2018) deslocaram a atenção para a experiência situada, enquanto a teoria da comunicação mediatizada (Couldry & Hepp, 2017) evidenciou que essa experiência se constitui em ecologias comunicacionais nas quais media, práticas e contextos participam ativamente na produção de significado. Apesar destes contributos, permanece menos desenvolvida a compreensão de um processo anterior: como começa o significado a emergir antes da organização narrativa? É precisamente esta lacuna que o presente artigo procura explorar.

Partindo deste enquadramento, o artigo propõe o conceito de 'Antes da Narrativa' para designar o processo através do qual determinados elementos começam a adquirir relevância, a estabelecer relações e a orientar a construção do significado antes da consolidação de uma estrutura narrativa. Este deslocamento do olhar desenvolve-se através do conceito de 'Mediação Criativa', entendido como o conjunto de operações percetivas, cognitivas e culturais

através das quais certos elementos são selecionados, articulados e investidos de significado, tornando possível a emergência de sentido antes da narrativa.

Nesta perspetiva, a 'Mediação Criativa' não corresponde a uma etapa cronológica nem a um mecanismo linear entre perceção e narrativa. Refere-se antes ao conjunto de operações através das quais certos elementos passam a destacar-se da experiência, são associados a outros e progressivamente investidos de significado. A narrativa pode surgir posteriormente como uma forma de estabilização desse processo, mas a produção de significado inicia-se antes da sua organização narrativa. Assim, 'Antes da Narrativa' não designa um momento temporal que antecede a narrativa, mas um nível analítico que permite compreender como o significado começa a emergir antes da sua estabilização narrativa.

As imagens constituem um espaço privilegiado para observar este processo, uma vez que condensam, numa única configuração visual, elementos capazes de orientar a atenção, suscitar associações e desencadear processos de significação antes de qualquer organização narrativa explícita. A sua natureza aberta e a capacidade de reunir múltiplos estímulos simultaneamente tornam particularmente visíveis as dinâmicas através das quais determinados elementos adquirem relevância interpretativa. Neste artigo, as imagens não são entendidas como meros objetos de análise, mas como espaços privilegiados de observação que permitem compreender a emergência do significado antes da narrativa e explorar o potencial explicativo da 'Mediação Criativa'. Ao propor este enquadramento conceptual, o artigo pretende contribuir para aprofundar a compreensão da produção de significado na comunicação mediatizada e abrir novas possibilidades de investigação sobre os processos que antecedem a organização narrativa.

Referências

Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communications, 4*, 40-51.

Barthes, R. (1989). *A Câmara Clara*. Edições 70.

Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.

Eco, U. (1979). *The role of the reader: Explorations in the semiotics of texts*. Indiana University Press.

Gibson, J. J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Houghton Mifflin.

Ingold, T. (2000). *The perception of the environment: Essays on livelihood, dwelling and skill*. Routledge.

A NARRATIVA VISUAL EM "VOCÊ NÃO VAI ACREDITAR NO QUE EU VI": UMA ANÁLISE DO LIVRO ILUSTRADO DE FRAN MATSUMOTO

Diane Alves Pereira
diane.alves@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Joedy Luciana Barros Marins Bamonte
joedy.bamonte@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A imagem ocupa papel fundamental na construção de sentidos dos livros ilustrados, configurando-se como linguagem narrativa capaz de comunicar informações, emoções e atmosferas que extrapolam o texto verbal. Nesse gênero editorial, a narrativa é construída pela articulação entre texto, ilustração e projeto gráfico, exigindo do leitor uma leitura multimodal, na qual diferentes linguagens atuam de forma integrada. Como pontuam as autoras:

> Se palavras e imagens preencherem suas respectivas lacunas, nada restará para a imaginação do leitor e este permanecerá um tanto passivo. (...) Entretanto, tão logo palavras e imagens forneçam informações alternativas ou de algum modo se contradigam, temos uma diversidade de leituras e interpretações. (Nikolajeva & Scott, 2011, p. 33)

Dessa forma, a narrativa visual torna-se, assim, elemento estruturante da obra, conduzindo o olhar, organizando o ritmo da leitura e ampliando as

possibilidades de interpretação do leitor. Segundo Barthes (1990, p. 27.), a imagem possui uma dimensão comunicativa própria, produzindo significados por meio de elementos visuais que se articulam cultural e simbolicamente, não funcionando apenas como complemento da linguagem verbal. Nesse contexto, o livro "Você não vai acreditar no que eu vi!", de Fran Matsumoto, destaca-se por explorar o potencial expressivo da imagem na construção do humor e do mistério, utilizando a figura do monstruoso como recurso narrativo que dialoga continuamente com o texto verbal e com a composição visual das páginas.

A literatura infantil constitui um campo marcado pela presença do imaginário, do simbólico e da fantasia, possibilitando à criança estabelecer relações entre o universo ficcional e suas próprias experiências. Conforme Coelho (1993, p. 17), as narrativas destinadas à infância possuem papel formativo ao articularem elementos estéticos, culturais e simbólicos que contribuem para a construção de sentidos pelo leitor. Nesse cenário, a figura do monstro assume uma função que ultrapassa a representação do medo ou da ameaça, tornando-se um elemento capaz de estimular a imaginação, provocar curiosidade e possibilitar diferentes interpretações. Em "Você não vai acreditar no que eu vi!", o monstruoso é construído visualmente por meio de escolhas gráficas e narrativas que exploram o inesperado, o humor e a surpresa, revelando como a imagem participa ativamente da ressignificação dessa figura no livro ilustrado contemporâneo.

Este trabalho tem como objetivo investigar de que maneira a relação entre texto e imagem contribui para a construção do humor e do mistério da narrativa, considerando o papel das ilustrações na organização da narrativa visual. A pesquisa caracteriza-se como qualitativa, de natureza exploratória e descritiva, utilizando o estudo de caso como procedimento metodológico. A análise fundamenta-se nos estudos sobre o livro ilustrado e a narrativa visual, especialmente nas contribuições de Van der Linden (2018), Nikolajeva e Scott (2011) e Salisbury e Styles (2013), além das discussões de Munari (1998) sobre *Design* e Comunicação Visual.

A análise da obra contemplou a interação entre texto e imagem, a composição das páginas, os enquadramentos, a sequência narrativa das ilustrações, o uso das cores, a expressividade dos personagens e a organização do projeto gráfico. Esses elementos foram examinados para compreender como a linguagem visual estrutura a narrativa, conduz o percurso do leitor e participa da construção do humor, da expectativa e do mistério ao longo da história. Desde o título "Você não vai acreditar no que eu vi!", existe um convite à descoberta e ao olhar. Antes mesmo de revelar o acontecimento narrado, a frase estabelece uma expectativa no leitor, conduzindo-o por uma experiência construída não apenas pelas palavras, mas também pelas imagens.

Os resultados evidenciam que as ilustrações desempenham funções que vão além da representação do texto verbal. As imagens antecipam acontecimentos, sugerem informações implícitas, orientam o ritmo da leitura e produzem efeitos de surpresa por meio da composição visual, das mudanças de enquadramento, das viradas de página e da expressividade dos personagens. O humor emerge da interação entre palavras e imagens, marcada por contrastes visuais, exageros e situações inesperadas, enquanto o mistério é construído pela revelação gradual das cenas e pela exploração do que permanece oculto ao olhar do leitor. O projeto gráfico reforça essa dinâmica ao organizar visualmente a narrativa e potencializar a experiência imagética da leitura.

Conclui-se que "Você não vai acreditar no que eu vi!" evidencia o papel da narrativa visual na construção dos sentidos do livro ilustrado, demonstrando que a imagem não atua como complemento do texto, mas como linguagem narrativa autônoma e indispensável para o desenvolvimento da história. Ao investigar as relações entre texto, ilustração e projeto gráfico, o estudo contribui para as pesquisas sobre narrativas imagéticas e linguagem visual, destacando o livro ilustrado como um importante objeto de investigação no campo dos estudos da imagem e do Design Editorial.

Referências

Coelho, N. N. (1993). *Literatura infantil: teoria, análise, didática*. Ática

Barthes, R. (1990). *O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III*. Nova Fronteira. .

Matsumoto, F. (2024). *Você não vai acreditar no que eu vi!* Brinque-Book.

Munari, B. (1998). *Das coisas nascem as coisas*. Martins Fontes.

Nikolajeva, M., & Scott, C. (2011). *Livro ilustrado: palavras e imagens*. Cosac Naify.

Salisbury, M., & Styles, M. (2013). *Livro infantil ilustrado: a arte da narrativa visual*. Rosari.

Van der Linden, S. (2018). *Para ler o livro ilustrado*. SESI-SP Editora.

A QUARTA IDADE DA FOTOGRAFIA

Wagner Souza e Silva
wasosi@usp.br
Universidade de São Paulo

Este trabalho propõe pensar a emergência das imagens produzidas por inteligência artificial generativa (IAG) como marco de uma possível quarta idade da fotografia. A formulação toma como ponto de partida as três idades do olhar propostas por Régis Debray (1993), associadas aos regimes do ídolo (logosfera), da arte (grafosfera) e do visual (videosfera), com o objetivo de transpô-las para o interior da trajetória histórica da fotografia e, ao mesmo tempo, avançar para um possível novo estágio de maturação, isto é, uma quarta idade do olhar. A hipótese central é que a disseminação das imagens sintéticas por IAGs introduz uma inflexão suficientemente significativa para sugerir esse novo estágio, cuja principal tensão reside na possibilidade de reconhecer como fotografia uma imagem que já não pressupõe necessariamente a presença de um referente diante de uma câmera.

Em retrospecto à trajetória da tecnologia da fotografia, uma primeira idade compreenderia o período entre o seu surgimento, no século XIX, até a consolidação de sua progressiva popularização, sobretudo a partir do modelo industrial implantado pela Kodak. O lema "você aperta o botão, nós fazemos o resto" sintetiza a simplificação da interface e a ocultação de procedimentos técnicos complexos, ampliando radicalmente o universo dos produtores de

imagens. Uma segunda idade, relacionada à era da arte, abrangeria sobretudo o século XX, quando a fotografia consolida sua presença nos meios de comunicação de massa e, simultaneamente, conquista os espaços institucionais da arte. Já a terceira idade, vinculada à era do visual, emerge com a fotografia eletrônica e digital, integrada às telas, aos softwares e às redes, em crescente hibridação com o audiovisual e a computação gráfica.

A popularização recente das IAGs introduz outro deslocamento. Seu caráter distintivo não reside na existência da síntese computacional, que já atuava anteriormente às atuais ferramentas generativas, mas na facilidade e acessibilidade com que imagens de aparência fotográfica podem agora ser produzidas sem que aquilo que representam necessariamente tenha existido diante de uma câmera. Manovich e Arielli (2024) situam essa transformação numa trajetória que conduz do registro fotográfico à simulação computacional e, finalmente, à predição. Segundo os autores:

"Predição" é, de fato, o termo frequentemente utilizado por pesquisadores de IA em suas publicações para descrever métodos de mídia visual generativa. Assim, embora esse termo possa ser empregado de maneira figurativa e evocativa, ele também corresponde ao que ocorre, em termos científicos, quando se utilizam ferramentas generativas de imagem. Ao trabalhar com um modelo de IA de texto para imagem, a rede neural artificial procura prever quais imagens correspondem melhor ao texto fornecido como entrada. Certamente, não estou sugerindo que o uso de outros termos já consolidados, como "mídia generativa", seja inadequado. No entanto, se quisermos compreender melhor a diferença entre os métodos de síntese visual por IA e outros métodos de representação desenvolvidos ao longo da história humana, o emprego do conceito de "predição" — e, consequentemente, a designação desses sistemas de IA como "mídias preditivas" — expressa bem essa diferença (Manovich & Arielli, 2024, p. 80).

É justamente nesse ponto que a contribuição de Vilém Flusser se torna decisiva. Para o filósofo, a fotografia é tomada como modelo inaugural

das imagens técnicas, produzidas por aparelhos e resultantes de programas e conceitos técnicos (Flusser, 2002). Sua especificidade, portanto, não se esgota na relação física com um referente. Essa formulação permite relativizar a presença do referente como condição absoluta para definir o fotográfico. A imagem generativa poderia ser entendida como radicalização dessa lógica, em que o aparelho deixa de numerizar possibilidades de registro para calcular possibilidades de imagem.

Retirar as aspas de "fotografia" diante de determinadas imagens geradas por IA torna-se, assim, menos uma afirmação terminológica do que um problema teórico. As resistências atuais ecoam, inclusive, controvérsias que acompanharam o surgimento da própria fotografia, quando sua automaticidade foi contraposta à artesanalidade e ao valor criativo da pintura. Há ainda um paralelo entre Kodak e IAG: ambas ocultam sistemas técnicos complexos por interfaces simplificadas e ampliam extraordinariamente o universo dos produtores de imagens. Assim, reconhecendo este contínuo processo de libertação para a vivência e experiência com imagens na superfície dos processos que as produzem, na superfícies de suas "caixas pretas", a quarta idade da fotografia designaria, enfim, não o desaparecimento da fotografia referencial, mas a crise de sua exclusividade ontológica.

Referências

Debray, R. (1993). *Vida e morte da imagem: uma história do olhar no ocidente*. Vozes.

Flusser, V. (1985). *Filosofia da caixa preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Hucitec.

Manovich, L., & Arielli, E. (2024). Artificial Aesthetics: Generative AI, Art and Visual Media. https://manovich.net/content/04-projects/188-artificial-aesthetics/manovich_and_arielli.artificial_aesthetics.all_chapters_final.pdf

Arte, diseño gráfico e identidad visual en las portadas de discos de Pet Shop Boys entre 1986 y 1993

María Isabel Pérez-Rufí
mrufi@yahoo.es
Investigadora independiente

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

Este estudio analiza la construcción de la identidad visual de Pet Shop Boys (Neil Tennant y Chris Lowe) a través de las portadas de *Please* (1986), *Disco* (1986), *Actually* (1987), *Introspective* (1988), *Behaviour* (1990) y *Very* (1993), en el periodo de mayor centralidad comercial, cultural y simbólica del dúo musical. La investigación se inscribe en el cruce entre los estudios sobre la música popular, la historia del diseño gráfico, la dirección de arte, la cultura visual y la materialidad del soporte discográfico.

Desde esta perspectiva, la portada del disco adquiere una función decisiva como espacio de mediación entre la obra sonora, el mercado, la memoria material y la imagen pública del artista, en continuidad con las aportaciones sobre la evolución histórica del diseño musical y la consolidación de la cubierta como forma de autoría visual (Heller & Vienne, 2012; Meggs & Purvis, 2016; Sellers, 2026). El análisis dialoga también con los estudios

sobre la tipografía y la organización de la lectura visual (Lupton, 2010), con las aproximaciones a la cultura gráfica del pop británico de los años ochenta (Dineley, 2018; Heath & Hoare, 2026) y con la bibliografía que ha interpretado a Pet Shop Boys desde la tensión entre la autenticidad y el artificio, la ironía, la masculinidad alternativa, la memoria disco, la cultura de club, la crítica a la seriedad rockera y la circulación comercial del pop (Butler, 2003; Frith, 1987; Maus, 2001; Scott, 2013; Wodtke, 2019; Hills, 2019). La colaboración con Mark Farrow ocupa un lugar central en este sistema gráfico, aunque la autoría visual del dúo se entiende como una práctica colectiva en la que intervienen Eric Watson, Cindy Palmano, Derek Jarman, Daniel Weil, Pentagram y los propios músicos (Heath & Hoare, 2026; Roncero Palomar, 2022).

El objetivo principal consiste en estudiar de qué modo las seis portadas seleccionadas configuran una identidad visual coherente durante la llamada "fase imperial" de Pet Shop Boys. De forma complementaria, el artículo identifica los recursos formales que organizan cada cubierta, con atención a la composición, el color, la tipografía, la fotografía, la escala, la presencia corporal y la materialidad del objeto discográfico. La metodología adopta un enfoque cualitativo, formal y comparativo. El corpus se compone de las portadas originales de los seis lanzamientos, aunque el análisis se complementa con otras piezas. El procedimiento parte del examen autónomo de cada portada y culmina en una lectura transversal del conjunto, orientada a reconocer continuidades, desplazamientos, transiciones y cambios en la identidad visual del dúo.

Los resultados muestran una evolución gráfica precisa: *Please* inaugura una identidad basada en la reducción extrema, con fondo blanco, fotografía diminuta y tipografía mínima; *Disco* desplaza esa austeridad hacia la baja definición, el cromatismo nocturno y la cultura de club; *Actually* recupera el retrato frontal, aunque el bostezo de Tennant introduce una distancia irónica ante la solemnidad promocional; *Introspective* sustituye el cuerpo por una

abstracción cromática de fuerte reconocimiento; *Behaviour* reintroduce la fotografía desde una atmósfera melancólica marcada por las rosas, la fragmentación corporal y la silla vacía; y *Very* convierte el soporte físico en el centro del diseño mediante una caja naranja en relieve, concebida como objeto táctil, artefacto pop y pieza de coleccionismo.

La comparación confirma que estas portadas forman un sistema visual coherente, aunque esa coherencia procede de una actitud gráfica sostenida antes que de una fórmula repetida. El conjunto se articula mediante la precisión formal, el control de la escala, la distancia frente al retrato confesional, la ironía pública, la conciencia del soporte y la conversión del disco en objeto cultural. La investigación matiza la asociación inmediata entre Pet Shop Boys y el minimalismo, ya que su identidad visual incorpora también la imagen videográfica, la saturación cromática, la abstracción geométrica, la fragmentación fotográfica y el diseño industrial. La aportación principal del estudio reside en demostrar que las portadas de discos funcionan como piezas de dirección de arte capaces de articular la identidad artística, el posicionamiento cultural y la memoria visual del artista contemporáneo.

Referencias

Butler, M. (2003). Taking it seriously: Intertextuality and authenticity in two covers by the Pet Shop Boys. *Popular Music, 22*(1), 1-19. https://doi.org/10.1017/S0261143003003015

Dineley, A. (2018). Pop art. *Classic Pop Presents Pet Shop Boys. Special Edition*, 66-73.

Frith, S. (1987). Towards an aesthetic of popular music. En R. Leppert & S. McClary (Eds.), *Music and society: The politics of composition, performance and reception* (pp. 133-149). Cambridge University Press.

Heath, C., & Hoare, P. (2026). *Pet Shop Boys Volume: The complete visual record*. Thames & Hudson.

Heller, S., & Vienne, V. (2012). *100 ideas that changed graphic design*. Laurence King.

Hills, M. (2019). When the Pet Shop Boys were "imperial": Fans' self-aging and the neoliberal life course of "successful" text-aging. *Journal of Fandom Studies, 7*(2), 151-167. https://doi.org/10.1386/jfs.7.2.151_1

Hoare, P. (2026). Pet Shop Boys, practice. En C. Heath & P. Hoare, *Pet Shop Boys Volume: The complete visual record* (pp. 11-17). Thames & Hudson.

Lupton, E. (2010). *Thinking with type* (2.ª ed.). Princeton Architectural Press.

Maus, F. E. (2001). Glamour and evasion: The fabulous ambivalence of the Pet Shop Boys. *Popular Music, 20*(3), 379-393. https://doi.org/10.1017/S0261143001001568

Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). *Meggs' history of graphic design* (6.ª ed.). Wiley.

Roncero Palomar, R. (2022). Derek Jarman y el diseño visual en los conciertos de música pop: La gira MCMLXXXIX de Pet Shop Boys. *ASRI. Arte y Sociedad. Revista de Investigación en Artes y Humanidades Digitales,* (21), 58-71. https://doi.org/10.5281/zenodo.7642476

Scott, D. T. (2013). Intertextuality as "resonance": Masculinity and anticapitalism in Pet Shop Boys' score for *Battleship Potemkin*. *Music, Sound, and the Moving Image, 7*(1), 53-82. https://doi.org/10.3828/msmi.2013.3

Sellers, L. (2026). Pet Shop Boys, design. En C. Heath & P. Hoare, *Pet Shop Boys Volume: The complete visual record* (pp. 18-29). Thames & Hudson.

Wodtke, L. (2019). The irony and the ecstasy: The queer aging of Pet Shop Boys and LCD Soundsystem in electronic dance music. *Dancecult: Journal of Electronic Dance Music Culture, 11*(1), 30-52. https://doi.org/10.12801/1947-5403.2019.11.01.03

Da fotografia como memória à fotografia como performance algorítmica: regimes de visualidade nas plataformas digitais

Raíssa da Silveira Pimentel
raissa.pimentel@unesp.br
Universidade Estadual Paulista

Este artigo tem como objetivo discutir as transformações da fotografia na cultura de plataformas, refletindo sobre os modos pelos quais as redes sociais e os sistemas algorítmicos reconfiguram seus usos sociais. Para a metodologia adota-se uma abordagem qualitativa, fundamentada em pesquisa bibliográfica, análise de imagens publicadas em redes sociais e análise de fotografias do acervo pessoal da autora. O referencial teórico articula estudos sobre fotografia, cultura visual, ecossistema midiático e cultura de plataformas.

Desde sua invenção no século XIX, a fotografia ocupa um papel central na produção de registros, na constituição da memória e na construção de narrativas sobre indivíduos e sociedades. Ao longo de sua história, entretanto, seus usos e significados foram continuamente transformados pelas mudanças técnicas, culturais e comunicacionais que acompanharam o desenvolvimento dos meios de comunicação.

As tecnologias acompanham historicamente o desenvolvimento das sociedades e, com elas, transformam-se as formas de interação entre indivíduos, instituições e meios de comunicação. Embora tais mudanças sejam

recorrentes ao longo da história, elas se acentuaram significativamente nas últimas décadas, especialmente com a consolidação das tecnologias digitais e das redes de comunicação globais. Na contemporaneidade, estas transformações intensificam-se com a consolidação das plataformas digitais e da cultura algorítmica, que reconfiguram não apenas os modos de circulação das imagens, mas também as formas de produção, consumo e atribuição de significado à fotografia. Nesse contexto, as transformações não se restringem ao campo técnico, mas alcançam dimensões culturais, sociais e comunicacionais (Renó & Barcelos, 2017).

Diante dessas reflexões, o problema da pesquisa consiste em compreender como as relações sociais e comunicacionais transformaram a fotografia, deslocando-a de um instrumento privilegiado de registro e contemplação para uma prática atravessada pelas exigências técnicas das plataformas e pela mediação algorítmica. Partindo dessas inquietações, o presente artigo propõe uma reflexão crítica sobre as transformações da fotografia nas plataformas digitais e sobre os novos sentidos atribuídos às imagens na cultura algorítmica.

Essa lógica pode ser observada nas práticas fotográficas contemporâneas difundidas pelas plataformas digitais. A análise exploratória de conteúdos publicados no Instagram evidencia uma predominância de fotografias centradas na autoimagem, especialmente por meio de selfies, retratos individuais e registros do próprio corpo. Em comparação com fotografias cotidianas anteriormente voltadas a paisagens, encontros familiares ou acontecimentos considerados memoráveis, observa-se uma crescente valorização da exposição do sujeito como principal elemento da imagem. A fotografia deixa, assim, de cumprir predominantemente uma função documental para integrar processos de comunicação, visibilidade e construção identitária.

A hipótese é a de que a fotografia passa a operar em uma temporalidade marcada pela circulação contínua, pela efemeridade dos conteúdos e pela busca por visibilidade, modificando as formas de produção, compartilhamento

e construção da memória. Conclui-se que, mais do que registrar experiências, a fotografia contemporânea participa da constituição de identidades, da organização das sociabilidades e da produção de significados em ambientes digitais, evidenciando a influência das plataformas na padronização de práticas visuais e comunicacionais.

Referências

Renó, D., & Barcellos, J. (2017). Paradojas de la fotografía en el nuevo ecosistema mediático: ¿Innovación tecnológica? T*eknokultura, 14*(2), 363-371.

Figurino como linguagem visual em narrativas audiovisuais sob ótica do design em "O Gambito da Rainha"

Giovana Ferreira Amorim
giovana.amorim@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Joedy Luciana Barros Marins Bamonte
joedy.bamonte@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Vestimentas comunicam informações (verdadeiras ou falsas) antes mesmo de conhecer quem as usa, como gênero, idade, classe social, personalidade, gostos, cultura... E isso não inclui apenas roupas, mas também maquiagem, acessórios e penteados (Lurie, 1997). A forma como um vestuário é usado também é pensada e construída, e uma variação nessa composição gera uma mudança do sentido — usar uma boina não é o mesmo que usar um chapéu-coco (Barthes, 2006). Dessa forma, o figurino, em uma produção audiovisual, não tem apenas função estética: ele opera como linguagem visual na construção da narrativa e dos personagens. Partindo dessa premissa, este trabalho tem como objetivo investigar, sob a ótica do design, como o figurino opera como linguagem na construção de narrativas audiovisuais, tomando a série *O Gambito da Rainha* (2020) como estudo de caso.

O design de figurino, enquanto projeto, traduz arco de personagem, contexto sócio-histórico e ponto de vista — tão essencial para contar uma história que uma peça mal escolhida pode estragar a cena. Ele é o meio pelo qual o design constrói identidade e psicologia de uma figura ficcional, exigindo do figurinista uma pesquisa quase antropológica para que cada escolha de roupa pareça uma decisão genuína daquela pessoa. Além disso, comunica o 'quando' e o 'onde' da história, revelando época, gênero, estação, momento do dia; e reforça temas, arco narrativo e paleta de cores da obra, funcionando ainda como ponto de equilíbrio e composição dentro do quadro. E, como as pessoas são moldadas pela cultura em que vivem, cada escolha de figurino precisa refletir essa especificidade cultural do personagem. (Landis, 2007).

É essa dimensão de linguagem que aproxima o figurino do campo do alfabetismo visual, área que investiga como os elementos visuais produzem significado para quem os observa. Segundo Dondis (2007), a inteligência visual opera em três níveis: o realista, o abstrato e o simbólico. Juntos, eles organizam a forma como compreendemos qualquer mensagem visual. Nessa mesma direção, a autora descreve os elementos visuais básicos — o ponto, a linha, a forma, a direção, o movimento, o tom, a cor, a textura, a escala e a dimensão — como a matéria-prima de toda comunicação visual, manipulados por técnicas de contraste e harmonia que moldam o caráter expressivo de uma composição (Dondis, 2007). Transpondo esse modelo para o figurino: cada cor, tecido e corte funciona como elemento visual que, ao alcançar o espectador, produz sentido a quem assiste, acionando simultaneamente os níveis abstrato, realista e simbólico da leitura de uma cena. E é exatamente esse papel que a figurinista de *O Gambito da Rainha* (2020), Gabriele Binder, descreve, ao dizer que seu papel é "sempre conectar de volta à história por meio das roupas" (Hobbs, 2020, par. 3).

Na minissérie da Netflix, *O Gambito da Rainha*, de 2020, é possível perceber como o figurino opera como sistema de elementos visuais costurado

à evolução psicológica de Beth Harmon (Anya Taylor-Joy), em que a paleta de cores ao longo da narrativa reforça mudanças no estado emocional da personagem (Hobbs, 2020). O padrão de xadrez, repetido em saias, vestidos e casacos, indica a obsessão que estrutura toda a vida da personagem, presente até nos momentos em que ela está longe do jogo. Nos termos de Dondis, esse padrão funciona no nível simbólico da inteligência visual: o padrão repetido ultrapassa sua função decorativa e passa a operar como elemento de significado recorrente, além das referências claras à moda dos anos 1950 e 1960, momento em que se passa a série, ancorando o figurino como marcador histórico no nível realista.

Diante do exposto, fica evidente que o figurino constrói identidade, contexto e narrativa no audiovisual. A análise do figurino de *O Gambito da Rainha* demonstra, na prática, como cor, padrão e referência histórica operam como elementos visuais capazes de comunicar tanto quanto o roteiro ou a atuação. Este trabalho contribui, assim, ao campo dos estudos de imagem e design ao evidenciar o figurino como objeto de investigação teórica, reforçando a necessidade de se compreender o design de vestuário audiovisual como exercício de alfabetismo visual.

Referências

Barthes, R. (2006). *Elementos de semiologia* (I. Blikstein, Trad., 16. ed.). Cultrix.

Dondis, D. A. (2007). *Sintaxe da linguagem visual* (J. L. Camargo, Trad., 3a ed.). Martins Fontes.

Frank, S. (Diretor). (2020). *O Gambito da Rainha* [Minissérie]. Netflix.

Hobbs, J. (2020, 7 de novembro). *O significado por trás dos figurinos de "O Gambito da Rainha"*. Vogue Brasil. https://vogue.globo.com/lifestyle/

cultura/Series/noticia/2020/11/o-significado-por-tras-dos-figurinos-de-o-gambito-da-rainha.html

Landis, D. N. (2007). *Dressed: A Century of Hollywood Costume Design*. Collins Design.

Lurie, A. (1997). *A Linguagem das Roupas.* Rocco.

Albino Mahumana e o fotojornalismo moçambicano contemporâneo: discursos e narrativas da produção fotojornalística

Bento Matias Faustino
b.faustino@unesp.br
Universidade Estadual Paulista

O fotojornalismo em Moçambique teve o seu marco no século XX com percurso sob a influência do colonialismo português, servindo primordialmente objectivos administrativos e de propaganda que reflectiam visões eurocêntricas sobre a população e o território. Neste cenário, o pioneirismo de Ricardo Rangel foi decisivo, pois a sua carreira, iniciada no jornal *Notícias*, adoptou uma perspectiva humanista e sensível, documentando os contrastes sociais e a vida urbana moçambicana ainda durante o período colonial (Pinheiro, 2022). Com a independência alcançada em 1975, a fotografia passou a ser um elemento central na construção da memória visual do Estado novo.

A presente investigação tem como objectivo analisar a relação entre os discursos de Albino Mahumana (Comunicação pessoal, 6 de Maio de 2026) e as narrativas visuais da sua produção, identificando o seu contributo para o fotojornalismo contemporâneo perante a escassez de estudos científicos sobre a sua obra. A escolha de Mahumana justifica-se pela sua trajectória singular, estabelecendo uma ponte entre os pioneiros do fotojornalismo moçambicano e os profissionais contemporâneos. Formado por Ricardo Rangel, incorpora

uma herança técnica, ética e estética que o torna um caso privilegiado para compreender a evolução do fotojornalismo em Moçambique.

O percurso de Albino Mahumana configura-se como uma simbiose indissociável entre a plasticidade da pintura e o rigor do fotojornalismo, uma trajectória iniciada no "berço do ouro" sob a influência directa de seu pai, a quem ajudava lavando pincéis e segurando placas de Unitex antes mesmo de dominar a técnica que o levaria a ser reconhecido entre os melhores artistas plásticos na Coreia do Sul. Ao longo de sua carreira, que inclui uma bolsa da Fundação Calouste Gulbenkian em 2008 e a participação em marcos como o Projecto "Iluminando Vidas" um catálogo editado na Suíça que elevou a fotografia moçambicana a patamares internacionais, Mahumana consolidou uma prática que recusa a fotografia meramente comercial ou de eventos.

Albino Mahumana defende que o fotojornalismo é um investimento de longo prazo, exemplificado pela fotografia tirada em Caia no ano 2000 que só lhe rendeu o prémio de melhor fotógrafo de África em 2016, uma filosofia que contrasta com a pressa e o "vício dos Facebooks" que ele observa na geração actual de profissionais. A técnica de Mahumana é marcada pelo uso do modo manual e pela lente 18-135mm, instrumentos que lhe permitem captar a realidade sem interferir no objecto, preservando a originalidade do momento decisivo sob a premissa de que a imagem deve falar por si, dispensando legendas para ser compreendida por qualquer pessoa, independentemente da língua.

Sua actuação como freelancer e editor fotográfico conferiu-lhe um olhar crítico sobre a subordinação contemporânea da imagem ao texto e a perda da ética jornalística, defendendo que a fotografia não deve ferir sensibilidades, mas sim servir como um instrumento de denúncia e educação ambiental. Este compromisso social manifesta-se nos seus projectos focados em mudanças climáticas e saneamento do meio, onde utiliza o seu acervo para dar voz aos que vivem em condições precárias nos subúrbios, como Mafalala e Chamanculo, locais onde ele encontra a "moçambicanidade" intacta em contraste com a confusão das grandes cidades.

Mahumana concilia o campo e a tela de forma fluida: se não está a fotografar eventos de relevo ou marchas como a do 1º de Maio por iniciativa própria, está em seu atelier editando fotos ou transpondo para a pintura o imaginário surrealista e as cenas do cotidiano que sua lente captura. Sua resistência à Inteligência Artificial, que classifica como uma "burla à inteligência" e uma ameaça à originalidade humana, reforça sua postura conservadora e purista em relação à imagem, mantendo-se fiel aos princípios da câmara escura e da manipulação ética, em oposição às facilidades digitais que promovem a preguiça e a fraude. Albino Mahumana posiciona-se como um embaixador da realidade de Moçambique, instando os novos fotógrafos a dominarem suas câmaras e a conhecerem a história da profissão para que o fotojornalismo continue a registrar o passado, o presente e o futuro do país.

Referências

Pinheiro, C. (2022). Os meninos de macilau representações sociais da infância e da juventude moçambicanas na fotografia de mário macilau. *Núcleo de Investigação em Práticas e Competências Mediáticas*, 1-32.

Arte y diseño de la imagen discográfica: la estética Y2K como narrativa visual del cambio de milenio (1998-2001)

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

María Isabel Pérez-Rufí
mrufi76@yahoo.es
Universidad de Sevilla

Esta investigación tiene por objeto estudiar la estética Y2K en veinte portadas discográficas publicadas entre 1998 y 2001, un periodo situado entre la cultura material del CD y la circulación digital de la música. La carátula conservaba entonces su presencia en el estuche, al tiempo que comenzaba a reducirse a miniatura dentro de páginas web y reproductores informáticos. Esa posición permite entenderla como paratexto visual que orienta la escucha y como interfaz cultural capaz de condensar una identidad artística (Genette, 1997; Manovich, 2001).

La hipótesis plantea que el repertorio Y2K funcionó como una gramática visual de transición. Las superficies cromadas y los espacios de apariencia clínica comunicaron confianza en la tecnología, mientras otras imágenes incorporaron una inquietud vinculada con el control del cuerpo y con la fragilidad de la promesa digital. La remediación ofrece una clave para

comprender este proceso, pues la portada absorbió recursos del videoclip y de la publicidad, además de efectos procedentes del *software* de edición (Bolter & Grusin, 1999). El *retrofuturismo* añadió una memoria visual del porvenir, actualizada desde la experiencia informática de finales de los noventa (Guffey & Lemay, 2014; Yang, 2023).

El objetivo principal consiste en explicar cómo estas portadas convirtieron el cambio tecnológico en una narración imagética y cómo el diseño del CD fijó una memoria visual de la modernidad. Se examinan el espacio vacío y la autonomía del logotipo cuando sustituye al retrato. La portada se entiende como objeto artístico y paratexto que conserva un archivo de la cultura visual en transformación (Borgerson & Schroeder, 2017). La representación corporal conserva una posición central. La figura del *cyborg* permite interpretar la permeabilidad entre organismo y dispositivo, mientras la perspectiva *afrofuturista* aporta una genealogía para comprender la presencia de mujeres negras en escenarios asociados al futuro tecnológico (Dery, 1994; Haraway, 1991).

La metodología adopta un enfoque visual cualitativo aplicado a un corpus intencional de veinte álbumes de amplia circulación o relevancia crítica. La muestra cruza el pop con la música electrónica. Los casos procedentes del R&B y del rock alternativo permiten comprobar cómo cambia el repertorio entre tradiciones musicales. El análisis considera la organización compositiva y el tratamiento cromático. Después examina cómo la tipografía se relaciona con la fotografía y con el repertorio iconográfico. Una lectura comunicativa vincula esos recursos con la persona artística y con las condiciones de circulación. Este procedimiento se apoya en la gramática visual aplicada al estudio de materiales imagéticos (Kress & van Leeuwen, 2021).

Los resultados muestran que los fondos uniformes y las superficies despejadas adquirieron funciones diversas. En *Play*, el campo verde aísla el cuerpo y acentúa su movilidad, mientras *Fever* convierte el blanco en un espacio de conexión entre la voz y el dispositivo. *Millennium* utiliza un fondo azul

atravesado por haces luminosos y transforma el título cromado en emblema de modernidad. La tipografía asume así una función narrativa, mientras la metalización pasa de la piel digitalizada de TLC al logotipo de Daft Punk y confirma la autonomía alcanzada por la identidad gráfica. El corpus revela también respuestas críticas ante la euforia tecnológica.

Los resultados permiten concluir que la portada discográfica actuó como archivo visual de una transformación industrial y como objeto artístico que educó la mirada sobre el futuro. El pop favorece la claridad del retrato y la electrónica refuerza el logotipo. El rock alternativo utiliza la hibridación para expresar conflicto, mientras el R&B convierte el cuerpo tecnológico en espacio de poder. La categoría permite relacionar estos casos y preservar, a la vez, sus diferencias. Su valor analítico reside precisamente en esa capacidad para explicar convergencias parciales dentro de una cultura visual común. El diseño mantuvo la materialidad del CD, aunque anticipó hábitos de recon cimiento asociados a la pantalla. La estética Y2K dio forma a esa transición mediante imágenes que combinaron deseo tecnológico y ansiedad histórica. Su vigencia procede de esa ambivalencia: aquellas carátulas evocan un futuro convertido en pasado y conservan la capacidad de expresar las expectativas que acompañan cada nueva mutación digital (Magaudda, 2011; Yang, 2023).

Referencias

Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. MIT Press.

Borgerson, J., & Schroeder, J. E. (2017). *Designed for hi-fi living: The vinyl LP in midcentury America*. MIT Press.

Dery, M. (1994). Black to the future: Interviews with Samuel R. Delany, Greg Tate, and Tricia Rose. En M. Dery (Ed.), *Flame wars: The discourse of cyberculture* (pp. 179-222). Duke University Press.

Genette, G. (1997). *Paratexts: Thresholds of interpretation* (J. E. Lewin, Trad.). Cambridge University Press.

Guffey, E. E., & Lemay, K. C. (2014). Retrofuturism and steampunk. En R. Latham (Ed.), *The Oxford handbook of science fiction* (pp. 434-448). Oxford University Press.

Haraway, D. J. (1991). *Simians, cyborgs, and women: The reinvention of nature*. Routledge.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2021). *Reading images: The grammar of visual design* (3.ª ed.). Routledge.

Magaudda, P. (2011). When materiality bites back: Digital music consumption practices in the age of dematerialization. *Journal of Consumer Culture, 11*(1), 15-36. https://doi.org/10.1177/1469540510390499

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.

Rose, G. (2022). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (5.ª ed.). SAGE.

Yang, X. (2023). Retro futurism: The resurgence of Y2K style in the fashion field. *SHS Web of Conferences, 167*, 02003. https://doi.org/10.1051/shsconf/202316702003

A consolidação da Análise da Materialidade Fotográfica (AMF): construção de uma ferramenta metodológica para o estudo da imagem fotográfica

Jorge Carlos Felz Ferreira
jorgefelz@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Pesquisar fotografia em contextos de comunicação e cultura visual frequentemente esbarra numa tentação difícil de evitar: tratar a imagem como ilustração de um conteúdo que lhe é exterior — um fato, uma denúncia, uma emoção — e não como um objeto que carrega parte do que está sendo dito em sua própria fatura. Quando a análise se concentra no tema fotografado e negligencia os processos técnicos que produziram aquela imagem específica, perde-se a dimensão que distingue a fotografia de uma descrição verbal do mesmo acontecimento: sua condição de artefato técnico.

Este trabalho consolida a Análise da Materialidade Fotográfica (AMF), como resposta a esse problema — não como mais uma teoria da imagem, mas como ferramenta metodológica, construída na junção entre a Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), de Coutinho (2016, 2018), e a filosofia do aparato, de Vilém Flusser (2002).

Da AMA, a AMF herda o compromisso de tratar as escolhas técnico-expressivas como parte constitutiva do sentido, e não como aspecto decorativo.

Mas essa herança exige reconstrução: a AMA foi pensada para um objeto que se organiza no tempo, cuja materialidade se manifesta também na montagem e no ritmo entre planos. A fotografia, ao contrário, condensa sua materialidade numa superfície única e imóvel — o tempo não flui nela, espacializa-se na superfície do suporte. A AMF precisa, portanto, de categorias próprias, e as encontra na filosofia do aparato de Flusser.

Para Flusser (2002), a imagem técnica resulta de um programa: um conjunto de possibilidades pré-calculadas pela indústria que projetou o dispositivo, que o observador comum não domina. Fotografar é realizar uma dessas possibilidades. Quem se submete ao programa sem tensioná-lo ocupa a posição de funcionário do aparelho, produzindo imagens que confirmam sua promessa de neutralidade; quem joga contra o programa — forçando seus limites, ocupando brechas não previstas — aproxima-se da condição de autor. É desse embate, e não do tema fotografado, que a AMF extrai sua categoria operacional: os momentos em que o programa falha ou é forçado são os momentos em que a materialidade técnica se torna visível, e portanto analisável. Essa leitura converge com a reflexão de Arlindo Machado (1984, 2005) sobre os desvios da maquinaria e a fotografia como produção linguística, reforçando, por outro percurso teórico, a mesma aposta.

A partir dessa síntese, a AMF organiza-se em quatro dimensões, correspondentes a quatro momentos da existência técnica de uma fotografia: a materialidade do dispositivo (o embate entre operador e programa na captura), a materialidade da superfície (as escolhas de composição e pós-produção), a materialidade do gesto (os vestígios da situação física de produção) e a materialidade do arquivo (o destino técnico da imagem em circulação e armazenamento). Essas dimensões descrevem onde procurar a materialidade técnica; não determinam o que ela significa — distinção que evita que a ferramenta colapse numa teoria fechada.

É nesse ponto que reside a principal contribuição metodológica deste trabalho: separar o nível descritivo do nível interpretativo permite que

a mesma matriz seja lida por diferentes referenciais teóricos do campo da imagem, conforme a pergunta de pesquisa. Peirce (2005) oferece vocabulário para tratar o índice — o ruído, o desfoque, a distorção — como rastro causal, e não convenção. Barthes (1984) permite distinguir o *studium*, que convoca reconhecimento cultural partilhado, do *punctum*, o detalhe que fere a leitura, frequentemente localizado nesses pormenores de fatura material. Sontag (2003) interroga como a materialidade da superfície regula a distância entre observador e sofrimento representado. Azoulay (2008) lê a materialidade do gesto como vestígio de um encontro entre sujeitos em relação, o contrato civil da fotografia. Sekula (1986) investiga a materialidade do arquivo a partir de sua inserção em dispositivos institucionais de classificação e controle. Nenhuma dessas leituras é obrigatória nem constitutiva da ferramenta: a AMF não pede fidelidade a um referencial único porque não nasceu para substituir teorias, mas para oferecer a qualquer uma delas um chão empírico comum e replicável entre pesquisadores.

Conclui-se que a força da AMF está justamente em não se fechar como teoria. Seu valor depende da articulação com o repertório teórico do campo — e da disposição de pesquisadores para testá-la em diferentes gêneros fotográficos e com referenciais ainda não explorados aqui, consolidando-a como instrumento de uso coletivo nos estudos da imagem.

Referências

Azoulay, A. (2008). *The civil contract of photography*. Zone Books.

Barthes, R. (1984). *A câmara clara: nota sobre a fotografia* (J. C. Guimarães, Trad.). Nova Fronteira.

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método*

possível [Trabalho apresentado]. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo, SP, Brasil.

Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro* (pp. 175-194). Insular.

Flusser, V. (2002). *Filosofia da caixa preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Relume Dumará.

Machado, A. (1984). *A ilusão especular: Introdução à fotografia*. Brasiliense.

Machado, A. (2005). Fotografia e produção linguística. *Studium*, (21), 1-14.

Peirce, C. S. (2005). *Semiótica* (J. T. Coelho Netto, Trad., 3ª ed.). Perspectiva.

Sekula, A. (1986). The body and the archive. *October*, *39*, 3-64.

Sontag, S. (2003). *Diante da dor dos outros* (R. Figueiredo, Trad.). Companhia das Letras.

Mesa 4: Jornalismo, tecnologia e estudos de meio

Mesa 4: Periodismo, tecnología y estudios de medio

Dra. Iluska Coutinho
Dra. Liliane de Lucena Ito
Dra. Rita Paulino
Coordenadoras

Discurso e notícia: uma análise das formações discursivas sobre o conflito entre Governo Federal e Banco Central pela *Folha de S. Paulo*

Diego Felipe Garcia
diegophelipe@yahoo.com.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Luiz Ademir de Oliveira
luizoli@ufsj.edu.br
Universidade Federal de São João del-Rei

Thamiris Franco Martins
thamiris_franco@hotmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Fernando de Resende Chaves
chavesfernandorc@gmail.com
Universidade do Estado de Minas Gerais

A presente pesquisa propõe uma análise da produção discursiva das notícias no contexto do conflito entre o Governo Federal e o Banco Central, ocorrido no início do terceiro mandato de Luiz Inácio Lula da Silva, em torno da taxa Selic, das metas de inflação e da autonomia da autoridade monetária. Nesse estudo, parte-se da perspectiva de Rodrigues (2015), o qual argumenta que a comunicação tem o papel de ser na esfera de mediação social

na contemporaneidade, pois cabe ao campo dos media organizar o mundo em meio a fragmentos do real, tornando-se referencial em termos de acontecimentos e valores. Dessa forma, destaca-se o conceito de noticiabilidade, definido por Traquina (2005) como o conjunto de critérios aptos a merecer o tratamento jornalístico.

Sendo assim, o objetivo é investigar como a *Folha de S. Paulo*, em sua versão web, articula discursos políticos, econômicos, técnicos e jornalísticos para enquadrar o conflito entre Governo Federal e Banco Central nas notícias publicadas entre 1º e 15 de fevereiro de 2023. De modo específico, busca-se identificar as ordens do discurso mobilizadas pelo veículo, examinar as cadeias intertextuais que conectam documentos, entrevistas, declarações públicas e notícias anteriores, além de compreender como a representação do discurso organiza a presença de diferentes atores sociais no texto jornalístico. O objeto de análise é composto por cinco notícias da editoria de Mercado da *Folha de S. Paulo*, selecionadas pelo levantamento lexical que indicam as tensões do embate.

As principais contribuições teóricas partem da notícia como construção social e discursiva. Em Tuchman (1996), discute-se a objetividade jornalística como ritual estratégico e os quatro procedimentos dos atributos formais de uma notícia: apresentação de possibilidades conflituais, apresentação de provas auxiliares, uso judicioso de aspas e estruturação da informação. Sob essa ótica, Wolf (1999) e Traquina (2005) problematizam a noticiabilidade, os valores-notícia e o papel ativo do jornalista na seleção e organização dos acontecimentos. A pesquisa também incorpora o debate sobre webjornalismo a partir de Canavilhas (2014), ao considerar que a notícia na web se estrutura por arquiteturas interativas e hipertextuais, capazes de ampliar a circulação de sentidos e conectar diferentes textos em uma rede discursiva. Nesse ambiente, considera-se, do ponto de vista discursivo, os hiperlinks, documentos oficiais,

entrevistas e publicações em redes sociais como parte das cadeias intertextuais na notícia.

O aporte teórico-metodológico combina Análise de Conteúdo e Análise Crítica do Discurso (ACD). Num primeiro momento, com base na pesquisa de Bardin (2016), realizou-se o levantamento das notícias publicadas pela *Folha* no mês de fevereiro de 2023, verificando-se que, das 89 notícias veiculadas na editoria de Mercado, 63 foram publicadas na primeira quinzena, o que corresponde a 70,78% do total. Em seguida, foram selecionadas cinco notícias com base em critérios lexicais e temáticos relacionados aos seguintes termos: Lula, Banco Central /BC, Campos Neto e meta da inflação. Na segunda parte, recorreu-se à ACD, pela pesquisa de Fairclough (2016), considerando as categorias analíticas ordem do discurso, cadeias intertextuais e representação do discurso. A análise observou a dimensão textual, a prática discursiva e a prática social, buscando compreender como a cobertura jornalística revela as disputas institucionais utilizando argumentos técnicos e econômicos.

Os resultados parciais indicam que a *Folha de S. Paulo* constrói o conflito numa assimetria discursiva. Especialistas econômicos, ex-integrantes do Banco Central, documentos oficiais e atas do Copom (Comitê de Política Monetária), por exemplo, ocupam posição privilegiada na argumentação, funcionando como ferramentas de autoridade técnica. Em contrapartida, as falas de Lula e de integrantes do governo aparecem frequentemente associadas à tensão institucional e à pressão sobre a política monetária. A recorrência de documentos técnicos reforça a centralidade do Banco Central como credibilidade. Já as declarações do governo são, muitas vezes, enquadradas como contraponto político ou como fator de perturbação da normalidade econômica.

Nesse sentido, o enquadramento jornalístico da *Folha* resulta da articulação entre léxicos, fontes, documentos e retomadas intertextuais, e não apenas da construção isolada de cada notícia. As cinco matérias analisadas formam uma sequência discursiva que mantém o conflito ativo, reatualizando

episódios anteriores e produzindo novos sentidos sobre a relação entre governo, Banco Central, mercado e política monetária.

Referências

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo* (1ª ed.). Edições 70.

Canavilhas, J. (Org.). (2014). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Livros LabCom.

Fairclough, N. (2016). *Discurso e mudança social* (I. Magalhães, Org. de trad.; 2ª ed.). Editora Universidade de Brasília.

Rodrigues, A. D. (2015). Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In A. T. Peixinho (Org.), *20 anos de jornalismo contra indiferença* (pp. 33-46). Coimbra University Press.

Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística—uma comunidade interpretativa transnacional* (1ª ed.). Editora Insular.

Tuchman, G. (1996). A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões, teorias e "estórias"*. Vega Editora. (Trabalho original publicado em 1972)

Wolf, M. (1999). *Teorias da comunicação* (5ª ed.). Presença.

A CONSTRUÇÃO DA LEGITIMIDADE EM *REVIEWS* DE GAMES: APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS ENTRE TEXTO ESCRITO E AUDIOVISUAL

Rafael Malagoli
rafaelmalagoli.badaro@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Tairine Raquel Santos Martins
tairinersm@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jhonatan Mata
jhonatanmata@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Este trabalho se insere na tradição de estudos acerca dos efeitos e transformações do que Jenkins (2009) nomeia de cultura da convergência no contexto do jornalismo brasileiro especializado em games. Nesse ecossistema, a *review* (resenha crítica de lançamentos) ocupa uma posição estratégica ao articular informação, avaliação e mediação cultural. Mais do que recomendar ou desaconselhar o consumo, ela participa da atribuição de valor simbólico aos jogos e da construção de referências compartilhadas sobre sua qualidade e relevância (Carlson, 2009).

Se no passado esse era um produto quase exclusivo da imprensa especializada (especialmente no formato revista, mas com algumas incursões

televisivas), o avanço do fenômeno apontado por Jenkins nos coloca hoje em um ambiente comunicacional marcado pela circulação entre plataformas e pela participação de novos agentes, inclusive aqueles sem formação jornalística ou experiência prévia na imprensa especializada.

Embora o papel tradicional do *gatekeeper* (Weber, 2010) tenha sido tensionado pela ampliação dessas possibilidades de publicação e acesso à informação, a atividade jornalística não perde sua relevância e ganha contornos de uma remixagem operada por um DJ (Deuze, 2012). Em um cenário marcado pela sobrecarga informacional e a desinformação, o jornalista deixa de atuar prioritariamente como porteiro do fluxo de notícias para assumir a função de *gatewatcher*, observando, selecionando, organizando e contextualizando informações dispersas para orientar o público.

Entretanto, Alberto e Pilz (2021) destacam que no ambiente digital o exercício dessas funções já não é suficiente para assegurar legitimidade. A autoridade do crítico não decorre automaticamente de sua vinculação institucional ou de formação e passa a ser continuamente negociada junto à audiência. Credibilidade, autenticidade e repertório tornam-se dimensões indissociáveis da prática crítica, exigindo que comunicadores reconstruam permanentemente sua autoridade em meio à multiplicidade de (re-)circulações e disputas nas plataformas digitais.

Partindo desse problema, este trabalho investiga como a circulação de uma mesma *review* entre diferentes suportes altera a construção da crítica ao permitir diferentes regimes de construção da autoridade e legitimidade. O objetivo consiste em compreender o que é mantido, transformado ou negociado quando reviews são publicadas simultaneamente em texto escrito e vídeo por um mesmo veículo.

Para isso, foi empregada uma análise de conteúdo (Bardin, 2016) nas versões publicadas no YouTube e nos sites dos veículos "IGN Brasil" e "Flow Games" que dizem respeito ao jogo *Ghost of Yotei* (02/10/2025), contemplando

aspectos como quantidade de elementos discutidos, estratégias argumentativas, intertextualidade, estrutura narrativa, recursos de enunciação, marcadores de subjetividade, oralidade e formas de endereçamento ao público.

Os resultados demonstram que a circulação entre plataformas não representa apenas uma adaptação de linguagem. Em ambos os veículos, a mudança de suporte reorganiza os elementos analisados e as estratégias discursivas mobilizadas para construir autoridade. Ainda assim, foram identificadas diferenças importantes na construção discursiva da legitimidade. Enquanto o site do IGN Brasil concentra marcadores de subjetividade, oralidade e inserção do crítico na análise, esses elementos aparecem predominantemente no vídeo do Flow Games. Em contrapartida, o vídeo do IGN Brasil e a versão escrita do Flow Games adotam uma postura mais distanciada em relação à experiência de fruição com o título analisado. Esse resultado indica que a permissão da subjetividade ou a preferência pelo distanciamento em relação ao objeto não constitui uma característica inerente ao texto ou ao audiovisual, mas uma escolha editorial relacionada às formas pelas quais cada veículo busca legitimar sua autoridade em cada suporte.

O trabalho aponta para a realização de que texto escrito e audiovisual, no contexto do jornalismo especializado em games, não funcionam necessariamente como versões equivalentes ou complementares de uma mesma *review*, mas podem existir como espaços distintos de negociação da legitimidade frente ao público (ou os públicos). As diferenças observadas decorrem menos das características técnicas dos suportes do que das estratégias adotadas pelos veículos para nublar ou potencializar elementos como a capacidade analítica, subjetividade e formas de relacionamento com a audiência.

O trabalho contribui, assim, para compreender as transformações do jornalismo de games em um cenário marcado pela convergência, pela plataformização e pela crescente hibridização entre informação, experiência e consumo.

Referências

Alberto, T. P., & Pilz, J. (2022). A crítica de rock repaginada e despaginada: Da autoridade no jornalismo cultural à plataformização e performance de gosto. *Todas as Artes*, *5*(3).

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo* (L. A. Reto & A. Pinheiro, Trads.). Edições 70. (Obra original publicada em 1977).

Carlson, R. (2009). Too human versus the enthusiast press: Video game journalists as mediators of commodity value. *Transformative Works and Cultures*, *2*. https://doi.org/10.3983/twc.2009.0093

Deuze, M. (2012). *Media life*. Polity Press.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência* (2ª ed.). Aleph.

Weber, M. H. (2010). *Gatekeeping, gatewatching e a esfera pública em rede* [Trabalho apresentado]. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom.

A imagem do Papa Francisco na mídia brasileira: análise da Jornada Mundial da Juventude

Rossano José Batista Cabral Júnior
rossanojr@gmail.com
Universidade Federal do Rio do Norte

Adriano Charles Cruz
adrianocruzufrn@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

A eleição de Jorge Mario Bergoglio como Papa Francisco, em março de 2013, ocorreu em um contexto de instabilidade para a Igreja Católica, marcado pela renúncia de Bento XVI, por escândalos de corrupção, abuso de poder, omissão em casos de pedofilia e conflitos inter-religiosos (AFP, 2006; Craveiro, 2022). Primeiro latino-americano e jesuíta eleito Papa, Francisco assumiu em 13 de março daquele ano, e a escolha de seu nome, referenciando São Francisco de Assis e o compromisso com os pobres, intensificou os sentidos de novidade que acompanharam o início do pontificado. Poucos meses depois, realizou no Brasil sua primeira viagem apostólica internacional, durante a Jornada Mundial da Juventude (JMJ), no Rio de Janeiro, evento que reuniu mais de três milhões de pessoas e recebeu intensa cobertura midiática. A morte de Francisco, em abril de 2025, após doze anos de pontificado, confere nova

atualidade à análise daquele momento inaugural, quando sua imagem pública ainda se encontrava em processo de construção.

O objetivo deste trabalho é analisar a imagem do Papa Francisco construída pelas revistas semanais Carta Capital, Veja e Época durante a JMJ de 2013. Especificamente, busca-se analisar os elementos imagético-discursivos das reportagens, investigar seus efeitos de sentido e identificar as relações interdiscursivas e intericônicas mobilizadas na representação do pontífice. Parte-se da hipótese de que a JMJ contribuiu para consolidar uma mudança discursiva na imagem da Igreja Católica no Brasil, que começava a se configurar na transição entre os pontificados de Bento XVI e Francisco. Nesse processo, os discursos eclesial e jornalístico participam da construção midiática da imagem do 'Papa dos pobres'.

A pesquisa adota abordagem qualitativa e fundamenta-se na Análise de Discurso de tradição franco-brasileira, especialmente em Pêcheux (1997), Orlandi (2007) e Courtine (2009, 2011, 2013). Compreende-se que os sentidos não se encontram apenas nas palavras e imagens, pois são constituídos em sua relação com a exterioridade e com as condições sócio-históricas e ideológicas de produção (Orlandi, 2007). O dispositivo analítico mobiliza principalmente os conceitos de formação discursiva, memória discursiva/interdiscurso, intericonicidade e condições de produção. O corpus compreende as capas e reportagens de capa das edições de Carta Capital, Veja e Época publicadas durante a permanência de Francisco no Brasil, entre 22 e 28 de julho de 2013. A análise organiza o material em sequências discursivas verbais e imagéticas, compreendidas como recortes capazes de evidenciar mudanças ou reforços na produção dos sentidos (Courtine, 2009, 2013).

Os resultados evidenciam uma regularidade na construção da imagem de Francisco relacionada à simplicidade, humildade, renovação/reforma, caridade e atenção aos pobres. A escolha do nome papal desempenha papel significativo, acionando uma memória discursiva relacionada a São Francisco

de Assis, produzindo associações entre o pontífice e valores historicamente atribuídos ao santo. Essa construção, contudo, apresenta diferenças entre os periódicos. Carta Capital estabelece relações mais intensas entre Francisco, as lutas sociais e uma perspectiva reformista, inclusive por meio de recursos verbais e gráfico-pictóricos que mobilizam memórias vinculadas a um posicionamento ideológico à esquerda. Veja e Época, embora inscrevam o papa predominantemente em uma formação discursiva progressista, tensionam essa imagem ao relacioná-la às disputas políticas brasileiras, produzindo efeitos de oposição entre o pontífice e o governo do Partido dos Trabalhadores. Desse modo, a imagem de renovação apresenta-se como uma regularidade no corpus, mas é apropriada de formas distintas conforme as posições discursivas dos veículos.

A análise permite compreender a JMJ de 2013 como acontecimento relevante para a construção midiática da imagem de Francisco no Brasil. As três revistas contribuíram para fazer circular sentidos relacionados à renovação, simplicidade e atenção aos pobres, ao mesmo tempo em que a inscreveram em diferentes disputas ideológicas. A morte de Francisco permite revisitar esse momento sob novas condições históricas, evidenciando que, já nos primeiros meses de seu pontificado, a mídia brasileira participava da constituição de uma memória discursiva sobre o novo líder da Igreja Católica. Assim, mais do que registrar sua presença na JMJ, a cobertura jornalística participou das disputas de sentido, construindo publicamente a imagem do Papa Francisco.

Referências

AFP. (2006, 15 de setembro). Vaticano se defende dos protestos do Islã. *G1*. https://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,AA1273488-5602,00.html

Courtine, J.-J. (2009). *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos* (C. C. V. Birck et al., Trads.). EdUFSCar.

Courtine, J.-J. (2011). Discurso e imagens: Para uma arqueologia do imaginário. In C. Piovezani, L. Curcino, & V. Sargentini (Orgs.), *Discurso, semiologia e história* (pp. 145-162). Claraluz.

Courtine, J.-J. (2013). *Decifrar o corpo: Pensar em Foucault* (F. Morás, Trad.). Vozes.

Craveiro, R. (2022, 21 de janeiro). Bento XVI é acusado de ser omisso ao tomar conhecimneto sobre abusos contra crianças. *Correio Braziliense*. https://www.correiobraziliense.com.br/mundo/2022/01/4979008-bento-xvi-e-acusado-de-ser-omisso-ao-tomar-conhecimento-sobre-abusos-contra-criancas.html

Orlandi, E. P. (2007). *Análise de discurso: Princípios e procedimentos* (7ª Ed.). Pontes.

Pêcheux, M. (1007). *Semântica e discurso: Uma crítica à aformação do óbvio* (E. P. Orlandi, Trad.). Editora da Unicamp.

A VIDA EXTRAORDINÁRIA DE PESSOAS COMUNS: A EDIÇÃO COMO NARRATIVA AUDIOVISUAL

Fabiana Piccinin
fabianaquatrinpiccinin@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina

Juliana Michel Brittes
julianambrittes@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina

O trabalho investiga as narrativas jornalísticas no projeto documental "A Vida Extraordinária de Pessoas Comuns", idealizado e dirigido pelo jornalista gaúcho Marcelo Canellas. Em um cenário midiático marcado pela velocidade da informação, a iniciativa surge como uma contemplação ao transpor a crônica jornalística para o formato de vídeos curtos nas redes sociais. O tema reside na intersecção entre a edição audiovisual e a sensibilidade do jornalismo humanitário, com foco na construção estética da alteridade. Investiga como Canellas se apropria da linguagem do cronista para relacionar aos conceitos de narração e experiência em Benjamin (1985), Han (2023) e Piccinin (2012). Assim, o texto discute de que modo as escolhas de edição audiovisual contribuem para a construção de uma narrativa jornalística humanizada, em contraposição aos fluxos de informação acelerados e superficiais da ambiência plataformizada.

O estudo fundamenta-se na necessidade de compreender as transformações pelas quais passa a linguagem jornalística em tempos de

plataformização. Enquanto a internet estimula o consumo rápido, o espetáculo e o *storyselling* mercadológico, a proposta utiliza suportes plataformizados para promover a escuta atenta e o resgate da memória social do indivíduo, posto, o papel de mediação do jornalismo em direção à oferta narrativa da realidade (Motta, 2013). Assim, trata-se de um olhar sobre o jornalismo plataformizado em sua atuação num contrafluxo, contribuindo para uma perspectiva que pode contemplar sujeitos historicamente invisibilizados pelas narrativas jornalísticas hegemônicas (Moraes, 2022).

A reflexão é feita desde Benjamin (1985), que estabelece uma distinção fundamental entre a experiência (*Erfahrung*), que possui tempo de maturação e memória compartilhada, e a vivência (*Erlebnis*), ligada ao choque imediato. Nesse contexto, Canellas aproxima-se da figura do artesão, transformando o técnico em um processo sensível de montagem que resgata o cotidiano ignorado pelo jornalismo hegemônico. Também sob a ótica de Han (2023), a técnica de gravação e edição - marcada por *takes* que promovem proximidade e closes detalhados - é interpretada como uma tentativa de evidenciar o sujeito em sua humanidade, combatendo a tendência do ambiente digital de reduzir o outro a um objeto de consumo, especialmente na incorporação do formato do *storyselling*, que submete a narrativa às demandas algorítmicas com vistas ao engajamento dos públicos (Poell et al., 2020).

O fenômeno do resgate da humanização das fontes vem se apresentando como uma estratégia de vinculação do jornalismo às audiências, especialmente na ambiência plataformizada (Piccinin et al., 2020). A incorporação de marcas próprias da linguagem das redes na narrativa plataformizada vem dando mais liberdade ao repórter, evidenciando a informalidade proposta por Canellas, em associação à oferta de profundidade e complexidade desse narrar.

Metodologicamente o trabalho propõe um estudo qualitativo, de

caráter exploratório. O *corpus* é composto por dois episódios da série cujos personagens são oriundos de Florianópolis, cidade onde vivem as autoras O protocolo de análise desdobra-se em quatro dimensões: 1) A narrativa do roteiro; 2) A montagem; 3) A estética e captação 4) A paisagem sonora.

Referências

Benjamin, W. (1985). *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura* (S. P. Rouanet, Trad., 1ª ed., pp. 197-221). Brasiliense.

Han, B.-C. (2023). *A crise da narração* (D. Guilhermino, Trad., 1ª ed.). Vozes.

Moraes, F. (2022). *A pauta é uma arma de combate: Subjetividade, prática reflexiva e posicionamento para superar um jornalismo que desumaniza*. Arquipélago Editorial.

Motta, L. G. (2013). *Análise crítica da narrativa*. Editora Universidade de Brasília.

Piccinin, F. (2012). O (complexo) exercício de narrar e os formatos múltiplos: Para pensar a narrativa no contemporâneo. In F. Piccinin & D. A. Soster (Orgs.), *Narrativas comunicacionais complexificadas* (1ª ed.).EDUNISC.

Piccinin, F., Thomé, C., & Reis, M. A. (2020). Anatomias narrativas do Telejornalismo contemporâneo e seus elementos certificadores. In C. Emerim, A. Pereira, & I. Coutinho (Orgs.), *Telejornalismo 70 anos: o sentido das e nas telas* (Vol. 9, 1ª ed., pp. 159-196). Insular.

Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2020). Plataformização. *Revista Fronteiras, 22*(1). https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01

Aplicações de código aberto com IA como infraestrutura para o jornalismo: desafios de gestão e sustentabilidade no programa Codesinfo

Francisco Rolfsen Belda
francisco.belda@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A integração da inteligência artificial (IA) no jornalismo contemporâneo remodela rotinas das redações, papéis profissionais e processos de tomada de decisão editorial em um ecossistema marcado pela plataformização e mediação algorítmica. Este trabalho analisa a evolução do Codesinfo, programa brasileiro de inovação gerenciado pelo Projor com apoio da Google News Initiative, na transição do primeiro ciclo focado no combate à desinformação (2024) para uma nova fase de incorporação de aplicações de código aberto com uso de IA às infraestruturas das redações (2026/2027). Investigamos como essas ferramentas são integradas operacionalmente aos fluxos de trabalho e identificamos as condições estruturais que moldam sua sustentabilidade a longo prazo.

No plano teórico, este estudo pensa a inteligência artificial como uma infraestrutura epistêmica, deslocando a atenção das ferramentas individuais para os arranjos sociotécnicos mais amplos - incluindo padrões, processos organizacionais, mecanismos de acesso e práticas de responsabilização - por meio dos quais a IA se integra à produção jornalística de conhecimento

(Ojewale et al., 2025). No contexto da atual desordem informacional (Wardle & Derakhshan, 2017), a documentada vulnerabilidade à manipulação dos modelos de detecção evidencia as limitações de respostas exclusivamente reativas ou centradas em ferramentas (Fenza et al., 2024). Em contrapartida, uma perspectiva infraestrutural evidencia como os sistemas tecnológicos podem reorganizar as práticas epistêmicas, embora permaneçam amplamente invisíveis no trabalho cotidiano (Graves & Anderson, 2020). Nesse sentido, o estudo adota um modelo human-in-the-loop, evitando tratar a IA como uma solução técnica autossuficiente. A verificação é compreendida como uma atividade sustentada por infraestruturas complexas que redistribuem o trabalho editorial sem necessariamente substituir a expertise profissional (Juneja & Mitra, 2022). Esse quadro conceitual permite compreender o que se denomina "paradoxo da sustentabilidade": embora as iniciativas de código aberto possam ampliar a transparência e a acessibilidade, sua continuidade frequentemente depende de ambientes proprietários de computação em nuvem e de capacidade técnica externa.

A metodologia segue um estudo de caso qualitativo fundamentado na pesquisa-ação (Cornish et al, 2023), analisando o programa Codesinfo e dez ferramentas de IA desenvolvidas por organizações de notícias. A coleta de dados incluiu observação longitudinal de sessões de mentoria, revisões técnicas e análise documental. Indicadores do ciclo de seleção de 2025 revelam uma concentração regional (48,8% no Sudeste) e que apenas 18,6% dos proponentes possuíam equipe técnica interna suficiente para desenvolver soluções de forma independente.

Os resultados demonstram que ferramentas como Check-up e Mosaico foram incorporadas como suportes infraestruturais para verificação e produção automatizada. O projeto Mosaico, especificamente, evoluiu de protótipo experimental para uma infraestrutura central de longo prazo na *Folha de S.Paulo*, integrando resumos, vídeos e playlists de áudio ao ecossistema de assinantes (Belda, 2025; Braga, 2026). Em 2026, o programa expandiu-se com mais

cinco soluções: Monitor Diário (Agência Tatu) para análise de diários oficiais; Jor-MCP (Ambiental Media), servidor de dados de código aberto; Mamute Político (Correio Sabiá) para acompanhamento legislativo; Jeo (InfoAmazonia) para geojornalismo ambiental; e QuitérIA (Revista AzMina) para monitoramento de projetos de lei sob a perspectiva de gênero e raça.

No entanto, o alto custo técnico limita o financiamento desses projetos a poucas organizações. Diante disso, em 2026, o programa buscou escalar seu impacto e mitigar barreiras estruturais por meio de uma segunda frente de intervenção: os hackathons de IA, que cumprem um importante papel enquanto ambientes inovadores de aprendizagem (Yuan et al., 2025), com oficinas práticas focadas em vibe coding (Meske et al., 2025). Até julho de 2026, três edições ocorreram em São Paulo e no Rio de Janeiro (em parceria com Abraji, Google Brasil e Festival 3i/Ajor), gerando protótipos como Olha Aí, para monitoramento de gastos parlamentares, e Foca.AI, assistente de dados para reportagem local. A expansão planejada para as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste visa descentralizar a inovação e reduzir as disparidades regionais de perícia técnica identificadas nos ciclos iniciais.

A análise comparativa revela que grandes veículos institucionalizam a IA como infraestrutura permanente, enquanto redações menores enfrentam dificuldades para preservar a autonomia após o encerramento do fomento. O código aberto, portanto, não produz automaticamente autonomia infraestrutural. Conclui-se que a gestão de mídia na era da IA requer governança ética e apoio institucional contínuo, a fim de vincular inovação técnica, sustentabilidade e redução das desigualdades no campo jornalístico (Kumar & Singh, 2025; Simon, 2024; Spyridou & Ioannou, 2025).

Referências

Belda, F. R. (2025). Codesinfo: Desenvolvimento de tecnologias inovadoras no jornalismo para combater a desinformação. *Comunicação Midiática, 20*(1), 282-303.

Braga, D. (2026, June 30). Folha lança ferramenta que transforma reportagens em resumos, vídeo, áudio e playlists. *Folha de S.Paulo.*

Cornish, F., Breton, N., Moreno-Tabarez, U., Delgado, J., Rua, M., de-Graft Aikins, A., & Hodgetts, D. (2023). Participatory action research. *Nature Reviews Methods Primers, 3*, Article 34.

Fenza, G., Loia, V., Stanzione, C., & Di Gisi, M. (2024). Robustness of models addressing information disorder: A comprehensive review and benchmarking study. *Neurocomputing, 596*, Article 127951.

Graves, L., & Anderson, C. W. (2020). Discipline and promote: Building infrastructure and managing algorithms in a "structured journalism" project by professional fact-checking groups. *New Media & Society, 22*(2), 342-360.

Juneja, P., & Mitra, T. (2022). Human and technological infrastructures of fact-checking. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 6*(CSCW2), Artigo 418.

Kumar, A., & Singh, J. (2025). AI-powered journalism: Opportunities, challenges, and the road ahead. International *Journal of Advanced Mass Communication and Journalism, 6*(2), 203-208.

Meske, C., Hermanns, T., von der Weiden, E., Loser, K.-U., & Berger, T. (2025). Vibe coding as a reconfiguration of intent mediation in software development: Definition, implications, and research agenda. *IEEE Access, 13*, 213242-213259.

Ojewale, V., Steed, R., Vecchione, B., Birhane, A., & Raji, I. D. (2025). *Towards AI accountability infrastructure: Gaps and opportunities in AI audit tooling* [Paper]. Proceedings of the 2025 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Association for Computing Machinery.

Simon, F. M. (2024). *Artificial intelligence in the news: how AI retools, rationalizes, and reshapes journalism and the public arena.* Tow Center for Digital Journalism.

Spyridou, P. L., & Ioannou, M. (2025). Exploring AI amid the hype: A critical reflection around the applications and implications of AI in journalism. *Societies, 15*(2), Article 23.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.

Yuan, G., Ong, M. W. L., Teo, C. L., Seow, P. S. K., Kadir, M. B. S., Lee, S. S., Das, N., & Devakishen, B. A. (2025). AI-coding hackathon: Designing an innovative learning space for building a better community. In A. I. Cristea, E. Walker, Y. Lu, O. C. Santos, & S. Isotani (Eds.), *Artificial intelligence in education: 26th International Conference, AIED 2025, Palermo, Italy, July 22-26, 2025, proceedings*, Part I (Lecture Notes in Computer Science, Vol. 15877, pp. 179-192). Springer.

Construindo credibilidade no Instagram: uma proposta de análise das materialidades audiovisuais em perfis informativos locais

Raphaella Borges de Toledo
toledoraphaella23@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

As plataformas digitais transformaram profundamente as formas de produção, circulação e consumo da informação, modificando também as relações entre jornalistas, fontes e públicos. A popularização dos smartphones e das redes sociais fez com que o acesso às notícias deixasse de ocorrer prioritariamente por meios tradicionais, passando a ser mediado por plataformas digitais que articulam algoritmos, interação e circulação contínua de conteúdos. Nesse contexto, o Instagram consolidou-se como um dos principais ambientes informativos da contemporaneidade, reunindo veículos jornalísticos, produtores independentes e cidadãos em um mesmo espaço comunicacional. Essa configuração altera significativamente o lugar ocupado pelo jornalismo na sociedade. Se, historicamente, a credibilidade esteve associada às instituições jornalísticas e aos procedimentos de apuração, atualmente ela também é construída por atores que não pertencem ao campo profissional, mas que desempenham papel relevante na divulgação de acontecimentos cotidianos. A velocidade das publicações, a linguagem informal, a participação dos usuários e a proximidade com as comunidades locais passaram a constituir

elementos importantes na construção da confiança dos públicos, tensionando critérios tradicionalmente associados à atividade jornalística, como verificação, interesse público e responsabilidade editorial (Christofoletti, 2011; Coutinho, 2024). Embora a literatura reconheça que as plataformas digitais modificaram as rotinas produtivas e ampliaram a participação dos usuários na circulação das notícias (Canavilhas, 2014; Jenkins, 2009; Recuero, 2009), ainda são limitados os estudos que investigam como a credibilidade é construída nas narrativas audiovisuais produzidas por diferentes atores informativos. Grande parte das pesquisas concentra-se nos efeitos dos algoritmos, na desinformação ou na crise do jornalismo, permanecendo menos explorados os elementos narrativos, visuais e discursivos responsáveis pela produção de efeitos de credibilidade nas plataformas digitais.

É nesse contexto que este artigo se insere. O objetivo é compreender de que maneira diferentes estratégias narrativas e audiovisuais contribuem para a construção de efeitos de credibilidade em perfis informativos do Instagram que abordam acontecimentos semelhantes. Para tanto, adota-se como perspectiva metodológica a Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), desenvolvida por Coutinho (2016, 2018), que compreende os produtos audiovisuais como uma unidade integrada, na qual texto, imagem, sonoridade, enquadramentos, edição, temporalidade e performance atuam conjuntamente na produção de sentidos. Diferentemente de abordagens centradas exclusivamente no conteúdo verbal, a AMA possibilita analisar como as escolhas narrativas e estéticas participam da construção da autoridade informativa e da confiança dos públicos. A compreensão da credibilidade adotada neste estudo afasta-se de uma perspectiva estritamente institucional. Para Coutinho (2024), trata-se de um valor personalizado, produzido pelas formas de enunciação, pelas escolhas narrativas e pelas materialidades audiovisuais mobilizadas pelos diferentes sujeitos comunicacionais. Sob essa perspectiva, a confiança deixa de depender exclusivamente da identidade do emissor e passa a ser construída

na interação entre produtores de conteúdo, plataformas e audiências. Essa dinâmica é intensificada pela lógica algorítmica das plataformas digitais, que privilegia conteúdos capazes de gerar elevados índices de engajamento e amplia a visibilidade de narrativas marcadas pela rapidez, pela emoção e pela intensa participação dos usuários. Como consequência, produtores independentes disputam espaço com veículos jornalísticos tradicionais, redefinindo as formas de circulação da informação e ampliando a diversidade de atores presentes no ecossistema midiático.

Como objeto de investigação, serão analisadas publicações dos perfis Tribuna de Minas e JF Depressão, ambos dedicados à cobertura de acontecimentos locais em Juiz de Fora (MG). A escolha justifica-se por representarem modelos distintos de produção e circulação da informação. Enquanto a Tribuna de Minas atua como veículo jornalístico profissional, fundamentando sua produção em processos de apuração e verificação, o JF Depressão, criado originalmente como página de entretenimento, passou a desempenhar relevante função informativa ao divulgar acontecimentos locais em tempo real, frequentemente utilizando conteúdos enviados pelos próprios seguidores. O presente artigo deriva do Trabalho de Conclusão de Curso defendido no primeiro semestre de 2026 no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Embora utilize o mesmo objeto empírico da pesquisa anterior, esta investigação apresenta um novo problema de pesquisa e um recorte analítico próprio, voltado à compreensão de como as materialidades audiovisuais participam da construção da credibilidade em perfis informativos no Instagram. Assim, a proposta não consiste em estabelecer qual perfil é mais confiável, mas analisar de que forma diferentes recursos narrativos e audiovisuais produzem efeitos de credibilidade na circulação de informações em plataformas digitais. Espera-se, desse modo, ampliar a compreensão sobre as estratégias por meio das quais veículos jornalísticos e atores informativos alternativos constroem autoridade e legitimidade no ambiente digital,

contribuindo para o debate contemporâneo acerca das transformações das relações entre jornalismo, plataformas digitais e sociedade.

Referências

Canavilhas, J. (2014). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Livros LabCom.

Christofoletti, R. (2011). Valores, códigos de ética e novos regramentos para o jornalismo nas redes sociais. *Razón y Palabra*, (74). https://www.redalyc.org/pdf/971/97122694003.pdf

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf

Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: Da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro* (pp. 175-194). Insular.

Coutinho, I. (2024). *Credibilidade como valor personalizado no jornalismo*. Insular.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência* (2ª ed.). Aleph.

Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Sulina.

Cuando el clic manda: poder editorial y crisis del periodismo en *The Devil Wears Prada 2*

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

Sevie Pastrana-Crespillo
seviepc@uma.es
Universidad de Málaga

Andrés Navarro-Garrido
andresnavarrogarrido@uma.es
Universidad de Málaga

La película *The Devil Wears Prada 2* (David Frankel, 2026) recupera el universo profesional de *Runway* veinte años después de la primera parte y desplaza el conflicto hacia la supervivencia de una institución editorial debilitada. La revista conserva prestigio cultural, pero depende de propietarios financieros y anunciantes. A esta relación se suma el dominio que ejercen las plataformas sobre la distribución. El objeto de este trabajo es la representación de la crisis del periodismo contemporáneo en la secuela, entendida como una ficción capaz de condensar los cambios estructurales. Su interés para los estudios de periodismo está en la vinculación que hace de la pérdida de autonomía editorial con la transformación digital.

El marco teórico describe el deterioro del modelo comercial de la prensa y la reordenación de la intermediación informativa. La digitalización

debilitó la posición de las cabeceras cuando la publicidad migró hacia entornos con mayor capacidad de segmentación (Levy & Nielsen, 2010). A esta pérdida de ingresos se añadió la dependencia de plataformas externas para alcanzar a las audiencias y conocer su comportamiento. Esas infraestructuras condicionan también las posibilidades de obtener ingresos a partir de la circulación digital (Bell & Owen, 2017; Nielsen & Ganter, 2022). La producción cultural comenzó a ajustarse a los requisitos técnicos de las plataformas y a los datos de uso que intervienen en la modificación de los contenidos y en su circulación (Nieborg & Poell, 2018). Las métricas adquirieron asimismo una función editorial y laboral, pues intervienen en la selección de temas y permiten evaluar el rendimiento de los profesionales (Petre, 2021; Tandoc, 2014). La publicidad nativa volvió más porosa la separación entre el contenido periodístico y la promoción comercial (Carlson, 2015). Este proceso coincide con trayectorias más inestables dentro del periodismo posindustrial (Deuze & Witschge, 2018).

La hipótesis sostiene que *The Devil Wears Prada 2* representa la crisis mediática como una transferencia de autoridad. El poder antes asociado al criterio editorial se desplaza hacia quienes controlan los recursos económicos. Las infraestructuras que regulan el acceso al público amplían ese desplazamiento. El objetivo principal consiste en identificar las secuencias y diálogos que expresan esta redistribución. Su interpretación se relaciona con los debates académicos sobre los modelos de negocio y la plataformización, con especial atención a la autonomía profesional.

La investigación adopta un análisis textual cualitativo. La unidad de análisis está formada por escenas donde el funcionamiento del medio adquiere relevancia dramática. El registro de visionado atiende a los conflictos sobre propiedad, financiación publicitaria, recortes y el uso de métricas. En otro plano, estudia la adaptación a plataformas. Cada núcleo narrativo se interpreta con bibliografía académica para explicar el alcance industrial de la representación.

El análisis distingue diez problemas conectados. El cierre de *The Vanguard* durante la entrega de un premio a Andy separa el mérito profesional de la estabilidad laboral. Los recortes de *Runway* intensifican la carga de trabajo y convierten al periodista en productor permanente para distintos canales. La propiedad financiera fija los límites de la autoridad de Miranda, mientras Dior utiliza su peso publicitario para negociar cobertura editorial. Una crisis reputacional revela que la credibilidad también funciona como activo empresarial. El clic se convierte en medida de utilidad y condiciona la continuidad de temas o profesionales. La expansión hacia plataformas fragmenta la producción y aumenta la dependencia de infraestructuras ajenas. *Runway* deja de identificarse únicamente con la revista impresa y pasa a operar como marca distribuida. A la vez, los creadores digitales disputan su capacidad para señalar tendencias. El desenlace conserva la cabecera mediante un nuevo rescate privado, aunque la solución mantiene la concentración del poder.

El análisis confirma la hipótesis, aunque debe matizarse. La autoridad profesional persiste porque Andy aporta credibilidad y Miranda conserva conocimiento especializado. Sin embargo, ambas ejercen esas capacidades dentro de una estructura que favorece a propietarios y anunciantes. Las plataformas completan esa relación de fuerzas al controlar la visibilidad. La película representa, por tanto, una crisis económica que también afecta a la legitimidad cultural del periodismo. Su conclusión resulta ambivalente: *Runway* sobrevive gracias a una alianza profesional, pero continúa supeditada a voluntades privadas. La secuela convierte así una comedia sobre moda en una reflexión sobre quién puede decidir qué periodismo merece seguir existiendo.

Referencias

Bell, E., & Owen, T. (2017). The platform press: How Silicon Valley reengineered journalism. *Tow Center for Digital Journalism.* https://doi.org/10.7916/D8R216ZZ

Carlson, M. (2015). When news sites go native: Redefining the advertising-editorial divide in response to native advertising. *Journalism, 16*(7), 849-865. https://doi.org/10.1177/1464884914545441

Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism, 19*(2), 165-181. https://doi.org/10.1177/1464884916688550

Frankel, D. (Director). (2026). *The Devil Wears Prada 2* [Film]. 20th Century Studios.

Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (Eds.). (2010). The changing business of journalism and its implications for democracy. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/changing-business-journalism-and-its-implications-democracy?utm_source=chatgpt.com

Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society, 20*(11), 4275-4292. https://doi.org/10.1177/1461444818769694

Nielsen, R. K., & Ganter, S. A. (2022). The power of platforms: Shaping media and society. *Oxford University Press*. https://doi.org/10.1093/oso/9780190908850.001.0001

Petre, C. (2021). All the news that's fit to click: How metrics are transforming the work of journalists. *Princeton University Press*. https://doi.org/10.2307/j.ctv1htpf51

Tandoc, E. C., Jr. (2014). Journalism is twerking? How web analytics is changing the process of gatekeeping. *New Media & Society, 16*(4), 559-575. https://doi.org/10.1177/1461444814530541

Da crise da mediação às tecnologias sociais: a trajetória da comunicação ambiental brasileira na disputa pelo desenvolvimento

Geovana Lima
geovanalima1@gmail.com
The London School Of Economics

Mônica Iurk
monicaiurk@gmail.com
Universidade Tuiuti do Paraná

Enquanto o debate global se concentra nos impactos da Inteligência Artificial e das plataformas digitais sobre as economias, é longe do Vale do Silício que persistem, e se aprofundam, as marcas do colonialismo como fundamento histórico dos modelos de desenvolvimento adotados na América Latina. Como observa Vieira Pinto (2005), a tecnologia assume caráter revolucionário não apenas por seus artefatos, mas por sua capacidade de municiar indivíduos e sociedades para enfrentar contradições e transformar a ação humana. Trata-se, portanto, de um fenômeno histórico e político, diretamente relacionado às disputas em torno do desenvolvimento.

Na América Latina, a articulação entre comunicação, tecnologia e desenvolvimento é concebida por tensões estruturais associadas ao modelo econômico extrativista (Beltrán, 1980). No Brasil, essas tensões tornaram-se particularmente visíveis nas últimas décadas, com a recorrência de tragédias

socioambientais e o enfraquecimento de instituições públicas responsáveis pela proteção ambiental e pela garantia de direitos. É nesse sentido que o conceito de Tecnologia Social se consolida como contraponto ao paradigma dominante. Longe de representar uma solução meramente técnica, a Tecnologia Social articula-se a processos de emancipação, participação e transformação social. Conforme formulado pelo Instituto de Tecnologia Social (ITS Brasil), trata-se de um conjunto de técnicas e metodologias desenvolvidas em interação com a população e apropriadas por ela, orientadas à inclusão social e à melhoria das condições de vida. Dagnino (2014) reforça essa definição ao destacar o caráter simples, reaplicável e de baixo custo dessas práticas, bem como seu potencial de resistência a modelos de desenvolvimento excludentes.

Os desastres de Mariana (2015) e a crise humanitária Yanomami (2023) expressam, de forma contundente, as consequências de um modelo de desenvolvimento que privilegia tecnologias convencionais e ignora tecnologias sociais ancoradas no território. Paralelamente às tragédias, a comunicação de massa tradicional mostrou-se alinhada a esse mesmo paradigma, ao privilegiar o espetáculo, a excepcionalidade e a dimensão visual do desastre, em detrimento da compreensão estrutural e da visibilidade de soluções construídas pelas populações atingidas.

A partir desse diagnóstico, partimos da seguinte questão: de que modo a crise da mediação comunicacional no campo ambiental brasileiro contribuiu para o esgotamento de um modelo hegemônico de desenvolvimento e para a emergência das Tecnologias Sociais como alternativa estruturante? A relevância dessa discussão reside no fato de que, em contextos de crise climática e desigualdade socioambiental, a comunicação deixa de ser apenas instrumento informativo e passa a atuar como tecnologia política central na disputa por modelos de desenvolvimento.

Para responder a essa questão, o texto articula revisão teórica e evidências empíricas ancoradas em dois estudos de mestrado com diferentes balizas

temporais. O primeiro ensaio analisa a cobertura telejornalística do rompimento da barragem de Mariana e da COP 20, com base em análise qualitativa de conteúdo de edições dos principais telejornais nacionais exibidas no período imediatamente posterior ao desastre, em 2015 (Iurk, 2017). O segundo estudo tem caráter qualitativo e exploratório, baseado em entrevistas em profundidade com jornalistas ambientais que atuaram durante o período de desmonte institucional das políticas ambientais brasileiras, entre 2019 e 2022. (Lima, 2023). Em ambos os casos, os estudos não são apresentados como fins em si mesmos, mas como lentes analíticas que sustentam o diagnóstico desenvolvido na avaliação.

Referências

Beltrán, L. R. (1980). Adiós a Aristótles: La comunicación "horizontal". *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación.*

Dagnino, R. (2014). *Tecnologia Social: contribuições conceituais e metodológicas.* EDUEPB.

Iurk, M. (2017). *Meio Ambiente em Pauta: Análise de narrativas telejornalísticas pela perspectiva da lógica da mídia*. Universidade Tuiuti do Paraná.

Lima, G. (2023). *It Was Guerrilla tactics - Unravelling the dynamics, Challenges and Transformations in Brazilian Environmental Journalism Amidst Sociopolitical Turbulence*. The London School of Economics and Political Science

Pinto, A. V. (2005). *O conceito de tecnologia*. Contraponto.

Discurso, jornalismo e geopolítica: uma análise do portal G1 sobre o ataque dos Estados Unidos à Venezuela

Ederson Levi Rodrigues da Costa
edersonlevi@yahoo.com.br
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

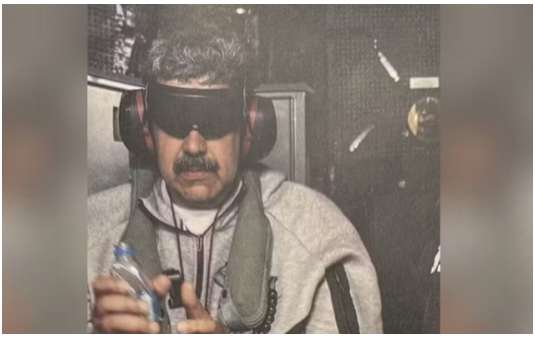
Adriano Charles da Silva Cruz
adriano.cruz@ufrn.br
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

No dia 03 de Janeiro de 2026 o mundo tomou conhecimento de um ataque promovido pelos Estados Unidos da América (EUA) na Venezuela. No início do dia, 150 aeronaves partiram em direção à Caracas, a capital da Venezuela.Ao chegar no local, os aviões militares lançaram bombas em locais estratégicos, como o porto *La guaira* e o *Forte Tiuna*, onde estava localizado o então presidente do país latino americano, Nicolás Maduro. A operação resultou em cerca de 80 mortos, incluindo civis e na captura do presidente da Venezuela (Casemiro, 2026).

A partir desse episódio, veículos jornalísticos de diferentes países passaram a acompanhar seus desdobramentos políticos e geopolíticos. Considerando que a Análise de Discurso (AD) de linha franco-brasileira compreende que todo discurso é atravessado pela ideologia e produz efeitos de sentido historicamente situados (Orlandi, 2001), emerge o seguinte problema de

pesquisa: como o portal g1 construiu discursivamente a cobertura do ataque dos Estados Unidos à Venezuela?.

Figura 1. *Imagem do presidente Nicolás Maduro capturado*



Casemiro (2026).

Diante disso, esta pesquisa tem como objeto os discursos produzidos e mediados pelo portal g1 acerca desse acontecimento. A escolha do veículo justifica-se por sua posição de destaque no jornalismo digital brasileiro e por sua capacidade de influenciar a circulação de sentidos sobre acontecimentos internacionais.

Metodologicamente, a pesquisa fundamenta-se na Análise do Discurso de linha franco-brasileira, considerando as contribuições da Análise do Discurso Digital (ADD) proposta por Paveau (2021) e Dias (2018) para compreender as especificidades enunciativas e tecnodiscursivas das plataformas digitais. Com isso, investigaremos as formações discursivas e ideológicas presentes nos enunciados, ao passo que também irá considerar as especificidades do ambiente digital, incluindo os modos de circulação, os dispositivos técnicos e os mecanismos de enunciação próprios das plataformas digitais (Paveau, 2021).

Em outras palavras, a ADD analisa os sentidos a partir daquilo que preconiza Pêcheux (1990/1969), assumindo a Análise de Discurso a partir do

materialismo histórico, a linguística e a psicanálise, ao mesmo passo em que conta com o entendimento de que as mediações digitais trazidas pela internet e as plataformas de rede digitais estabelecem novos formatos para a produção discursiva a partir das plataformas digitais (Paveau, 2021).

O corpus será composto por todas as publicações veiculadas pelo Portal G1 entre os dias 03 e 10 de janeiro de 2026, período que concentra a cobertura inicial do acontecimento. A análise contemplará os elementos verbais, visuais e tecnodiscursivos das publicações, observando de que forma esses componentes participam da construção dos sentidos sobre o conflito (Paveau, 2021). Para isso, estabelecemos como dispositivo analítico as seguintes categorias: Condições de Produção (Orlandi, 2001), Interdiscurso (Pêcheux, 1990/1969), Formação Discursiva (Pêcheux, 1990/1969), Formação Ideológica (Orlandi, 2001), Formação Algorítmica (Ferragut, 2018) e Silêncio (Orlandi, 2007).

O referencial teórico mobiliza especialmente Orlandi (2001, 2007), Pêcheux (1990), Courtine (2009/1981), Gregolin (2006), Paveau (2021) e Dias (2018) para fundamentar a análise discursiva. As contribuições de Zuboff (2021/2018) e O'Neil (2020/2016) subsidiam a compreensão das dinâmicas algorítmicas e das mediações digitais que condicionam a circulação dos discursos nas plataformas, enquanto Althusser (1980/1970) fornece elementos para a discussão sobre ideologia.

Com isso, parte-se da hipótese de que a cobertura do G1 é atravessada por formações discursivas que favorecem a circulação e a legitimação de sentidos associados ao discurso político de Donald Trump sobre o conflito, contribuindo para compreender o papel do jornalismo digital na disputa contemporânea pela produção de sentidos sobre acontecimentos geopolíticos.

Referências

Althusser, L. (1980) *Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado* (3º ed.). Presença. (Trabalho originalmente publicado em 1970).

Casemiro, P. (2026, 03 de janeiro). INFOGRÁFICO: veja os detalhes e a linha do tempo do ataque dos EUA à Venezuela. *G1*. https://g1.globo.com/mundo/noticia/2026/01/06/infografico-ataque-dos-eua-a-venezuela.ghtml.

Courtine, J.-J. (2009). *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*. EdUFSCar. (Trabalho originalmente publicado em 1981).

Dias, C. (2018). *Análise do discurso digital: sujeito, espaço, memória e arquivo*. Pontes.

Ferragut, G. (2018). *Sentidos em circulação pelo digital: Justiça e Polícia e seus efeitos na sociedade* [Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual de Minas Gerais]. Repositório UNICAMP. Terminal RI - Sophia Biblioteca Web.

Gregolin, M. do R. (2006). *Foucault e Pêcheux na análise do discurso.* Claraluz (2º Edição).

O'neil, C.(2020). *Algoritmos de destruição em massa*: *como o Big Data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia.* Editora Rua do Sabão. (Trabalho originalmente publicado em 2016).

Orlandi, E. P. (2001). *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Pontes.

Orlandi, E. P. (2007). *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. Editora da UNICAMP.

Paveau, M.-A. (2021). *Análise do Discurso Digital: dicionário das formas e das práticas*. Pontes Editores.

Pêcheux, M. (1990). *Por uma análise automática do discurso.* Editora da UNICAMP. (Trabalho originalmente publicado em 1969).

Zuboff, S. (2021). *A era do capitalismo de vigilância.* Intrínseca. (Trabalho publicado originalmente em 2018).

Em vídeo veritas? Jornalismo audiovisual e sentidos de verdade em tempos de desinformação

Iluska Coutinho
iluska.coutinho@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Vivemos na contemporaneidade um paradoxo informativo que atualiza a canção *Alegria, alegria* de Caetano Veloso (1968). O compositor destacou na música o periódico alternativo O Sol, presente nas bancas de revista, enquanto questionava quem leria "tanta notícia". Hoje temos uma explosão da oferta de 'notícias' ou conteúdos que se apresentam como informativos a circular em plataformas diversas, com destaque para os materiais em vídeo, foco desta reflexão. Por outro lado, a crescente de oferta é acompanhada por certa desorientação ou insegurança quanto ao fator de crença (Andrade, 2021). Em meio à fragilização do cuidado com a confiabilidade dos dados, há em curso disputas envolvendo diferentes poderes e agências, algumas delas maquínicas, pela credibilidade.

Ancorada sobretudo em processos de apuração e checagem, entendidos como um dos compromissos do Jornalismo, a credibilidade jornalística se transforma como apontam Christofoletti (2024), Guerra (2024), Varão et al. (2024) e Coutinho (2022). Haveria a partir do jornalismo audiovisual, e sua presença nas redes sociais digitais, uma progressiva personalização da credibilidade,

atribuída a jornalistas com os quais a audiência estabeleceria relações de confiança e proximidade. Tais vínculos, com a criação inclusive de comunidades de admiradores/ *fandoms* de jornalistas, seriam uma das formas de produção da segurança da informação (Coutinho, 2024). Essa transformação ocorre em meio às mudanças dos ecossistemas comunicativos contemporâneos, com a pulverização de fluxos e enunciadores e promessas de comunicação pessoa a pessoa ou link a link, esta uma característica da arquitetura reticular e opaca das redes sociais digitais que têm os influenciadores como protagonistas.

Em lugar da irradiação a partir das emissoras de TV como centros de difusão de informações de interesse público, produzidas com critérios e responsabilidades próprias do jornalismo há propagação viral de conteúdos em vídeo que se apresentam semelhantes em termos de formato e estrutura à conteúdos com certificação (Reis & Thomé, 2023). Se nas mensagens cuja circulação se concretiza por meio das telas e compartilhamentos os materiais em vídeo ganham destaque, há um crescente questionamento dos pacto de ver/ouvir para crer, tensionados pela popularização das ferramentas de inteligência artificial e de seu uso no jornalismo audiovisual.

Como compreender os modos de produção de verdade e reforço da credibilidade no jornalismo audiovisual contemporâneo, disponível em múltiplos suportes e plataformas? Para responder à questão o artigo toma como objeto empírico conteúdos em vídeo disponíveis em ambiência digital, ainda que tenham sido veiculados originalmente via radiodifusão. É o caso de reportagem veiculada na edição de 14/01/2025 do Jornal Nacional, telejornal brasileiro, sobre a posse do ministro Sidônio Palmeira na Secretaria de Comunicação Social do Brasil. Identificado como um dos desafios do governo, o risco da desinformação se materializa em entrevista de Fernando Haddad, então ministro da Fazenda: "você colocar na boca de uma pessoa uma frase que ela não proferiu, e com um requinte tecnológico que faz com que muita gente acreditasse naquilo" (Jornal Nacional, 14/01/2025). Por meio

da AMA - Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2018), buscamos compreender as estratégias de emissoras e jornalistas que atuam nas redes sociais digitais para qualificar a informação em vídeo, e os riscos implicados neste processo. Isso porque ao desmentir conteúdos falsos ou pouco confiáveis em vídeos produzidos artificialmente, tais atores acreditados podem veicular materialidades audiovisuais que nas redes digitais poderiam ser reapropriadas para esclarecimento ou, em direção contrária, para reforçar as desconfianças, a depender da (re)edição realizada, dos sentidos e enunciados acrescentados em cada curadoria e circulação.

A partir do diálogo entre pesquisa bibliográfica, com destaque para as contribuições consolidadas da Rede TeleJor de Pesquisadores em Telejornalismo (Pereira et al., 2022), e de investigação empírica o trabalho propõe o conceito de vídeo veritas, como um desdobramento do conceito de vídeo sapiens, que intitula livro produzido em 2020 ao destacar a centralidade da televisão e outras formas audiovisuais em uma sociedade muito marcada pela oralidade e pela visualidade, como a brasileira.

Referências

Andrade. A. P. G. de. (2021). *Entre crenças e ecrãs: comunidade transterritorial, telejornais e webtelas de Portugal* [Tese de doutorado em Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro].

Christofoletti, R. (2024) *Credibilidade Jornalística*. Ed. Insular.

Coutinho, I. (2018) Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual - Da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. Em C. Emerim, I. Coutinho,& C. Finger (Orgs), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. (1a. Ed., Vol 1, pp.175-194). Ed. Insular.

Coutinho, I. (2022) *Credibilidade como valor personalizado no telejornalismo: Vínculos tecidos em rede entre audiência e jornalistas profissionais*

[Trabalho apresentado]. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, João Pessoa, PB, Brasil.

Coutinho, I. (2024). *Credibilidade como valor personalizado no jornalismo.* Insular

Guerra, J. L. Jornalismo profissional, accountability e credibilidade. Em R. Christofoletti (Org), *Credibilidade Jornalística*. (1a. Ed., Vol 1, pp.63-94). Ed. Insular.

Pereira, A., Mello, E., Emerim, C., & Coutinho, I. (2022). *Contra a desinformação, telejornalismo! Estratégias de divulgação de notícias audiovisuais de qualidade*. Insular.

Reis, M. A, & Thomé, C. (2023). *A certificação como conceito fortalecedor do telejornalismo em um cenário de desinformação e ataques partidários sucessivos* [Trabalho apresentado]. 21º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Brasília, DF, Brasil.

Varão, R., Marra, M. dos S. M., Gomes, R. de O. M., Fontenele, L., Pereira, P. B., & Paulino, F. O. (2024). Accountability: um conceito ou uma passagem. Em R. Christofoletti (Org.), *Credibilidade Jornalística* (1a. ed., Vol 1, pp.41-62). Ed. Insular.

Enquadrando a disputa presidencial: uma análise da cobertura jornalística das eleições de 2026

Mayra Regina Coimbra
mayrarcoimbra@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Luiz Ademir de Oliveira
luizoli@ufsj.edu.br
Universidade Federal de São João del-Rei

Com o início de um novo ciclo eleitoral, a disputa pela Presidência da República volta a ocupar lugar central na agenda pública brasileira. Paralelamente às estratégias dos candidatos e partidos, a cobertura jornalística torna-se espaço privilegiado de construção e circulação de narrativas sobre o processo eleitoral. Nesse contexto, a proposta deste artigo é analisar as relações entre o campo político e a esfera midiática por meio da cobertura do jornal "O Globo" sobre a disputa pela Presidência da República nas eleições de 2026. O *corpus* será composto por notícias publicadas entre 16 e 31 de agosto de 2026 que tenham como foco os candidatos Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Flávio Bolsonaro (PL), selecionados por representarem os dois principais polos da disputa presidencial e concentrarem as maiores intenções de voto até o momento.

O trabalho adota metodologia híbrida, combinando análise lexical automatizada, por meio do *software* LABBIA-Lex (Sampaio, 2026), com Análise de Enquadramento. Inicialmente, o *corpus* será submetido à análise estatística textual para identificar padrões lexicais, recorrências vocabulares e agrupamentos temáticos. Em seguida, esses resultados serão interpretados à luz da Teoria do Enquadramento (Goffman, 2012; Porto, 2004), com o objetivo de identificar os principais enquadramentos empregados pelo veículo na construção das narrativas sobre os candidatos.

O estudo parte da compreensão de que a disputa política brasileira passou por profundas transformações na última década, marcadas pela intensificação da polarização ideológica entre esquerda e direita e, mais recentemente, pela consolidação do lulismo e do bolsonarismo como principais campos políticos da competição eleitoral. As eleições presidenciais de 2026 ocorrem em um cenário de continuidade dessa dinâmica, embora marcado pela impossibilidade de Jair Bolsonaro concorrer ao pleito. Nesse contexto, o campo político identificado com o bolsonarismo, representado pelo seu filho, Flávio Bolsonaro (PL), busca manter sua competitividade por meio de uma candidatura que reivindica a continuidade de seu projeto político, enquanto Luiz Inácio Lula da Silva (PT) disputa a reeleição, representando a continuidade do campo petista. O recorte da pesquisa concentra-se nesses dois candidatos por figurarem entre os principais nomes nas pesquisas de intenção de voto realizadas durante o início oficial da campanha eleitoral.

O referencial teórico da pesquisa estrutura-se em dois eixos complementares. O primeiro aborda as relações entre mídia e política, compreendendo a imprensa como um ator relevante na dinâmica democrática e como espaço privilegiado de circulação e disputa de discursos políticos. Nessa perspectiva, serão discutidas as transformações decorrentes da midiatização da política e da crescente centralidade dos meios de comunicação na constituição da esfera pública, dialogando com autores como Gomes (2004), Fausto Neto (2010),

Rodrigues (2001), Miguel e Biroli (2010). Parte-se do pressuposto de que a mídia não apenas difunde informações sobre o processo eleitoral, mas também participa da construção das disputas simbólicas que permeiam a competição política.

O segundo eixo fundamenta-se na perspectiva construcionista do jornalismo, segundo a qual a notícia resulta de processos de seleção, hierarquização e enquadramento da realidade, condicionados por critérios de noticiabilidade, rotinas produtivas, dependência das fontes e linhas editoriais dos veículos. Nesse campo, a pesquisa dialoga com Tuchman (1993), Wolf (1999) e Traquina (2004, 2005). Por fim, discute-se a Teoria do Enquadramento, a fim de compreender como determinados aspectos dos acontecimentos são selecionados, enfatizados e organizados nas narrativas jornalísticas. Para essa discussão, serão mobilizadas as contribuições de Goffman (1986, 2012), Entman (1994) e Porto (2004).

Referências

Entman, R. M. (1994). Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents. *Journal of Communication, 41*(4), 6-27.

Fausto Neto, A. (2010). A circulação além das bordas. In A. Fausto Neto & S. Valdettaro (Orgs.), *Mediatización, sociedad y sentido: diálogos entre Brasil y Argentina* (pp. 2-15). Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Rosario. https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/3/mediatizacion-sociedad-y-sentido-dialogos-entre-brasil-y-argentina

Goffman, E. (1986). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Northeastern University Press. (Obra originalmente publicada em 1974.)

Goffman, E. (2012). *Os quadros da experiência social: Uma perspectiva de análise* (G. A. Titton, Trad.). Vozes. (Obra originalmente publicada em 1974.)

Gomes, W. (2004). *As transformações da política na era da comunicação de massa.* Paulus.

Miguel, L. F., & Biroli, F. (Orgs.). (2010). *Mídia, representação e democracia.* Hucitec.

Porto, M. P. (2004). Enquadramentos da mídia e política. In A. A. C. Rubim (Org.), *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. EDUFBA.

Rodrigues, A. D. (2001). *Estratégias da comunicação*. Editorial Presença. .

Sampaio, R. (2026, 17 de junho). *<labiia_lex>, um software para análise textual para todos os pesquisadores*. labiia_lab. https://labiialab.com.br/labbia_lex/

Traquina, N. (2004). *Teorias do jornalismo*: *porque as notícias são como são* (Vol. 1). Insular.

Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo*: *a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional* (Vol. 2). Insular.

Tuchman, G. (1993). Contando estórias. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões teóricas e estórias*. Vega.

Wolf, M. (1999). *Teorias da comunicação*. Presença.

Entre a urgência do fluxo e o programa do aparelho: a materialidade das imagens da tragédia de 2026 em Juiz de Fora

Jorge Carlos Felz Ferreira
jorgefelz@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

As redes sociais reconfiguraram a produção e a circulação da informação visual cotidiana, convertendo-a em uma linguagem rizomática dotada de forte apelo público. Essa fotografia vernacular digital contemporânea, embora amadora e destituída de rigor institucional, passa a preencher os vazios informativos da imprensa tradicional durante crises socioambientais.

Para compreender esse fenômeno, propõe-se a aplicação da Análise da Materialidade Fotográfica (AMF), como desdobramento autônomo entre a Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), de Iluska Coutinho (2016, 2018), e a ontologia de Vilém Flusser (2002). Enquanto a AMA exige investigar a imagem a partir de seu suporte, de sua interface táctil e de seus fluxos temporais de consumo, a filosofia de Flusser desvela os smartphones e plataformas como aparelhos governados por um programa algorítmico invisível, que submete o usuário à condição de mero funcionário.

A justificativa empírica para testar a AMF reside no desastre climático de fevereiro de 2026 em Juiz de Fora (MG). Conforme dados do Laboratório de Climatologia e Análise Ambiental da Universidade Federal de Juiz de Fora

(LabCAA/UFJF, 2026), a cidade registrou um volume recorde de 752,4 mm de precipitação em um único mês.

Diante do fechamento de vias urbanas e do transbordamento do Rio Paraibuna, que geraram bloqueios logísticos à imprensa corporativa, os moradores atuaram como testemunhas oculares instantâneas através do Instagram. Na urgência da tragédia, a crueza do real causou um curto-circuito no programa estético do aparelho. Imagens marcadas por graves defeitos materiais — como enquadramentos na vertical (Stories), lentes obstruídas por chuva e zoom digital granulado — subverteram o intuito de entretenimento da plataforma.

Paradoxalmente, esses 'erros' técnicos operaram, na acepção de Peirce (1990), como índices máximos de autenticidade factual, sendo posteriormente confiscados e normatizados por portais institucionais sob a tarja de 'Imagens de Redes Sociais'. Reconhece-se, todavia, que essa mesma estética do erro tornou-se também um código cultural reconhecível e replicável, o que relativiza — sem invalidar — sua leitura como garantia automática de autenticidade. Diante disso, este estudo questiona: como os elementos materiais da fotografia vernacular no Instagram operaram formalmente para quebrar o programa do aparelho durante as chuvas de 2026, reconfigurando a estética do testemunho e a autoridade da informação jornalística?

A fundação da AMF ampara-se no princípio de Flusser (2002) de que os dispositivos são 'caixas-pretas' que automatizam o olhar. No cotidiano das redes, o funcionário alimenta a máquina jogando com as opções do programa (filtros e enquadramentos padronizados). Contudo, a catástrofe suspende essa passividade. A materialidade técnica da imagem incorpora o trauma factual. Conectando-se à recusa da fragmentação defendida pela AMA (Coutinho, 2018), o erro material passa a ser o próprio *locus* do testemunho: o tremor e o ruído visual convertem-se em atestados de que o produtor estava imerso no perigo.

Metodologicamente, a AMF opera a partir da captura de postagens integrais do Instagram, preservando a interface técnica do smartphone. A grade analítica divide-se em três eixos integrados:

1. **Subversão do Programa:** Mapeamento dos ruídos visuais e deformações técnicas que romperam a higienização algorítmica da plataforma.

2. **Atuação nas Camadas de Interface:** Análise das marcas gráficas inseridas pelos usuários na ponta dos dedos (textos informais em vermelho, emojis de alerta e marcações diretas ao perfil da @ defesaciviljf), convertendo a postagem estética em documento de emergência pública.

3. **Apropriação Jornalística:** Investigação de como veículos como o G1 Zona da Mata se apropriam do material amador — com ou sem creditação explícita ao autor original — reinserindo o erro técnico em um novo programa normativo e substituindo o desespero das legendas originais por enunciados institucionais frios.

A análise da tragédia climática de 2026 em Juiz de Fora demonstra que, sob condições extremas, a materialidade visual sofre uma mutação estrutural. Os 'defeitos' formais do registro vernacular amador perdem o estatuto de imperfeição técnica e passam a atuar como instâncias de validação sensível do acontecimento. A autoridade e a credibilidade factual, na era das mentes midiatizadas, dependem, de forma paradoxal, da pressa reticular da imagem cidadã. O jornalismo tradicional perde o monopólio da primeira imagem e atua como curador de fluxos pré-existentes, evidenciando que a textura do erro humano tornou-se indispensável para a construção da verdade factual contemporânea.

Referências

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom/ECA-USP, São Paulo, SP, Brasil.

Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim,

I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro* (pp. 175-194). Insular.

Flusser, V. (2002). *Filosofia da caixa preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Relume Dumará.

Laboratório de Climatologia e Análise Ambiental da Universidade Federal de Juiz de Fora. (2026, 24 de fevereiro). *A maior chuva da história de Juiz de Fora*. https://www2.ufjf.br/labcaa/2026/02/24/a-maior-chuva-da-historia-de-juiz-de-fora/

Peirce, C. S. (1990). *Semiótica*. Perspectiva.

Inteligência artificial e checagem de fatos: uma análise das diretrizes e políticas de uso das agências Lupa e Aos Fatos

Thiago Fedacz Anastacio
thiagofedacz100@gmail.com
Universidade Federal do Paraná

A automatização de tarefas por checadores de fatos não é algo recente. Segundo Graves (2018), o aumento da circulação de conteúdos potencialmente desinformativos no espaço digital fez com que os processos de automação fossem vistos como potenciais estratégias de enfrentamento. Atualmente, a utilização de tecnologias de IA se faz presente de forma variada no *fact-checking*. Alguns dos usos são: busca reversa; detectores de *deepfakes*, conteúdos gerados por IA e verificação visual; aplicação para verificação por mapas; detecção de postagens deletadas; busca geral e avançada pelo Google; reconhecimento facial; e análise de mídias sociais e *trends* (Cazzamatta & Sarısakaloğlu, 2025).

A utilização cada vez mais frequente de tecnologias de IA em diferentes atividades tem levantado preocupações quanto aos seus impactos. O alto consumo de recursos naturais, gastos energéticos e a intensificação da crise climática (D'Andréa, 2024; Furtado & Cunha, 2024) vêm sendo apresentados como pontos críticos em um contexto no qual as IAs são vistas como soluções exageradamente otimistas para uma série de problemas (Dierickx et al., 2026).

Tendo esse panorama em vista e a relevância da transparência para o jornalismo de checagem (Spinelli & Santos, 2018), esta pesquisa tem como objetivo analisar a forma como é comunicado o uso de IA pelas agências Lupa e Aos Fatos por meio de suas declarações de uso. Optou-se pelas duas agências por estarem entre as pioneiras do jornalismo de checagem brasileiro (Seibt, 2019). O estudo compreende uma Análise Temática (Braun & Clarke, 2006) das "Política de uso de inteligência artificial do Aos Fatos", de 07 de julho de 2024, e das "Diretrizes para o uso de Inteligência Artificial na Lupa", de 30 de janeiro de 2025. Por meio da literatura (Barbosa, 2026; Canavilhas & Biolchi, 2024; Gonçalves, 2025) e da leitura dos conteúdos, foram estabelecidas categorias para a classificação dos materiais.

A partir do agrupamento dos códigos, chegou-se a seis temas: 1) centralidade do trabalho humano; 2) modos de uso; 3) transparência da utilização; 4) compromisso ético; 5) cuidados e riscos; e 6) atualização das diretrizes. Em ambos os documentos, as tecnologias de IA são comunicadas como auxiliadoras dos profissionais, servindo como instrumentos supervisionados para a execução de suas atividades. O mesmo é visto em outros documentos de mesmo tipo (Canavilhas & Biolchi, 2024; Gonçalves, 2025).

As agências também comunicam para quais tipos de uso as tecnologias de IA são empregadas, como para a identificação de manipulação de imagens, resumo de conteúdos, transcrição de textos, apuração de dados, análises complexas e adaptação de material para outros formatos (Aos Fatos, 2024; Lupa, 2025). Além disso, as agências também informam a utilização da IA para a produção de tecnologias próprias, como a robô Fátima e o LupaScan.

A transparência e o compromisso com o uso ético das tecnologias de IA também são elementos comuns nos dois documentos. Ambas as organizações se comprometem a comunicar a utilização ao público em seus conteúdos. Assim, nota-se um alinhamento com outras políticas de uso (Canavilhas & Biolchi, 2024; Gonçalves, 2025; Silva & Paulino, 2025), assim como o reforço do

comprometimento com a clareza metodológica da prática profissional, aspecto importante para o reforço da credibilidade das agências (Spinelli & Santos, 2018). No que se refere à questão ética, as duas organizações apresentam elementos sobre esse comprometimento. A Lupa, porém, se detém mais a esse aspecto ao reforçar sua legitimidade a partir da menção ao cumprimento das diretrizes do Código de Princípios da *International Fact-Checking Network* (IFCN) e avaliação pela mesma instituição.

Por fim, as duas agências comunicam o compromisso de atualização de seus documentos e preocupações quanto ao uso de IA. Quanto a este último, enquanto a Lupa foca na questão energética e da sustentabilidade, o Aos Fatos trata do respeito à propriedade intelectual e privacidade. Ambas as agências informam que as diretrizes estão sujeitas a alterações, algo que é notado mais predominantemente no documento do Aos Fatos, que possui uma seção dedicada às datas de mudanças em suas diretrizes.

Conclui-se que as agências reforçam o olhar reducionista das tecnologias ao as apresentarem como ferramentas. Ademais, embora os documentos indiquem os usos feitos pelos checadores da IA para diferentes atividades, não fica claro quais são as tecnologias utilizadas e com qual frequência. Estudos futuros podem endereçar mais apropriadamente essas lacunas.

Referências

Aos Fatos. (2024, 07 de julho) Política de uso de inteligência artificial do Aos Fatos. https://www.aosfatos.org/politica-ia

Barbosa, C. L. (2026). O novo ecossistema midiático no jornalismo: políticas de veículos brasileiros sobre uso da IA generativa. Em J. Canavilhas, C. Rodrigues, F. Giacomelli, & B. Biolchi (Orgs.), *Plataformização e inteligência artificial no jornalismo: práticas e reconfigurações* (pp. 87-102). Editora Labcom. https://labcom.ubi.pt/plataformizacao-e-inteligencia-artificial-no-jornalismo-praticas-e-reconfiguracoes/

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, *3*(2), 77-101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Canavilhas, J., & Biolchi, B. (2024). Inteligência Artificial e Transparência no Jornalismo. *Revista Mídia e Cotidiano*, *18*(2), 43-64. https://doi.org/10.22409/rmc.v18i2.62654

Cazzamatta, R., & Sarısakaloğlu, A. (2025). Mapping Global Emerging Scholarly Research and Practices of AI-supported Fact-Checking Tools in Journalism. *Journalism Practice*, *19*(10), 2422-2444. https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2463470

D'Andréa, C. (2024). Infraestruturas, inteligência artificial e outras "tecnosoluções": Google e a plataformização da emergência climática. *Revista Da UFMG*, *30*. https://doi.org/10.35699/2965-6931.2023.47985

Dierickx, L., Opdahl, A. L., Bjerknes, F., & Lindén, C.-G. (2026). What is a fact in the age of generative AI? Fact-checking as an epistemological lens. *Information, Communication & Society*, 1-18. https://doi.org/10.1080/1369118X.2026.2630697

Furtado, R. G., & Cunha, S. E. (2024). Inteligência artificial, data centers e colonialismo digital: Impactos socioambientais e geopolíticos a partir do Sul Global. *Liinc Em Revista*, *20*(2).

Gonçalves, V. R. (2025). *A inteligência artificial e as transformações do jornalismo: uma análise das diretrizes editoriais dos manuais de IA das empresas jornalísticas brasileiras* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina].

Graves, L. (2018). Understanding the promise and limits of automated fact-checking. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. https://

reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/understanding-promise-and-limits-automated-fact-checking

Lupa. (2025, 28 de julho). Diretrizes para o uso de Inteligência Artificial na Lupa. https://www.agencialupa.org/institucional/2025/01/30/diretrizes-para-o-uso-de-inteligencia-artificial-na-lupa/

Seibt, T. (2019). *Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil* [Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul].

Silva, F. O., & Paulino, R. C. R. (2025). Ética no jornalismo em tempos de máquinas comunicadoras e inteligência artificial generativa. Em C. Camponez, R. Christofoletti, J. C. S. Villegas (Eds.), *Comunicação, ética e IA: diálogos sobre desafios e perspectivas na era digital* (1a ed. Vol. 1, pp. 61-82). Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS). https://www.cecs.uminho.pt/publicacao/comunicacao-etica-e-ia-dialogos-sobre-desafios-e-perspetivas-na-era-digital/

Spinelli, E. M., & Santos, J. A. (2018). Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. *Revista Observatório*, *4*(3), 759-782. https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n3p759

Mecanismos de legitimação no jornalismo independente: uma aplicação dos indicadores do Projor

Raquel Passos Freire
raquel.freire@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Aline Cristina Camargo
aline.c.camargo@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Nas últimas décadas, as práticas jornalísticas passaram por transformações profundas, impulsionadas tanto pelas inovações tecnológicas quanto pelas dinâmicas sociopolíticas do século XXI. A expansão da internet, a popularização das redes sociais e a rapidez na circulação da informação redefiniram os modos de produção, distribuição e consumo de notícias, impondo desafios aos modelos tradicionais de atuação das empresas de comunicação.

Paralelamente a esse processo, observa-se um movimento de crescente desconfiança em relação à imprensa. Conforme aponta o Índice de Confiança Social (ICS) de 2025, desenvolvido pela Ipsos-Ipec, a confiança depositada nos meios de comunicação atingiu 54 pontos em uma escala de 0 a 100 - o menor nível registrado nos últimos seis anos (Ipsos, 2025). Esse quadro tem estimulado um ambiente hostil aos canais midiáticos e seus agentes, enfraquecendo valores fundamentais como verdade, pluralidade e relevância (Guerra, 2014).

Em contrapartida, a consolidação do jornalismo digital introduziu dinâmicas promissoras no ecossistema informacional. Essa modalidade ampliou o alcance das notícias e estimulou o engajamento de grupos antes marginalizados no debate público, tornando o processo mais interativo, colaborativo e próximo dos leitores (Roxo, 2023). Tal cenário aponta para uma necessidade de se investigar de que maneira essas mudanças repercutem na percepção de credibilidade do jornalismo, abrindo espaço para o estudo de diferentes modelos informativos que coexistem nos dias atuais.

Assim sendo, a pesquisa a que se refere este resumo tem como objetivo central analisar os elementos utilizados pelos veículos de comunicação independente Nexo Jornal e Revista AzMina na construção de credibilidade jornalística. Para tal, foram aplicados os Indicadores de Compromissos com o Público, elaborados pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), em cada um dos veículos. São eles: a) expediente; b) princípios editoriais; c) política de correção de erros; d) afiliação a associações setoriais de jornalismo; e) acesso aos profissionais da redação; f) propriedade do veículo; g) identificação clara dos conteúdos patrocinados; h) transparência de financiamento; i) identificação de autoria; j) política de privacidade; k) acessibilidade; l) política de uso de inteligência artificial (IA). Cabe destacar que esta análise representa um recorte de uma investigação mais abrangente.

A aplicação dos Indicadores do Projor revelou um elevado nível de conformidade em ambos os objetos desta pesquisa, com destaque para a Revista AzMina. O veículo atendeu a todos os critérios analisados, disponibilizando diretrizes claras sobre expediente, princípios editoriais, políticas de privacidade e correção de erros, além de informações explícitas sobre afiliação a associações e propriedade do veículo. Destacam-se, ainda, o fornecimento de canais diretos de contato com as profissionais da redação, a identificação clara de conteúdos patrocinados e de autoria, a transparência sobre as fontes

de financiamento, e a adoção de políticas específicas de acessibilidade e uso de inteligência artificial nas produções.

O Nexo Jornal, por sua vez, atendeu a oito critérios, o que equivale a dois terços do total. O veículo demonstrou-se alinhado aos requisitos de expediente, princípios editoriais, políticas de privacidade e correção de erros, identificação clara de conteúdos patrocinados e de autoria. O acesso aos profissionais da redação e a transparência sobre as fontes de financiamento também foram contemplados. Entretanto, o Nexo apresentou lacunas no tocante à informação explícita sobre afiliação a associações e propriedade do veículo, bem como à ausência de diretrizes consolidadas para acessibilidade e uso de inteligência artificial.

Deste modo, os resultados evidenciam que os dois objetos selecionados para essa pesquisa apresentam um elevado nível de conformidade com os indicadores estabelecidos pelo Projor, evidenciando o compromisso do jornalismo digital independente com a transparência e a prestação de contas. Contudo, é importante ressaltar que a implementação dessas diretrizes funciona como um ponto de partida, e não como o estágio definitivo. O simples cumprimento de requisitos institucionais e formais é insuficiente para garantir, de maneira isolada, a credibilidade do veículo ou a qualidade da informação produzida.

Para o campo da Comunicação, o estudo revela que o combate à crescente desconfiança na imprensa exige ir além da verificação de métricas de governança. Os parâmetros operacionais estabelecem uma base inicial indispensável, mas a efetiva consolidação da confiança pública depende do exercício diário do rigor ético, do diálogo com a sociedade e da contínua busca por excelência editorial.

Referências

Guerra, J. L. (2014). Transparência editorial: a credibilidade jornalística à luz dos sistemas de gestão da qualidade. *Revista Latinoamericana de*

Ciencias de la Comunicación, 11(20). https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/171

Ipsos. (2025). Índice de Confiança Social - ICS 2025. https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2025-07/250160_ICS_INDICE_CONFIANCA_SOCIAL_2025.pdf

Projor - Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo. (s.d.). Manual de melhores práticas para os Indicadores de Compromissos com o Público. https://atlas.jor.br/content/files/2026/02/Manual-de-melhores-pr--ticas-VF-1.pdf

Roxo, L. (2023). *Jornalismo independente: utopia ou realidade? Uma reflexão sobre a bandeira da independência jornalística - do jornalismo publicista ao jornalismo em rede* [Trabalho apresentado]. Anais do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Niterói, RJ, Brasil. https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/regional/7/04132023215707643 8a4e3a3da7.pdf

Mídia, imprensa e eleições: um estudo do enquadramento noticioso do *Portal O Tempo* sobre a disputa ao governo de Minas Gerais em 2026

Luiz Ademir de Oliveira
luizoli@ufsj.edu.br
Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ)

Mayra Regina Coimbra
mayrarcoimbra@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Fernando de Resende Chaves
chavesfernandorc@gmail.com
Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG)

Thamiris Franco Martins
thamiris_franco@hotmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Diego Felipe Garcia
diegophelipe@yahoo.com.br
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

O artigo analisa as relações entre o campo político e a esfera midiática por meio da cobertura do Portal O Tempo sobre a disputa pelo governo de Minas Gerais em 2026. O *corpus* compreende as notícias publicadas entre 15 e 31 de agosto, período correspondente ao início oficial da campanha

eleitoral. A investigação privilegia a análise do enquadramento noticioso, com base em Porto (2004), Motta (2007) e Goffman (2012), buscando identificar como os fatos são apresentados pelo Portal, bem como verificar a imagem construída dos candidatos. O cenário eleitoral mineiro ainda está indefinido. O senador Cleitinho Azevedo (Republicanos) lidera as pesquisas de intenção de voto, embora ainda não tenha oficializado sua candidatura. Já o governador Matheus Simões (PSD), sucessor de Romeu Zema, confirmou sua participação na disputa. Também figuram entre os possíveis concorrentes Gabriel Azevedo (MDB), Patrus Ananias (PT), Alexandre Kalil (PDT) e Túlio Lopes (PCB). O trabalho adota metodologia híbrida, combinando análise de conteúdo (Bardin, 2011) e análise de enquadramento (Motta, 2008; Porto, 2004). O estudo parte da compreensão de que, desde 2016, as eleições brasileiras passaram por profundas transformações, marcadas pela polarização entre lulismo e bolsonarismo, pela crescente centralidade das plataformas digitais, pela emergência de lideranças outsiders e pelo fortalecimento de discursos antipolítica, em um contexto de expansão das forças de direita (Chaves, 2023). Em Minas Gerais, esse processo tornou-se evidente com a eleição de Alexandre Kalil em 2026 à Prefeitura de Belo Horizonte e, em 2018, com a vitória de Romeu Zema ao governo de Minas, ambos adotando um discurso de *outsider*. Em 2022, Zema consolidou a imagem de gestor e preservou a retórica antipolítica, diferentemente de Kalil, que se aproximou do campo liderado por Lula (Chaves, 2023). Nas eleições municipais de Belo Horizonte, em 2024, a direita manteve elevada competitividade, embora a vitória tenha sido do candidato moderado Fuad Noman (PSD).

Diante da reconfiguração da representação política e da crescente centralidade das plataformas digitais, observa-se uma convergência entre mídias tradicionais e digitais na disputa eleitoral. A mídia não apenas constitui o principal espaço de circulação dos discursos políticos, mas também atua como um ator social e político relevante, participando da construção

social da realidade. A produção da notícia é resultado de uma série de como a dependência das fontes primárias, as rotinas produtivas, a linha editorial e os critérios de noticiabilidade. Conforme Tuchman (1993), a cobertura jornalística organiza o espaço de forma hierarquizada, concentrando esforços em centros de poder, como Brasília ou nas capitais dos estados quando os veículos são regionais, em que a presença permanente de jornalistas favorece a centralidade das fontes institucionais e dos acontecimentos relacionados aos três poderes. Ademais, a seleção das notícias é orientada por valores-notícia, entre eles a relevância dos atores envolvidos e o impacto potencial dos acontecimentos (Wolf, 1999). Nessa perspectiva construcionista, a Teoria do Enquadramento permite compreender como os fatos são apresentados por meio de quadros interpretativos (frames), construídos pela seleção, ênfase e exclusão de determinados aspectos (Goffman, 2012). Assim, a mídia não apenas agenda os acontecimentos, mas também influencia a forma como eles são interpretados pelo público. Quanto ao jornalismo político, Motta (2008) argumenta que predominam enquadramentos lúdico-dramáticos, estruturados por metáforas de disputa, guerra e conflito, que simplificam e organizam a compreensão dos acontecimentos políticos. Porto (2004) também propõe quatro categorias de enquadramento para a cobertura eleitoral: corrida de cavalos, personalista, temático e episódico. Entre elas, destaca-se o enquadramento de corrida de cavalos, centrado na competição entre candidatos, nas estratégias de campanha e na dinâmica do confronto político, frequentemente em detrimento da discussão aprofundada de propostas e políticas públicas.

Referências

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo.* Edições 70.

Chaves, F. de R. (2023). *A acomodação dos outsiders Alexandre Kalil e Romeu Zema ao establishment em Minas Gerais: Uma análise das estratégias retóricas e das narrativas antipolíticas na propaganda eleitoral dos*

líderes mineiros pelo Facebook [Tese de doutorado, Universidade Paulista (UNIP)].

Goffman, E. (2012). *Os quadros da experiência social:* uma perspectiva de análise. Vozes.

Motta, L. G. (2007). Enquadramentos lúdico-dramáticos no jornalismo: mapas culturais para organizar conflitos políticos. *Intexto, 2*(17), 1-25.

Porto, M. P. (2004). Enquadramentos da mídia e política. In A. A. C. Rubim (Org.), *Comunicação e política: conceitos e abordagens* (pp. 73-104). Edufba.

Tuchman, G. (1993). Contando estórias. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões, teorias e estórias"* (pp. 258-262). Vega.

Wolf, M. (1999). *Teorias da comunicação*. Editorial Presença.

Narrativas em disputa e desinformação: análise multimodal das notícias do Portal Estadão sobre a crise do PIX

Danilo Cezar da Silva Monteiro
danilocsmonteiro@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Adriano Charles da Silva Cruz
adriano.cruz@ufrn.br
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Em janeiro de 2025, o deputado Nikolas Ferreira (PL/MG) publicou um vídeo que difundia informações falsas sobre uma possível taxação do Pix, fundamentadas em uma interpretação equivocada da Instrução Normativa RFB nº 2.219/24 (Ferreira, 2025). O vídeo viralizou nas redes sociais, alcançando cerca de 170 milhões de visualizações no dia da publicação (Teles, 2025). A publicação do parlamentar, contudo, não constituiu um episódio isolado: desde o início de janeiro, já circulavam nas plataformas digitais conteúdos desinformativos, difundidos principalmente por atores políticos da extrema direita, fato que repercutiu nas redes sociais e na imprensa especializada (Faustino, 2025).

Em resposta, o Governo Federal adotou estratégias para enfrentar a circulação de conteúdos desinformativos, por meio de publicações voltadas ao esclarecimento da população sobre as *fake news*. Dentre essas publicações, ganhou destaque um vídeo publicado pela deputada Erika Hilton (Psol/

SP), com estética similar à postagem de Nikolas Ferreira, mas que rebatia as informações falsas do parlamentar (Hilton, 2025).

A compreensão do fenômeno da desinformação deve partir, portanto, de uma análise contextual que considere o campo político e o uso do espaço digital, já que essa intersecção "redefine a forma como as narrativas são construídas e consumidas na sociedade contemporânea, reforçando a necessidade de mecanismos críticos para a identificação e o combate à desinformação" (Borges, 2026, p. 49).

Além disso, devemos nos debruçar sobre o papel do jornalismo profissional no ambiente digital, pois a intermediação da indústria jornalística sobre temas de interesse público perdeu espaço para a produção e propagação de conteúdos advindos de qualquer pessoa, sendo essa perda uma das principais características da chamada cultura da desinformação (Aguiar & Roxo, 2019, p. 165).

Diante desse contexto, formulamos o seguinte problema de pesquisa: de que forma o *Estado de S. Paulo* (Estadão) enquadrou a desinformação relacionada à crise do Pix na cobertura dos vídeos de Nikolas Ferreira e Erika Hilton? Para responder a essa questão, analisamos as matérias informativas do portal que discutem as publicações dos vídeos de Nikolas Ferreira e Erika Hilton sobre a suposta taxação do Pix. Para a composição do corpus, selecionamos as matérias publicadas em janeiro de 2025 que citavam diretamente os vídeos em questão, compondo uma amostra de 29 notícias.

Metodologicamente, adotamos a abordagem multimodal proposta por Wozniak et al. (2014), estruturada em três níveis analíticos: enquadramento, narrativo e visual. O nível do enquadramento parte da definição clássica de Entman (1993), que se concentra em quatro aspectos: definição do problema; causas do problema; avaliação moral; e recomendação de tratamento.

O nível narrativo, por sua vez, se divide em três categorias: grau de narratividade, que avalia a presença de elementos como dramatização, emoção,

personalização e ornamentação estilística; o gênero narrativo, que contempla o tema geral da matéria, o tom utilizado e os resultados atingidos; e, por fim, os papéis narrativos, que representam os personagens das notícias nas figuras de herói, vilão ou vítima.

O nível de análise visual fundamenta-se na proposta de Rodriguez e Dimitrova (2011), que propõem quatro categorias: denotativo, conotativo, semiótico-estilístico e ideológico. Para isso, foram selecionadas apenas fotografias e fotomontagens, enumerando as pessoas e ambientes retratados, bem como as escolhas de enquadramentos, planos e ângulos, a fim de identificar padrões visuais recorrentes e seus efeitos de sentido.

Os resultados preliminares indicam um elevado grau de personalização da cobertura, concentrada nas figuras de Nikolas Ferreira e do presidente Lula. Além disso, ao observarmos a distribuição das matérias, percebemos que há um desequilíbrio na cobertura, já que 26 se concentram no vídeo de Ferreira, enquanto apenas 3 notícias discutem o vídeo-resposta de Erika Hilton.

Os resultados preliminares apontam que, embora o Estadão reconheça a desinformação como tema de interesse público, a cobertura privilegia os efeitos políticos da crise em detrimento de uma discussão mais ampla sobre o fenômeno da desinformação. Desse modo, a chamada "crise do Pix" é enquadrada predominantemente como uma derrota política do governo Lula, em vez de ser tratada como uma problemática social de maior alcance. Esses resultados sugerem que a cobertura tende a deslocar o foco da desinformação enquanto problema público para seus desdobramentos político-partidários, limitando a centralidade do debate sobre os impactos sociais da desinformação no ambiente democrático.

Referências

Aguiar, L. A., & Roxo, L. A A credibilidade jornalística como crítica à "cultura da desinformação": Uma contribuição ao debate sobre fakenews. *Mídia E Cotidiano*, *13*(3), 162-186. https://doi.org/10.22409/rmc.v13i3.38079

Borges, M. M. (2026). Fake news e a polêmica da taxação do Pix no Brasil: desinformação e impactos sociais. *Temática*, *22*(2), 44-57. https://doi.org/10.22478/ufpb.1807-8931.2026v22n2.77902

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication 43*(4), 51-58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Faustino, M. (14 jan. 2025). Mentiras virais sobre Pix e agenda econômica pautam redes no início de 2025. *Aos Fatos*. https://www.aosfatos.org/noticias/mentiras-virais-pix-agenda-economica-2025/

Ferreira, N. [@nikolasferreiradm]. (14 jan. 2025). *O PIX está unindo o povo* [Vídeo]. Instagram. https://www.instagram.com/reels/DEz20G0RodB/

Hilton, E. [@hilton_erika]. (18 jan, 2025). *Estão mentindo pra você. O Pix é só uma cortina de fumaça* [Vídeo]. Instagram. https://www.instagram.com/reels/DE-RJ_BRTdB/

Rodriguez, L., & Dimitrova, D. (2011). The levels of visual framing. *Journal of Visual Literacy, 30*(1), 48-65. https://doi.org/10.1080/23796529.2011.11674684

Teles, L. (15 jan. 2025). Pix: Vídeos da oposição nas redes sociais geram 20 vezes mais interações do que os de petistas. *Estadão*. https://www.estadao.com.br/economia/pix-videos-oposicao-redes-sociais-mais-interacoes-petistas/?srsltid=AfmBOoqeleifjs7w5NjxKQqopkNafeD3zFjCnUugG8X23lKmBwclXDmE

Wozniak, A., Lück, J., & Wessler, H. (2014). Frames, Stories, and Images: The Advantages of a Multimodal Approach in Comparative Media Content Research on Climate Change. *Environmental Communication, 9*(4), 1-22. http://dx.doi.org/10.1080/17524032.2014.981559

O caso Felca: plataformas digitais, jornalismo e instituições públicas

Gabriel Bhering
bhering.gabriel@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Gustavo Teixeira de Faria Pereira
gustavofaria@ufla.br
Universidade Federal de Lavras

Iluska Coutinho
iluska.coutinho@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Em 6 de agosto de 2025, o influenciador Felipe Bressanim Pereira, conhecido nas plataformas digitais como Felca, publicou o vídeo "Adultização" no YouTube, que conta com 52 milhões de visualizações (pesquisa feita em 20 de julho de 2026). No material, de 50 minutos, Felca denunciou a exposição e sexualização de crianças e adolescentes nas plataformas ao identificar que esses vídeos geram engajamento e são impulsionados pelas lógicas algorítmicas. Imediatamente após a publicação, a denúncia viralizou no canal do influenciador, além de ganhar cortes em outras plataformas, sendo repercutida também na mídia jornalística especializada. Além disso, o influenciador passou a ser frequentemente entrevistado por meios de comunicação de massa e digitais que enxergaram em Felca um especialista no assunto, tendo sua credibilidade

associada à denúncia que fez e, ao mesmo tempo, por se contrapor a influenciadores que à época estavam envolvidos em questões como a divulgação de bets e de jogos de azar.

Diante desse caso, o objetivo é investigar de que forma o caso Felca reconfigura as disputas de poder e os processos de agendamento entre jornalismo e novos atores sociais digitais. O fenômeno pode ser refletido à luz dos estudos sobre credibilidade personalizada (Coutinho, 2024), algoritmos, dados e plataformas (D'Andréa, 2020) e de quinto poder (Pereira & Coutinho, 2024).

Tal perspectiva se justifica pelo fato de o digital influencer ter assumido um papel de protagonismo na temática da "adultização" e, inclusive, ter sido contratado pela Rede Globo, principal emissora de TV no Brasil, para comandar um quadro sobre temas como autoestima, bullying e transtornos emocionais relacionados ao uso das redes sociais digitais no Fantástico (Aya, 2025), revista eletrônica em formato audiovisual presente na grade de programação da emissora desde 1973, exibida aos domingos.

Para tal, será empreendida, a partir da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016), a análise de conteúdos de Felca como entrevistado e como entrevistador/apresentador, a fim de observarmos questões como: 1- qual (is) papel (is) o autor assume na narrativa?; 2- há uma sobreposição ou uma distinção de Felca em relação ao jornalismo?; 3- Felca se coloca como figura com credibilidade sobre as temáticas abordadas? 4- há tensionamentos entre poderes (jornalismo e Felca como influenciador digital)?

O recorte consistirá na análise de 3 conteúdos em que Felca aparece como entrevistado e 3 materiais em que atua como entrevistador/apresentador, sendo os vídeos escolhidos através dos primeiros resultados no Google, o que indicaria um melhor posicionamento digital dos materiais.

Deste modo, o trabalho será dividido em quatro etapas, sendo a primeira seção teórica, destinada a discutir a popularização da internet e das redes sociais digitais como espaços que eram vistos como potenciais na ampliação

da esfera pública (Levi, 1999). Com o avanço da tecnologia, aos poucos essas redes foram sendo encaradas como plataformas (D'Andréa, 2020), que também são mídias sociais (Napoli & Caplan, 2018), embora não se reconheçam dessa forma. As lógicas algorítmicas imersas nessas plataformas colaboram para o fenômeno da desordem informacional (Derakhshan & Wardle, 2017), que precisa ser pensado com a devida complexidade.

Em seguida, na segunda seção, buscaremos tensionar os conceitos de quarto poder (Novelli, 1994; Traquina, 2005) e de quinto poder (Pereira & Coutinho, 2024), o que contribuirá para a apreensão acerca da emergência de usuários que se tornam novos atores sociais digitais e, com isso, chegam até mesmo a ocuparem espaços que outrora eram exclusivos para jornalistas.

Posteriormente, a presente pesquisa destina uma seção para refletir a crise financeira, ética e de credibilidade que o jornalismo vivencia (Christofoletti, 2019), principalmente a partir dos estudos sobre a credibilidade como um valor personalizado (Coutinho, 2024). O caso Felca, ao reconfigurar os processos de agendamento entre plataformas digitais, jornalismo e instituições públicas, evidencia como a autoridade informacional e a confiança do público passam a ser disputadas por atores individuais, entre eles influenciadores.

Por fim, será empreendida a empiria do presente trabalho, a fim de investigarmos de que maneira o "Efeito Felca" impacta nas disputas de poder e nas relações de credibilidade do jornalismo como guardião da notícia, sobretudo pelo fato de que, após ampla repercussão do caso na mídia e nas plataformas digitais, em 17 de setembro de 2025 foi publicada a Lei 15.211, conhecida como ECA Digital e que popularizou como "Lei Felca".

Referências

Aya, G. (2025). Felca é contratado pela Globo e terá quadro no "Fantástico"; entenda. *CNN Brasil*. https://www.cnnbrasil.com.br/pop/tv/felca-e-contratado-pela-globo-e-tera-quadro-no-fantastico-entenda

Christofoletti, R. (2019). *A crise do jornalismo tem solução?*. Estação das Letras e Cores.

Coutinho, I. (2024). *Credibilidade como valor personalizado no jornalismo*. Editora Insular.

D'Andréa, C. (2020). *Pesquisando plataformas online: Conceitos e métodos*. EDUFBA.

Levy, P. (1999). *Cibercultura*. Editora 34.

Napoli, P., & Caplan, R. (2018). Por que empresas de mídia insistem que não são empresas de mídia, por que estão erradas e por que isso importa. *Parágrafo*, 6(1), 143-163.

Novelli, A. L. (2002) "O Projeto Folha e a Negação do Quatro Poder". Em L. G. Motta (Org.), *Imprensa e Poder* (pp. 181-199). UnB.

Pereira, G. T. F., & Coutinho, I. (2024). *Jornalismo e informação em telas: poderes, diálogo e disputa por legitimidade.* Insular.

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional*. Insular.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe report, DGI.

O crime como discurso: regimes de verdade e dramaturgia na construção comunicacional do caso Richthofen

Mariana Almeida e Silva
mariana.almeidesilva@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Iluska Coutinho
iluska.coutinho@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

O campo do direito, da moral e segurança pública são ocupados recorrentemente pelo crime. Apesar disso, o crime ultrapassa acontecimentos meramente jurídicos, perpassando também a esfera da comunicação, e, os de grande repercussão, acabam se tornando narrativas recorrentes que se desdobram, imagens reconhecíveis e referências simbólicas com capacidade de circular por muito tempo e de serem retomadas continuamente, dando a possibilidade de novos olhares que irão recontar e reorganizar a história em diferentes meios comunicacionais. Durante esse processo, o acontecimento, além de fato, passa a se caracterizar como um objeto discursivo, cuja leitura social também depende das formas narrativas que o tornam alvo de visibilidade e compartilhamento. Adota-se, neste trabalho, a perspectiva de que o crime, enquanto fenômeno social, não adquire existência pública fora das mediações comunicacionais que o tornam inteligível. A partir dessa premissa, analisa-se

o crime como fenômeno comunicacional, tomando o caso Richthofen como referência paradigmática para compreender como narrativas midiáticas e audiovisuais participam da produção social da verdade. A partir de Walter Benjamin (1936), discute-se a repetição narrativa e a transformação do acontecimento em imagem reprodutível; com Mikhail Bakhtin (1981), examina-se a polifonia e a disputa de vozes; com Stuart Hall (1997), a produção de representações e identidades; e com Michel Foucault (2014a, 2014b, 2014c), os regimes de verdade vinculados a saber e poder.

No gênero *true crime*, conforme a articulação da informação, a criação de uma dramaturgia e o reforço da moralidade, não há uma limitação no relato dos acontecimentos, mas sim uma participação ativa da produção de sentidos como a culpa, violência, desvio e justiça. Aqui, colocamos em voga não somente as memórias de um caso midiático, mas a constituição de regimes de verdade que influenciam a percepção coletiva sobre o real. E, com a difusão de diferentes meios comunicacionais e a consequente repetição de narrativas, a dramatização de eventos e construção de personagens para as histórias acabam construindo para uma estabilização de versões do fato e o reconhecimento de uma autoridade simbólica.

A partir do cenário elucidado, o caso Richthofen, amplamente difundido ao longo de mais de duas décadas por reportagens, livros, documentários, filmes e debates públicos, tornou-se uma narrativa recorrente. Diante dessas percepções, o problema investigado observa como as narrativas jornalísticas e audiovisuais sobre o caso Richthofen constroem regimes de verdade que transformam o crime em um saber socialmente legitimado, promovendo uma articulação entre dramaturgia, discurso e mediação comunicacional. O objetivo é a análise do caso como um grande exemplo paradigmático da produção comunicacional da verdade, agregando para o entendimento de que o crime, in sua existência e permanência social, é inseparável das formas narrativas

que o integram. A observação destas dinâmicas, portanto, é realizada a partir da análise das condições de visibilidade e circulação (Coutinho, 2018).

Com base na articulação teórica demonstrada, a reflexão desenvolvida ao longo do estudo permite afirmar que o crime, quando observado a partir das Teorias da Comunicação, deixa de ser compreendido apenas como acontecimento jurídico ou fato social isolado. Ele se configura como fenômeno discursivo cuja existência pública depende das formas narrativas que o tornam visível, inteligível e compartilhável. A comunicação não atua como canal neutro de transmissão, mas como instância produtora de realidade simbólica, organizando o acontecimento em sequências, personagens, conflitos e moralidades.

O caso Richthofen evidencia que o crime, em sua permanência social, é inseparável das dinâmicas comunicacionais que o sustentam. Narrativas repetidas, vozes em disputa, representações que fixam identidades e dispositivos de legitimação discursiva operam conjuntamente na estabilização do acontecimento como memória social. O crime passa a existir não apenas como processo jurídico encerrado, mas como narrativa continuamente atualizada, capaz de reorganizar sentidos sobre moralidade, justiça e desvio.

A principal contribuição desta pesquisa para as Teorias da Comunicação reside, portanto, na compreensão do crime como produção discursiva. Ao invés de tratar a mídia como espelho do acontecimento, propõe-se entendê-la como instância constitutiva da realidade social do crime. Comunicar o crime é também produzi-lo simbolicamente, organizando modos de vê-lo, julgá-lo e lembrá-lo. Desse modo, o fenômeno criminal revela-se como ponto privilegiado para observar como a comunicação participa da construção de verdades, memórias e identidades na sociedade contemporânea.

Referências

Bakhtin, M. (2011). *Estética da criação verbal* (6. ed.). Martins Fontes.

Benjamin, W. (2012). *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura* (8. ed.). Brasiliense.

Foucault, M. (2014a). *A ordem do discurso* (24. ed.). Loyola.

Foucault, M. (2014b). *Microfísica do poder* (30. ed.). Paz e Terra.

Foucault, M. (2014c). *Vigiar e punir: nascimento da prisão* (42. ed.). Vozes.

Hall, S. (1997). A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Educação & Realidade*, *22*(2), 15-46.

Hall, S. (2015). *A identidade cultural na pós-modernidade* (11. ed.). DP&A.

O populismo digital de direita a partir das publicações no Instagram do Jair Bolsonaro

Letícia Cerqueira Santos
leticia.cerqueira@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Angela Maria Grossi
angela.grossi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

O avanço tecnológico e as redes sociais causaram uma revolução em todas as relações sociais, especialmente nas instituições democráticas, como o jornalismo e a política. Ambos sofreram uma remodelação com o desenvolvimento da internet que permite a livre circulação de ideias de forma abrangente e massiva (Grossi & Santos, 2018). A internet propicia uma facilidade comunicacional à medida que oferece meios para que qualquer pessoa possa compartilhar uma informação para uma comunidade, de forma com que todos podem ser mediadores de informação no contexto digital. Por mediador, entende-se alguém que se põe na posição de detentor do saber e divulga informações.

Esse cenário gera uma mudança na estrutura tradicional de comunicação e de transferência de informação (Silva & Lopes, 2012, p. 2). Assim, a relação entre o político e a sociedade que antes era mediada por jornalistas profissionais, agora passa a acontecer de forma direta. O problema é quando

o jornalista não participa de um processo comunicacional, as informações podem facilmente serem distorcidas ou até mesmo enganosas porque cabe ao profissional fazer uma ponte entre o político e a população, se certificando de que está divulgando informações verdadeiras e fiéis ao contexto.

O populismo é um conceito político em que há um forte apelo discursivo ao povo contra um inimigo em comum, a elite (Guazina, 2021; Penteado, et al., 2021). É utilizado uma linguagem popular que se aproxima e seduz a população. Ademais, há, frequentemente, ataques às estruturas democráticas, "o discurso populista se organiza como um estilo retórico e uma estratégia de comunicação que mobiliza estereótipos da cultura política para a demarcação do conflito e do questionamento da legitimidade das instituições liberais" (Penteado, et al., 2021).

No caso do populismo de direita, é muito comum a estratégia de polarização (Penteado, et al., 2021) e desqualificação do outro (Charaudeau, 2022). Isso é feito para se sobressair em meio a rivais políticos ao mesmo tempo que deslegitima o outro e é feito tanto com outros políticos e o Sistema Eleitoral, quanto com as mídias. Esse tipo de discurso é usado de forma planejada para que esse político se sobressaia em meio a estruturas já consolidadas. "É o mesmo movimento discursivo ao qual líderes populistas se dedicam para estigmatizar um terceiro percebido como uma ameaça" (Charaudeau, 2022).

Dessa forma, as condições presentes nas redes sociais propiciam a ascensão do populismo digital (Moura & Corbelini, 2019) que pode ser entendido como o recurso utilizado por atores políticos que sustentam sua estratégia política em promover uma imagem de semelhança com o povo através do mundo virtual. Para Cesarino (2020), a emersão desse tipo de política costuma estar ligada a momentos de fragilidade democrática e tem como principais características um líder popular e carismático que se apresenta contra o sistema e é capaz de resolver problemas complexos. A presença dos populistas de direita nas redes sociais intensifica a desordem informacional no ecossistema digital (Figueira & Santos, 2019). Ademais, o ataque à imprensa

é comum nas narrativas digitais desses atores políticos e intensifica a crise de credibilidade jornalística.

O estudo, como parte dos resultados parciais da pesquisa de Iniciação científica financiada pela Fapesp, aborda como o populismo digital de direita pratica a desintermediação da informação e utiliza uma narrativa que ataca o principal elemento democrático, o jornalismo. Para isso, foi feita a análise de conteúdo do Instagram do ex-presidente, Jair Messias Bolsonaro, no seu penúltimo semestre de governo e meses anteriores às eleições presidenciais de 2022, conforme a informação disponível na tabela 1, abaixo:

Tabela 1. *Número de publicações analisadas e categorizadas quanto ao tipo de mídias*

Tipo	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho
Foto estática	15	7	23	40	33	41
Vídeo (reels)	10	3	8	46	37	34

Nota. Produzido pelas autoras com base nas publicações feitas em 2022 e disponíveis no Instagram do Bolsonaro entre 1 de janeiro e 30 de junho.

O período escolhido foi entre 1 de janeiro a 30 de junho de 2022, perfazendo seis meses de análise do conteúdo disponível na rede social mencionada.

Na tabela 2, abaixo, apontamos os conteúdos que mais são percebidas a desintermediação de informação e a descredibilização do jornalismo.

Tabela 2. *Número de publicações separadas em categorias de análise*

Meses	Desintermediação de informação	Descredibilização do jornalismo
Janeiro	16	2
Fevereiro	5	6
Março	25	6

Abril	45	6
Maio	33	4
Junho	35	14

Nota. Produzido pelas autoras com base nas publicações feitas em 2022 e disponíveis no Instagram do Bolsonaro entre 1 de janeiro e 30 de junho.

Como consequência da desintermediação do jornalismo, a profissão aprofunda a crise de credibilidade perante a sociedade. De acordo com a pesquisa Digital News Report , a confiabilidade brasileira nas notícias caiu 11% durante o Governo Bolsonaro. O período foi finalizado com apenas 48% de confiança. Assim, os resultados sugerem que as ações coordenadas ao longo do período analisado aprofundam, de diversas formas, a violência contra jornalistas profissionais e também colaboram para a quebra de confiança do público para com esses profissionais.

Referências

Cesarino, L. (2020). Como vencer uma eleição sem sair de casa: A ascensão do populismo digital no Brasil. *Internet & Sociedade, 1*(1).

Charaudeau, P. (2015). *A manipulação da verdade*. Editora Fundação Perseu Abramo.

Figueira, J., & Santos, S. (2019) *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade: manipulação, polarização, filter bubbles.* Coimbra University Press.

Grossi, A., & Santos, G. (2018). Jornalismo e credibilidade: uma percepção do público. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, 42*, 40-54.

Guazina, L. (2021). Populismos de direita e autoritarismos: apontamentos teóricos para estudos sobre a comunicação populista. *Mediapolis Revista de Comunicação Jornalismo e Espaço Público*, 49-66.

Moura, M., & Coberllini, J. (2019). *A eleição disruptiva: por que Bolsonaro venceu.* Editora Record.

Penteado, C. L. de C., Goya, D. H., dos Santos, P. D., & Jardim, L. (2022). Populismo, desinformação e Covid-19: comunicação de Jair Bolsonaro no Twitter. *Media & Jornalismo, 22*(40), 239-260. https://doi.org/10.14195/2183-5462_40_12

Silva, E., & Lopes, M. (2011). A internet, a mediação e a desintermediação da informação. *Revista de Ciência da Informação, 12*(2).

O RÁDIO COMO FERRAMENTA DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E ESTÍMULO AO SENSO CRÍTICO DA AUDIÊNCIA

Thiers Gomes da silva
thiers.gomes@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A disseminação de conteúdos por meio da internet e das ferramentas de inteligência artificial tem ampliado significativamente o acesso à informação. Entretanto, também favorece a circulação de informações incorretas, descontextualizadas ou manipuladas, influenciando decisões individuais e tornando parte da população mais vulnerável a processos de persuasão. Nesse contexto, torna-se fundamental fortalecer meios de comunicação capazes de promover a reflexão crítica e a compreensão pública da ciência.

O rádio destaca-se como um importante instrumento de divulgação científica por sua ampla capacidade de alcance e por suas características comunicacionais. De acordo com Júnior (2025), trata-se de um meio essencialmente sonoro, capaz de estimular a atenção da audiência ao combinar oralidade, emoção e proximidade. Essas características contribuem para que o rádio se constitua como um espaço privilegiado para a formação cidadã e para a difusão do conhecimento científico.

A divulgação científica desempenha papel relevante na aproximação entre a produção acadêmica e a sociedade. Segundo Albagli (1996), ela consiste na utilização de processos e recursos destinados a traduzir e comunicar

informações científicas para públicos não especializados. Dessa forma, contribui para democratizar o acesso ao conhecimento e ampliar a participação social em temas relacionados à ciência e à tecnologia.

Em uma sociedade marcada por constantes transformações científicas e tecnológicas, estimular o interesse do público pela cultura científica torna-se cada vez mais necessário. Os benefícios e os impactos decorrentes das inovações nem sempre são amplamente compreendidos pela população. Além disso, a imagem estereotipada do cientista como uma figura distante da realidade social pode dificultar a valorização da atividade científica e de suas contribuições para o desenvolvimento coletivo.

Nesse sentido, Delabio et al. (2021) argumentam que a falta de interesse pela ciência, associada à crença de que apenas algumas pessoas possuem capacidade para compreendê-la, pode favorecer a busca por informações em fontes inadequadas e pouco confiáveis. Tal cenário reforça a necessidade de estratégias de comunicação que aproximem a ciência do cotidiano das pessoas e estimulem a análise crítica das informações recebidas.

O rádio pode contribuir significativamente para esse processo por meio da produção de conteúdos educativos, informativos e de entretenimentos voltados à divulgação científica. Programas temáticos, entrevistas com pesquisadores, debates e até mesmo produções de ficção científica podem despertar a curiosidade do público e incentivar o interesse por temas científicos. Além de transmitir informações, o rádio possui potencial para promover reflexões sobre questões sociais, tecnológicas e culturais, estimulando a construção de uma cidadania mais crítica e participativa.

Conforme destaca Guazzelli (2014), o rádio consolidou-se ao longo das últimas décadas como meio de informação, entretenimento e propaganda, atendendo a diferentes necessidades da população. Sua presença contínua no cotidiano dos ouvintes fortalece sua capacidade de influenciar percepções e contribuir para processos educativos. Dessa forma, quando associado à

divulgação científica, o rádio torna-se um importante instrumento para ampliar o conhecimento público, combater a desinformação e incentivar a participação social em debates relacionados à ciência e à tecnologia.

Portanto, a utilização do rádio como ferramenta de divulgação científica representa uma estratégia relevante para fortalecer o senso crítico da audiência, ampliar o acesso ao conhecimento e contribuir para uma sociedade mais informada e consciente dos impactos das transformações científicas e tecnológicas.

Referências

Albagli, S. (1996). Divulgação científica: Informação científica para a cidadania? *Ciência da Informação, 25*(3). https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/49819499/21

Chambers, D. W. (1983). Stereotypic images of the scientist: The Draw-a-Scientist Test. *Science Education, 67*(2), 255-265. https://doi.org/10.1002/sce.3730670213

Delabio, F., Cazelli, S., Alves, G. A., & Costa, A. (2021). Divulgação científica e percepção pública de brasileiros(as) sobre ciência e tecnologia. *Revista Insignare Scientia, 4*(5), 281-299. https://periodicos.uffs.edu.br/index.php/RIS/article/view/12132

Guazzelli, F. G. (2014). *Divulgação científica no rádio* [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/111767/000952931.pdf

Júnior, N. M. C. (2025). História e ciência no rádio: Divulgação científica através de programas radiofônicos. *Seminário Nacional de Ciência e Tecnologia do IFSC*. https://ojs.ifsc.edu.br/index.php/snctifsc/article/view/4415

O TRABALHO DAS IMAGENS NA COBERTURA TELEVISIVA DO FEMINICÍDIO: REPETIÇÃO IMAGÉTICA E PARTILHA DO SENSÍVEL NO TELEJORNALISMO

Clarisse Martins Benony
clarisse.benony@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Nilson Alvarenga
nilson.alvarenga@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Com o aumento dos índices de feminicídio, um equivalente a 4 mulheres assassinadas por dia no ano de 2025 segundo o Mapa da Segurança Pública divulgado pelo Governo Federal, os registros audiovisuais produzidos por câmeras de segurança e outros dispositivos de vigilância passaram a ocupar posição recorrente na cobertura televisiva do feminicídio. Nas reportagens que compõem o corpus desta pesquisa, exibidas pelos telejornais Hora 1, SP1 e Jornal da Globo, essas imagens são constantemente reapresentadas ao longo da narrativa jornalística, passando a estabelecer, para além de sua condição de evidência do acontecimento, novas relações com depoimentos, informações institucionais e dados estatísticos. A reapresentação contínua desses registros permite enxergar sua presença na reportagem não de maneira meramente ilustrativa, mas suscitando questionamentos sobre as operações realizadas pelas imagens no interior da narrativa telejornalística. Partindo dessa constatação,

esta pesquisa propõe investigar não apenas o que essas imagens mostram, mas o trabalho que realizam quando reiteradamente mobilizadas na cobertura televisiva do feminicídio.

Este trabalho compõe uma série de artigos que incorporam o Trabalho de Conclusão de Curso da autora, de modo que, na etapa anterior da pesquisa, fundamentada nas contribuições de Stuart Hall (2016), Simone de Beauvoir (1970) e Judith Butler (2003), buscou-se compreender como a repetição dessas imagens participa da produção e da estabilização de sentidos historicamente associados ao feminino. A articulação entre os estudos da representação, da construção histórica da identidade feminina e da performatividade de gênero permitiu perceber a recorrência imagética enquanto engrenagem da circulação e atualização de determinadas formas de compreender as mulheres e a violência de gênero. Contudo, esse percurso teórico também evidenciou a lacuna que motiva o presente trabalho: embora explique os sentidos mobilizados pela repetição, ele não permite compreender plenamente o trabalho realizado pelas próprias imagens quando repetidamente reinscritas na narrativa telejornalística.

Para desenvolver essa discussão, a pesquisa passa a mobilizar as contribuições de Jacques Rancière em 'O destino das imagens' (2012) e 'O trabalho das imagens: Conversações com Andrea Soto Calderón' (2021), como forma de embasar a compreensão de que as imagens não constituem meros reflexos da realidade, mas operações que articulam modos de visibilidade, significação e experiência. O autor oferece ferramentas para compreender o trabalho realizado pelas imagens quando inseridas em determinados regimes de *imagéité* e, nesse sentido, conceitos como trabalho das imagens e partilha do sensível orientam a investigação das operações produzidas pela reapresentação contínua de registros audiovisuais na cobertura televisiva do feminicídio.

Ainda sobre a noção de trabalho das imagens, a aplicação desse conceito faz necessária uma análise para além da imagem isolada, de modo a considerar as relações que tornam sua ação possível na narrativa telejornalística.

Nesse sentido, a investigação orienta-se pela articulação entre três dimensões: as práticas jornalísticas responsáveis pela seleção, reapresentação e inserção dessas imagens nas reportagens; os discursos que atravessam sua construção narrativa; e os modos de circulação que possibilitam sua contínua reinscrição em diferentes contextos de enunciação. É na articulação dessa tríade que se busca compreender o trabalho realizado pelas imagens na cobertura televisiva do feminicídio.

Partindo desse referencial, a pesquisa tem por objetivo analisar o trabalho realizado pela reapresentação de registros audiovisuais de violência na cobertura televisiva do feminicídio, por meio de uma abordagem qualitativa toma-se como corpus três reportagens exibidas pelos telejornais Hora 1, SP1 e Jornal da Globo, selecionadas por apresentarem recorrência na utilização de imagens provenientes de câmeras de segurança. Dessa maneira, a análise concentra-se nas operações produzidas por essas imagens ao longo das reportagens, observando como sua circulação na narrativa reorganiza as relações estabelecidas com depoimentos, informações institucionais e demais elementos do telejornal.

Ao articular os estudos prévios da representação com a perspectiva de Jacques Rancière sobre o trabalho das imagens, a pesquisa propõe um deslocamento analítico na investigação da cobertura televisiva do feminicídio, de modo a privilegiar as operações produzidas pela circulação e reapresentação das imagens em vez de restringir a análise aos sentidos que elas representam. Espera-se, desse modo, contribuir para o aprofundamento das discussões sobre a cobertura televisiva do feminicídio, evidenciando que a repetição imagética não apenas representa a violência, mas também participa da configuração dos modos pelos quais ela se torna visível e sensível no espaço público.

Referências

Beauvoir, S. de. (1970). *O segundo sexo: Fatos e mitos* (S. Milliet, Trad., 4. ed., Vol. 1). Difusão Europeia do Livro.

Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade* (R. Aguiar, Trad.). Civilização Brasileira.

G1. (2026a). *Grande São Paulo registra 89 agressões contra mulheres por dia* [Vídeo]. Globoplay. https://globoplay.globo.com/v/14441923

G1. (2026b). *Vídeo mostra mulher tentando fugir antes de ser morta por companheiro em SP* [Vídeo]. https://g1.globo.com/jornal-da-globo/video/video-mostra-mulher-tentando-fugir-antes-de-ser-morta-por-companheiro-em-sp-14381064.ghtml

Hall, S. (2016). *Cultura e representação* (D. Miranda & W. Oliveira, Trads.). Editora PUC-Rio; Apicuri.

Ministério da Justiça e Segurança Pública. (2025). *Mapa da Segurança Pública 2025*. Governo Federal. https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/sua-seguranca/seguranca-publica/estatistica/download/dados-nacionais-de-seguranca-publica-mapa/mapa-2025-infograficos

Rancière, J. (2012). *O destino das imagens* (M. Costa Netto, Trad.). Contraponto. (Obra original publicada em 2003)

Rancière, J. (2021). *O trabalho das imagens: Conversações com Andrea Soto Calderón* (Â. C. S. Marques, Trad.). Edições Chão da Feira.

SP1. (2026). *Dois casos de feminicídio e uma tentativa em menos de 24 horas: Agressores foram presos* [Vídeo]. Globoplay. https://globoplay.globo.com/v/14374823/

Obituários de celebridades LGBTQIAPN+ e a disputa pela memória: representações da morte no projeto *Overlooked* do *The New York Times*

Jônatas Pereira do Nascimento Rosa
jonataspereiradonascimento@gmail.com
Universidade Federal da Paraíba

Laerte José Cerqueira da Silva
laerte.cerqueira@academico.ufpb.br
Universidade Federal da Paraíba

Zulmira Nobrega Piva de Carvalho
zulmiranobrega@uol.com.br
Universidade Federal da Paraíba

Os obituários constituem um gênero jornalístico responsável por organizar publicamente a memória dos mortos e definir quais trajetórias são consideradas dignas de reconhecimento social. Durante mais de um século, a editoria de obituários do *The New York Times* privilegiou homens brancos ocidentais, relegando ao esquecimento mulheres, pessoas negras, pessoas LGBTQIAPN+ e outros grupos historicamente marginalizados. Em resposta a esse apagamento, o jornal lançou, em 2018, o projeto *Overlooked,* dedicado à publicação póstuma de obituários de personalidades que não receberam reconhecimento em sua época. Partindo desse contexto, este estudo analisa como

o projeto representa o acontecimento morte de celebridades LGBTQIAPN+ e quais valores sociais são mobilizados na construção dessas narrativas. O problema de pesquisa consiste em compreender de que maneira os enquadramentos discursivos dos obituários articulam memória, noticiabilidade e representatividade na produção do luto público.

A pesquisa fundamenta-se na teoria do jornalismo, especialmente nos estudos sobre noticiabilidade, enquadramento e acontecimento (Alsina; Silva & França; Shoemaker), articulando-os aos estudos da memória (Sarlo; Barbosa), à sociologia da morte (Becker; Rodrigues), aos estudos do discurso (Mouillaud; Barthes) e à teoria queer (Butler; Colling). Assume-se que a noticiabilidade não decorre apenas de critérios técnicos, mas também de valores sociais e disputas simbólicas que definem quais vidas se tornam inteligíveis e passíveis de memória.

Metodologicamente, realizou-se uma análise discursiva de enquadramentos aplicada a quatro obituários publicados pelo projeto *Overlooked* entre 2019 e 2024, selecionados por contemplarem diferentes experiências da comunidade LGBTQIAPN+. A análise foi organizada em quatro eixos: testemunho e visibilidade; estrutura do acontecimento; imagens da morte; e dimensão política. As categorias permitiram observar a construção narrativa dos personagens, os usos da memória, os critérios de noticiabilidade e a presença de marcadores sociais como gênero, sexualidade, raça e deficiência.

Os resultados demonstram que *Overlooked* busca reparar lacunas históricas ao reinscrever sujeitos anteriormente excluídos da memória jornalística. Os obituários recorrem a testemunhos, documentos históricos, arquivos e fotografias para produzir reconhecimento e contextualização histórica, apresentando essas personagens como pioneiras, frequentemente descritas como "à frente de seu tempo". A morte é representada menos como encerramento da vida e mais como legado cultural, produzindo efeitos de heroísmo, imortalidade simbólica e continuidade da memória. Entretanto, observa-se que, apesar de ampliar

o repertório de sujeitos representados, o projeto preserva características da tradição editorial do *The New York Times*, privilegiando trajetórias marcadas por notoriedade, excepcionalidade e sucesso. Além disso, a concentração das publicações no mês do orgulho LGBTQIAPN+ evidencia que a diversidade sexual continua sendo enquadrada por temporalidades comemorativas, o que limita outras possibilidades de atualização dessas memórias ao longo do ano.

Conclui-se que *Overlooked* tensiona os critérios tradicionais de noticiabilidade ao incorporar demandas contemporâneas por diversidade, inclusão e representatividade, mas permanece condicionado pelos valores simbólicos da instituição jornalística que o produz. Assim, o projeto revela tanto avanços quanto permanências na construção da memória pública de sujeitos historicamente invisibilizados. Defende-se que memória e interseccionalidade podem constituir dimensões relevantes para ampliar os critérios de noticiabilidade e compreender o obituário digital como espaço de disputa por reconhecimento, reparação simbólica e novas formas de narrar vidas marginalizadas.

Referências

Alsina, M. (2009). *A construção da notícia.* Vozes.

Barbosa, M. (2004). A morte imaginada. *Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas Pós-graduação em Comunicação/Compós, 13*.

Barbosa, M. (2005) Jornalistas, senhores da memória?. In: *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 27*, 1-13.

Barthes, R. (2009) *Mitologias.* Difel.

Becker, E. (2007) *A negação da morte.* Record.

Butler, J. (2020). *Vida precária: os poderes do luto e da violência*. Autêntica.

Colling L. (2020). Como pode a mídia ajudar na luta pelo respeito à diversidade sexual e de gênero? In L. Pelúcio, L. A. F. de Souza, B. R. de Magalhães, & T. T. Sabatine (Orgs.), *Olhares plurais para o cotidiano: gênero, sexualidade e mídia* (pp. 109-128.) Oficina Universitária; Cultura Acadêmica.

Mouillaud, M. (2002a). A informação ou a parte da sombra. In S. D. Porto (Org.), *O jornal: da forma ao sentido*. Universidade de Brasília.

Mouillaud, M. (2002b). A crítica do acontecimento ou o fato em questão. In S. D. Porto (Org.), *O jornal: da forma ao sentido*. Universidade de Brasília.

Rodrigues, J. C. (2006). *O tabu da morte*. Editora Fiocruz.

Silva, T., & França, V. (2017). Jornalismo, noticiabilidade e valores sociais. *E-Compós, 20*(3).

Shoemaker, P. J. (2014). Prefácio. In M. P. Silva, M. L. Fernandes, & G. Silva (Orgs.), *Critérios de noticiabilidade: Problemas conceituais e aplicações* (pp. 7-10). Insular.

Perfil geográfico dos profissionais do radiojornalismo em Aracaju/SE: trajetórias territoriais e composição do campo jornalístico local

Gabriel Batista Santos
gabrielbs.science@gmail.com
Universidade Federal de Sergipe

Alice Oliveira de Andrade
andradealice@academico.ufs.br
Universidade Federal de Sergipe

Messiluce da Rocha Hansen
messiluce@academico.ufs.br
Universidade Federal de Sergipe

O radiojornalismo constitui-se como uma prática comunicacional profundamente relacionada aos territórios em que se desenvolve, isto porque sua produção envolve tanto técnicas profissionais quanto formas de percepção, seleção e interpretação da realidade social. Nesse sentido, compreender quem são os sujeitos responsáveis pela construção das notícias permite observar como trajetórias individuais, deslocamentos geográficos e experiências sociais participam da configuração dos sistemas midiáticos regionais

Este trabalho apresenta um recorte da pesquisa de mapeamento do radiojornalismo em Aracaju, capital do estado de Sergipe, Brasil, centrando-se

na naturalidade dos radiojornalistas. A discussão parte da compreensão de que o território não corresponde exclusivamente a uma delimitação espacial fixa, mas constitui uma construção social produzida pelas relações entre sujeitos, instituições e práticas cotidianas. Para Santos (2006), o território usado é formado pela articulação entre objetos e ações, revelando as marcas das relações sociais, econômicas e culturais que nele se estabelecem. Assim, analisar a origem geográfica dos profissionais do radiojornalismo significa investigar também os fluxos de circulação de sujeitos que participam da construção simbólica do espaço regional. Isto porque o território midiático não é composto apenas pelas emissoras instaladas numa localidade, mas também pelas trajetórias daqueles que produzem os conteúdos que circulam nesse espaço.

Essa perspectiva aproxima-se da discussão sobre comunicação regional e jornalismo local. Peruzzo (2005) destaca que os meios de comunicação vinculados a territórios específicos possuem papel relevante na mediação das experiências comunitárias, na construção de vínculos sociais e na representação das realidades locais. Já no campo do jornalismo, Bourdieu (1997, 2004) compreende as práticas profissionais como integrantes de um campo social constituído por disputas e trajetórias que influenciam as posições ocupadas pelos agentes. Assim, o perfil geográfico dos jornalistas pode ser analisado como uma dimensão das trajetórias profissionais, revelando como diferentes experiências territoriais participam da formação dos sujeitos que atuam na produção da informação. Constituindo-se também como um elemento que pode contribuir para compreender repertórios, redes profissionais e formas de inserção no mercado jornalístico local.

A pesquisa possui caráter exploratório e descritivo, tendo como universo de análise 14 emissoras radiofônicas localizadas em Aracaju. A coleta de dados foi realizada por meio de questionário aplicado a profissionais dessas emissoras, totalizando 56 respondentes. O instrumento investigou variáveis

relacionadas ao perfil social e profissional dos participantes, mas para este recorte foram analisadas apenas sua origem geográfica.

Os resultados indicam que o radiojornalismo aracajuano apresenta uma composição profissional marcada tanto pela presença de sujeitos originários do próprio estado quanto pela circulação de trabalhadores provenientes de outros territórios. Dos 56 profissionais respondentes, 60,71% declararam-se sergipanos. Dentre os demais, 17,85% são naturais da Bahia e iguais 5,35% de Pernambuco e Rio de Janeiro, evidenciando a presença de trajetórias territoriais diversificadas.

Os dados sugerem que a produção radiojornalística em Aracaju é constituída pela articulação entre diferentes trajetórias territoriais, reunindo profissionais com vínculos de origem no espaço sergipano e em outros contextos regionais. Essa composição evidencia que os sistemas midiáticos locais não devem ser compreendidos como estruturas isoladas ou restritas às fronteiras geográficas onde estão instalados, mas como espaços de fluxos de circulação de profissionais e mediados por repertórios e experiências sociais e culturais que atravessam a produção de sentidos (Martín-Barbero, 2003).

No campo do jornalismo, Zelizer (2004) ressalta que as comunidades profissionais constroem interpretações compartilhadas sobre a realidade a partir de experiências, valores e práticas coletivas, o que permite compreender os profissionais da comunicação como agentes inseridos em processos sociais e culturais mais amplos. Assim, a presença de sujeitos com diferentes trajetórias espaciais integra a própria dinâmica de constituição do radiojornalismo local, revelando um campo atravessado por deslocamentos, trocas profissionais e diferentes formas de relação com o território.

Concluindo, ressalta-se que isoladamente a naturalidade dos profissionais não permite determinar níveis de pertencimento territorial ou impactos diretos sobre a representação jornalística do espaço regional. Como destaca Peruzzo (2005), a comunicação local e regional envolve processos complexos

de mediação entre sujeitos, instituições e comunidades, exigindo análises que considerem não apenas quem produz a informação, mas também as práticas, conteúdos e relações estabelecidas com os públicos. Contudo, o mapeamento realizado permite compreender a composição do mercado jornalístico local a partir das dinâmicas de circulação e permanência de profissionais da comunicação, contribuindo para o debate sobre as relações entre território, mobilidade profissional e jornalismo regional.

Referências

Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão.* Jorge Zahar.

Bourdieu, P. (2004). *Os usos sociais da ciência: Por uma sociologia clínica do campo científico*. UNESP.

Martín-Barbero, J. (2003). *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia* (2ª ed.). Editoria UFRJ.

Peruzzo, C. M. K. (2005). Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade, 26* (43), 67-84.

Santos, M. (2006). *R natureza do espaço: Técnica e tempo, razão e emoção* (4ª ed.). Editoria da Universidade de São Paulo.

Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously: News and the academy.* SAGE Publications.

Robôs na redação: a inteligência artificial e a autonomia dos jornalistas

Fábio Silveira
fabiosilveira@uel.br
Universidade Estadual de Londrina

Uma parte do debate sobre o uso de inteligência artificial generativa no jornalismo gira em torno da automação de atividades. É a ideia de que "robôs" poderiam ser usados para automatizar a produção de textos básicos sobre resultados de jogos esportivos, relatórios financeiros ou previsão do tempo. A favor dessa hipótese, argumenta-se que o uso da IA em tarefas simples, que requeiram menos massa crítica, liberaria jornalistas para as tarefas mais complexas, com ganhos para o próprio jornalismo. Os defensores do uso da IA no jornalismo também argumentam que sua aplicação evitaria o viés humano. Note-se que esse raciocínio se encaixa na perspectiva do jornalismo informativo, espaço no qual se busca isenção para reportar os fatos, evitando que o posicionamento do repórter transpareça nas reportagens. Parte-se do pressuposto de uma suposta "neutralidade" dos algoritmos que treinam a IA - ideia que não se sustenta. Existe uma discussão consistente sobre racismo e misoginia nos algoritmos, feita por autores como Tarcízio Silva (2022) e Cathy O'Neil (2020). Ou seja, os algoritmos usados na produção de material informativo que é veiculado pelos órgãos jornalísticos sob o pretexto de evitar a subjetividade humana, têm viés, têm opinião.

Indo além da questão do viés há outro debate importante a ser feito sobre o uso da IA generativa no jornalismo: a possibilidade de que os jornalistas percam a autonomia sobre o seu trabalho, delegando decisões importantes para os "robôs".

Orlando Berti (2024) problematizou o uso de IA nas várias fases da produção jornalística, apontando vantagens e riscos nesse processo. Para o autor, o uso de IA para auxiliar na produção de pautas e na edição pode ser positivo. No caso da pauta, Berti defende que a IA pode ajudar no aprofundamento dos temas a serem abordados e apontar questões que até então não tinham sido percebidas pelos jornalistas. Ele argumenta que mesmo que o profissional responsável por sua produção faça perguntas à IA para construir a pauta, as perguntas feitas à ferramenta já se caracterizam como algo passível de ser pautado. No caso da edição, Berti defende que sistemas de IA podem auxiliar o editor e agilizar o trabalho. Mas para que a IA seja usada é preciso que sejam respeitados procedimentos e parâmetros éticos. Entre os usos condenáveis do ponto de vista ético estão a inserção de falas inexistentes, de imagens irreais e a descontextualização de textos, falas, imagens ou vídeos propositalmente. A IA pode ajudar na edição, agilizando o processo, mas o jornalista não pode delegar decisões editoriais para a ferramenta. O comando deve ser do editor, do ser humano.

Os pontos mais delicados para o uso de IA são a apuração e a distribuição. Berti aponta riscos no caso de a apuração jornalística ser delegada à IA. A ferramenta pode ser útil para levantar algumas informações, mas o que garante o rigor na apuração dos fatos é o trabalho humano. Ouvir os lados envolvidos e checar fatos, documentos e inclusive as informações obtidas com base nas ferramentas é tarefa de jornalistas e não de máquinas. O que diferencia o jornalismo da avalanche de postagens nas redes sociais é a disciplina da apuração, o que pode evitar erros graves.

Já no caso da distribuição, o autor admite que os sistemas de IA podem auxiliar, por ajudar na identificação de horários adequados e dias para a veiculação de determinados conteúdos. Porém, a ferramenta não pode substituir os editores na função de definir a relevância e o destaque sobre o que deve ser noticiado.

As ferramentas de IA são incontornáveis nas redações e reagir como os Ludistas do Século XIX, se voltando contra as máquinas não é a melhor solução. Sob a perspectiva do jornalismo, a questão é sobre até que ponto jornalistas manterão alguma autonomia em meio a tantas concessões para as ferramentas. Decisões editoriais já estão sendo passadas para as plataformas em nome da audiência, do alcance das publicações e consequentemente da monetização. Ao delegar à IA tarefas e decisões que deveriam ser de seres humanos, como interpretar fatos e pensar a sociedade, as organizações jornalísticas estão colaborando para dilapidar a credibilidade e fragilizar ainda mais o jornalismo.

Referências

Berti, O. *Jornalismo e inteligência artificial.* Eduespi.

O'Neil, C. (2020). *Algoritmo de destruição em massa - como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia.* Editora Rua do Sabão.

Silva, T. (2022). *Racismo algorítmico: inteligência artificial e discriminação nas redes sociais.* Edições Sesc São Paulo.

Mesa 5: Narrativas transmídia e estruturas complexas

Mesa 5: Narrativas transmedia y estruturas complejas

Dr. Vicente Gosciola
Dra. Aline Camargo
Dr. Pablo Escandón
Coordenadores

A CONSTRUÇÃO METODOLÓGICA DE UM ESTUDO DE RECEPÇÃO SOBRE JORNALISMO AUDIOVISUAL EM 360°

Luciellen Souza Lima
luciellen@servidor.uepb.edu.br
Universidade Estadual da Paraíba

As transformações tecnológicas contemporâneas e os novos hábitos de consumo do público têm levado o jornalismo a incorporar novos formatos narrativos, dispositivos e experiências de consumo, configurando um cenário de intensa aplicação de tecnologias avançadas na produção jornalística (López-García & Vizoso, 2021). O público passou a ter acesso crescente a conteúdos multimídia com diferentes níveis de complexidade (Canavilhas, 2021). Consequentemente, a complexidade dos objetos de pesquisa em Comunicação tem exigido abordagens capazes de articular diferentes métodos.

Estudos de recepção sobre experiências imersivas ilustram esse desafio, pois envolvem, simultaneamente, aspectos tecnológicos, cognitivos, sensoriais e socioculturais. Essas experiências decorrem do consumo de narrativas complexas, nas quais a imagem extrapola os limites do enquadramento tradicional da tela, incorporando características como imersão, sensação de presença e intensificação das emoções (Longhi, 2020). Nesse contexto, a construção metodológica dessas pesquisas torna-se parte da própria contribuição

científica, sobretudo por abordar fenômenos emergentes e ainda pouco consolidados teoricamente.

O artigo proposto tem como objetivo descrever e discutir o percurso metodológico desenvolvido na tese intitulada *A experiência do usuário com conteúdos de jornalismo audiovisual em 360°* (Lima, 2022), defendida por esta pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Em 2023, a pesquisa recebeu o Prêmio Adelmo Genro Filho de Melhor Tese, concedido pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), além do segundo lugar no Prêmio Intercom de Teses e Dissertações. Esse reconhecimento evidencia a relevância da investigação e a consistência de seu desenho metodológico.

A pesquisa analisou a experiência do usuário com reportagens audiovisuais em 360°, considerando a sensação de presença como elemento central e investigando suas relações com compreensão, credibilidade e aspectos éticos percebidos. Para isso, foi necessário desenvolver um percurso metodológico capaz de integrar diferentes perspectivas analíticas e contemplar a complexidade do fenômeno investigado. A elaboração da metodologia constituiu um dos principais desafios da pesquisa, intensificado pelo fato de o estudo ter sido desenvolvido durante a pandemia de COVID-19, o que exigiu protocolos específicos de segurança sanitária para a realização da etapa experimental.

O artigo proposto é a sistematização e reflexão sobre o percurso metodológico da tese. A pesquisa original é um estudo de recepção (Bianchi, 2019; Dantas, 2008; Schmitz et al., 2015) que adotou métodos mistos e triangulação de dados. O desenho metodológico foi estruturado em três fases interdependentes: exploratória, experimental e descritiva.

Na fase exploratória realizou-se ampla revisão bibliográfica sobre realidade virtual, experiência, sensação de presença, jornalismo imersivo, credibilidade, compreensão e ética jornalística, permitindo a delimitação

conceitual do objeto e a formulação das hipóteses e questões de pesquisa. Paralelamente, foi conduzida uma pesquisa documental para o mapeamento de conteúdos jornalísticos audiovisuais em 360°, subsidiando a seleção dos materiais utilizados como estímulos experimentais.

A fase experimental constituiu o eixo central da investigação. Nessa etapa foi realizado um experimento (Santaella, 2001) com oitenta participantes, aprovado por Comitê de Ética em Pesquisa. Os participantes experienciaram reportagens audiovisuais em 360° em diferentes condições de consumo, utilizando dispositivos com distintos níveis de estímulos sensoriais. A coleta de dados ocorreu por meio de questionários estruturados e entrevistas semiestruturadas realizadas após o contato com os conteúdos jornalísticos.

Na fase descritiva foram analisados os produtos utilizados como estímulos experimentais, possibilitando compreender características narrativas e técnicas que poderiam influenciar as percepções dos participantes. Além disso, foram realizadas análises estatísticas para identificar relações entre variáveis e testar as hipóteses previamente estabelecidas. Também foi desenvolvida uma análise qualitativa das entrevistas, aprofundando a compreensão das percepções e dos sentidos atribuídos pelos participantes às experiências vivenciadas. Por fim, os dados quantitativos e qualitativos foram integrados, triangulados e interpretados de forma conjunta, ampliando o potencial explicativo da investigação.

Consideramos que o caminho metodológico desenvolvido na tese foi bastante eficaz para alcançar os objetivos propostos e resultar em reflexões densas e contextualizadas. Portanto, compreendemos que ao sistematizar e discutir esse percurso metodológico, o artigo pode ampliar a circulação do conhecimento produzido e fortalecer o debate sobre métodos de pesquisa em Comunicação. Além de favorecer a transparência, a reprodutibilidade e o aperfeiçoamento das investigações, oferece subsídios para pesquisadores interessados em estudos que articulam recepção, jornalismo, tecnologias

imersivas, narrativas complexas e experiência do usuário, contribuindo para a consolidação de práticas experimentais e estudos de recepção ainda pouco explorados em pesquisas de Jornalismo.

Referências

Bianchi, G. S. (2019). Recepção jornalística: Relações e perspectivas. *Revista Observatório, 5*(3), 317-334.

Canavilhas, J. (2021). *Epistemologia do jornalismo móvel*. LabCom.

Dantas, J. G. D. (2008). *Teorias das mediações culturais: Uma proposta de Jesús Martín-Barbero para o estudo de recepção* [Trabalho apresentado]. Anais do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

Lima, L. S. (2022). *A experiência do usuário com conteúdos de jornalismo audiovisual em 360° e a centralidade da sensação de presença* [Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia].

Longhi, R. R. (2020a). Narrativas complexas no ciberjornalismo: Interface, imagem, imersão. En R. Longhi, A. Lovato, & A. Gifreu (Orgs.), *Narrativas complexas* (pp. 37-57). Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/narrativas-complexas

López-García, X., & Vizoso, Á. (2021). Periodismo de alta tecnología: signo de los tiempos digitales del tercer milenio. *Profesional de la Información, 30*(3).

Santaella, L. (2001). *Comunicação e pesquisa: Projetos para mestrado e doutorado*. Hacker Editores.

Schmitz, D., Piedras, E., Wottrich, L., Silva, L. A. P., Pieniz, M., Jacks, N., & John, V. (2015). Estudos de recepção: Estado da questão e os desafios pela frente. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 38*(1), 109-128.

A perda de profundidade na transposição da crítica musical: do audiovisual das redes à materialidade escrita do Estadão

Tairine Raquel Santos Martins
tairinersm@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jhonatan Alves Pereira Mata
jhonatan.mata@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

A crítica desempenha o papel de mediação cultural, se adaptando às transformações do contexto social, das mídias e das formas de consumo artístico. Reconhecendo que a arte reflete seu momento histórico, a crítica musical tem como cerne a interpretação, contextualização e atribuição de valor às obras (Santos, 2025, p. 3), por meio da tradução da experiência estética da audição e oferecendo recursos para uma escuta aprofundada, capaz de abarcar os significados implícitos no subtexto e aspectos estruturais (Santos, 2025, p. 4; Sikes, 2017, p. 16). Essa tradução sensorial da música representa um dos maiores desafios da crítica, que busca expressar a intensidade e o significado por trás da estrutura sonora (Ross, 2011, p. 2).

A crítica desempenhava o papel de *gatekeeper*, decidindo o que merecia atenção, ou seja, exercendo uma curadoria do contexto musical (Alberto & Pilz, 2022, p. 52). Na era digital - marcada pelo acesso facilitado a catálogos de

música em plataformas de streaming (Alves & Ferraz, 2025, p. 11) -, a crítica se posiciona como gatewatcher - um filtro que destaca e contextualiza obras em meio ao fluxo ininterrupto das mídias (Felix, 2014, p. 17). Assim, a crítica passa a ocupar espaços nos feeds de redes sociais (Alberto & Pilz, 2022, p. 47), com foco nos vídeos curtos massificados pela ascensão astronômica do TikTok.

Consequentemente, a crítica musical vem se tensionando em vídeos verticais e adotando a linguagem dinâmica própria do meio. Em 2026, o Estadão, em parceria com a jornalista Caroline Prado, passou a produzir críticas em vídeos de aproximadamente 2 minutos. Em uma observação inicial foi constatado que o veículo publica em seu site a transcrição do texto verbalizado nos vídeos vinculados ao TikTok.

Perante as dimensões da música que a crítica se dedica a traduzir, a transposição para diferentes materialidades exige uma reconfiguração de ferramentas expressivas. O desafio contemporâneo reside em como manter a profundidade analítica quando os mecanismos de significados e sentidos - antes apoiados em audiovisualidades - precisam ser totalmente traduzidos para o texto, sob o risco de se tornarem apenas descrições inexpressivas ou fragmentadas. Assim, o presente trabalho tem como problema: Como a transposição integral implica na perda de profundidade analítica do texto do site, já que as ferramentas expressivas do audiovisual são perdidas e não são reconfiguradas para as ferramentas expressivas da materialidade escrita?

Através da Análise de Conteúdo de Bardin (2016), os elementos narrativos do vídeo foram colocados em paralelo com os textos publicados no site, buscando compreender as perdas ocasionadas pela transposição sem adaptações. Foram estabelecidas dimensões da análise - a partir do referencial teórico - focadas nas principais áreas de elucidação que a crítica se debruça: contextualização da obra; tradução dos elementos da estrutura musical; e estética. As dimensões foram desdobradas em perguntas a serem aplicadas ao corpus composto por cinco pares de texto e vídeo do Estadão.

Os resultados demonstram que a transposição integral do texto falado dos vídeos para o formato publicado no site de fato implica uma perda de profundidade analítica significativa. Como os textos publicados no site são transcrições exatas do que é verbalizado nos vídeos, as ferramentas expressivas dos textos não são tensionadas para compensar a ausência dos recursos audiovisuais, transformando a crítica multissensorial em descrições que podem soar fragmentadas.

Identificamos que a contextualização visual do vídeo - feita com imagens de arquivo e manchetes - se reduz no texto a menções superficiais, esvaziando a força documental da narrativa. A maior perda está na tradução da estrutura musical: enquanto o vídeo sincroniza crítica e áudio para validar o argumento, o texto descreve a obra sem oferecer prova sonora. No vídeo, a entonação e a edição visual complexificam o argumento; no texto, esses elementos desaparecem, transformando comparações visuais em notas curiosas e reduzindo a densidade crítica.

Perante o exposto, constatamos uma mudança de prioridade editorial na cobertura cultural, indicando que o veículo tem concentrado seus esforços na materialidade audiovisual das redes sociais onde a linguagem dinâmica e o formato de vídeos verticalizados passaram a ditar o ritmo da crítica. Porém, essa movimentação não justifica a transposição integral do texto falado para o site sem as devidas adaptações. A manutenção da profundidade analítica exige que as ferramentas expressivas sejam totalmente reconfiguradas para a materialidade escrita, de forma a permitir que a crítica desempenhe seu papel de mediação cultural de forma íntegra.

Referências

Alberto, T. P., & Pilz, J. (2022). A crítica de rock repaginada e despaginada: Da autoridade no jornalismo cultural à plataformização e performance de gosto. *Todas as Artes*, 5(3).

Alves, R. de A,. & Ferraz, H. (2025). *Crítica musical nos meios de comunicação.*

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Almedina Brasil.

Felix, B. de C. (2014). *A questão da qualidade na crítica musical online*. [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal do Rio de Janeiro].

Antes do jogo começar: estratégias discursivas e projeção política no Instagram de Flávio Bolsonaro (PL)

Mayra Regina Coimbra
mayrarcoimbra@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Luiz Ademir de Oliveira
luizoli@ufsj.edu.br
Universidade Federal de São João del-Rei

As transformações nas formas de circulação da informação e a consolidação das plataformas digitais modificaram as dinâmicas da comunicação política contemporânea. Embora os meios tradicionais continuem desempenhando papel relevante, as redes sociais passaram a constituir espaços estratégicos para a construção da imagem pública, a segmentação de públicos e a manutenção de uma comunicação política contínua (Machado & Ronsoni, 2022; Ituassu, 2024). Esse cenário amplia as possibilidades de atuação dos atores políticos, que passam a disputar não apenas a atenção dos públicos, mas também os sentidos atribuídos aos acontecimentos e às questões de interesse público.

Nesse ambiente, a comunicação política não se restringe aos períodos formais de campanha, mas envolve a produção permanente de discursos capazes de organizar identidades, construir adversários e projetar imagens de liderança. Nesse sentido, o período que antecede as eleições torna-se particularmente

relevante, uma vez que a comunicação cotidiana pode contribuir para consolidar posicionamentos, reforçar vínculos com determinados públicos e preparar discursivamente uma eventual candidatura. A partir desse contexto, este estudo analisa as estratégias discursivas mobilizadas por Flávio Bolsonaro (PL) em postagens publicadas no Instagram durante junho de 2026, buscando compreender como, no período anterior à campanha eleitoral, o político se posiciona discursivamente e mobiliza temas e estratégias para construir uma imagem de liderança e projetar uma possível candidatura à Presidência da República.

A partir desse cenário, a pesquisa articula dois campos teóricos complementares: a comunicação política digital e o discurso político. O primeiro permite compreender as plataformas digitais como espaços estratégicos de visibilidade, interação e construção contínua da imagem pública, nos quais os atores políticos adaptam sua comunicação às linguagens e dinâmicas próprias das redes sociais (Machado & Ronsoni, 2022; Ituassu, 2024). O segundo possibilita analisar como essa imagem é construída discursivamente por meio da seleção e articulação de temas, valores, identidades, adversários e perspectivas de futuro (Carreon & Baronas, 2020; Menezes, 2022). A articulação entre esses campos teóricos permite-nos compreender as estratégias pelas quais o discurso político se configura nas plataformas digitais.

O corpus, composto por postagens publicadas no perfil de Flávio Bolsonaro (PL) no Instagram ao longo de junho de 2026, foi analisado por meio da plataforma LABBIA-Lex, desenvolvida pelo Laboratório Brasileiro de Linguística, Inteligência Artificial e Análise de Dados, destinada à análise estatística de corpora textuais. A ferramenta reúne procedimentos automatizados de exploração lexical e textual, incluindo Classificação Hierárquica Descendente (CHD), Análise Fatorial de Correspondência (AFC), análise de similitude, nuvem de palavras e análise de polaridade, entre outros recursos (Sampaio, 2026). A análise permite identificar recorrências lexicais e relações

de associação entre os termos, contribuindo para compreender os principais eixos temáticos e as estratégias discursivas mobilizadas nas publicações.

A pesquisa compreende a projeção presidencial como um processo que pode ser construído discursivamente antes mesmo de uma candidatura ser formalmente declarada. Assim, investiga como a comunicação política digital contribui para a construção de uma imagem de liderança e quais articulações temáticas e discursivas participam da estruturação dessa *persona política*. Os resultados preliminares apontam para a articulação entre identidade nacional, segurança pública, antagonismo político, religiosidade, esperança e projeção de futuro, sugerindo uma estratégia discursiva que combina a construção de ameaças e adversários com a promessa de proteção, transformação e renovação nacional.

Referências

Carreon, R., & Baronas, R. (2020). Lives presidenciais: Reflexões iniciais sobre o discurso político digital. *Revista da ABRALIN, 19*(3), 541-561.

Ituassu, A. (2024). *As mídias digitais e a democracia no Brasil contemporâneo*. Tribunal Superior Eleitoral. Biblioteca Digital do TSE.

Machado, J., & Ronsoni, R. (2023). Estratégias de comunicação política digital no Instagram: Uma análise da campanha eleitoral da chapa Boulos/Erundina à Prefeitura de São Paulo. *Cadernos de Comunicação, 26*(3).

Menezes, M. A. S. (2022). Redes sociais no processo político eleitoral: como aproveitar os benefícios das ferramentas digitais. In M. Moraes, & G. Pimenta (Orgs.), *Comunicação governamental e marketing político: Estratégias e estudos de caso* (Vol. 2). Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP).

Sampaio, R. (2026, 17 de junho). *<labiia_lex>, um software para análise textual para todos os pesquisadores*. labiia_lab. https://labiialab.com.br/labbia_lex/

Frieren: um anime além das narrativas de heróis, uma proposta de viver o presente

Karina Pettinati Cardoso Ramos
karinapettinati02@gmail.com
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Carolina Fernandes da Silva Mandaji
cfernandes@professores.utfpr.edu.br
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Em 2020, a Netflix lançou um documentário, "O Dilema das redes", dirigido por Jeff Orlowski, retratando os bastidores da utilização dos algoritmos e dos recursos da tecnologia de informação nas redes sociais. A proposta era evidenciar como essas redes utilizavam o algoritmo a fim de manipular o que era visto e propagado a partir do monitoramento constante dos seus usuários (Pisani, 2020). Além de ser bombardeado incessantemente de notícias e informações, os usuários são coagidos a consumir cada vez mais os conteúdos das mídias.

Outra questão importante proveniente das tecnologias da informação é a chamada "epidemia da aceleração" (Prazeres, 2025) que aborda a normalização de realizar mais de uma coisa na mesma unidade de tempo. Essa ideia de aceleração social do tempo possui consequências irreparáveis, tornando-se um ciclo vicioso aos indivíduos nessa compreensão de que o tempo está se comprimindo e que a urgência é uma necessidade. Nesse panorama, as mídias

se apresentam supersaturadas de informações, relações superficiais e conteúdos midiáticos exigindo uma constante aceleração de relações, decisões e da forma como enxergamos o decorrer da vida.

Com base nos conceitos de Byung-Chul Han, a sociedade perde o que é chamado de "capacidade de narrar" (Costa, 2024, p. 316) em que as narrativas deixam de ter significados reforçando a emergência de aprofundar os estudos sobre aceleração. Apesar do cenário desfavorável apresentado, o objetivo de estudo do presente trabalho é entender como a proposta de valorização das relações sociais e a desaceleração são utilizadas no anime japonês "Frieren e a Jornada para o Além" (e do inglês "*Frieren: Beyond Journey's End*").

Essa escolha se enquadra ao notar o crescimento das narrativas que abordam as relações humanas e o acompanhamento do crescimento pessoal interno do personagem que se popularizou com o termo do inglês "*Slice of Life*" (literalmente, pedaços da vida), atribuído à sua capacidade de trazer conforto em meio à correria do cotidiano (Oliveira, 2024). Os animes desse gênero apresentam cenários mais pacífico e aconchegantes, trilhas sonoras suaves e com um desenvolvimento de ações relativamente lento.

Essa forma de construir uma narrativa pode ser enquadrada dentro do movimento estético "*slow cinema*" caracterizado pela valorização do tempo de desenvolvimento e do foco na contemplação "em oposição ao ritmo frenético das produções audiovisuais contemporâneas" (Monteiro, 2026, p. 14). Observando o anime Frieren por esse viés, é possível construir uma discussão apoiando-se, também, nas ideias da semiótica por possibilitar uma observação de discursos e da identificação dos sentidos neles expressos (Bertrand, 2003, p. 11). Essa relação é possível ao entender que a semiótica busca investigar os sentidos apreendidos nas variadas formas de linguagem (Bertrand, 2003, p. 11).

O anime acompanha a jornada de Frieren, uma elfa maga quase imortal, decidida a compreender melhor os humanos e refazer a aventura de antigos amigos, sua segunda jornada começa. Em termos teóricos da semiótica, Frieren

busca uma conjunção com seu objeto-valor transformando sua relação com tal objeto (Bertrand, 2003, p. 43). Esse momento de mudança é explorado a partir da percepção da personagem sobre o mundo humano entendido, também, como "uma possessão simbólica do mundo, uma decifração que coloca o homem em posição de compreensão em seu confronto" (Le Breton, 2016, p. 29). Assim, se o anime aborda o crescimento interno dos personagens com base na valorização das relações humanas e da apreciação do presente, os espectadores podem refletir esse significado em suas próprias vidas.

O apoio teórico da Semiótica auxilia a construir uma análise das possibilidades narrativas de instigar os espectadores a contemplarem o "ritmo ordinário da experiência cotidiana" (Monteiro, 2026, p. 14), como ocorre nos animes *Slice of Life*. Por fim, é possível entender que essas percepções chegam aos espectadores ao avaliarmos o que tem sido compartilhado e debatido no ambiente virtual que, até então, tem sido caracterizado como um ambiente supersaturado de relações superficiais. Assim, diante da problemática de encontrar uma desaceleração nesse meio e vendo o gênero Slice of Life como "um efeito curativo no público" (Demarchi, 2021), a hipótese deste trabalho é que a construção das relações e o entendimento que Frieren tem sobre a própria vida aproximam os espectadores dessa reflexão.

Referências

Bertrand, D. (2003). *Caminhos da semiótica literária*. EDUSC.

Costa, D. (2024). A crise das narrativas é também a crise do sujeito em comunidade. *Matrizes, 18*(2), 315-320. https://revistas.usp.br/matrizes/pt_BR/article/view/226239/208257

Demarchi, H. (2021). Slice of life: O sucesso do gênero nas animações japonesas. *Mundo dos Animes*. https://mundodosanimes.com/anime/slice-of-life-o-sucesso-do-genero-nas-animacoes-japonesas/

Le Breton, D. (2016). *Antropologia dos sentidos*. Vozes.

Monteiro, T. C. S. (2026). *Entre a estética do lento e o imediatismo: As produções em slow cinema resistem aos vídeos curtos da contemporaneidade* [Trabalho apresentado]. Anais do 25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo. Galoá Proceedings. https://repositorio.abejor.org.br/wp-content/uploads/2026/05/galoa-proceedings-enejor-2026-entre-a-estetica-do-lento-e-o-imediatismo-as-producoes-em-slow-c.pdf

Oliveira, D. (2024). O que são animes Slice of Life? *Olhar Digital.* https://olhardigital.com.br/2024/12/15/cinema-e-streaming/o-que-sao-animes-slice-of-life/

Pisani, A. F. A., Lopes, L. C., Gomes, M. C. S. L., Oliveira, M. L. A. C., & Mazão, M. V. A. (2020). *Análise crítica do documentário "O dilema das redes"*. Centro de Crítica Da Mídia. https://blogfca.pucminas.br/ccm/analise-critica-do-documentario-o-dilema-das-redes/

Prazeres, M. (2025, maio 23). Estamos doentes de velocidade: entrevista ao jornal Valor Econômico. *Michelle Prazeres.* https://michelleprazeres.net/2025/05/23/estamos-doentes-de-velocidade-entrevista-ao-jornal-valor-economico/

Entre identidades profissionais e amadoras: análise comparativa de reviews de games no YouTube

Rafael Malagoli
rafaelmalagoli.badaro@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Débora Oliveira
deboraom2@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jhonatan Mata
jhonatanmata@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Onde nasce um crítico profissional, morre um amador? Em um espaço de constante tensionamento entre formas de comunicar, produzir e consumir, esta pesquisa se propõe a olhar as minúcias da criação digital voltada para a crítica de jogos no Youtube, ou como são conhecidas, as reviews, produções que opinam, explicam e refletem sobre jogos de interesse do público. Em um contexto de sociedade de plataforma, Van Dijck et al (2018) ponderam que nossas experiências sociais, econômicas e culturais são mediadas pelas plataformas. O espaço da crítica, antes exercido exclusivamente pela figura do "crítico de jornal" ganha uma nova forma, audiovisualizada, intimista e regida pelo algoritmo - um "novo gatekeeper". Os produtores de conteúdo podem

atuar a partir de diferentes perspectivas e exercendo diferentes comportamentos e identidades a partir da construção de Personas, desta forma, modulam seus comportamentos, seja construindo uma forma mais próxima do público e despojada, ou uma construção formal e profissional, mais próxima daquela exercida pelos críticos de jornais. A proposta desta pesquisa é compreender, comparativamente, performances amadoras e profissionais que estão sendo desenvolvidas neste espaço, observando se há similaridades, diferenças, ou até mesmo um deslocamento de uma performance profissional para a amadora e vice-versa.

Entendendo que existem distintas formas de obter validação, seguimos a proposta formulada por Amaral (2015), que em busca de compreender o discurso profissional e a identificação comunitária identificou uma zona híbrida entre a performance especializada e o credenciamento profissional. É esta zona híbrida que nos interessa, ao observar as tensões e os elementos que carregam a busca pela validação, seja através da profissionalização ou do amadorismo e suas performances desenvolvidas ao longo dessa produção. Para isto, o artigo realiza a análise de dois produtos publicados em setembro de 2025, "Ghost of Yotei, a VINGANÇA NUNCA é plena Crítica / Análise / Review", publicada no canal gameplayrj e "GHOST OF YOTEI: VALE A PENA? Davy Jones ZEROU e conta TUDO! - #flowgames, publicada no canal Flow Games. Em ambas, o produtor de conteúdo digital Davy Jones realiza uma review, entretanto em cada um dos canais é possível observar comportamentos direcionados que, a partir da análise, identificamos como parte de uma identidade modulada formada a partir da persona performada através da crítica. Desta forma, entendemos que observando as personas e principais características desenvolvidas pelo produtor de conteúdo digital nos canais distintos, é possível elencar e tensionar as características performadas de amadorismo e profissionalismo da crítica de jogos no Youtube. Para Kerckhove e Almeida (2013) personas digitais possuem características importantes e que

devem ser consideradas quando falamos de identidade, apresentando aspectos: sociais, institucionais, pessoais e outros. Desta forma, as personas não devem ser consideradas "personagens" criados pelos produtores de conteúdo com finalidade meramente pessoal ou de uma representação (Goffman, 2025) teatralizada, mas parte de um self digitalmente dividido e de importante relevância para a construção da relação social entre o produtor e o prosumidor, que é ativo neste processo.

Para a observação em um contexto digital audiovisualizado, utilizamos a Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016) como percurso metodológico, desta forma, elencamos como eixos: (1) Performance discursiva e linguagem, (2) construção de autoridade, (3) marcas de institucionalidade vs. Amadorismo. Seguindo os eixos e perguntas norteadoras definidas para cada um deles, a pesquisa deve apresentar um importante ponto de vista sobre características que permeiam as formas comunicação no ambiente digital a partir de suas possíveis ferramentas e também performances.

Os resultados da análise demonstram que, embora ambos os produtos sejam desenvolvidos pelo mesmo produtor, os aspectos mobilizados diferem substancialmente. Enquanto o Flow Games apresenta uma abordagem mais generalista, o GamePlayRj concentra uma crítica mais aprofundada. Esse cenário sugere que a percepção de profissionalismo associada ao Flow Games não se traduz, necessariamente, em densidade analítica, deslocando o debate qualificado para o canal pessoal do interlocutor. A dimensão performática também revelou graus distintos de subjetividade entre as plataformas, tensionada entre a simulação de espontaneidade e o rigor do ritmo argumentativo. Desta forma, compreendemos que o produtor, na condição de crítico, tensiona e adapta suas estratégias discursivas e formatos argumentativos - mesmo tratando de um mesmo objeto-, sem abrir mão da sua marca identitária, resultando em produtos que derivam de uma matriz comum, mas manifestam propriedades narrativas distintas.

Referências

Amaral, A. (2016). Cultura pop digital brasileira: Em busca de rastros político-identitários em redes. *Revista ECO-Pós, 19*(3), 68-89.

Coutinho, I. M. da S. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, SP, Brasil.

Goffman, E. (2014). *A representação do eu na vida cotidiana* (20ª ed.). Vozes. (Trabalho original publicado em 1956)

Kerckhove, D. de, & Miranda de Almeida, C. (2013). What is a digital persona? *Technoetic Arts, 11*(3), 277-287. https://doi.org/10.1386/tear.11.3.277_1

Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: public values in a connective world*. Oxford University Press.

Reflexões sobre o design nos jogos digitais: projeto, imagem e criação

Sofia Sayuri Miyamoto
s.miyamoto@aluno.ufrb.edu.br
Universidade Estadual de Feira de Santana

Dorotea Souza Bastos
doroteabastos@gmail.com
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Este artigo propõe reflexões sobre o papel do design nos jogos digitais, a partir de suas relações com o desenho e o espaço de gênese dos games, abrangendo a criação, a interatividade, intuitividade e os aspectos imagéticos dessa construção, compreendendo o desenho como uma forma de produção e organização do conhecimento e o design como um campo que amplia essa capacidade para a configuração de objetos, informações, sistemas, ambientes e experiências.

Segundo Mauro Claro (2001), a principal aproximação entre desenho e design está na origem da palavra desenho, entendida não apenas como traço gráfico, mas como *desígnio*, isto é, intenção, projeto e planejamento, enquanto o design contemporâneo amplia seu campo de atuação para incluir a programação de sistemas, informações, imagens e experiências de consumo. Dialogando diretamente com a reflexão de Luiz Vidal Gomes (1996), o autor chama atenção para a necessidade de preservar a especificidade desse campo

de conhecimento, recusando sua redução a uma etapa preliminar do design ou a uma habilidade meramente técnica. Para Gomes, o desenho possui autonomia epistemológica, constituindo uma linguagem capaz de produzir conhecimento, organizar o pensamento e mediar a relação entre sujeito e realidade.

De acordo com Donald Norman (2006), todo projeto bem elaborado funciona como um sistema de comunicação entre quem projeta e quem utiliza o artefato. Essa comunicação ocorre pela articulação entre dois tipos de conhecimento: o conhecimento presente no usuário, formado por experiências anteriores, convenções culturais e aprendizagens acumuladas; e o conhecimento presente no mundo, materializado na própria configuração dos objetos, nos sinais visuais, nas restrições físicas e nas informações oferecidas pelo ambiente. A função do design consiste justamente em distribuir esses conhecimentos de forma que a interação aconteça de maneira intuitiva e significativa.

Ao articular essas perspectivas, pretende-se entender que o design não atua apenas sobre a configuração formal dos jogos, mas participa da organização das relações que os sujeitos estabelecem com informações, objetos, ambientes e sistemas. Nesse sentido, o desenho constitui uma dimensão fundamental do processo projetual por sua capacidade de produzir e organizar conhecimentos, enquanto o design transforma essas estruturas em possibilidades de interação. Uma interface não organiza apenas botões, ícones e menus, mas estabelece hierarquias entre informações, sugere percursos e participa diretamente das decisões realizadas pelo usuário. Mais do que configurar a aparência do mundo virtual dos jogos, o design participa da estruturação das experiências através das quais esse mundo se torna perceptível e interpretável.

A intuitividade, nesse contexto, não deve ser compreendida como uma característica natural ou universal dos objetos, mas como resultado de uma relação entre repertórios culturais, experiências anteriores e sinais organizados pelo projeto.

Um botão não apenas comunica uma informação, mas convida ao clique; uma seta não somente representa uma direção, mas pode produzir

deslocamentos; uma escada não apenas ocupa um espaço, mas organiza formas de circulação. Os objetos e sistemas projetados não são, portanto, passivos: eles orientam possibilidades sem determinar de maneira absoluta o comportamento dos sujeitos.

Ao projetar uma interface, um mapa, uma sinalização ou um ambiente no jogo, organizam-se também informações, percursos e possibilidades de ação. Uma cidade é atravessada por sistemas projetados que participam da maneira como seus espaços são percebidos e percorridos, assim como ambientes digitais são constituídos por interfaces, regras e sinais que orientam diferentes formas de interação.

Nos jogos digitais, essa negociação torna-se particularmente evidente: um controle incentiva determinados gestos sem obrigá-los, enquanto interfaces, regras, espaços e feedbacks orientam escolhas sem eliminar completamente a liberdade do jogador. O game design evidencia, assim, uma relação constante entre orientação e liberdade, na qual projetar significa construir um campo de possibilidades para a ação.

Compreender o design a partir desses conceitos permite, portanto, ampliar as reflexões sobre seu papel na cultura contemporânea. Mais do que produzir objetos ou transmitir mensagens, torna informações perceptíveis, sugere percursos, estabelece limites e cria possibilidades. Essa perspectiva não encerra a discussão, mas abre espaço para novos questionamentos, pensando o design como produtor de sentidos e as relações entre forma, conhecimento, cultura e ação, especialmente nos sistemas lúdicos interativos, imersivos, nos quais projetar é também criar condições para a ação.

Referências

Claro, M. (2001) Sobre desenho e design. *Pós.Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP, 10*, 92-110. https://doi.org/10.11606/issn.2317-2762.v0i10p92-110

Gomes, L. V. N. (1996) *Desenhismo*. Editora da Universidade Federal de Santa Maria.

Norman, D. A. (2006) *O design do dia a dia* (A. Deiró, Trans.). Rocco. (Original work published 1988)

A (RE)EXISTÊNCIA POR MEIO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS: O CANAL "CINEMAS DE RUA DE JUIZ DE FORA"

Aline Gomes Alvim
gomes.aline@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Ana Clara Campos dos Santos
anaclaracs91@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Christina Ferraz Musse
christina.musse@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

O Youtube surgiu em 2005 e em 2006 o Google comprou o *site*. A internet dos anos 2000 era completamente distinta da forma como a percebemos atualmente e, com a chegada dos anos 2010, temos a ascensão das plataformas digitais e dos algoritmos corroborando para uma nova era digital. Em contrapartida, os cinemas de rua vêm perdendo a popularidade desde 1980 (Ferraz, 2024) e enfrentam novos desafios para manter sua existência e seu funcionamento, ocasionando em poucas salas que ainda se mantêm em atividade nas cidades brasileiras.

Compreendemos que os cinemas de rua perderam sua popularidade ao longo dos anos, culminando em fechamentos, o que se fortaleceu durante o período de 2010 devido a uma nova forma de pensamento tecnológico,

através das plataformas digitais e dos chamados serviços de *streaming,* que reforçam uma individualização do ato de assistir produtos audiovisuais e coloca o processo de ida ao cinema ou *cinemagoing* como uma atividade descolada do circuito social da contemporaneidade.

Nesse contexto, percebemos uma movimentação de projetos que utilizam plataformas digitais para a rememoração de alguns desses cinemas de rua. Uma delas certamente é o Youtube, utilizado no projeto "Cinemas de Rua de Juiz de Fora", que carrega dentro de seu formato de vídeo uma forma de transformar a memória de espaços em pequenos documentários.

Tiziano Bonin e Emiliano Treré (2024), por meio do conceito de resistência através do algoritmo, nos mostram esse lado da internet - e principalmente das plataformas digitais -, pois afirmam haver nelas uma concentração hegemônica de dados entre corporações globais, fazendo com que exista também uma resistência a essas plataformas. Porém, também é interessante pensar no oposto, ou seja, em sua utilização como forma de resistir a acontecimentos do mundo, seja *online* ou *offline*. Assim, esses espaços virtuais também podem ser utilizados para resistir e resgatar a memória de espaços culturais que deixaram de existir por diferentes motivos, seja pelo tempo ou por questões sociais.

Entendemos os cinemas de rua como "equipamentos coletivos de lazer" (Ferraz, 2009) muito populares no século XX, que atualmente foram substituídos por outras formas de entretenimento, e que seus espaços físicos foram abandonados ou totalmente modificados, impedindo que suas histórias fossem passadas às gerações futuras. Assim, notamos que os projetos que utilizam as plataformas digitais para rememorar esses espaços têm um caráter de resistência através do algoritmo, como pontuam Bonin e Treré (2024).

Com isso, nosso objetivo é analisar o canal do Youtube "Cinemas de Rua de Juiz de Fora" como forma de compreender esse fenômeno que seria a utilização de plataformas digitais para manter a memória de espaços culturalmente ativos em outros períodos. O canal tem 249 inscritos e conta com

28 vídeos postados. As produções atualmente são realizadas por estudantes de graduação e mestrado, integrantes do grupo de pesquisa Comunicação, Cidade e Memória, e voltam-se especialmente para a construção de episódios de pequenos documentários sobre as salas de exibição que já existiram em Juiz de Fora-MG e cidades próximas.

Os *webdocs* são o maior foco por se tratar de memórias individuais que se tornam coletivas (Halbwachs, 1990), nas quais ex-frequentadores e ex-funcionários falam de suas experiências. O objetivo desses episódios e do projeto é iluminar um passado já esquecido pela sociedade e pela própria arquitetura da cidade, a partir dessas falas. É possível perceber isso através dos episódios e como há uma mudança considerável dos locais onde existiram esses cinemas de rua. Cabe ressaltar também as outras plataformas nas quais o projeto é divulgado: o *site,* estudado por João Marques e Susana Reis (2022), e o perfil no instagram, com 1.418 seguidores. Nosso trabalho será uma expansão do já iniciado por Marques (2017).

Por fim, defendemos a importância desses espaços de rememoração e de sua ocupação digital. Pois, através desses meios, é possível apresentar vestígios da memória e da nostalgia para o público e manter viva essa história que por muitas vezes não se mantém de forma física dentro desses estabelecimentos. O canal no Youtube permite criar uma nova relação com o que já existiu na cidade, "uma nova relação com o espaço e o tempo, que ressignifica a urbe e sua ocupação pelos cidadãos" (Musse et al., 2024, p. 176), criando uma resistência ao apagamento através das plataformas digitais.

Referências

Bonin, T. & Treré, E. (2024). *Algorithms of resistance: The everyday fight against platform power*. MIT Press.

Cinemas de Rua de Juiz de Fora [@cinemasderuajf]. (s.d.). *Publicações* [Perfil do Instagram]. Instagram. Recuperado em 21 de julho de 2026, de www.instagram.com/cinemasderuajf/

Cinemas de Rua de Juiz de Fora [@cinemasderuadejuizdefora1269]. (s.d.). *Início* [Canal do YouTube]. YouTube. Recuperado em 21 de julho de 2026, de www.youtube.com/@cinemasderuadejuizdefora1269

Cinemas de Rua de Juiz de Fora. (s.d.). *Cinemas de Rua de Juiz de Fora*. https://cinemasderuajf.com.br

Ferraz, T. G. (2009). *Construção de sociabilidades e memórias na Tijuca: O caso dos extintos cinemas da Praça Saens Peña e as atuais formas de espectação cinematográfica no bairro* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio de Janeiro].

Ferraz, T. (2024, 23-26 de julho). *Narrativas tecnostálgicas: Memórias e legitimações cinematográficas em filmes sobre cinemas* [Trabalho apresentado]. 33º Encontro Anual da Compós, Niterói, RJ, Brasil.

Halbwachs, M. (1990). *A memória coletiva*. Edições Vértice.

Marques, J. G., & Reis, S. A. (2022). Memória e resistência dos cinemas de rua de Juiz de Fora no ambiente digital. Em C. Luvizotto & C. Assis (Orgs.), *Urgência afirmativa*. Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/urgencia-afirmativa

Marques, V. F. C. (2017). *O cinema em outras telas: Uma análise da produção da websérie Cinemas de Rua em Juiz de Fora* [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal de Juiz de Fora].

Musse, C. F., Medeiros, T. & Oliveira, M. H. de. (2024). As memórias da ida ao cinema, o patrimônio urbano e a luta contra o esquecimento. Em C. F. Musse, T. S. Magnolo & V. Zuculoto (Orgs.), *História e memória da mídia em tempos de violências, lutas e resistências* (pp. 165-177). Alcar.

A RESISTÊNCIA DO TRAÇO: AURA E NOSTALGIA NA TRANSIÇÃO DA ANIMAÇÃO 2D PARA O 3D

Ana Elisa Sartori Lemos de Oliveira
13906388638@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Nilson Alvarenga
nilson.alvarenga@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Na reflexão sobre a materialidade da arte, o conceito de aura ganha centralidade para compreender o que torna uma obra genuinamente tocante. Para Walter Benjamin, a aura é definida como a "aparição única de uma distância, por mais próxima que esteja", algo intrínseco à autenticidade da obra original que se perde na reprodutibilidade técnica. Contudo, Georges Didi-Huberman traz uma perspectiva diferente: a aura não foi destruída, mas sobrevive em rastros, manifestando-se no momento em que a imagem ganha presença e estabelece uma conexão autêntica, fazendo com que o espectador sinta que o objeto também o observa.

Essa busca pelo rastro da presença humana conecta-se diretamente à nostalgia sentida na atualidade, especialmente diante da exaustão gerada pelo ambiente digital. O conceito de nova nostalgia, discutido por Fredric Jameson, revela que essa melancolia não remete apenas à saudade de uma época passada, mas ao desejo profundo por texturas e experiências orgânicas que a

hiperconexão contemporânea tende a apagar do cotidiano. A essa perspectiva soma-se a análise de David Sax, ao apontar que o retorno ao analógico reflete a necessidade urgente de resgatar o contato tátil e a experiência de possuir um objeto com densidade física.

Esse sentimento nostálgico ganha ainda mais força quando se observa a imaterialidade da mídia contemporânea. A imagem digital, por ser essencialmente um código matemático formado por dados virtuais, muitas vezes não entrega o peso e a textura do mundo real. O fascínio pelo formato analógico surge, portanto, como uma forma de resistência. Trata-se de um desejo profundo de encontrar alguma imperfeição, como um risco no papel ou a variação de uma cor, que comprove a participação física de um criador. O consumo cultural atual atesta que a perfeição absoluta da máquina não supre a carência emocional do público por uma obra que deixe transparecer o trabalho humano.

O cinema de animação ilustra perfeitamente essa tensão entre a busca pelo rastro humano e a perfeição tecnológica. Diferente do cinema *live-action*, na animação a ilusão de vida precisa ser forjada quadro a quadro, seja de forma artesanal ou digital. Ao refletir sobre a essência desse processo, Norman McLaren, argumenta:

> Animation is not the art of drawings that move, but rather the art of movements that are drawn. What happens between each frame is more important than what happens on each frame. The basic substance of the cinema is movement - at its lowest physical level, the movement of lightwaves and soundwaves… it is the motion that speak to us. (McLaren, citado em Gil, 2018, p. 45)

Historicamente, a criação desse movimento ocorreu de formas distintas. No cenário norte-americano, o processo produtivo foi industrializado, com forte foco no realismo, enquanto a arte japonesa preservou a expressividade do traço manual e o desenvolvimento de uma narrativa dramática contínua. Com o avanço da tecnologia digital e o surgimento do 3D fotorrealista,

impulsionado nos anos 90, ocorreu uma profunda mudança estética. A poesia visual foi frequentemente substituída pela ironia, pelo humor ágil e pelo virtuosismo tridimensional. No entanto, a animação 2D permaneceu viva, pois o traço artesanal conserva a imperfeição e o gesto do artista, mantendo presente a aura discutida por Didi-Huberman.

Um grande exemplo dessa sobrevivência aurática é o filme A Viagem de Chihiro (2001), do Studio Ghibli. A obra foi lançada num período em que a franquia Toy Story já havia consolidado a hegemonia técnica do 3D, fazendo com que o mercado acreditasse no declínio irreversível da animação tradicional. No entanto, o longa-metragem do diretor Hayao Miyazaki contornou essa tendência, conquistando tanto o grande público quanto o Oscar de Melhor Animação.

O sucesso da obra repousa na valorização do fazer manual. A pintura em aquarela do cenário, a suavidade orgânica dos movimentos e os momentos de silêncio contemplativo criam um contraste drástico frente ao ritmo frenético e à iluminação calculada da produção digital. Cada quadro exibe a dedicação do desenhista, conferindo à narrativa profundidade visual e uma textura palpável que preenche a lacuna da saturação digital.

Dessa forma, A Viagem de Chihiro comprova que a precisão da máquina não substitui a capacidade de uma obra de evocar emoção pura e sincera. A riqueza orgânica da cena oferece a experiência estética da nova nostalgia, resgatando a materialidade ausente no ambiente virtual e demonstrando que a sensibilidade do traço manual ainda possui a força necessária para devolver o olhar ao espectador.

Referências

Benjamin, W. (2019). *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica*. L&PM.

Cruz, P. R. da. (2006). *Do desenho animado à computação gráfica: A estética da animação à luz das novas tecnologias* [Trabalho de Conclusão de

Curso, Universidade Federal da Bahia]. http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/30226

Didi-Huberman, G. (1998). *O que vemos, o que nos olha*. Editora 34.

Gil, C. (2018). O advento da animação digital: Da animação 2D tradicional ao 3D. *OMNIA - Revista Interdisciplinar de Ciências e Artes, 8*(1), 45-52. https://doi.org/10.23882/OM08-01-2018-E

Jameson, F. (2006). *Pós-modernismo: A lógica cultural do capitalismo tardio*. Editora Ática.

Sax, D. (2017). *A vingança dos analógicos: Por que os objetos de verdade ainda são importantes*. Rocco.

A LINGUAGEM DAS NOVAS MÍDIAS EM SAÚDE MENTAL: UMA ANÁLISE DOS VÍDEOS CURTOS NO INSTAGRAM SOB A PERSPECTIVA DE LEV MANOVICH

João Vitor Santos Sodati
joaosodati.psicologo@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi - PPGOM

O crescimento das plataformas digitais transformou profundamente as formas de produção, circulação e consumo de informações, influenciando também a comunicação em saúde mental. Nesse contexto, o Instagram consolidou-se como um dos principais ambientes de divulgação de conteúdos psicológicos por meio de vídeos curtos, especialmente após a popularização do formato Reels. Mais do que um canal de difusão, a plataforma organiza a produção e a circulação desses conteúdos a partir de uma lógica computacional que condiciona sua estrutura audiovisual e suas formas de interação. Diante desse cenário, este trabalho tem como objetivo analisar a linguagem dos vídeos sobre saúde mental publicados no Instagram sob a perspectiva da obra *The Language of New Media* (2001), de Lev Manovich, buscando compreender como os princípios das novas mídias reorganizam a representação do conhecimento psicológico no ambiente digital.

A pesquisa caracteriza-se como qualitativa, de natureza exploratória e descritiva, fundamentada na análise de produtos audiovisuais produzidos por profissionais da saúde mental no Instagram. O estudo adota como eixo

teórico os conceitos de banco de dados, modularidade, variabilidade e transcodificação, propostos por Manovich (2001), articulando-os às contribuições de Andreas Hepp (2020) sobre midiatização profunda, Christian Fuchs (2015, 2020) acerca das plataformas digitais e da economia política da comunicação, Zygmunt Bauman (2001) sobre modernidade líquida, além das contribuições psicanalíticas de Sigmund Freud (2011) e das reflexões de Guy Debord (1997) e Diana Taylor (2016). A estratégia analítica organiza-se em três eixos: transcodificação audiovisual, performance e enunciação do profissional na interface digital e constituição identitária do sujeito diante da lógica algorítmica.

A análise demonstra que o Instagram exemplifica a lógica do banco de dados descrita por Manovich, substituindo estruturas narrativas contínuas por um fluxo permanente de módulos independentes de informação organizados algoritmicamente. Nos vídeos sobre saúde mental, essa modularidade manifesta-se por meio da combinação de elementos visuais, sonoros, textuais e interativos que podem ser reorganizados conforme diferentes objetivos comunicacionais. A partir dessa lógica, foi proposta uma tipologia composta por seis categorias predominantes de vídeos: informativos, experienciais, de entretenimento, reacts, alarmantes e comerciais. Essa categorização evidencia que a linguagem audiovisual dos conteúdos não depende apenas do conhecimento psicológico, mas também das possibilidades técnicas e comunicacionais oferecidas pela plataforma.

Os resultados indicam que a modularidade e a variabilidade favorecem a democratização do acesso ao conhecimento em saúde mental, permitindo que profissionais alcancem públicos amplos por meio de formatos acessíveis e atrativos. Entretanto, a necessidade de condensar conceitos complexos em conteúdos breves, associada à lógica da economia da atenção, tende a incentivar estratégias voltadas ao engajamento, como simplificações conceituais, dramatizações e abordagens mais apelativas. Além disso, observou-se que a dinâmica algorítmica pode favorecer processos de identificação imediata,

autodiagnóstico e consumo fragmentado de informações psicológicas, produzindo tensões entre divulgação científica, entretenimento e responsabilidade ética. O estudo também evidencia que a atuação do psicólogo nas redes sociais frequentemente assume características performáticas, nas quais a autoridade profissional passa a ser construída não apenas pelo conhecimento técnico, mas também pela capacidade de produzir conteúdos visualmente competitivos.

Conclui-se que os vídeos sobre saúde mental no Instagram não podem ser compreendidos apenas como instrumentos de divulgação científica, mas como produtos estruturados pela linguagem das novas mídias e pelas dinâmicas sociotécnicas das plataformas digitais. A teoria de Manovich mostrou-se um referencial consistente para compreender como a lógica computacional reorganiza a produção, circulação e recepção do conhecimento psicológico. Embora o Instagram amplie significativamente o acesso às informações sobre saúde mental, sua infraestrutura também impõe desafios relacionados à fragmentação do saber, à espetacularização do sofrimento psíquico e às exigências da economia da atenção. Assim, a pesquisa contribui para ampliar o debate sobre comunicação, plataformas digitais e saúde mental, indicando a necessidade de reflexões contínuas sobre os limites éticos e as potencialidades da produção de conteúdos psicológicos nas redes sociais, bem como de futuras investigações sobre a recepção desses materiais pelos usuários.

Referências

Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Zahar.

Debord, G. (1997) *A sociedade do espetáculo*. Contraponto.

Freud, S. (2011). *Psicologia das massas e análise do eu e outros textos (1920-1923)*. Companhia das Letras.

Fuchs, C. (2015). *Culture and Economy in the Age of Social Media*. Routledge.

Fuchs, C. (2020). *Communication and Capitalism: A Critical Theory*. University of Westminster Press.

Hepp, A. (2020). *Deep Mediatization*. Routledge.

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.

Taylor, D. (2016). *Performance*. Duke University Press.

Galinha Pintadinha transmidiática: uma análise da performance digital multiplataformas

Beatriz Salles
sallesb.98@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Débora Oliveira
deboraom2@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jhonatan Mata
jhonatan.mata@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Fenômeno digital do ecossistema midiático, a Galinha Pintadinha soma mais de 40 milhões de seguidores em seus perfis. Criada em 2006 a partir de videoclipes publicados no YouTube pensados para crianças que "já nasciam digitais" (Galinha Pintadinha, s.d.), a personagem infantil encontrou recursos próprios nas mídias sociais digitais para a construção de uma comunicação multiplataformas e transmidiática, criando um universo próprio expandido dentro de cada uma das redes.

A construção dos perfis reflete a identidade multidimensional da marca a partir de elementos centrais e estendidos ajustados a diferentes contextos (Aaker, 2015). Desta forma, a pesquisa se dedica a observar a performatividade

digital da Galinha Pintadinha — compreendida não como encenação consciente, mas como a construção identitária da marca pela variação de seus atributos em contextos plataformizados — no YouTube, no Instagram e no TikTok, espaços com atividade relevante e público engajado, e de interesse para os estudos de plataformização (van Dijck et al., 2018). O objetivo é, através do percurso metodológico da Análise da Materialidade Audiovisual (AMA) (Coutinho, 2016) e eixos bem definidos, compreender de que maneira a marca articula e demonstra seus principais atributos, como negocia com a governança de cada plataforma e de que forma as personas direcionam e engajam seus públicos.

A hipótese central é de que a Galinha Pintadinha constrói diferentes personalidades de marca por plataforma (Aaker, 1997) para alcançar não apenas o público infantil, mas também aqueles com poder de decisão e compra, gerando intimidade e relacionamento por meio de associações que fortalecem o reconhecimento e a lealdade à marca (Bedendo, 2024). Desta forma, o alinhamento inicial ao público infantil cria elementos rizomáticos de mobilização de afetos nas diferentes plataformas, e como hipótese a ser confirmada, o gancho para a conexão com os possíveis responsáveis. O fato não faz com que a Galinha Pintadinha deixe de ser uma marca para crianças, mas a presença e direcionamento em outras plataformas reafirmam um posicionamento de relação familiar, intergeracional e, principalmente, de adaptação.

Assim, a partir de um breve recorte para a análise de produtos publicados no Instagram, Youtube e TikTok em um mesmo período temporal, acendemos o debate para as possibilidades transmidiáticas percebidas na marca e personagem Galinha Pintadinha. Considerando o contexto multiplataformas e a possível modulação de personas e a manutenção do discurso da marca neste contexto.

O observado aponta para um forte alinhamento entre o discurso da marca e a adaptação à variabilidade do público em cada rede, mesmo diferindo da percepção inicial de uma marca infantil. A análise indica, então, a construção de três personas distintas: musical e pedagógica no YouTube, onde o público

infantil é operacionalizado pela própria plataforma; representativa e afetiva no Instagram, com narrativas co-construídas com a audiência; e memética e performativa no TikTok, onde a plataformização (Nieborg & Poell, 2018) se manifesta de forma mais intensa. Concluindo, a percepção de múltiplas performances da Galinha Pintadinha, criadas estrategicamente em busca de produção de sentido e conexão com a audiência, aponta para uma identidade central da marca permanente, enquanto os elementos estendidos se modulam estrategicamente a cada contexto, indicando que a adaptação multiplataforma pode constituir um mecanismo modular de construção de vínculos não apenas intergeracionais, mas também expandida.

Referências

Aaker, D. (2015). *On branding: 20 princípios que decidem o sucesso das marcas*. Bookman.

Aaker, J. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research, 34*(3), 347-356. https://doi.org/10.2307/3151897

Bedendo, M. (2024). *Branding: como fazer na prática* (2a ed.). Saraiva Uni.

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível* [Apresentação de trabalho]. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, SP, Brasil. https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf

Galinha Pintadinha. (s.d.). Quem somos. https://www.galinhapintadinha.com.br/sobre/quem-somos/

Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society, 20*(11), 4275-4292. https://doi.org/10.1177/1461444818769694

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: public values in a connective world.* Oxford University Press.

Corpos, imagens e a tensão entre mídia e inimputabilidade penal: a construção documental do caso Champinha

Patricia Santos Santinelli
patriciasantinelliadv@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi - UAM

Jamer Guterres de Mello
jamermello@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi - UAM

Este estudo analisa a construção documental do caso Champinha no episódio da série *Investigação Criminal - Liana* (2021), veiculada na plataforma YouTube. A pesquisa investiga como o produto audiovisual reconstrói a figura de Roberto Aparecido Alves Cardoso, o Champinha, adolescente envolvido no homicídio de Liana Friedenbach e Felipe Caffé em 2003, articulando sentidos sobre corpo, violência e responsabilidade penal. A partir de uma abordagem metodológica qualitativa que combina análise fílmica e análise do discurso (Orlandi, 2001), o trabalho problematiza a representação do adolescente infrator, a espetacularização do crime e as profundas tensões entre a narrativa midiática e o ordenamento jurídico brasileiro.

Teoricamente, a investigação fundamenta-se nos estudos sobre o documentário como sistema discursivo e construtor de regimes de verdade (Nichols, 2016), compreendendo o gênero *true crime* como um dispositivo

de produção cultural de sentidos (Hall, 2016) e espetacularização da violência (Debord, 1997). Articula-se, ainda, a criminologia crítica para discutir o fenômeno do pânico moral e a fabricação de figuras emblemáticas da ameaça social, conceituadas como 'demônios populares' (Cohen, 2011), além do processo de psiquiatrização da periculosidade e medicalização do risco (Foucault, 2002). No plano normativo, o artigo examina a garantia constitucional da inimputabilidade penal para menores de dezoito anos (Constituição da República Federativa do Brasil de 1988), o regime socioeducativo do Estatuto da Criança e do Adolescente (*Lei n. 8.069*, 1990) e diretrizes internacionais como as Regras de Beijing e as Diretrizes de Riad.

Os resultados revelam que a série adere às convenções do jornalismo criminal sensacionalista, empregando iluminação escura, trilha sonora tensa, cortes rápidos e reconstituições dramatizadas que produzem uma estética do trauma e do medo. Champinha é representado como figura ausente-presente sob as categorias da monstruosidade e do desvio permanente, como um sujeito desprovido de contexto sociofamiliar, trajetória de vulnerabilidade ou formação psíquica. O programa opera o que Vera Malaguti Batista (2018) denomina 'criminalização individualizante da pobreza', isolando o ato delituoso das falhas estruturais do Estado e transformando o corpo do adolescente em um signo moral do mal absoluto. Essa construção é legitimada pela fala de policiais, peritos e jornalistas que atuam como narradores autorizados (Bruzzi, 2006).

A análise demonstra também como o documentário simplifica e distorce o conceito de inimputabilidade penal, retratando o sistema socioeducativo do ECA como brando e ineficaz. Nesse cenário de comoção, a manutenção de Champinha na Unidade Experimental de Saúde (UES) após o cumprimento do prazo máximo de três anos de internação socioeducativa é apresentada como uma solução natural e indiscutível. Contudo, essa medida representa uma transposição da lógica penal-psiquiátrica de segurança que rompe com o princípio da especialidade do ECA, configurando o que a psiquiatria forense

denominou ‘gambiarra jurídica’ e legitimando práticas de contenção indefinida baseadas na gestão do risco projetado.

Conclui-se que o documentário atua como agente ativo nas disputas simbólicas sobre a responsabilização penal juvenil no Brasil. Ao priorizar o apelo emocional e o suspense em detrimento da contextualização crítica e da escuta de especialistas em direitos humanos, a obra inflama discursos punitivistas, questiona conquistas constitucionais e legitima exceções jurídicas, evidenciando a hegemonia do discurso midiático sobre o discurso normativo na formação do imaginário social.

Referências

Batista, V. M. (2018). *Psicologia e criminalização da juventude*. Revan.

Bruzzi, S. (2006). *New documentary* (2a ed.). Routledge.

Cohen, S. (2011). *Folk devils and moral panics*. Routledge.

Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Senado Federal.

Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Contraponto.

Foucault, M. (2002). *Os anormais*. Martins Fontes.

Hall, S. (2016). *Cultura e representação* (2a ed.). PUC-Rio; Apicuri.

Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990. Estatuto da Criança e do Adolescente. Diário Oficial da União.

Nichols, B. (2016). *Introdução ao documentário* (3a ed.). Papirus.

Orlandi, E. P. (2001). *Análise de discurso: princípios e procedimentos* (9a ed.). Pontes.

Museu expansível: um estudo preliminar

Aline Lisangela da Silva Galvani Carvalho
alsg.carvalho@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Cada vez mais, grandes museus pelo mundo têm procurado explorar narrativas espaciais para compor suas exposições. No Brasil, o Museu do Ipiranga, com sede na capital paulista, se destaca por incluir recursos audiovisuais nas exposições, revelando sua capacidade inclusiva para atender as necessidades de diferentes públicos. No entanto, utilizar tecnologias de exibição variadas para criar uma trilha cultural capaz de envolver o visitante não garante a linearidade em uma visita. A realidade é que cabe ao visitante determinar por onde começa e em qual momento encerra o seu percurso, o que faz com que o museu seja compreendido como um espaço de inesgotável interpretações. À vista de pensá-lo como um lugar em constante expansão a cada visita, seja ela virtual ou presencial, avalia-se a atribuição de um novo conceito, o "museu expansível". Para examinar a hipótese a ser confirmada, a autora oferece um olhar misto sobre a visitação ao Museu do Ipiranga.

Nesse viés, cabe destacar que o desenvolvimento desse estudo parte da continuação inicialmente proposta no artigo "O museu do Ipiranga e sua acessibilidade educacional enquanto museu com acervo digital" (Carvalho & Paulino, 2024), elaborado no intercurso do mestrado com a intenção de analisar a visita virtual ao website da instituição. Para a investigação ora pretendida,

a autora avaliou a relevância de apresentar um relato de experiência de uma visita presencial ao Museu do Ipiranga realizada em abril de 2026, onde na postura de visitante, a observação direta no local mostrou-se um método capaz de oferecer indícios sobre a expansividade do museu na visita presencial. O que contribuiu, também, com subsídios para estabelecer um comparativo entre os dois modos de visitação.

Para discussão, serão mobilizados conceitos-chave que exploram a representação digital dos museus e de seus conteúdos. Dessa forma, a metodologia utilizada por Renó (2020), em que o autor se inspira na revisão narrativa proposta por Bryman (2012) para orientar a escolha de trabalhos que discutem o estado da arte de um determinado assunto se mostra uma escolha assertiva para a elaboração da primeira etapa dessa investigação. Assim, ao explorar os autores elencados, a intenção é refletir e construir um diálogo sobre seus temas, de forma que seja possível relacionar o novo conceito proposto às duas modalidades de visitas realizadas ao Museu do Ipiranga.

Dentre os temas já articulados em pesquisas nesse âmbito, encontra-se a tipologia "museu virtual" de Lima (2009) compreendida como a representação digital dos museus por meio de websites, e a interface "tecno-socio-cultural" que coloca em diálogo as obras por meio de uma hipermediação participativa entre os usuários, interpretado como "cibermuseus" pelo autor Escandón Montenegro (2020, p. 145). Insere-se, nesse contexto, a contribuição de Moreno-Sanchéz (2015) acerca dos "museus transmídia", onde o autor com o olhar voltado para a aplicabilidade da linguagem hipermídia em visitas presenciais, compreende que a utilização de diferentes matrizes, sonora, textual, e simulações imagéticas tridimensionais, são capazes de potencializar a experiência do visitante com as exposições culturais. Em visita presencial ao Museu do Ipiranga, recursos semelhantes foram notados pela autora.

Orientada pelo entendimento da comunicação transmídia (Gosciola, 2019), esse ensaio tem como objetivo identificar que, em ambos

os formatos de visita, o museu constitui um universo narrativo. Nesse sentido, a visita ao museu, incluindo a sua representação digital, tensionam uma volta ao passado, uma retomada ao Brasil imperial (Bauman, 2017), onde os visitantes refletem sobre os aspectos da sociedade atual através dos acontecimentos políticos que marcaram o país. Busca-se, assim, articular o novo conceito no campo da nova ecologia dos meios (Renó, 2020), uma vez que ao discutir a expansividade dos museus, o estudo mostra a relevância das estratégias comunicacionais transmídia na mediação museal para incentivar a participação dialógica e social com o museu.

Referências

Bauman, Z. (2017). *Retrotopia*. Zahar.

Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Oxford University Press.

Carvalho, A. L. da S. G., & Paulino, A. E. L. (2024). O museu do Ipiranga e sua acessibilidade educacional enquanto museu com acervo digital. *Revista Comunicação Midiática*, *19*(2), 80-94. https://doi.org/10.5016/rakk3438

Escandón Montenegro, P. A. (2020). Patrimonio de interfaz mutante. In R. Longhi, A. Lovato, & A. Gifreu (Coords.), *Narrativas Complexas* (pp. 139-160). Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/narrativas-complexas

Gosciola, V. (2019). Storyworld para o conceito de Narrativa Transmídia. In F. Irigaray, V. Gosciola, & T. Piñero-Otero (Coords.), *Dimensões transmídia* (pp. 28-50). Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/dimensoes-transmidia

Lima, D. F. C. (2009). *O que se pode designar como museu virtual segundo os museus que assim se apresentam* [Trabalho apresentado]. Encontro

Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação. http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/175890.

Moreno Sánchez, I. (2015). Interactividad, interacción y accesibilidad en el museo transmídia. *Zer, 20*(38), 87-107. https://hdl.handle.net/20.500.14352/35538

Renó, D. (2020). A pós-fotorreportagem como narrativa imagética no ciberespaço contemporâneo. In G. L. Martins, & D. Rivera (Coords.), *+25 perspectivas do ciberjornalismo* (pp. 77-99). Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/25-perspectivas-do-ciberjornalismo

Yin, R. K. (2001). *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos* (D. Grassi, Trad., 2ª ed.). Bookman.

O incrível Hulk e o transtorno dissociativo de identidade: uma introdução

Rafael Augusto Gomes
rafaxd_ag@hotmail.com
Pesquisador Livre

Rafael Cardim Bernardes
rafael.bernardes@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Super-heróis constituem uma linguagem relevante da cultura contemporânea, pois articulam conflitos éticos, sociais e identitários em narrativas de ampla circulação. Como assinalam Eco (1972) e Reynolds (1992), essas personagens podem funcionar como mitologias modernas, traduzindo tensões coletivas em formas simbólicas acessíveis. Entre elas, o Hulk destaca-se por representar, desde 1962, o conflito entre Bruce Banner e uma alteridade marcada pela força, pela raiva e pela perda de controle. Este estudo analisa em que medida a construção narrativa do personagem dialoga com conceitos contemporâneos do Transtorno Dissociativo de Identidade (TDI), considerando sua evolução nas histórias em quadrinhos e em adaptações audiovisuais.

A pesquisa é qualitativa, exploratória e descritiva, baseada em revisão bibliográfica e análise documental. O corpus reúne narrativas do Hulk publicadas em diferentes períodos, com ênfase nas fases de Bill Mantlo, Peter David, Paul Jenkins e Al Ewing, além de adaptações audiovisuais selecionadas.

As obras foram examinadas a partir de categorias como trauma, fragmentação da identidade, memória, alternância entre estados do eu, mecanismos de defesa e integração psíquica. Esses elementos foram confrontados com os critérios do DSM-5-TR e com estudos sobre dissociação e trauma (American Psychiatric Association, 2023; Maraldi, 2019).

Os resultados indicam que a narrativa evoluiu de uma dualidade relativamente simples entre Banner e o monstro para um sistema composto por múltiplos estados de identidade. Nas fases mais recentes, manifestações como Hulk Selvagem, Joe Fixit, Professor Hulk, Devil Hulk, Cicatriz Verde e Maestro apresentam padrões próprios de comportamento, cognição, memória, motivação e resposta emocional. Essa pluralidade aproxima o personagem da concepção atual do TDI, que não se limita à existência de múltiplas personalidades, mas envolve descontinuidade do senso de identidade, alterações de memória e diferentes graus de acesso a experiências autobiográficas.

A associação entre dissociação e trauma também se mostra central. Narrativas reunidas em Hulk: A saga da encruzilhada apresentam a infância de Bruce Banner marcada por violência física e psicológica, abuso paterno e pelo assassinato de sua mãe (Mantlo et al., 2021). Em interpretações posteriores, sobretudo em O Imortal Hulk, os raios gama deixam de funcionar como origem exclusiva do personagem e passam a atuar como catalisadores de uma fragmentação psíquica preexistente (Ewing & Bennett, 2019-2022). Diferentes Hulks assumem, então, funções específicas de proteção, sobrevivência, expressão da raiva ou administração de conteúdos traumáticos.

A transformação de Banner pode ser compreendida como metáfora narrativa do switching, isto é, da passagem entre estados de identidade, frequentemente desencadeada por estresse ou ameaça. Também aparecem elementos relacionados à amnésia dissociativa e à compartimentalização da memória: Banner por vezes desconhece ações realizadas pelo Hulk, enquanto determinadas personas acessam lembranças que permanecem indisponíveis às

demais. O Professor Hulk, produzido por um processo terapêutico conduzido por Leonard "Doc" Samson, simboliza uma tentativa de integração funcional entre estados fragmentados.

Entretanto, o personagem não constitui uma representação clínica fiel do TDI. Transformações corporais, força sobre-humana, alteração da cor da pele e regeneração são recursos fantásticos, enquanto sintomas como desrealização, manifestações somatoformes e alterações perceptivas são pouco explorados. Assim, o Hulk deve ser interpretado como metáfora, não como modelo diagnóstico. Conclui-se que sua trajetória editorial oferece uma representação culturalmente poderosa da fragmentação da identidade e do trauma, capaz de aproximar conceitos psicológicos e psiquiátricos do público, desde que seus limites ficcionais sejam explicitados.

Referências

American Psychiatric Association. (2023). *Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5-TR* (5ª ed., texto rev.). Artmed.

Eco, U. (1972). *Apocalípticos e integrados*. Perspectiva.

Ewing, A., & Bennett, J. (2019-2022). *O Imortal Hulk* (Vols. 1-11). Panini Brasil.

Mantlo, B., Kupperberg, A., Blevins, B., & Buscema, S. (2021). *Hulk: a saga da encruzilhada*. Panini Brasil.

Maraldi, E. de O. (2019). Transtorno dissociativo de identidade: Aspectos diagnósticos e implicações clínicas e forenses. *Revista Fronteiras Interdisciplinares do Direito, 1*(2), 32-53. https://doi.org/10.23925/2596-3333.2019v1i2a1

Reynolds, R. (1992). *Super heroes: a modern mythology*. University Press of Mississippi.

Reflexões sobre o design de personagem na transmídia da nova ecologia dos meios: um elo entre o design, a animação e a comunicação

Bárbara de Santi Soares
barbara.santi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Mônica Cristina de Moura
monica.moura@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A animação se consolidou como uma importante linguagem audiovisual, distinguindo-se como forma de expressão artística capaz de articular aspectos estéticos, narrativos e comunicacionais de maneira única. Seu desenvolvimento histórico, impulsionado por avanços técnicos e tecnológicos, possibilitou a expansão de estudos voltados à compreensão de suas dimensões sociais, culturais, políticas e midiáticas. Nesse contexto, o design de personagem assume papel central, uma vez que é o processo responsável por traduzir visualmente características narrativas, psicológicas e comportamentais dos personagens, estabelecendo vínculos entre a obra e o público por meio da linguagem visual. Historicamente, a animação tem suas origens associadas aos dispositivos ópticos mecânicos, considerados precursores da técnica contemporânea. Posteriormente, o desenvolvimento da indústria, especialmente durante a chamada

Era Disney (Solomon, 1989, p. 61), promoveu transformações significativas no universo da animação, consolidando fundamentos que permanecem presentes na produção animada contemporânea, como a criação de personagens mais elaborados e narrativas lineares modernas. Paralelamente às mudanças tecnológicas, o design de personagem passou a ocupar uma posição estratégica dentro do processo criativo, não representando apenas a elaboração estética de figuras ilustradas, mas a construção de um sistema de comunicação visual capaz de expressar identidade, personalidade e função narrativa.

O *character design*, ou design de personagem, compreende elementos formais, como cores, formas, linhas, figurino e proporções, além de aspectos relacionados à movimentação, expressividade e atuação, em um intrínseco modo de criação por meio da linguagem visual que conecta o personagem à sua narrativa, e, por conseguinte, ao espectador, constituindo um processo de comunicação estética que articula aspectos visuais, narrativos e funcionais para estabelecer esse vínculo. Dessa forma, ultrapassa a ilustração por si só ao integrar tais recursos na construção de um indivíduo coerente com o universo ficcional. Stephen Silver (2017, p. 42) mostra que esse processo envolve etapas que vão desde a definição da história e dos gestos até a elaboração da forma e dos detalhes finais, evidenciando que o design de personagem resulta de decisões projetuais fundamentadas em princípios do design e da comunicação, em conjunto, para formar a linguagem visual. Sob essa perspectiva, o artigo situa o design de personagem no campo do design, compreendendo os personagens como artefatos visuais dotados de significados simbólicos e funcionais. A partir das contribuições de Moura e Castilho (2013, p. 15), entende-se que produtos, meios e itens do cotidiano articulam simultaneamente dimensões objetivas e subjetivas, permitindo que conceitos como as funções do design e o design emocional sejam empregados na interpretação funcional do design de personagem. Assim, o character design pode ser entendido como uma

interface capaz de conectar elementos narrativos, visuais e comunicacionais, fortalecendo sua relevância para produções contemporâneas.

Essa discussão se revela ainda mais pertinente diante das transformações promovidas pela cultura digital. A partir dos estudos da ecologia dos meios, desenvolvidos por Marshall McLuhan e Neil Postman e, posteriormente, ampliados por pesquisadores como Renó e Gosciola, compreende-se que os meios de comunicação estabelecem relações dinâmicas com a sociedade, influenciando e sendo influenciados por ela. Com a internet, as redes sociais e os ambientes digitais, esse ecossistema midiático se transformou, favorecendo a circulação de conteúdos, a cultura participativa e a formação de comunidades de fãs (Jenkins, 2015, p.31). Nesse cenário da então batizada nova ecologia dos meios, a transmídia emerge, ainda que não inédita na história mas com uma presença marcante, como estratégia narrativa baseada na expansão de universos ficcionais por diferentes plataformas, permitindo que histórias sejam complementadas em múltiplos meios. Considerando que o personagem frequentemente constitui o principal elemento de reconhecimento entre essas diferentes manifestações, o design de personagem pode desempenhar papel essencial na manutenção da identidade visual e narrativa das obras. Assim, sua função extrapola a construção estética, apresentando-se como um mecanismo de coesão capaz de estabelecer continuidade entre diferentes produtos pertencentes ao mesmo universo ficcional.

De natureza qualitativa, exploratória e fundamentada em revisão bibliográfica nas áreas do design, da animação e da comunicação, este artigo propõe refletir sobre a importância do design de personagem em produções transmídia inseridas na nova ecologia dos meios. Busca-se discutir de que maneira o design de personagem atua como elo entre diferentes mídias e contribui para a construção de experiências narrativas coerentes na cultura da convergência, evidenciando seu potencial como interface entre os campos do design, da animação e da comunicação.

Referências

Jenkins, H. (2015). *Cultura da convergência* (S. L. de Alexandria, Trad.). Aleph.

Moura, M. C. de, & Castilho, K. (2013). Moda e design: linguagens contemporâneas na construção teórica e crítica. *Contemporânea, 11*(2), 8-18. https://doi.org/10.12957/contemporanea.2013.7658

Silver, S. (2017). *The Silver Way: techniques, tips, and tutorials for effective character design*. Design Studio Press.

Solomon, C. (1989). *Enchanted drawings: the history of animation*. Alfred A. Knopf.

Spoiler de campanha ou projeto de país? Narrativas de governo no Instagram de Luiz Inácio Lula da Silva (PT)

Mayra Regina Coimbra
mayrarcoimbra@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Luiz Ademir de Oliveira
luizoli@ufsj.edu.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

As mídias digitais transformaram profundamente a comunicação política ao possibilitar formas contínuas de interação entre lideranças e cidadãos, reduzindo a centralidade dos meios tradicionais e ampliando a importância das plataformas digitais na construção da imagem pública e na disputa por atenção (Ituassu, 2024; Nunes & Traumann, 2023). Nesse ambiente, a comunicação política deixa de restringir-se aos períodos eleitorais e aproxima-se da lógica da campanha permanente, caracterizada pela produção contínua de narrativas, fortalecimento identitário e construção de legitimidade. A presença constante dos atores políticos nas redes sociais favorece, nesse contexto, a constituição de uma *persona* política digital, entendida como uma representação discursivamente construída para dialogar com diferentes públicos, produzir identificação e consolidar capital simbólico (Carreon & Baronas, 2020; Goffman, 1985).

Partindo dessa perspectiva, este estudo tem como objetivo analisar as estratégias discursivas presentes nas postagens publicadas no perfil oficial do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) no Instagram durante o mês de junho de 2026, buscando compreender como a comunicação presidencial organiza narrativas capazes de fortalecer a imagem institucional do governo e sustentar um projeto político em um contexto pré-eleitoral. Mais do que identificar temas recorrentes, pretende-se compreender como diferentes campos discursivos são articulados para construir sentidos sobre Estado, desenvolvimento, cidadania e identidade nacional, se tratando de um período que os políticos já se preparam para uma corrida eleitoral. A escolha do Instagram justifica-se por sua centralidade na comunicação política contemporânea. Diferentemente de plataformas orientadas predominantemente ao debate em tempo real, o Instagram integra recursos textuais, imagéticos e audiovisuais que favorecem a construção planejada de narrativas e da *persona* política digital. Além disso, a plataforma constitui um espaço privilegiado para acompanhar a comunicação cotidiana de lideranças políticas, permitindo observar como ações governamentais, políticas públicas e posicionamentos institucionais são organizados discursivamente e apresentados à sociedade.

A pesquisa possui abordagem qualitativa, apoiada por técnicas de análise lexical automatizada. O corpus é composto por 91 postagens publicadas no perfil oficial do presidente Luiz Inácio Lula da Silva no Instagram durante o mês de junho de 2026. A análise textual é realizada por meio da plataforma LABBIA-Lex, desenvolvida pelo Laboratório Brasileiro de Linguística, Inteligência Artificial e Análise de Dados, destinada à análise estatística de corpos textuais (Sampaio, 2026). A ferramenta permite a aplicação de técnicas como a Classificação Hierárquica Descendente (CHD), a Análise Fatorial de Correspondência (AFC), a análise de similitude e a nuvem de palavras, possibilitando identificar padrões de coocorrência lexical, agrupamentos temáticos e relações estruturais entre os elementos que compõem o discurso político.

O estudo fundamenta-se nos debates sobre comunicação política em ambientes digitais e sistema híbrido de mídia, compreendendo que as plataformas digitais não apenas ampliam os canais de comunicação entre representantes e representados, mas também influenciam a produção, a circulação e a recepção dos discursos políticos (Ituassu, 2024). Além disso, dialoga com a literatura sobre discurso político digital e construção da *persona* política, considerando que as estratégias comunicacionais desenvolvidas nas redes sociais articulam recursos discursivos, visuais e identitários capazes de produzir proximidade com diferentes públicos, fortalecer vínculos simbólicos e ampliar o engajamento (Carreon & Baronas, 2020).

As análises encontram-se em fase de consolidação, mas os resultados preliminares indicam a existência de diferentes eixos discursivos relacionados às políticas públicas, ao desenvolvimento nacional e à inserção internacional do Brasil, sugerindo a construção de uma narrativa institucional que articula ação governamental, identidade nacional e capacidade administrativa. Espera-se que a pesquisa contribua para compreender como a comunicação presidencial no Instagram ultrapassa a divulgação de ações governamentais e participa da construção discursiva da legitimidade política em um contexto de campanha permanente, oferecendo subsídios para os estudos sobre comunicação política, plataformas digitais e estratégias discursivas.

Referências

Carreon, R., & Baronas, R. (2020). Lives presidenciais: Reflexões iniciais sobre o discurso político digital. *Revista da ABRALIN, 19*(3), 541-561.

Goffman, E. (1985). *A representação do eu na vida cotidiana* (M. C. S. Raposo, Trad.). Vozes.

Ituassu, A. (2024). *As mídias digitais e a democracia no Brasil contemporâneo*. Tribunal Superior Eleitoral.

Nunes, F., & Traumann, T. (2023). *Biografia do abismo: como a polarização divide famílias, desafia empresas e compromete o futuro do Brasil*. HarperCollins Brasil.

Sampaio, R. (2026, 17 de junho). *<labiia_lex>, um software para análise textual para todos os pesquisadores*. labiia_lab. https://labiialab.com.br/labbia_lex/

Transmidialidade na comunicação de moda brasileira: relações entre a revista *Vogue Brasil* e seus desdobramentos no TikTok

Isabella Sobral
isabella.sobral@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Frederico Braida
frederico.braida@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Com a acelerada dinamização das tecnologias nos últimos anos, é de se esperar que a multiplicidade dos meios comunicacionais se torne cada vez mais constante. Desde o surgimento da comunicação eletrônica até a difusão dos computadores e smartphones como se conhece hoje, os meios e mídias passaram por transformações e adaptações para que não perdessem espaço no mercado, organizando-se em uma complexa teia comunicacional interdependente, que funciona e se desenvolve em uma relação de simbiose.

Desde a cultura de massa, passando pela cultura das mídias até a presente cultura digital (Santaella, 2021), a comunicação de moda enfrentou uma expansão em seus modos de materialização, desde jornais e revistas destinados ao público feminino até os infinitos desdobramentos e modos de se produzir conteúdo, graças à internet e às plataformas digitais que vieram com ela. A comunicação de moda, que nasceu com as revistas durante meados

do século XVIII (Elman, 2017), hoje encontra diversos formatos, absorvidos pela sociedade de maneiras distintas.

Historicamente, as revistas são o principal veículo da comunicação de moda, responsáveis pela fundamentação do campo e pela construção da sua credibilidade informativa (Bueno et al., 2023). No entanto, a partir da democratização da internet e do nascimento das primeiras comunidades online, nos anos 1990, foi preciso que as editoras buscassem caminhos de expansão e diálogo com as novas tecnologias para que não se tornassem obsoletas, perdendo espaço de mercado. Natansohn et al. (2013) afirmam que foi neste cenário que as revistas passaram a migrar seus conteúdos para o ambiente digital, replicando conteúdos já publicados na mídia impressa. Com a ascensão das redes sociais digitais, dos blogs e a consequente profissionalização dos comunicadores digitais (Karhawi, 2020), a disputa por espaço tornou-se cada vez mais acirrada, fazendo com que as revistas buscassem se adaptar às lógicas das redes, inaugurando uma nova cultura jornalística, voltada para a reforçada conexão entre produtores e consumidores de informação, intensificada pela difusão dos mecanismos multiplataforma (Sobral, 2026).

No caso da Vogue Brasil, um dos principais expoentes da comunicação de moda brasileira (Elman, 2017), o ecossistema midiático é pautado na existência da revista impressa, veiculada também na sua versão digital, além de perfis oficiais nas principais mídias sociais, como Instagram, X, Facebook, TikTok, YouTube, Pinterest e LinkedIn, além de site próprio. Cada mídia contém conteúdos produzidos de acordo com sua própria linguagem e público, seja por meio da veiculação inédita de materiais ou por replicação de postagens, numa espécie de cadeia hierárquica de redes.

Mediante o exposto, é pertinente apontar que o presente trabalho possui como tema as narrativas transmidiáticas que se distribuem entre as plataformas de comunicação digitais e impressas da revista Vogue Brasil, partindo do seguinte problema: como a marca Vogue Brasil conecta sua

comunicação multiplataforma entre a revista impressa e o TikTok? Assim, o principal objetivo é evidenciar como os conteúdos no TikTok fazem menção à revista impressa, mesclando os dois formatos midiáticos em uma narrativa transmidiática que converge e se retroalimenta.

No presente estudo, foi realizada uma pesquisa sobre o perfil do TikTok da Vogue Brasil (@voguebrasil), empregando como metodologia a análise de conteúdo (Bardin, 2020). Dessa forma, foram analisados conteúdos veiculados durante três meses no perfil do TikTok (janeiro, fevereiro e março de 2026); dentre eles, foram considerados os que se relacionam à revista, seja por meios de divulgação das edições ou por desdobramentos de conteúdos já divulgados no formato impresso.

Ao final, foi possível observar que o TikTok da Vogue Brasil abriga conteúdos mais factuais, relacionados a coberturas de eventos, notícias do mundo da moda e entretenimento, além de quadros específicos com participação de personalidades e celebridades. As postagens que se relacionam à revista divulgam a capa do mês, além de trazerem conteúdos exclusivos sobre as celebridades que a estampam. Assim, notou-se que a transmidialidade ocorre de maneira expandida, uma vez que os dois formatos midiáticos da Vogue Brasil são relacionados quando postos de forma conjunta.

Referências

Bardin, L. (2020). *Análise de conteúdo.* Edições 70.

Bueno, T., Barros, J. Alves, M. (2023). Revista de moda: um estudo sobre os desafios e caminhos do jornalismo segmentado a partir da perspectiva dos editores. *dObras, 39*(3), 180-200.

Elman, D. (2017). *O discurso híbrido do jornalismo de moda: estratégias do Jornalismo, da Publicidade e da Estética* [Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul].

Karhawi, I. (2020). *De blogueira a influenciadora: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira*. Ed. Sulina.

Natansohn, G. & Cunha, R. (2013). O jornalismo de revista no cenário da mobilidade. Em G. Natansohn (Org.), *Jornalismo de revista em redes digitais.* EDUFBA.

Santaella, L. (2021). *Humanos hiper-híbridos: linguagens e cultura na segunda era da internet.* Ed. Paulus.

Sobral, I. (2026). *A comunicação em fluxos da Vogue Brasil: possíveis diálogos entre mídias tradicionais e ambientes digitais* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora].

'Juntos Somos Más Fuertes': uma análise sobre território e resistência latinoamericana a partir do videoclipe *'NUEVAYoL'* de Bad Bunny

Mariana Felix Pacheco
felix.mariana@mail.uft.edu.br
Universidade Federal do Tocantins

Primeiro vencedor latinoamericano na categoria de Melhor Álbum do Ano da história do Grammy, o cantor portoriquenho Benito Antonio Martínez Ocasio, mais conhecido como Bad Bunny, se tornou um dos artistas mais aclamados nos últimos anos. A partir do discurso que adota em suas músicas e da construção visual de seu último álbum *'DeBÍ TiRAR MáS FOToS'*, Bad Bunny fala sobre o orgulho de ser latino trazendo à tona o tema da territorialidade, tanto em suas músicas quanto nos videoclipes que envolvem representações de simbologias e fatos históricos da cultura latinoamericana. A proposta deste trabalho é analisar o clipe da música *'NUEVAYoL'*, associando os aspectos da obra audiovisual aos conceitos de território (Krenak, 2019), contracolonialidade (Santos, 2023) e corpo-território no contexto latinoamericano (González et al., 2023).

Para além do movimento pelos direitos e pela independência porto-riquenha, atualmente as políticas migratórias adotadas pelo presidente Donald Trump nos EUA tem afetado povos latinoamericanos como um todo. É em meio a esse contexto contemporâneo que o videoclipe de *'NUEVAYoL'* é

lançado em 4 de julho de 2025, feriado do Dia da Independência dos Estados Unidos. O título da música traz um traço do bilinguismo porto-riquenho em uma ressignificação de *New York* pela cultura urbana do *spanglish*, mistura de espanhol e inglês (Barbosa, 2025).

O clipe inicia em um cenário de inverno, onde o personagem principal (Bad Bunny), trajado com roupas de clima tropical, com ressalva do gorro, entra em um carro e reclama do frio, fator que revela o contraste entre a ilha caribenha e a cidade gelada de Nova York. O clipe segue com cenas que mostram a diversidade de pessoas que estão reunidas em uma festa, com traços latinos em evidência, nada europeizados, em sua maioria negras e de diferentes faixas etárias e gêneros, que trazem significado, pertencimento e representatividade ao videoclipe, revelando a relação destes corpos com o território e suas raízes (González et al., 2023).

Tratando-se de aspectos estéticos, há a predominância de três cores principais: azul claro, rosa em tom pastel e branco, que se destacam em meio ao cenário de tons terrosos. A escolha dessas três cores principais provavelmente está relacionada com as cores da antiga bandeira de Porto Rico, proibida pela Lei da Mordaça de 1948 por representar o desejo de independência e de uma identidade própria (Santinati, 2026). Outra cena que chama atenção para a análise é a de Bad Bunny sozinho em frente a fachada do edifício Meister Hall, projetado em 1964 pelo imigrante e arquiteto húngaro-americano Marcel Breuer, que provoca a sensação de pequenez de imigrantes latinoamericanos frente aos desafios enfrentados nos Estados Unidos. Em frente ao mesmo edifício, também acontece uma cena aérea com dançarinos vestidos de branco e rosa, em que a coreografia, em certo ponto, parece se assemelhar ao formato da ilha de Porto Rico, representando a relação entre corpo e território.

Por fim, o videoclipe apresenta detalhes de representação de décadas passadas, percebidas pelas roupas e pelo uso do filtro em preto e branco, e da atualidade, com cenas coloridas. Em suma, as duas realidades se mesclam

revelando ao público que povos latinos continuam resistindo independentemente do passar do tempo.

Percebe-se, a partir do clipe, o registro da resistência latina e do pertencimento ao país norte-americano, em uma ocupação de espaço e determinação do próprio (corpo-)território. Ao fazer alusão a momentos históricos de resistência porto-riquenha, o clipe se instaura como obra audiovisual que defende o território latino como resistência frente às violências estadunidenses, finalizando com a mensagem de união latina como povos, de fato, americanos.

Referências

Bad Bunny. (2025, 4 de julho). *BAD BUNNY - NUEVAYoL (Video Oficial) | DeBÍ TiRAR MáS FOToS* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=szI3_xptQvI

Barbosa, S. D. J. P. (2025). *O spanglish nas músicas de Daddy Yankee e a expressão da identidade cultural porto-riquenha* [Monografia de graduação, Universidade Federal do Rio de Janeiro].

González, A. M., García, D. M., Lezica, L. R., & Lozano, J. D. (2023). Interseccionalidades no corpo-território. In D. T. Cruz Hernández & M. Bayón Jiménez (Orgs.), *Corpos, territórios e feminismos: compilação latino-americana de teorias, metodologias e práticas políticas* (pp. 67-83). Elefante.

Krenak, A. (2019). *Ideias para adiar o fim do mundo (Nova edição)*. Editora Companhia das letras.

Santinati, P. (2026, 4 de fevereiro). Porto Rico: entre bandeiras e batalhas. *Santi Nati*. https://santinati.com.br/porto-rico-entre-bandeiras-e-batalhas

Santos, A. B., & Pereira, S. (2023). *A terra dá, a terra quer*. Ubu Editora.

A dramaturgia da dopamina: aceleração, estética vertical e tropos narrativos em A Vida Secreta do meu Marido Bilionário

Aloísio Corrêa de Araújo
araujodca@gmail.com
Universidade Anhhembi Morumbi

Felipe Adamo Maciel
felipeadamomaciel@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

Marina Palmero Butolo
marinabutolo@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

Rafaela Lopes Batista Bonadies
rafaelalopes.anhembi@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

Vicente Gosciola
vicente.gosciola@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

O consumo audiovisual contemporâneo ocorre em um ecossistema acelerado e de alta distração, exigindo reconfigurações narrativas marcadas pela condensação extrema e pela orientação narrativa por meio do uso de tropes. Este estudo investiga as mininovelas verticais como um marco dessa transição

mobile-first. Analisa-se a produção brasileira A Vida Secreta do meu Marido Bilionário (ReelShort/Bewings Entertainment), que alcançou 300 milhões de visualizações com 68 episódios de cerca de dois minutos. O enredo acompanha Nathália Queiroz em um casamento por contrato com Sebastião Torres sob uma dinâmica de reviravoltas incessantes. A gênese desse formato ("short drama") apoia-se na reconfiguração da relação observador-dispositivo (Machado, 2001) e no princípio do banco de dados em substituição à narrativa linear (Manovich, 2001). Sociologicamente, o fenômeno alinha-se à aceleração social (Rosa, 2019), apresentando compressão temporal extrema para sujeitos saturados de informação. Citton (2014) interpreta essa transição "shorthand" como resposta à crise na ecologia da atenção, resultando em um regime de visibilidade fragmentado. Sob a ótica espacial, Navarro-Güere (2023) aponta a "verticalização da tela" (suporte 9:16) como uma adaptação ontológica à mobilidade. Essa mudança impõea "estética do retrato", na qual o close do rosto humano substitui a profundidade de campo, exigindo uma economia metonímica de detalhes visuais (Clayton, 2019). A novela vertical transpõe arquétipos e arcos de dramas chineses e web novels. Destacam-se tropos como o Fei Chai (ou lenha molhada, uma metáfora para uma pessoa inútil, em outras palavras, o herói subestimado, Sebastião Torres), o Tirano de Gelo (o bilionário indisponível) e a Flor de Lótus (a flor que cresce na sujeira do pântano, contrariando as adversidades, ou a protagonista pura e resiliente), que pode se desdobrar na variante manipuladora da white lotus flower. Outros tropos recorrentes são o face-slapping (confronto de recompensa), dog blood (exageros), cannon fodder (personagens sacrificados para evidenciar o poder do protagonista), protagonist halo (sorte conveniente) e blackening (corrupção moral). No arco do casamento por contrato (marital romance), personagens-obstáculo (McKee, 2006), como a madrasta e a meia-irmã (que atuam como cannon fodder), servem de motores de micro-clímax a cada 60 segundos. Essa estrutura fundamenta-se no Ní Xu (underdog reversal ou revenge fantasy),

proporcionando satisfação anímica contra injustiças (Goldner et al., 2019). O modelo funciona como um "serviço de entrega de dopamina", gerando gratificação instantânea. A fragmentação em micro-unidades também alimenta os algoritmos de recomendação (Yin, 2025), desintegrando a contemplação gradual aristotélica em prol de choques emocionais imediatos. Esse consumo frenético e intermitente acarreta repercussões psíquicas importantes, como o comprometimento da leitura profunda decorrente da plasticidade cerebral (Carr, 2011). À luz da dromologia de Virilio (1996a), a velocidade anula a experiência real pela virtualidade instantânea. Ademais, a mecanização criativa via Inteligência Artificial e "Canais Dark" projeta um "crepúsculo da autorreflexão", transformando a arte narrativa em um mero fluxo industrial otimizado para o consumo algorítmico.

Referências

Aristóteles. (1994). *Poética*. Imprensa Nacional-Casa da Moeda.

Carr, N. (2011). *A geração superficial: o que a internet está fazendo com os nossos cérebros*. Agir.

Citton, Y. (2014). *Pour une écologie de l'attention*. Seuil.

Clayton, R. (2019). Filmmaking theory for vertical video production. In *The European Conference on Media, Communication & Film* 2019. University of Bolton.

Goldner, L., Lev-Wiesel, R., & Simon, G. (2019). Revenge fantasies after experiencing traumatic events: Sex differences. *Frontiers in Psychology, 10*, Article 886.

Machado, A. (2001). *A ilusão do especular: Para discutir a relação entre o observador e o dispositivo*. Brasiliense.

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.

McKee, R. (2006). *Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro*. Arte e Letra Editora.

Navarro-Güere, H. (2023). Vertical video: A review of the literature on communication. *Revista Mediterránea de Comunicación, 14*(1), 237-248.

Rosa, H. (2019). *Aceleração social: A teoria da aceleração social do tempo na modernidade tardia*. UNESP.

Virilio, P. (1996a). *A arte do motor: Aceleração e realidade virtual*. Estação Liberdade.

Yin, S. (2025). Personalized recommendation algorithms on short video platforms. In *Proceedings of the 3rd International Conference on Global Politics and Socio-Humanities*. Digital Library.

Ecossistemas narrativos e convergências na produção audiovisual infantojuvenil: do cinema às novas telas[1]

João Paulo Hergesel
joao.hergesel@puc-campinas.edu.br
Pontifícia Universidade Católica de Campinas

A produção audiovisual voltada ao público infantil e juvenil atravessa, na contemporaneidade, um momento nevrálgico de reconfiguração estética e narrativa. Pensando nisso, este trabalho, em caráter de pesquisa teórica, tem o objetivo de resgatar as bases fundadoras do audiovisual para essa audiência, ancorando-se na metodologia da revisão bibliográfica.

O cinema situa-se como o ponto de partida industrial para esse tipo de produção. Como aponta Brown (2017), o *filme infantil* não deve ser encarado somente como um gênero narrativo, mas também como uma categoria mercadológica que moldou, ao longo do século XX, as expectativas de consumo familiar e a própria linguagem visual direcionada aos mais jovens. No cenário brasileiro, essa lógica industrial ganhou contornos específicos na década de 1980, momento em que a produção cinematográfica juvenil tentou estabelecer um diálogo direto com outras mídias. Bueno (2005) analisa que essa estratégia já antecipava a necessidade de envolver o jovem em múltiplas

1. O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Brasil (processo nº. 302876/2026-0).

frentes de consumo, criando um ecossistema narrativo que serviu de embrião para as franquias que hoje dominam o *streaming*.

Contudo, foi a televisão que sedimentou o hábito diário do convívio com a ficção, alterando a dinâmica de consumo e exigindo uma linguagem de repetição e fidelização que se tornou a base da serialidade. Buckingham (2009) é enfático ao alertar que a relação entre crianças e televisão nunca foi unidirecional ou hipodérmica; ela é um campo de disputa em que a criança interpreta e ressignifica o conteúdo. Corroborando essa visão no contexto latino-americano, Fuenzalida (2009) propõe uma *nova televisão infantil*, que não se limita ao entretenimento escapista, mas atua na ressignificação do cotidiano da criança, oferecendo elementos para que ela compreenda seu entorno social.

Historicamente, essa formação do espectador no Brasil é descrita por Fiel (2019) por meio da metáfora da *tela encantada*: a TV aberta serviu como um espaço de formação geracional, culminando no fenômeno massivo das telenovelas para crianças e adolescentes. Silva (2023) expande essa discussão ao traçar uma história social das telenovelas infantojuvenis na América Latina, revelando como essas produções padronizaram sentimentos e comportamentos. O melodrama, portanto, consolidou-se não como um gênero televisivo, mas como uma *matriz cultural* que organiza a experiência emocional do jovem latino-americano, preparando o terreno para as narrativas mais complexas que viriam a seguir.

Entretanto, o cenário contemporâneo impõe uma ruptura drástica com a emergência do digital. Martín-Barbero (1997) já antevia, ainda na década de 1990, o adolescente como um *agente social* ativo, e não como alguém em uma fase de transição passiva. Essa premissa se confirma na era das redes sociais, quando a ficção seriada não termina no último bloco da novela ou no episódio da série; a narrativa se expande para o que Cavalcanti (2016) define como *TV Social*. A autora demonstra que a repercussão nas redes digitais se tornou parte integrante da experiência narrativa: o jovem não apenas assiste; ele comenta, edita, compartilha e, muitas vezes, altera a percepção pública sobre

a obra, exercendo uma pressão direta sobre os produtores que era impensável na era da TV analógica.

Essa nova dinâmica exige do público o que Lima (2023) classifica como *competência midiática*. Ao analisar *fandoms*, o autor nota que o jovem desenvolve habilidades sofisticadas de navegação e produção de conteúdo. Nossas pesquisas anteriores sobre narrativas midiáticas juvenis (Hergesel, 2018) já detectavam essa dissolução das fronteiras: a estética amadora e confessional dos *vlogs* passou a influenciar a própria ficção oficial, criando um hibridismo entre o real e o encenado.

Por fim, chegamos à hegemonia do *streaming* e das plataformas *on demand*. Raya et al. (2018), ao analisarem a construção de perfis adolescentes em séries da Netflix, como *13 Reasons Why* e *Atypical*, demonstram que a liberdade dessas plataformas permite romper com a higienização típica da TV aberta. Para os autores, as séries de *streaming* têm permitido que surjam personagens mais densos, enfrentando questões de saúde mental, sexualidade e *bullying* de forma crua.

Como resultado, vê-se que a ficção audiovisual não é somente um produto de entretenimento, mas um dos principais agentes de socialização da juventude contemporânea. Ao investigar as estratégias poéticas (as escolhas técnicas da criação) e estéticas (os efeitos de sentido despertados) das narrativas seriadas, por exemplo, torna-se possível desvelar como são construídos os imaginários sobre gênero, raça e cidadania no Brasil.

Referências

Brown, N. (2017). *The children's film: Genre, nation, and power*. Wallflower Press.

Buckingham, D. (2009). Children and television. In J. Qvortrup, W. A. Corsaro, & M.-S. Honig (Eds.), *The Palgrave handbook of childhood studies* (pp. 419-436). Palgrave Macmillan.

Bueno, Z. P. (2005). *Leia o livro, veja o filme, compre o disco: a produção cinematográfica juvenil brasileira na década de 1980* [Tese de doutorado, Universidade Estadual de Campinas]. Repositório Institucional UNICAMP.

Cavalcanti, G. K. M. (2016). *Televisão e redes sociais: configurações de TV social em Malhação* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Pernambuco]. Repositório Institucional UFPE.

Fiel, A. F. O. (2019). *A tela encantada: Infância e conteúdo infantil na TV do Brasil* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal Fluminense]. Repositório Institucional UFF.

Fuenzalida, V. (2009). *La nueva televisión infantil*. Fondo de Cultura Económica.

Hergesel, J. P. (2018). *Narrativas midiáticas infantis e juvenis*. Jogo de Palavras; Provocare.

Martín-Barbero, J. (1997). Teenagers as social agents. *Peace Review*, *9*(4), 475-480.

Raya, I., Sánchez-Labella, I., & Durán, V. (2018). La construcción de los perfiles adolescentes en las series de Netflix: Por trece razones y Atípico. *Comunicación y Medios*, (37), 131-143.

Silva, J. D. N. (2023). *História social das telenovelas latino-americanas infantis e infantojuvenis* [Tese de doutorado, Universidade Federal Fluminense]. Repositório Institucional UFF.

Mesa 6: Inovação e mercado

Mesa 6: Innovación y mercado

Dr. Fabio Corniani
Dr. Jorge Alberto Hidalgo-Toledo
Dr. Jorge Veríssimo
Coordenadores

"Méquiwashing" - uma análise do healthwashing no caso McDonald's: publicidade de causa, ESG e discursos sociais como formas de lavagem de marca

Gabriel Alves de Souza
also.gabriel@gmail.com
Fundação Oswaldo Cruz

Sandro Tôrres de Azevedo
sandro.torres@eco.ufrj.br
Universidade Federal do Rio de Janeiro
Fundação Oswaldo Cruz

Este trabalho aprofunda a ideia de healthwashing que estudamos anteriormente (Azevedo et al., 2024; Azevedo et al., 2025), tomando-a como estratégia de apropriação das temáticas de saúde e bem-estar por empresas para autopromoção, desviando a atenção de problemas reais. Partimos do conceito já mais difundido sobre greenwashing (Freitas Netto et al., 2020; Laufer, 2003) e de uma concepção inicial da healthwashing como estudo aplicado a empresas do setor alimentício que maquiam ou desfocam problemáticas na composição de seus produtos como forma de ludibriar o consumidor (Heiss et al., 2021).

A presente investigação analisa o caso do McDonald's, rede fortemente associada à venda de ultraprocessados - alimentos com alto teor de sal, açúcar, gordura e aditivos, prejudiciais à saúde se consumidos com frequência.

Para contrabalançar essa imagem, a marca adota estratégias como a Publicidade de Causa (Pompeu, 2021, 2023), a exemplo do "McDia Feliz", que reverte parte das vendas de seus produtos em apoio a instituições contra o câncer infantojuvenil, e do projeto "Receita do Futuro" (McDonald's Brasil, 2026), que destaca ações ambientais e sociais como resposta a críticas nutricionais, ambientais e trabalhistas das quais a marca eventualmente é alvo.

Para a metodologia, adotamos a revisão narrativa (Rother, 2007), tratando de maneira interdisciplinar as áreas de Comunicação, Saúde, Publicidade e Marketing. O estudo parte de um referencial teórico para compreender o healthwashing e, com método indutivo, realiza um estudo de caso (Yin, 2001) sobre o McDonald's. A análise considera a inserção da saúde e bem-estar nos discursos sociais contemporâneos, especialmente sob a lógica neoliberal e os critérios de ESG (ambiental, social e governança). Como o healthwashing transcende a atuação direta de instituições ligadas à saúde, o foco recai sobre as escolhas discursivas da marca e seus interesses na construção simbólica de sua imagem pública.

No tocante à fundamentação teórica, a discussão se ancora na interseção entre Comunicação e Saúde, compreendendo a comunicação como direito essencial à efetivação da saúde pública (Araújo & Cardoso, 2007). A saúde é abordada desde concepções biomédicas tradicionais até definições ampliadas, como a da OMS, de 1946, que inclui bem-estar físico, mental e social, com apoio de autores como Paim (2009) e Almeida Filho (2011). No Brasil, a saúde é garantida pelo SUS como um direito de cidadania e dever do Estado (Constituição da República Federativa do Brasil, 2020). A comunicação, nesse campo, funciona como poder simbólico e espaço de disputa de hegemonias, especialmente quando apropriada pelo setor privado. Nessa seara, Stevanim e Murtinho (2021) defendem a comunicação plena, plural e democrática como base para o bem coletivo, ainda que Comunicação e Saúde enfrentem obstáculos quanto à sua consolidação enquanto direitos efetivos.

Em estudos mais recentes sobre o fenômeno, Azevedo et al. (2024) entendem que o healthwashing é caracterizado por uma forma de desinformação que ludibria o consumidor, visando impulsionar o consumo por meio de discursos sobre saúde. Essa estratégia se manifesta, sobretudo, pela Publicidade de Causa (Pompeu, 2021, 2023), sendo análoga ao greenwashing, em que há apropriação de causas sociais ou ambientais sem compromisso genuíno com transformações estruturais.

Saúde e bem-estar ganharam relevância no pós-pandemia, tornando-se temas centrais em disputas narrativas entre diferentes atores sociais. O aqui denominado "Méquiwashing" exemplifica como o McDonald's constrói valor simbólico ao associar suas práticas oriundas do próprio modelo de negócio à responsabilidade social, ocultando ou suavizando críticas à exploração de mão-de-obra jovem e pouco qualificada, à composição de seus produtos e a recuos em políticas de diversidade.

Apesar do McDonald's já a alguns anos divulgar um alinhamento com valores associados a promoção social e desenvolvimento sustentável no Brasil (UOL, 2023), um olhar mais atento às movimentações da empresa revelam, no entanto, uma companhia multinacional que, a depender das condições geopolíticas e sociais externas - por exemplo, após a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos - não hesita em começar a adotar posturas mais conservadoras e implementar mudanças radicais de posicionamento e organização interna (Fast Company Brasil, 2025) e, dessa forma, escancaram o dilema das empresas privadas frente às causas sociais, uma vez que para essas companhias o lucro sempre será prioridade em relação a qualquer iniciativa de promoção social.

Referências

Almeida Filho, N. (2011). *O que é saúde*. Editora Fiocruz.

Araújo, I. S., & Cardoso, J. M. (2007). *Comunicação e Saúde*. Editora Fiocruz.

Azevedo, S. T., Azevedo, L. A. & Souza, G. A. (2024). Healthwashing como tendência da publicidade de marcas corporativas: estudo semiótico da jornada do autismo. Em A. Camargo, A. Suing, & J. Hidalgo (Coords.), *Mercado & tecnologia* (1a ed., pp. 260-287). Ria Editorial. http://www.riaeditorial.com/livro/mercado-e-tecnologia

Azevedo, S. T., Carvalho, M. A. V., Hasselmann, L. G. L., Lobo, G. M. B. & Souza, G. A.(2025). A ressaca do pós-treino: perspectivas críticas acerca da publicidade da cerveja beer protein. Em A. Camargo, & J. Hidalgo (Coords.), *Mercadotecnologia* (1a ed., pp. 58-88). Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/mercadotecnologias

Constituição da República Federativa do Brasil. (2020). Edições Câmara.

UOL. (2023). ESG também tem o M de Méqui. https://www.uol.com.br/ecoa/especiais/conteudo-de-marca/mcdonalds-esg-tambem-tem-o-m-de-mequi.htm#page1

Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., & Soares, G. R. L. (2020). Concepts and forms of greenwashing: a systematic review. *Environmental Sciences Europe, 32*(19). https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3

Heiss, R., Naderer, B., & Matthes, J. (2021). Healthwashing in high-sugar food advertising: the effect of prior information on healthwashing perceptions in Austria. *Health Promotion International, 36*(4), 1029-1038. https://doi.org/10.1093/heapro/daaa121

Laufer, W. (2003). Social accountability and corporate greenwashing. *Journal of Business Ethics, 43*, 253-261.

Paim, J. (2009). *O que é o SUS*. Editora Fiocruz.

McDonald's Brasil. (2026). Receita do futuro. https://www.mcdonalds.com.br/quemsomos/desenvolvimentosustentavel

Pompeu, B. (2021). Publicidade pós-causa: o poder da linguagem publicitária. *Rizoma, 9*(2). https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/17036

Pompeu, B. (2023). Busca da genealogia da publicidade de causa. *Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia, 11*(24), e023023.

Rother, E. T. (2007). Revisão sistemática X revisão narrativa. *Acta Paulista de Enfermagem, 20*(2). https://doi.org/10.1590/S0103-21002007000200001

Stevanim, L. F., & Murtinho, R. (2021). *Direito à comunicação e saúde*. Editora Fiocruz.

Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Bookman.

"Faz um Instagram e vai dar tudo certo": lógica algorítmica e priorização do lacre na comunicação contemporânea

Milena Carolina de Almeida
milena.almeida@unesp.br
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho

A crescente centralidade das plataformas digitais na organização da vida social transformou profundamente as formas de interação, circulação de informações e produção de reconhecimento. Nesse contexto, plataformas como Instagram, Facebook, TikTok e LinkedIn deixaram de ocupar uma posição periférica para se consolidarem como infraestruturas fundamentais da comunicação contemporânea, influenciando práticas profissionais, relações institucionais e processos de construção identitária (Van Dijck et al., 2018). Paralelamente à expansão dessas tecnologias, difundiram-se narrativas que atribuem às plataformas capacidades amplas de transformação social. Entre elas, destaca-se a recorrente expressão "faz um Instagram que vai dar tudo certo", frequentemente mobilizada como resposta a desafios relacionados à comunicação, à visibilidade e ao sucesso profissional.

Este trabalho propõe interpretar esse enunciado não como uma simples recomendação comunicacional, mas como um artefato cultural capaz de condensar racionalidades características da sociedade plataformizada. O objetivo consiste em compreender como crenças socialmente compartilhadas acerca

da eficácia da visibilidade digital passam a orientar modos de compreender reconhecimento, legitimidade e inserção social. Trata-se de um ensaio teórico que utiliza a frase como operador analítico para interpretar transformações socioculturais associadas à plataformização da vida cotidiana, sem pretender investigar empiricamente sua circulação.

A discussão parte da crítica ao solucionismo tecnológico formulada por Morozov (2018), segundo a qual problemas complexos passam a ser reinterpretados como questões passíveis de solução por tecnologias digitais. Essa racionalidade contribui para naturalizar a ideia de que a simples adesão às plataformas seria suficiente para superar dificuldades relacionadas à comunicação, ao empreendedorismo ou à construção de reputação. Entretanto, argumenta-se que a legitimidade dessas promessas depende não apenas das capacidades técnicas das plataformas, mas também da produção de significados culturalmente compartilhados.

Nesse sentido, o artigo mobiliza o conceito de imaginários sociotécnicos de Jasanoff e Kim (2015), compreendidos como visões coletivas que associam determinadas tecnologias à realização de futuros desejáveis. A crença de que a presença digital constitui condição necessária para o reconhecimento social pode ser compreendida como expressão de um imaginário sociotécnico que aproxima visibilidade, relevância e sucesso. Tal perspectiva dialoga com os estudos sobre plataformização (Van Dijck et al., 2018), capitalismo de plataforma (Srnicek, 2017) e capitalismo de vigilância (Zuboff, 2020), evidenciando que essas promessas simbólicas se articulam a infraestruturas econômicas baseadas na captura de dados e na organização algorítmica da circulação social.

A análise também incorpora as contribuições de Foucault (2008) acerca da subjetivação e da governamentalidade para compreender como tais imaginários passam a orientar formas de governo de si. Nessa direção, propõe-se a categoria analítica sujeito-plataforma, definida como o sujeito que

organiza sua autocompreensão segundo princípios de visibilidade, mensuração, circulação e otimização próprios das plataformas digitais. Mais do que usuários de tecnologias, esses sujeitos incorporam critérios de avaliação baseados na exposição permanente e na gestão contínua da própria presença pública.

Conclui-se que parte do poder das plataformas digitais não reside exclusivamente em seus algoritmos ou dispositivos técnicos, mas na capacidade de produzir imaginários que naturalizam a visibilidade como condição privilegiada para o reconhecimento social. Ao deslocar o foco das plataformas para as crenças que lhes conferem legitimidade, o estudo contribui para compreender a plataformização como processo simultaneamente tecnológico, cultural e subjetivo, evidenciando seu papel na constituição de formas contemporâneas de existência social.

Referências

Foucault, M. (2008). *Segurança, território, população: curso dado no Collège de France (1977-1978)*. Martins Fontes.

Morozov, E. (2018). *Para salvar tudo, clique aqui: a loucura do solucionismo tecnológico*. Companhia das Letras.

Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataforma*. Caja Negra.

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: public values in a connective world*. Oxford University Press.

Zuboff, S. (2020). *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Intrínseca.

A tecnologia digital na gestão de pessoas e sua inter-relação com a competência em informação, midiática e digital: caso da Secretaria da Fazenda de Bauru (SP)

Fernando Cesar Calore
fernando.calore@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Celia Maria Retz Godoy dos Santos
celia.retz@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Atualmente, muitos gestores públicos enfrentam desafios no desenvolvimento de competências em informação, midiática e digital, quadro que é agravado pela ausência de treinamento específico, podendo resultar em decisões fundamentadas em dados inadequados ou mal interpretados (Pereira & Silva, 2020). Apesar do aumento no acesso a dados digitais, a carência na habilidade de filtrar e utilizar essas informações de maneira eficaz persiste, sendo a capacidade de distinguir entre fontes confiáveis e não confiáveis crucial para decisões precisas. Embora a adoção de tecnologias digitais esteja crescendo, o uso pleno de plataformas de gestão e análise de dados ainda encontra dificuldades, o que pode afetar a eficácia na gestão de pessoas (Perides et al., 2020). Visto que a gestão pública exige interação constante entre equipes, as competências midiáticas tornam-se essenciais para assegurar

uma comunicação clara, embora sua aplicação ainda possa ser insuficiente, comprometendo a colaboração.

Nesse cenário, a Competência em Informação em Midiática refere-se a um conjunto de comportamentos e habilidades que possibilitam o uso eficaz da informação para construir conhecimento e impactar a realidade social. Segundo Dudziak (2003 e 2016), a competência em informação (Coinfo) é um processo contínuo de internalização de fundamentos conceituais e atitudinais necessários para a interação permanente com o universo informacional. Complementarmente, a Competência Midiática compreende a capacidade de utilizar informações dos meios de comunicação de forma crítica (Ferrés & Piscitelli, 2015), enquanto a Competência Digital refere-se à habilidade de acessar, consumir, analisar e produzir conteúdos em mídias sociais (Belluzzo, 2023). E, essa inter-relação entre essas competências constitui o diferencial dos profissionais nos ambientes organizacionais contemporâneos. De tal modo, o objetivo deste estudo é mapear a situação dos gestores públicos estaduais quanto a essas competências, fundamentais para lidar com os desafios na tomada de decisões e na gestão de pessoas, destacando como relevante o fato de a tecnologia digital estar revolucionando a gestão de pessoas, otimizando recrutamento, seleção e capacitação, mas exigindo que profissionais busquem e apliquem informações de maneira crítica (Belluzzo, 2023).

A pesquisa adota, primeiramente, uma revisão narrativa para suporte teórico, e em seguida, um estudo de caso com investigação documental e entrevistas com gestores (Yin, 2015), apoiado na técnica dos incidentes críticos de Flanagan (como citado em Byrne, 2001). Ao final, os dados serão analisados a partir do cruzamento de evidências com a sustentação teórica via triangulação de dados. Os resultados parciais indicam que as competências digitais, midiáticas e informacionais estão interligadas e são essenciais para a gestão de pessoas, pois melhoram a comunicação, incentivam o desenvolvimento contínuo, aumentam a produtividade e garantem a segurança da informação.

Além disso, promovem a inovação e auxiliam na adaptação às mudanças tecnológicas, contribuindo para um ambiente de trabalho assertivo. Conclui-se que a tecnologia digital é de suma importância na gestão de pessoas por possibilitar a otimização de processos e facilitar decisões estratégicas. Observa-se que a partir da integração dessas competências, promove-se um ambiente de trabalho mais adaptável ao contexto organizacional contemporâneo, especialmente em instituições públicas. Portanto, a inter-relação dessas competências é o que assegura a evolução e a resiliência das organizações frente à dinâmica da era digital, embora essas competências midiáticas não atuem isoladamente, elas funcionam como um pilar que, junto às demais competências informacionais, fortalece a segurança na gestão de pessoas e a resiliência institucional frente aos desafios da era digital

Referências

Belluzzo, R. C. B. (2020). Competência em informação: Das origens às tendências. *Informação & Sociedade: Estudos, 30*(4), 1-28

Belluzzo, R. C. B. (2023). Competência em informação, midiática e digital: Reflexões desde suas origens às principais tendências em espaços econômicos, educacionais e culturais na era digital. *Informatio, 28*(2), 1-25.

Byrne, M. (2001). Critical incident technique as a qualitative research method. *AORN Journal, 74*(4), 536-539.

Dudziak, E. A. (2016). Políticas de competência em informação: Leitura sobre os primórdios e a visão dos pioneiros da information literacy. Em F. M. M. Alves (Orgs.), *Competência em informação: Políticas públicas, teoria e prática* (pp. 19-50). Editora UFBA.

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2015). Competência midiática: Proposta articulada de dimensões e indicadores. *Lumina, 9*(1), 1-16.

Yin, R. K. (2015). *Estudo de caso: Planejamento e métodos* (5ª ed.). Bookman

As contribuições da cultura maker para a democratização do acesso à tecnologias assistivas: uma análise da inserção desse modelo de criação e circulação de projetos no mercado da acessibilidade

Bruna Pek Muy Sung
bruna.sung@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Dorival Campos Rossi
dorival.rossi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) divulgou no Censo Demográfico de 2022 que existem cerca de 18.6 milhões[1] de pessoas com deficiência no Brasil, esse número se divide internamente em subgrupos diversos que representam diferentes necessidades, tipos de deficiência, faixas etárias, realidades sociopolíticas e econômicas. Apesar dos avanços legislativos e sociais a realidade da inclusão e da acessibilidade no país ainda se demonstra muito distante do ideal e do que seria coerente com uma realidade verdadeira inclusiva.

1. Os dados são do módulo Pessoas com deficiência, da Pnad Contínua 2022 e consideram a população acima de 2 anos de idade

O mercado da acessibilidade na sua configuração atual é um exemplo prático de uma discordância causada pela falta da compreensão completa do conceito de acessibilidade, que deve ser considerada na completude do processo, isto é, desde as etapas iniciais de projeto à distribuição dos produtos. Embora usualmente não seja vista como, o acesso à tecnologias assistivas é um direito constitucional previsto pela Constituição Federal[2] desde 2015 (*Lei nº 13.146*, 2015) que não tem sido cumprido ou viabilizado para uma grande parte da população com deficiência. A autora Andressa Marchesan (2017) complementa Salete Fábio Aranha (2001) em seu posicionamento da inclusão como um processo colaborativo que necessita da mobilização conjunta entre indivíduo e sociedade, uma vez que o processo envolve intervenções voltadas tanto para o desenvolvimento do indivíduo quanto para a reorganização das estruturas sociais. É portanto, uma responsabilidade social repensar essa configuração mercadológica como maneira de contribuir para o cumprimento desse direito.

Em meio à esse cenário, existe um movimento que desde sua origem parte de uma reação contrária à tendências mercadológicas e metodologicas: o *Movimento Maker*. Esse movimento é uma vertente que resgata premissas do movimento do "*Do-It-Yourself* " que se origina na década de 1960 como resposta direta e subversiva ao consumismo alienante, antes de ter sido apropriado e produtificado pelo próprio mercado vigente (Solomon, 2013) o desvinculando de sua ideologia primária. O "Manifesto do Movimento Maker" escrito por Mark Hatch (2014) propõe como pilares do movimento: *Make* (a criação como parte essencial da experiência humana), *Share* (como o compartilhamento do que se sabe e do que se produz e tornar a prática colaborativa), *Give* (no sentido de poder passar para frente aquilo que foi feito e ensinado), *Learn* (como compromisso de renovação e produção de conhecimento), *Tool up* (ter as ferramentas certas), *Play* (se divertir no processo), *Participate* (se integrar no movimento e apresentar o mesmo aos outros que

2. Lei nº 13.146/2015, complementada pelo Decreto nº 6.949/2009

se interessarem), *Support* (apoie o movimento de todas as maneiras possíveis), *Change* (não tema à mudança).

A própria estruturação básica do modelo devolve, portanto, para o processo metodológico a consciência da potência do fazer como fator de impacto e mudança social, a lógica circular proposta pelo mesmo garante um posicionamento de autonomia coletiva e colaborativa, de forma que, sociedade, indivíduo, mercado e projeto se posicionem cooperativamente para que se alcance melhores soluções para o todo em união. A atual popularização e o barateamento de ferramentas e tecnologias de criação[3] foram um fator importante para viabilizar e impulsionar esse movimento que rapidamente vem se fortalecendo, ocupando e modificando o mercado, inclusive o da acessibilidade, foco principal desse artigo.

Espaços como os *FAB LABs*, idealizados pelo professor Neil Gershenfeld dentro do MIT (Instituto de Tecnologia de Massachusetts), contribuem com essa demanda ferramentária e servem como sedes para esse modelo de criação. Distribuídos pelo mundo inteiro permitem a construção de um ecossistema internacional que reúne o conhecimento de uma rede enorme de "Fazedores" além de permitir uma cobertura geografica extensa, fator benéfico quando falamos de democratização do acesso. Dentro dessa rede, em 2025 foi registrado em Bauru, o *FAB Care* (https://fab.cba.mit.edu), um laboratório focado no desenvolvimento de Tecnologias Assistivas, exemplificando a intencionalidade da atuação do movimento na pauta da inclusão e acessibilidade. Ao cruzar essas contextualizações é possível perceber que a filosofia Maker vem criando soluções para as lacunas paradoxais (previamente mencionadas) atuais do mercado da acessibilidade, que vão ser apresentadas com mais profundidade nesse artigo.

3. São exemplos dessas tecnologias: as Impressoras 3D, máquinas de corte a laser, máquinas CNC, entre outras

Referências

CITeBauru. (n.d.). *FabLab*. https://citebauru.com.br/fablab/

Hatch, M. (2014). *The maker movement manifesto: rules for innovation in the new world of crafters, hackers, and tinkerers*. McGraw-Hill Education.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2023). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: Pessoas com deficiência 2022*. IBGE. Biblioteca Digital do IBGE.

Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Presidência da República. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm

Marchesan, A., & Carpenedo, R. F. (2021). Capacitismo: Entre a designação e a significação da pessoa com deficiência. *Trama, 17*(40), 56-66. https://doi.org/10.48075/rt.v17i40.26199

Solomon, E. (2013). Craftivism and the professional-amateur: A literature review on do it yourself activist craft culture. *PsychNology Journal, 11*(1), 11-20. https://www.psychnology.org/File/PSYCHNOLOGY_JOURNAL_11_1_SOLOMON.pdf

Democratizando a fabricação digital em Fab Labs: o uso de agentes de IA no apoio ao projeto

João Ariedi
joaoariedi@gmail.com
FIAP

Dorival Rossi
dorival.rossi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A difusão dos agentes de inteligência artificial (IA), construídos sobre modelos de linguagem de grande porte (LLMs), acelerou drasticamente duas categorias de atividades centrais do trabalho contemporâneo: a síntese de informação e a produção de conteúdo. A exposição a essas tecnologias ocorre no nível das tarefas, e não das ocupações (Eloundou et al., 2023), em um duplo movimento de deslocamento e criação de tarefas (Acemoglu & Restrepo, 2019). Este trabalho sustenta que tal reconfiguração não constitui apenas uma 'mudança de paradigma': recuperando a distinção estrutural entre o eixo das substituições e o eixo das combinações (Saussure, 2006), propõe-se que se trata de uma transição de sintagma, na qual elos inteiros da cadeia de atividades cognitivas são absorvidos pela camada agêntica e a tomada de decisão passa a ser a responsabilidade maior da cognição humana.

Os laboratórios de fabricação digital (Fab Labs) constituem um microcosmo privilegiado para discutir esse fenômeno. Criados para democratizar o

acesso às tecnologias de fabricação pessoal (Gershenfeld, 2005), esses espaços dependem, contudo, de um ciclo frágil de capacitação: o conhecimento necessário para projetar e operar equipamentos como a cortadora a laser é tácito, situado e transmitido pessoa a pessoa (Lave & Wenger, 1991; Nonaka & Takeuchi, 1995). Quando o usuário capacitado se desliga, o laboratório precisa recomeçar a capacitação, e a barreira técnica de projeto restringe o uso do equipamento a poucos iniciados, produzindo perda recorrente de conhecimento e subutilização da infraestrutura.

Este artigo propõe discutir o papel dos agentes de IA no apoio ao projeto como via de democratização desses espaços. Na configuração em discussão, o usuário descreve, em linguagem natural, o que deseja fabricar, e um conjunto de agentes elabora o desenho vetorial, verifica restrições de máquina e de material e entrega o arquivo pronto para o corte, mantendo o humano na posição de decisor, que avalia, ajusta e aprova. Mais do que ferramenta de acesso, uma interface desse tipo operaria como repositório vivo do conhecimento tácito do laboratório, externalizado em regras, verificações e exemplos, na espiral de conversão entre conhecimento tácito e explícito (Nonaka & Takeuchi, 1995).

A proposta abre a agenda de discussão que o artigo pretende desenvolver. Se os elos de síntese e produção são absorvidos pela camada agêntica, o que distingue os usuários bem-sucedidos deixa de ser o domínio da ferramenta e passa a ser a qualidade da intenção: formular o problema, especificar requisitos, avaliar propostas e assumir a responsabilidade pela decisão, núcleo da noção de competência como tomar iniciativa e assumir responsabilidade diante de eventos (Zarifian, 2001). Caberia então perguntar: quais perfis de competências serão mais produtivos nesse novo arranjo do trabalho de projeto? A barreira técnica que hoje seleciona executores especializados daria lugar a um regime que favorece perfis decisórios? E o que se perde, em termos de

aprendizagem situada, quando parte da complexidade formativa é absorvida pelo agente (Lave & Wenger, 1991)?

Essas questões orientam pesquisa de mestrado em desenvolvimento, cujo objetivo é caracterizar o perfil de competências dos usuários de um Fab Lab universitário antes e depois da introdução de uma interface agêntica na cortadora a laser, posicionando-os no espectro entre orientação decisória e execução especializada e comparando acesso e produtividade nos dois regimes. O artigo propõe, assim, menos um relato de resultados e mais um convite à discussão: compreender a democratização da fabricação digital não apenas como acesso a máquinas, mas como redistribuição das competências que o novo sintagma do trabalho de projeto exige.

Referências

Acemoglu, D., & Restrepo, P. (2019). Automation and new tasks: How technology displaces and reinstates labor. *Journal of Economic Perspectives, 33*(2), 3-30. https://doi.org/10.1257/jep.33.2.3

Eloundou, T., Manning, S., Mishkin, P., & Rock, D. (2023). *GPTs are GPTs: An early look at the labor market impact potential of large language models*. arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.2303.10130

Gershenfeld, N. (2005). *Fab: The coming revolution on your desktop: From personal computers to personal fabrication*. Basic Books.

Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated learning: Legitimate peripheral participation*. Cambridge University Press.

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.

Saussure, F. de. (2006). *Curso de linguística geral* (27a ed.). Cultrix.

Zarifian, P. (2001). *Objetivo competência: Por uma nova lógica*. Atlas.

Campanha permanente e gestão estratégica da imagem pública: conceitos, disputas teóricas e transformações na comunicação política contemporânea

Thamiris Franco Martins
thamiris_franco@hotmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Luiz Ademir de Oliveira
luizoli@ufsj.edu.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Fernando de Resende Chaves
chavesfernandorc@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Diego Felipe Garcia
diegophelipe@yahoo.com.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

O artigo discute o conceito de Campanha Permanente a partir de uma revisão teórica da literatura de Comunicação Política, bem como as possibilidades de operacionalização metodológica. O objetivo é examinar as diferentes formulações do termo, suas origens no contexto norte-americano e os deslocamentos conceituais ocorridos com a expansão da mídia digital e das redes sociais. O texto recupera autores clássicos, como Sidney Blumenthal (1980)

e Heclo (2000) e dialoga com contribuições posteriores que associam a campanha permanente à midiatização da política, à personalização da liderança e à lógica de visibilidade contínua dos atores governamentais. Argumenta-se que o conceito passou de uma descrição do comportamento eleitoral dos governos para uma categoria analítica mais ampla, utilizada para interpretar práticas de comunicação, gestão de imagem e disputa simbólica no ambiente midiático contemporâneo. O artigo também problematiza o conceito, discutindo as diferenças entre comunicação governamental e comunicação eleitoral. Nesse contexto, a Campanha Permanente permanece um conceito relevante para compreender a política contemporânea, quando empregada com rigor conceitual, metodológico e compreendendo as especificidades históricas e midiáticas de cada contexto.

A Comunicação e a Política são campos cada vez mais próximos. A mídia modificou o modo tradicional da política, surgindo novas formas de sociabilidade, decorrentes do processo de globalização, da mundialização da cultura e da emergência das tecnologias digitais. A relação entre mídia e política se faz cada vez mais presente em uma sociedade midiatizada. Na simbiose entre os dois campos, a espetacularização está cada vez mais presente, os atores políticos, ao se adaptarem ao campo midiático, recorrem a mecanismos lúdicos, emocionais e personalistas para conquistarem e se manterem no poder constantemente (Martins, 2020). Nesse contexto, os profissionais da Comunicação recorrem a diferentes técnicas de *marketing* a fim de contribuir para construção da imagem pública, uma dessas técnicas é o uso da Campanha Permanente. Diante desse cenário, torna-se relevante discutir o conceito de campanha permanente e compreender como essa estratégia tem sido mobilizada na construção da imagem pública.

Logo, nesse ambiente complexo e de virtual ubiquidade comunicacional, a relação entre mídia e política acontece ininterruptamente, uma vez que nas democracias liberais o poder deve ser conquistado diariamente e isso

se faz por meio da construção e da difusão de imagens públicas dos atores políticos. Assim, pode-se afirmar que, nas disputas políticas, os discursos já começam a ser construídos e desconstruídos antes do período eleitoral. Chama-se esse processo de campanha permanente (Blumenthal, 1980; Lilleker, 2007; Noguera, 2001). O conceito de campanha permanente, de acordo com Darren G. Lilleker (2007), refere-se ao uso dos recursos disponíveis no trabalho por parte dos indivíduos e organizações eleitas - governos, partido do governo, membros do parlamento, congressistas ou outros representantes - a fim de se constituir e manter o apoio popular.

Os partidos políticos estão envolvidos em constante campanha permanente - uma competitividade ininterrupta para vencer o ataque da mídia, os adversários, levantar fundos, persuadir a opinião pública, promover uma agenda, mantendo e conquistando o apoio eleitoral. A campanha permanente tornou-se norma para os partidos políticos que acabaram de vencer uma eleição para dar continuidade, como se, por exemplo, a campanha nunca tivesse parado. É preciso lembrar que os líderes políticos e os estrategistas vêm utilizando essa técnica, ainda que sem propósito calculado.

Marland et al. (2017) observam que a campanha permanente (constante, contínua, ininterrupta, perpétua e interminável) requer uma mentalidade de que os esforços para vencer a reeleição comecem imediatamente após o dia da eleição. Isso ocorre pelo desejo de obter uma cobertura favorável da mídia e manter o apoio. Pesquisas de opinião pública e conquistas de votos são fatores que devem ser pensados como se o resultado da próxima eleição estivesse em jogo. De forma mais profunda, campanha permanente pode ser entendida como o uso de todos os recursos disponíveis pelos governantes com o propósito de alcançar apoio popular. Estratégias e técnicas usadas no contexto de campanha são aplicadas durante o governo. O pensamento é que, para implementar uma agenda política e ser reeleito, o partido do governo deve ser evidenciado com mais frequência. Nesse contexto, o uso de recursos

públicos para publicidade governamental, marcas, contato direto com eleitores, mídia social e pesquisa de opinião pública merecem ser analisados minuciosamente. Assim, os estudos da Comunicação voltados para essa temática contribuem para mostrar de forma científica como essa estratégia vem sendo aplicada em diferentes contextos por profissionais da Comunicação e pelos agentes públicos e para isso se faz necessário um estudo teórico-conceitual daí a importância desse artigo.

Referências

Blumenthal, S (1980). *The permanent campaign: Inside the world of elite political operatives*. Beacon Press.

Heclo, H. (2000). Campaigning and governing: A conspectus. In N. J. Ornstein, & T. E. Mann (Eds.), *The permanent campaign and its future* (pp. 1-37). American Enterprise Institute and The Brookings Institution.

Lilleker, D. G (2007). *Key concepts in political communication*. Sage Publications.

Marland, A., Giasson, T., & Esselment, A. L. (2017). *Permanent campaigning in Canada: communication, strategy, and politics*. UBC Press.

Martins, T. F. (2020). *Campanha permanente, visibilidade midiática e propaganda política: um estudo das estratégias comunicacionais dos candidatos Lula/Haddad (PT) e Bolsonaro (PP, PSC, PEN e PSL) de 2015 a 2018* [Tese de doutorado, Universidade Paulista].

Noguera, F. (2001). La campaña permanente. In R. Izurieta, R. M. Perina, & F. C. Arterton (Eds.), *Estrategias de comunicación para gobiernos* (pp. 83-108). Unidad para la Promoción de la Democracia de la Organización de los Estados Americanos & George Washington University.

Construção de imagem organizacional sustentável via *greenwashing*: estudo de caso do discurso verde da marca Farm

Marta Cardoso de Andrade
dramartaandrade@gmail.com
Universidade Salvador
Universidade do Estado da Bahia

A sustentabilidade é um dos temas que mais se discute em termos globais, sendo as organizações e as marcas pressionadas para praticá-la.

Em tempos de crise climática, o debate ficou cada vez mais acirrado, culpando-se principalmente as empresas pelas atuações predatórias junto ao ambiente natural.

Em 1997, o considerado mundialmente como sendo o pai da Sustentabilidade, Elkington (2012), estipulou o *triple bottom line*, conhecido no Brasil como o tripé da Sustentabilidade, que é composto pelo ambiental, social e o econômico.

Observa-se que as empresas, por demanda da sociedade e dos seus *stakeholder*, necessitam incluir em suas práticas algo associado à responsabilidade social e/ou à da ambiental, uma vez que à econômica já é executada com eficácia e eficiência. Contudo, nem sempre aquelas possuem essas práticas, mas devido a referida pressão, o fazem apenas em nível discursivo, o que terminam por cometer o *greenwashing*, ou seja, isso acontece quando

uma organização, pertencente a qualquer setor, divulga práticas ambientais positivas e, na verdade, essa é possuidora de atuação contrária ou neutra aos interesses ambientais (Ribeiro & Epaminondas, 2010).

A indústria da moda, há muito tempo, tem sido um terreno fértil para expressões criativas e inovações estéticas. No entanto, nos últimos anos, uma sombra se estende sobre o brilho das passarelas e os visuais deslumbrantes das coleções sazonais.

A ascensão do *greenwashing* na moda revela uma desconexão entre o discurso proclamada pelas empresas e a realidade de suas práticas sustentáveis. Assim, enquanto se verbaliza compromisso ambiental e social, muitas vezes, o que está em exibição são estratégias de marketing vazias, assumindo uma postura de fachada que mascara práticas menos responsáveis e perigosas.

O *greenwashing*, além de ser uma prática enganosa, possui implicações profundas e prejudiciais tanto para o meio ambiente quanto para as comunidades envolvidas. Ao apresentar uma imagem falsa de responsabilidade ambiental, as empresas podem desviar a atenção de práticas insustentáveis, contribuindo assim para a perpetuação de sistemas que negligenciam os impactos prejudiciais da produção em massa.

Este artigo analisa o *greenwashing* na indústria da moda, focando o apresentando em termos de sustentabilidade pela Farm, uma marca reconhecida no cenário da moda brasileira.

O objetivo do estudo é analisar o exposto, no tocante da sustentabilidade, pela Farm em seu Relatório Sustentável 2022 e como esta constrói imagem discursiva através daquela.

Utilizou-se, para tanto, o método de estudo de caso único, coletando-se dados a partir da pesquisa documental - investigação do referido Relatório e de materiais publicados na mídia. Para examiná-los, usou-se a Análise do Discurso na linha francesa. Além disso, a aplicação da análise do discurso na

linha francesa visa desvelar nuances linguísticas acerca da sustentabilidade no publicado pela Farm.

A relevância desta investigação não se limita à exposição de práticas enganosas, mas se estende à promoção de uma análise crítica que alerte acerca dessas práticas antiéticas como é o caso das praticadas pela Farm. À medida que se explora a importância da veracidade das informações divulgadas pelas empresas sustentáveis, vislumbra-se ainda a possibilidade de um caminho mais ético e responsável para a moda, onde as ações estejam alinhadas às palavras proclamadas, como também a formação de imagem positiva com base em lastro real de ações praticadas. Este é um trabalho que versa sobre ir para além das aparências, desvendar o *greenwashing* e, assim, pavimentar o caminho para uma moda que verdadeiramente honre seus compromissos com a sustentabilidade, afinal, só assim, será de fato, sustentável.

Referências

Elkington, J. (2012). *Sustentabilidade: canibais com garfo e faca*. MBooks.

Ribeiro, R. A. C., & Epaminondas, L. M. R. (2010). *Das estratégias do Green Marketing à falácia do greenwashing: a utilização do discurso ambiental no design de embalagens e na publicidade de produtos* [Trabalho apresentado]. V Encontro Nacional da ANPPAS. Florianópolis.

Farm. (2023). *Relatório de Sustentabilidade 2022*. https://cf.farmriosoma.farmrio.com.br/sustentabilidade/_conteudo_site/_transparencia/FAR008_diagramacao_210606.pdf

De la interfaz al ritual: implicación fan plataformizada en Beyoncé, Charli XCX y Lady Gaga

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

Andrés Navarro-Garrido
andresnavarrogarrido@uma.es
Universidad de Málaga

Sevie Pastrana-Crespillo
seviepc@uma.es
Universidad de Málaga

La promoción musical contemporánea se desarrolla en un ecosistema donde las plataformas enlazan la escucha con la imagen pública y la conversación social. Cada lanzamiento activa una temporalidad propia que continúa mediante actuaciones y publicaciones, mientras los seguidores la amplían con remezclas, memes, coreografías o archivos colectivos. La cultura participativa permitió comprender tempranamente esta capacidad de apropiación y circulación de los públicos (Jenkins, 1992, 2006). La consolidación de las plataformas introduce una condición adicional. Las interfaces orientan las prácticas y registran las respuestas como datos; sus sistemas de ordenación someten además la visibilidad a criterios opacos (Bucher, 2012, 2018;

Nieborg & Poell, 2018; Poell et al., 2019; van Dijck & Poell, 2013). En el *fandom* musical, esta mediación afecta a prácticas incorporadas al cuerpo y a la memoria biográfica, pero también a los modos de reconocimiento comunitario (Baym, 2018; Duffett, 2014).

Este estudio analiza cómo las plataformas digitales intervienen en la transformación de una práctica fan situada en un repertorio compartido. Compara tres eras recientes del pop anglófono transnacional: *Renaissance* de Beyoncé, *Brat* de Charli XCX y *Mayhem* de Lady Gaga. La hipótesis sostiene que las plataformas participan en la producción de comunidad al proporcionar recursos que facilitan la reproducción de las prácticas y su reconocimiento. A la vez, distribuyen la visibilidad y condicionan qué aportaciones alcanzan los canales oficiales. La propuesta conecta los estudios de *fandom* con la investigación sobre plataformización (Booth, 2015; Gray et al., 2007; Hills, 2002; Nieborg & Poell, 2018; Poell et al., 2022). También atiende a la lógica imitativa del vídeo breve, donde una pauta reconocible puede expandirse mediante variaciones sucesivas (Shifman, 2014; Zulli & Zulli, 2022).

La investigación adopta un diseño cualitativo comparativo de casos múltiples con unidades incrustadas (Stake, 1995; Yin, 2018). El periodo de observación abarca de julio de 2022 a noviembre de 2025. El corpus reúne doce secuencias públicas, cuatro por caso. *Renaissance* incluye el montaje inaugural de TikTok con «Break My Soul», la coreografía de «Cuff It», el código plateado y la *mute challenge*. En *Brat* se examinan el *Brat Generator* y el *Brat Wall*, junto con la danza de «Apple» y la expansión memética de su identidad visual. *Mayhem* incorpora la cuenta atrás interactiva, la *Little Monster Press Conference*, la convocatoria de Mastercard alrededor de «Abracadabra» y Project MAYHEM. La base documental combina contenidos institucionales con publicaciones abiertas de seguidores. También incorpora registros audiovisuales e interfaces web, contrastados mediante fuentes periodísticas y estudios previos (Martín-Martín et al., 2026; Pérez-Rufí et al., 2025a, 2025b).

El procedimiento reconstruye la cronología de cada secuencia. Después examina la mediación técnica y las huellas de visibilidad, además del traslado a espacios presenciales o canales oficiales (Bengtsson & Edlom, 2021).

Los resultados identifican tres configuraciones. *Renaissance* desarrolla una ritualidad acumulativa: TikTok y los registros móviles preparan conductas concertísticas y conservan la memoria de la gira. La *mute challenge* muestra este recorrido, pues los vídeos enseñan la pauta y la película oficial incorpora después el ritual al archivo de la era (Beyoncé, 2023; Gibson, 2023; Tseng, 2023). *Brat* se organiza mediante una modularidad expansiva. Su gramática visual y la coreografía de «Apple» ofrecen formas reconocibles que admiten apropiaciones sucesivas; el reconocimiento de Charli XCX modifica además la escala de circulación de la danza creada por Kelley Heyer (Demopoulos, 2024; King, 2025). *Mayhem* responde a una mediación selectiva. Spotify organiza el acceso y convierte el saber fan en contenido editorial, mientras Mastercard integra la réplica corporal en una acción de marca. *Project MAYHEM* muestra una iniciativa coordinada desde la comunidad (Pérez-Rufí et al., 2025b).

La comparación confirma que la implicación fan plataformizada funciona como un circuito. Una pauta adquiere forma técnica y circula entre usuarios. Desde ahí puede trasladarse al concierto o a la ciudad antes de regresar a canales oficiales. Ese retorno produce valor afectivo, aunque también integra el *fan labor* en estrategias promocionales (De Kosnik, 2013; Galuszka, 2016; Stanfill, 2019). Las plataformas amplían las posibilidades de participación y contribuyen a conservar la memoria comunitaria, pero distribuyen el reconocimiento de manera desigual. El estudio concluye que la tecnología interviene en la forma de las prácticas y en su circulación. También condiciona la posición que ocupan dentro del relato industrial.

Referencias

Baym, N. K. (2018). *Playing to the crowd: Musicians, audiences, and the intimate work of connection*. NYU Press.

Bengtsson, L. R., & Edlom, J. (2021). Mapping transmedia marketing in the music industry: A methodology. *Media and Communication, 9*(3), 5-14. https://doi.org/10.17645/mac.v9i3.4064

Beyoncé (Directora). (2023). *Renaissance: A film by Beyoncé* [Película]. Parkwood Entertainment; Southpaw Productions.

Booth, P. (2015). *Playing fans: Negotiating fandom and media in the digital age*. University of Iowa Press. https://doi.org/10.2307/j.ctt20p58ks

Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society, 14*(7), 1164-1180. https://doi.org/10.1177/1461444812440159

Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.

De Kosnik, A. (2013). Fandom as free labor. En T. Scholz (Ed.), *Digital labor: The Internet as playground and factory* (pp. 98-111). Routledge.

Demopoulos, A. (2024, 28 de julio). "I invented the Apple dance!" The woman behind Brat summer's viral choreography. *The Guardian*. https://www.theguardian.com/music/article/2024/jul/28/apple-dance-charli-xcx-brat-tiktok

Duffett, M. (Ed.). (2014). *Popular music fandom: Identities, roles and practices*. Routledge.

Galuszka, P. (2016). New economy of fandom. *Popular Music and Society, 39*(1), 25-43. https://doi.org/10.1080/03007766.2014.974325

Gibson, K. (2023, 8 de septiembre). What is Beyoncé's "mute challenge"? All about the viral Renaissance World Tour trend. *People*. https://people.

com/beyonce-mute-challenge-renaissance-world-tour-everything-to-know-7967317

Gray, J., Sandvoss, C., & Harrington, C. L. (Eds.). (2007). *Fandom: Identities and communities in a mediated world*. NYU Press.

Hills, M. (2002). *Fan cultures. Routledge.*

Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.

King, E. (2025, 24 de enero). Wallpaper* Design Awards 2025: Charli XCX's album campaign was a masterclass in culturally impactful marketing. *Wallpaper**. https://www.wallpaper.com/design-interiors/charlixcx-brat-campaign-wins-wallpaper-design-award

Martín-Martín, P., Impelluso-Cortés, P., Higueras-Ruiz, M. J., & Pérez-Rufí, J. P. (2026). *Renaissance* de Beyoncé (2022) como universo cultural: Marketing musical, narrativa transmedia y construcción de marca. *Música Hodie, 26*, e85019.

Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society, 20*(11), 4275-4292. https://doi.org/10.1177/1461444818769694

Pérez-Rufí, J. P., Martín-Martín, P., & Pérez-Rufí, M. I. (2025a). Marketing musical postdigital en la era *Brat* de Charli XCX: Identidad, narrativas transmedia y fenómeno cultural. *Música Hodie, 25*, e82367. https://doi.org/10.5216/mh.v25.82367

Pérez-Rufí, J. P., Sánchez-Carrión, J., Navarro-Garrido, A., Valverde-Maestre, Á. M., & Pérez-Rufí, M. I. (2025b). Lady Gaga y la campaña transmedia de *Mayhem* (2025): estrategias de marca, imagen y participación. En V. Gosciola, G. Sánchez & C. Gois Falandes (Coords.), *Narrativas complexas 2.0* (pp. 401-431). Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/narrativas-complexas-2.0

Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review, 8*(4). https://doi.org/10.14763/2019.4.1425

Poell, T., Nieborg, D. B., & Duffy, B. E. (2022). *Platforms and cultural production*. Polity.

Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT Press.

Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. SAGE.

Stanfill, M. (2019). *Exploiting fandom: How the media industry seeks to manipulate fans*. University of Iowa Press.

Tseng, A. (2023, 1 de septiembre). L.A., here's how to win Beyoncé's mute challenge. The experts weigh in. *Los Angeles Times*. https://www.latimes.com/lifestyle/story/2023-09-01/l-a-heres-how-to-win-beyonces-mute-challenge-the-experts-weigh-in

van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication, 1*(1), 2-14. https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: design and methods* (6.ª ed.). SAGE.

Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society, 24(8), 1872-1890.* https://doi.org/10.1177/1461444820983603

Espontaneidade fabricada: uma análise das publicidades de Ana Paula Renault pós-BBB26

Beatriz Salles
sallesb.98@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Débora Oliveira
deboraom2@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jhonatan Mata
jhonatan.mata@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Thaiana Alves de Almeida
thaiana.alves@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

O Big Brother Brasil (BBB) é considerado o reality show de maior sucesso da televisão brasileira (Fechine, 2009). O programa transformou anônimos em celebridades (Campanella, 2017) e, com o avanço das redes sociais, esse processo foi ampliado. Antes mesmo da estreia do programa, participantes passam a acumular seguidores, aumentando as oportunidades de consolidarem carreiras como influenciadores digitais após o reality.

Os influenciadores digitais surgiram com o advento da web 2.0 e das plataformas digitais, momento em que usuários comuns passam a produzir e

distribuir seus conteúdos consolidando a cultura participativa (Shirky, 2011). A profissão de influência digital surge nesse contexto, a partir da consolidação em 4 etapas: vanguarda, legitimação, institucionalização e profissionalização (Karhawi, 2021).

A edição de 2026 do BBB não foi diferente, trazendo novamente à disputa participantes que estiveram presentes em outras edições. A grande campeã foi Ana Paula Renault, objeto de estudo dessa pesquisa.

A trajetória de Ana Paula foi marcada pelo entrelaçamento entre a figura da ex-BBB e atual BBB, uma vez que participou do mesmo programa em 2016. Porém os finais foram consideravelmente diferentes: em 2016, a jornalista foi expulsa do programa; em 2026, saiu como campeã com 75,94% de aprovação do público. O reencontro com o reality 10 anos depois deslocou a sua trajetória para colocá-la como ativo de interesse para as marcas graças aos destaques relacionados a sua personalidade e estilo, ambos construídos sob uma forte percepção de sinceridade e autenticidade, ancorados na máxima do "ser você mesmo" já evidenciada por estudos como os de Goffman (2025) e de Beger e Luckmann (2014).

O artigo parte desse contexto para analisar a construção intencional de uma suposta espontaneidade nas publicidades protagonizadas por Ana Paula após o fim do programa, em 2026. A partir da análise da materialidade audiovisual (AMA) (Coutinho, 2016) e do conceito de publicidade nativa, conforme discutido por Ebele Wybenga, observa-se como as produções publicitárias se integram à lógica narrativa e estética própria das plataformas, produzindo efeitos de proximidade e espontaneidade que contribuem para naturalizar a mensagem comercial. Nessa perspectiva, a publicidade nativa caracteriza-se pela incorporação da comunicação de marca à linguagem e ao contexto de circulação do conteúdo, reduzindo a distância perceptiva entre a publicidade e a produção considerada espontânea ou cotidiana. Os marcadores de "autenticidade" e "intimidade" inscrevem-se nessas produções como estratégias de

aproximação com o público, deslocando a marca do primeiro plano da narrativa e posicionando Ana Paula como elemento central da construção discursiva. Para isso, são selecionadas produções publicitárias publicadas no perfil da influenciadora no Instagram após sua participação no reality, considerando as "publis" protagonizadas exclusivamente pela figura.

As produções são observadas a partir da articulação de três eixos teóricos previamente selecionados, decisão prevista pela AMA. Foram definidos: (1) elementos estéticos: mobilizamos o conceito de Amadorismo Calibrado (Abidin, 2017) e autenticidade a partir de uma prática estratégica de apresentação de si ao público (Marwick & boyd, 2011). Busca-se, a partir desse eixo, observar como as publicidades de Ana Paula constroem uma narrativa visual para a produção; (2) storytelling publicitário: observamos como a publicidade opera menos pela exibição clara do produto e mais pela sua integração à narrativa, deslocando a marca para segundo plano narrativo. Aqui, nos apoiamos em autores como Covaleski (2022) e Casaqui (2011); como terceiro eixo (3) marcadores de intimidade: articulamos questões que relacionam celebridades, público e as marcas, utilizando como apoio autores como McCracken (1989), Abidin (2017) e Karhawi (2021). Observamos, a partir da amostra, os elementos que trazem uma sensação de proximidade e convertem essa percepção em confiança comercial. A noção de "verniz amador" em Mata (2019) também se faz presente, ao mapearmos estratégias discursivas ancoradas em representações de informalidade e intimidade performadas. Destacamos, assim, como os marcadores da personalidade de Ana Paula são integrados à narrativa comunicacional das marcas parceiras. As categorias analíticas derivam do referencial teórico, com foco nos elementos que produzem o efeito de 'espontaneidade fabricada' e, por consequência, de deslocamento da marca mencionado anteriormente.

Como resultado, espera-se ampliar a perspectiva das estratégias audiovisuais publicitárias, com destaque para as produções que constroem

autenticidade performada, contribuindo para o campo publicitário em um contexto de alta fusão entre persona pública, plataforma digital e marcas, e, principalmente, de grande busca por resultado nessas relações.

Referências

Abidin, C. (2017). #familygoals: Family influencers, calibrated amateurism, and justifying young digital labor. *Social Media + Society*, *3*(2), 1-15

Berger, P. L., & Luckmann, T. (2014). *A construção social da realidade: Tratado de sociologia do conhecimento* (F. S. Fernandes, Trad.; 36ª ed.). Vozes. (Obra original publicada em 1966).

Campanella, B. (2007). Investindo no Big Brother Brasil: uma análise da economia política de um marco da indústria midiática brasileira. *E-Compós, 8*.

Casaqui, V. (2011). *Por uma teoria da publicização: transformações no processo publicitário.* Significação.

Covaleski, R. (2022). *O processo de hibridização da narrativa publicitária.* Comunicación.

Fechine, Y. (2009). A Programação da TV no Cenário de Digitalização dos Meios: Configurações que Emergem dos Reality Shows. Em J. Freire Filho (Org.), *A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo* (pp. 139-170). Ed. Sulina.

Goffman, E. (2014). *A representação do eu na vida cotidiana* (M. C. S. Raposo, Trad.; 20ª ed.). Vozes.

Karhawi, I. (2021). *De blogueira a influenciadora: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira*. Ed. Sulina.

Marwick, A. E., & boyd, danah. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, *13*(1), 114-133. https://tiara.org/wp-content/uploads/2018/05/Marwick_boyd_TweetHonestly.pdf

Mata, J. A. P. (2019). *O amador no audiovisual: conteúdos gerados por cidadãos comuns na televisão brasileira*. Editora UFJF

McCracken, G. (1989). Who is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process. *Journal of Consumer Research.*

Shirky, C. (2011). *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado.* Zahar.

Wybenga, E. (2017). *The editorial age: how branded journalism breeds lasting attention.* Boom uitgevers Amsterdam.

Propagandas de jogos digitais: uma proposta metodológica

Lucas Lopes Albuquerque Bastos
lucas.llab@gmail.com
Centro Universitário La Salle do Rio de Janeiro

A contribuição pretendida com esse trabalho se apoia em uma percepção de diálogo entre as áreas da Propaganda e dos *Games Studies*, expresso na forma de anúncios publicitários que promovem jogos digitais. O problema de pesquisa identificado é como analisar propagandas alinhadas a esse setor do mercado. O objetivo dessa investigação é propor uma metodologia que capacite pesquisadores a analisar como a retórica publicitária atua especificamente em anúncios de jogos digitais de forma a produzir sentidos que dialoguem tanto com especificidades dos softwares e hardwares anunciados quanto com signos e representações das marcas e empresas que assinam as peças. A hipótese que orienta o desenvolvimento do enquadramento metodológico é de que anúncios de jogos digitais trabalham em sua retórica uma série de diálogos entre o mundo da propaganda, a dimensão lúdica dos jogos digitais e a realidade social concreta. O resultado desse tensionamento de signos e representações precisa ser analisado por um instrumento que considere esse encontro de múltiplas retóricas, engendramento de sentidos e expectativas por parte do consumidor.

A fundamentação teórica se apoia, inicialmente, na exploração de conceitos e teorias sobre o papel da Propaganda na publicização e promoção de produtos, serviços e ofertas, assim como na contribuição dessas retóricas para cultivar e sentidos relacionados a marcas e empresas assinantes. Aqui acionou-se os estudos de Rocha (2006, 2010), Carrascoza (2014a, 2014b), Pérez (2007, 2016) e Semprini (2010) como pedras fundamentais. Em seguida desloca-se a fundamentação para o eixo dos *Game Studies*, buscando bases teóricas que abordagem como múltiplas retóricas atuam, em um contexto de um jogo digital, para a representação de diferentes aspectos da realidade e como esses sentidos impactam a prática lúdica do jogador. Destaco aqui as perspectivas de Juul (2011), Salen e Zimmerman (2012), Flanagan e Nissenbaum (2016), Murray (2003) e Bogost (2007).

A investigação avança para a aplicação do método e a subsequente análise dos resultados. Selecionou-se para esse intuito o anúncio publicitário *Face the Threat* (Ign, 2021), responsável por promover o game *Metroid Dread.* A escolha da amostra se justica por quatro critérios: conveniência de acesso ao jogo e à íntegra do conteúdo do anúncio; conhecimento prévio sobre marcas anunciantes; experiência na prática lúdica com o título anunciado; a percepção exploratória de que esse filme publicitário oferece elementos retóricos pertinentes para análise dos diálogos entre elementos lúdicos referentes ao jogo digital e a construção de sentidos acerca das marcas anunciantes.

No que diz respeito à estruturação do enquadramento metodológico, destaco as duas as principais bases que inspiraram sua elaboração. A primeira está relacionada à perspectiva de semiose publicitária apresentada por Perez (2007, 2016), que capacita a análise sobre os signos e expressões de marca observados no objeto selecionado para aplicação da metodologia. A segunda está associada à perspectiva do *Values at Play*, explorada a partir da abordagem de Flanagan e Nissenbaum (2016). Essa abordagem propõe um grupo de categorias a serem trabalhadas seja no desenvolvimento de um jogo

ou na análise de um produto finalizado, tendo como fio condutor a presença e influência de valores culturais éticos e políticos nas camadas expressiva, lúdica e tecnológica dos jogos digitais.

A proposta metodológica consolidada tem sua instrumentalização estruturada em oito categorias de análise: temática geral e mecânicas de jogo; personagens *in-game* e externos; mapas e cenários *in-game* e externos; trilha musical, efeitos sonoros e outros elementos auditivos *in-game* e externos; interfaces e pontos de vista *in-game* ou externos; softwares, hardwares e acessórios; signos das marcas, franquias e empresas anunciantes. O resultado da aplicação do método evidencia que a narrativa publicitária produz efeitos de sentidos e representações que dialogam, simultaneamente, com elementos lúdicos presentes nas múltiplas retóricas do produto anunciado, assim como com signos e expressões de marca e da empresa anunciante e também com elementos culturais e sociais. O anúncio coloca tanto o produto promovido quanto as marcas responsáveis pela veiculação no centro da cena de consumo, se utilizando do viés lúdico associado ao consumo do jogo digital para construir um universo de sentidos comercialmente vantajoso.

Referências

Bogost, I. (2007). *Persuasive Games: the expressive power of videogames.* MIT Press.

Carrascoza, J. A. (2014a). *Estratégias criativas da Publicidade: consumo e narrativa publicitária.* Estação das Letras e Cores.

Carrascoza, J. A (2014b). Dizeres e silenciamentos na narrativa publicitária contemporânea. In G. N. Atem, & T. M. Oliveira, & S. T. Azevedo (Org.), *Ciberpublicidade: discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática* (pp.107-119). E-papers.

Flanagan, M., & Nissenbaum, H. (2016). *Values at Play: valores em jogos digitais.* Blucher.

Ign. (2021, Outubro 4). *Metroid Dread: Face The Threat - Official Trailer* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=cvTKeexweiI

Juul, J. (2011). *Half-Real: Video Games between Real rules and Fiction Worlds.* The MIT Press.

Murray, J. (2003). *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço.* Itaú Cultural - Unesp.

Perez, C. (2007). *Gestão e Semiótica da Marca: a publicidade como construção e sustentação sígnica* [Apresentação em Congresso]. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, SP, Brasil. https://www.academia.edu/download/30969020/Gestao-e-Semiotica-da-Marca.pdf.

Perez, C. (2016). *Signos da Marca: expressividade e sensorialidade.* Cengage Learning.

Rocha, E. (2006). *Representações do Consumo: narrativa publicitária.* PUC-Rio; Mauad.

Rocha, E. (2010). *Magia e Capitalismo: um estudo antropológico.* Brasiliense.

Salen, K., & Zimmerman, E. (2012). *Regras do jogo: fundamentos do design de jogos - cultura.* Blucher.

Semprini, A. (2010). *A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea.* Estação das Letras e Cores.

Vínculos de sentido e consumo audiovisual: análise semiótica da campanha publicitária Bud Beat Code, da Budweiser, e as relações de consumo com a série da Netflix "Sintonia"

Eneus Trindade
eneustrindade@usp.br
Universidade de São Paulo

Bruno Pompeu
brunopompeu@usp.br
Universidade de São Paulo

Jonathas Beck Ramos
jonathas.beck@gmail.com
Universidade de São Paulo

Este trabalho propõe uma análise semiótica da campanha publicitária realizada em parceria entre a Budweiser e a série brasileira "Sintonia", disponível na Netflix. A campanha, que integra estratégias de marketing transmídia, busca estabelecer vínculos de sentido (Trindade, 2009), com foco na construção de significados que ressoam com o imaginário do público jovem. A análise concentra-se na ação específica "Bud Beat Code", criada pela agência África, em que a Budweiser convidou os produtores musicais Papatinho e Kant (intérprete do personagem MLK na série) para criar beats ativados por códigos de barras da Bud Zero. O estudo da campanha busca revelar como a

lógica transmidiática e seus desdobramentos na relação com as marcas estão presentes entre a série Sintonia e a Budweiser.

Torna-se nossa intenção conhecer especificamente os vínculos estabelecidos entre a marca Netflix a partir da série "Sintonia" e consumidores jovens urbanos periféricos, como possibilidade de compreensão das questões expostas anteriormente. Para auxiliar nossa pesquisa utilizaremos a proposição vínculos de sentido (Trindade, 2009).

> Ao partirmos das idéias de Di Nallo (1999, pp. 201-216), sobre os *meeting points* ou pontos de contatos, percebemos que os vínculos de sentidos se caracterizam por situações interativas codificadas, referentes às várias possibilidades de atuação dos sujeitos receptores-consumidores. Torna-se importante, então, conhecer como essas situações se codificam não só pela natureza dos vínculos em si, mas considerando também que tais vínculos ganham nuanças de sentidos pelas representações de seus sujeitos (tipos de leituras e recepção e rituais de consumo) em seus respectivos tempos e espaços vividos. (Trindade, 2009, p. 135)

Desejamos observar, portanto, quais são especificamente os *meeting points* (Di Nallo, 1999) que promovem na atualidade os vínculos de sentido entre jovens especificados neste projeto e a marca Netflix, e quais as características das ações promovidas pela marca que estabelecem em maior ou menor grau os pontos de contato e consequentemente os vínculos. Consideramos que algumas respostas podem revelar aspectos culturais que se estabelecem entre a marca e seu usuário de acordo com os rituais de consumo (Trindade & Perez, 2009) de cada sujeito/receptor em seus contextos históricos, socioeconômicos e geográficos

Portanto, a justificativa teórica deste projeto se entrelaça com a pertinência contemporânea do tema, na sofisticação e complexidade das estratégias publicitárias moldadas pela Netflix, na abordagem multidisciplinar que foi adotada, e na contribuição potencial, multifacetada para uma miríade de campos acadêmicos e profissionais. A pesquisa proposta busca, por meio de um

olhar analítico, decifrar as interações complexas entre o consumo de mídia, as estratégias publicitárias contemporâneas e a metamorfose do entretenimento digital, erigindo a Netflix como um estudo de caso fulcral para análise.

A metodologia adotada neste artigo é qualitativa, com foco na análise semiótica da campanha publicitária entre a Budweiser e a série "Sintonia". A análise será realizada com base na classificação triádica de Pompeu e Sato (2024) de inspiração Peirceana, que propõe três níveis de interpretação dos signos publicitários: sensibilização, mobilização e entendimento, que nos parecem adequadas às análises das campanhas escolhidas. Os critérios são:

> **Sensibilização:** Refere-se ao primeiro contato do público com a campanha, despertando emoções e atenção. Dimensão analítica está ligada às ciências normativas, especialmente, a estética em Peirce, condicionadas em interpretantes imediatos;
>
> **Mobilização:** Envolve a ação do público em resposta à campanha, como curtir, compartilhar ou comentar. Dimensão analítica está ligada às ciências normativas, especialmente, a Ética em Peirce, condicionadas em interpretantes energéticos;
>
> **Entendimento:** Corresponde à incorporação da mensagem publicitária na vida do consumidor, gerando uma mudança de comportamento ou hábito. Dimensão analítica está ligada às ciências normativas, especialmente, a lógica em Peirce, condicionados a interpretantes lógicos;

A análise específica da campanha será realizada posteriormente, com base na Imagem 1 anexa, que ilustra a colaboração entre a Budweiser e a série "Sintonia". A imagem será examinada em detalhes, identificando os elementos visuais e simbólicos que compõem a campanha e como esses elementos buscam estabelecer uma conexão cultural e identitária com o público jovem periférico.

Referências

Di Nallo, E. (1999). *Meeting points: Soluções de marketing para uma sociedade complexa*. Cobra.

Pompeu, B., & Sato, S. (2024). Publicidade contemporânea e semiótica peirceana: Uma proposta metodológica. *Revista MATRIZes.*

Trindade, E., & Perez, C. (2009). Os múltiplos sujeitos da publicidade contemporânea. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, 8*(4), 25-36.

Trindade, E. (2009). Da etnografia à produção de sentido da recepção publicitária e das práticas de consumo. *Animus, 15*, 1-15.

O PROFISSIONAL HÍBRIDO DE MÍDIAS E TECNOLOGIAS: COMPETÊNCIAS EMERGENTES NO MERCADO BRASILEIRO DE TURISMO

Fabio Rodrigues Corniani
fabio.corniani@ufsb.edu.br
Universidade Federal do Sul da Bahia

Vívian Maria Corneti de Lima
vivian.corneti@ufsb.edu.br
Universidade Federal do Sul da Bahia

As transformações digitais vêm reconfigurando os processos de produção e circulação de conteúdos e as competências demandadas aos profissionais que atuam na interface entre comunicação, mídias e tecnologias. A convergência contemporânea torna mais fluidas as fronteiras entre canais, formatos e práticas profissionais (Deuze, 2007). No turismo, setor dependente da construção e circulação de imagens, narrativas e representações dos territórios, esse processo assume relevância particular. Estudos sobre transformação digital na hospitalidade apontam a necessidade de competências ligadas ao engajamento digital, à experiência do consumidor, à inovação e à gestão de tecnologias (Busulwa et al., 2022). Este estudo investiga quais competências relacionadas a Mídias e Tecnologias vêm sendo demandadas pelo mercado brasileiro de turismo e em que medida sua combinação evidencia processos de hibridização dos perfis profissionais. Parte-se da hipótese de que o mercado

tende a demandar profissionais capazes de transitar entre diferentes especialidades, articulando comunicação, produção audiovisual, design, plataformas digitais, dados, estratégia e recursos tecnológicos.

Metodologicamente, desenvolve-se uma pesquisa exploratória e descritiva, de abordagem quali-quantitativa, baseada na análise documental de anúncios públicos de vagas relacionadas ao turismo, hotelaria e atividades correlatas no Brasil. A etapa exploratória compreende 19 vagas com detalhamento suficiente para codificação das competências exigidas. Foram estabelecidas oito dimensões técnico-profissionais: comunicação; mídias e plataformas digitais; audiovisual; design; tecnologia; dados e métricas; estratégia; e inteligência artificial. Como recurso analítico exploratório, propõe-se um Índice de Hibridização Profissional (IHP), correspondente ao número de diferentes dimensões identificadas em cada anúncio.

Os resultados preliminares indicam forte processo de hibridização. Competências relacionadas a mídias e plataformas digitais e a estratégia aparecem, cada uma, em 94,7% das vagas; comunicação, em 73,7%; dados e métricas, em 68,4%; audiovisual, em 52,6%; tecnologia, em 47,4%; design, em 36,8%; e inteligência artificial, em 21,1%. O IHP médio alcançou 4,89 dimensões por vaga, enquanto 63,2% dos anúncios apresentaram cinco ou mais dimensões, classificadas no estudo como alta hibridização. A análise sugere configurações distintas: funções ligadas a conteúdo e mídias sociais aproximam comunicação, audiovisual e plataformas, enquanto cargos de performance, CRM e gestão digital articulam sobretudo tecnologia, dados, estratégia e, com maior frequência, inteligência artificial.

Exemplos encontrados no Sul da Bahia, particularmente em empreendimentos turísticos de Una/Comandatuba e Porto Seguro, permitem territorializar a discussão sem converter a região no universo principal da pesquisa. Esses casos ilustram como tendências identificadas no corpus nacional também se manifestam fora dos grandes centros econômicos. No turismo, a questão é especialmente

sensível porque a produção midiática participa da construção simbólica dos destinos, envolvendo cultura, memória, identidade e experiência territorial.

Embora a inteligência artificial apareça como competência emergente, os resultados indicam que a transformação profissional é mais ampla do que sua simples incorporação. Pesquisas sobre conteúdos turísticos gerados por IA mostram que autenticidade e confiança permanecem relevantes na recepção de imagens e vídeos de destinos (Bui et al., 2024; Seo et al., 2025). Propõe-se, assim, compreender a hibridização não como mero acúmulo instrumental de ferramentas, mas como capacidade de articular linguagens, tecnologias, dados e estratégias de maneira crítica, criativa e contextualizada. Problematiza-se o uso excessivamente automatizado da IA na produção de conteúdos turísticos, diante do risco de homogeneização das narrativas e de redução das particularidades culturais e territoriais. Conclui-se, preliminarmente, que o mercado brasileiro de turismo evidencia formas híbridas de atuação em Mídias e Tecnologias, nas quais competências tecnológicas convivem, e potencialmente se tensionam, com criatividade, interpretação, estratégia e conhecimento dos contextos socioculturais.

Referências

Bui, H. T., Filimonau, V., & Sezerel, H. (2024). AI-thenticity: Exploring the effect of perceived authenticity of AI-generated visual content on tourist patronage intentions. *Journal of Destination Marketing & Management, 34*, Article 100956. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100956

Busulwa, R., Pickering, M., & Mao, I. (2022). Digital transformation and hospitality management competencies: Toward an integrative framework. *International Journal of Hospitality Management, 102*, Article 103132. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103132

Deuze, M. (2007). Convergence culture in the creative industries. *International Journal of Cultural Studies, 10*(2), 243-263. https://doi.org/10.1177/1367877907076793

Seo, I. T., Liu, H., Li, H., & Lee, J. S. (2025). AI-infused video marketing: Exploring the influence of AI-generated tourism videos on tourist decision-making. *Tourism Management, 110,* Article 105182. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105182

Mesa 7: Estudos de televisão

Mesa 7: Estudios de televisión

Dra. Ana Goulart de Andrade
Dra. Valquíria Kneipp
Dra. Vânia Braz de Oliveira
Coordenadoras

La televisión no desaparece, se reinventa: convergencia e hibridación en las audiencias jóvenes de México

María del Rocío Ortega Ferriz
maria.ortegaf94@anahuac.mx
Universidad Anáhuac

Desde la irrupción de internet, distintas corrientes académicas han decretado el fin de la televisión, señalando la migración de audiencias hacia plataformas digitales y OTT como prueba de su desaparición inminente. Sin embargo, como plantea McLuhan (1964), un medio no desaparece, sino que cambia; sostenemos que la televisión abierta atraviesa, más que una extinción, un proceso de metamorfosis (Cebrián Herreros, 2004) impulsado por la convergencia (Jenkins, 2006) y la hibridación con nuevas plataformas y pantallas.

Esta investigación parte de esa premisa para analizar cómo la televisión abierta en México se reconfigura ante la fragmentación de audiencias, la multiplicación de pantallas y la migración parcial de los públicos jóvenes hacia el consumo digital. El objetivo es identificar los mecanismos de convergencia e hibridación que permiten a la televisión abierta mantener relevancia dentro del nuevo ecosistema mediático, así como aportar evidencia empírica sobre los hábitos, percepciones y expectativas de las audiencias jóvenes frente a este medio.

El marco teórico se sustenta en la teoría del medio de McLuhan (1964), quien sostiene que todo medio de comunicación transforma la escala, el ritmo

y los patrones de la vida social sin llegar a extinguirse, y en los estudios de recepción y mediaciones de Orozco (1996), quien plantea que la televisión no está en extinción, sino en transición, coexistiendo con otras pantallas sin perder su papel como referente cultural colectivo. Se retoma también el concepto de *hipertelevisión* de Scolari (2008), que describe un ecosistema mediático donde las redes y la interacción con el espectador —convertido en usuario— transforman la narrativa y el consumo televisivo. La convergencia se entiende, siguiendo a Jenkins (2006), como un proceso cultural en el que las audiencias participan activamente en distintas plataformas, modificando la lógica de producción, distribución y consumo de contenidos.

Metodológicamente, el estudio combina técnicas cualitativas y cuantitativas. En la fase cualitativa se realizaron 17 entrevistas a profundidad con expertos de la industria y 4 grupos focales con jóvenes de 20 a 24 y de 14 a 16 años de nivel socioeconómico medio-alto, así como con adolescentes de 11 a 15 años de nivel bajo. Los resultados orientaron el diseño de un cuestionario aplicado a una muestra de 384 personas de entre 14 y 40 años, con el fin de dimensionar cuantitativamente los hallazgos cualitativos.

Los resultados evidencian que la televisión abierta no ha perdido su capacidad de convocatoria, aunque sí ha modificado su forma de consumo. El 42 % de los jóvenes de 20 a 24 años de nivel socioeconómico ABC+C consume contenido de televisión abierta a través de plataformas digitales, principalmente cuando pierden un capítulo o buscan repetirlo, lo que confirma que la frontera entre televisión abierta y digital se ha diluido en el imaginario de las nuevas generaciones. La familia se mantiene como la mediación central del consumo televisivo, en particular en programas en vivo como noticias y deporte, que funcionan como anclas de convivencia intergeneracional. Asimismo, se identificó que los jóvenes valoran contenidos que combinen entretenimiento con un componente educativo, y que el producto integrado

genera mayor recordación de marca que la publicidad tradicional, percibida como un factor de distanciamiento con el medio.

Entre los hallazgos más relevantes destaca que la televisión abierta ha perdido la propiedad exclusiva del concepto 'televisión': para las audiencias jóvenes, el término ya no está anclado a un dispositivo ni a una empresa concesionaria, sino a cualquier pantalla que ofrezca contenido audiovisual. Esto exige a las televisoras replantearse como empresas mediáticas integrales, capaces de generar estrategias transmedia que utilicen lo digital como puerta de entrada hacia la televisión abierta, en lugar de tratar ambos espacios como negocios competidores y excluyentes.

Como aporte científico, esta investigación propone un modelo de reconfiguración de la televisión abierta basado en la convergencia, la hibridación y la resignificación simbólica de las audiencias jóvenes, contribuyendo a los estudios de recepción en contextos latinoamericanos. Para la industria, el estudio ofrece evidencia aplicable al diseño de estrategias de contenido, comercialización *crossmedia* y modelos de medición conjunta entre plataformas, útiles para que las televisoras capitalicen su relevancia sin dejar de evolucionar. En síntesis, se confirma la tesis de esta mesa de trabajo: la televisión no desaparece, se reinventa como parte de un ecosistema mediático más amplio, diverso y convergente.

Referencias

Cebrián Herreros, M. (2004). *Modelos de televisión: Generalista, temática y convergente con internet.* Paidós.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide.* New York University Press.

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: the extensions of man.* McGraw-Hill.

Orozco Gómez, G. (1996). *Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo.* Ediciones de la Torre.

Scolari, C. (2008). Hacia la hipertelevisión: Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la Comunicación*, (77), 1-9.

Matrizes culturais da ficção televisiva seriada para crianças e adolescentes: do melodrama sentimental ao realismo social[1]

João Paulo Hergesel
joao.hergesel@puc-campinas.edu.br
Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Impulsionada pela convergência midiática e pela multiplicidade de telas, ficção seriada para crianças e adolescentes na contemporaneidade vê-se tensionada entre a herança consolidada da matriz melodramática, historicamente hegemônica na televisão aberta, e as novas demandas por realismo, representatividade e engajamento social exigidas pelas plataformas de *streaming* e pelas redes digitais. Neste trabalho, por meio da metodologia de revisão bibliográfica, revisitamos o melodrama como a matriz cultural hegemônica que organiza a imaginação e a sociabilidade na América Latina e suas conexões com as temáticas cidadãs emergentes.

Conforme sustentamos em estudos anteriores (Hergesel, 2019), a produção infantojuvenil brasileira historicamente bebeu da fonte do melodrama clássico descrito por Thomasseau (2012). Trata-se de uma estrutura maniqueísta, pautada na luta clara e legível entre o bem e o mal, onde a moralidade é

1. O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Brasil (processo nº. 302876/2026-0).

encenada por meio de uma *estética do excesso*: a música incidental constante, a interpretação enfática e a polarização dos conflitos.

Essa matriz, longe de ser um sinal de atraso narrativo ou subdesenvolvimento estético, revela-se um mecanismo potente de comunicação popular. Oroz (1992) e Martín-Barbero (2001) ensinam que o melodrama funciona porque ativa o reconhecimento das paixões primárias (amor, ódio, vingança, sacrifício). Na ficção televisiva linear voltada para crianças e pré-adolescentes, como analisamos em obras como *Carrossel* e *Chiquititas*, o melodrama sentimental cumpria uma rigorosa função pedagógica (Hergesel, 2022). O exagero servia para ensinar à criança o lugar das emoções e das normas sociais em um mundo caótico, funcionando quase como um manual de civilidade e ética por intermédio da ficção.

No entanto, o cenário contemporâneo aponta para uma transformação radical dessa matriz, impulsionada pelas novas tecnologias de distribuição. A pesquisa internacional, especialmente a produzida pelo Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva - Obitel, tem documentado uma progressiva reinvenção de gêneros e formatos (Lopes; Orozco Gómez, 2016). O melodrama não desapareceu, mas, para sobreviver na ecologia das múltiplas telas, ele precisou se hibridizar. Se antes a norma era o sentimentalismo fantasioso e fechado em estúdios, agora observamos uma virada estética em direção a um hibridismo com o realismo naturalista.

Essa tendência já havia sido vislumbrada por Martín-Barbero (1992) ao analisar a ruptura trazida pela telenovela *Beto Rockefeller*, que introduziu a *cotidianização da narrativa* e a linguagem coloquial no gênero; contudo, essa busca pelo verossímil tem sido amplificada pela lógica do *streaming*. Em 2020, o Obitel diagnosticou que as novas audiências, incluindo a juvenil, demandam narrativas que mantenham o núcleo emocional do melodrama, mas que se vistam com uma estética cinematográfica: iluminação naturalista, locações externas e atuações menos teatralizadas (Lopes & Orozco Gómez, 2020).

Essa mudança estética não é meramente formal; ela impacta diretamente as transformações na serialidade (Lopes et al., 2022) e, principalmente, o conteúdo representacional. Enquanto o melodrama clássico tendia a criar universos idealizados, a ficção seriada contemporânea abraça o que o Obitel tem classificado como *debates identitários e interseccionalidade* (Lopes et al., 2025). A estética realista abre as portas para corpos e temáticas antes invisibilizados ou tratados como tabu, como as questões de raça, a diversidade de gênero e as neurodivergências.

É neste ponto de inflexão que nossos estudos recentes se conectam com o panorama internacional. Ao analisarmos a construção de personagens "desviantes" (Hergesel, 2025a; Hergesel, 2025b), percebemos que o melodrama contemporâneo usa sua força empática não mais para reiterar a norma, mas para validar novas existências. Como vem questionando o Obitel: *O que está acontecendo com as narrativas?* (Lopes et al., 2024). Ao que nos parece, elas vivem uma tensão constante: de um lado, a herança do folhetim que fideliza pelo afeto; de outro, a urgência de um realismo social que busca espelhar a complexidade do jovem espectador do século XXI.

Referências

Hergesel, J. P. (2019). *A telepoética nas produções do SBT*. Jogo de Palavras; Provocare.

Hergesel, J. P. (2022). A função pedagógica do melodrama na telenovela infantojuvenil brasileira: Análise poética do abandono de incapaz em Chiquititas. *Contracampo*, *41*(2), 1-19.

Hergesel, J. P. (2025a). Assexualidade em Travessia: Análise de cena da telenovela pela perspectiva da telepoética. *E-Compós*, *28*.

Hergesel, J. P. (2025b). Use of stylistic resources for the construction of deviant characters in telenovelas: An analysis of Rudá, from Travessia. *Observatorio (OBS)*, *19*(2).

Lopes, M. I. V., & Orozco Gómez, G. (Coords.). (2016). *(Re)Invenção de gêneros e formatos da ficção televisiva: Obitel 2016*. Sulina.

Lopes, M. I. V., Piñón, J., & Burnay, C. D. (Coords.). (2022). *Transformações na serialidade da ficção televisiva ibero-americana em tempos de streaming: Obitel 2022*. Ediciones UC.

Lopes, M. I. V., Burnay, C. D., & Sánchez Vilela, R. (Coords.). (2024). *O que está acontecendo com as narrativas na ficção televisiva ibero-americana?: Obitel 2024*. Ediciones UC.

Lopes, M. I. V., Burnay, C. D., Piñón, J., & Sánchez Vilela, R. (Coords.). (2025). *Representações de raça e interseccionalidade na ficção televisiva ibero-americana: Obitel 2025*. Ediciones UC.

Martín-Barbero, J. (1992). *Televisión y melodrama: Géneros y lecturas de la televisión en Colombia*. Tercer Mundo.

Martín-Barbero, J. (2001). *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Editora UFRJ.

Oroz, S. (1992). *Melodrama: O cinema de lágrimas da América Latina*. Rio Fundo.

Thomasseau, J.-M. (2012). *O melodrama* (2ª ed.). Perspectiva.

NICKELODEON E A PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA INFANTIL: DO BROADCAST ANALÓGICO AO FLUXO DIGITAL

Clara Portella
claraufjf@outlook.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Débora Oliveira
deboraom2@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jhonatan Mata
jhonatanmata@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

A pesquisa propõe uma reflexão acerca da trajetória da Nickelodeon como um percurso pela evolução da programação televisiva infantil no mundo e, principalmente, no Brasil, investigando sua transição do modelo analógico de broadcasting para a lógica do narrowcasting, e para o ecossistema do fluxo digital contemporâneo. A produção é estruturada, principalmente, a partir de uma revisão bibliográfica que abrange os estudos de Banet-Weiser sobre a construção da cidadania infantil e as reflexões de Williams (1974/2016) sobre o conceito de fluxo televisivo. A pesquisa também se apoia em autores integrantes da Rede Recria (Rede de Pesquisa em Infâncias e Adolescências) que lideram pesquisas com temáticas relacionadas à infância e consumo, como Craveiro (2024) e Sampaio (2020).

Contextualizando a relação histórica entre a televisão e o público infantil, destacamos que, embora essa interação exista desde o surgimento do meio de comunicação, foi na década de 1960 que a criança começou a ser vista não apenas como espectadora, mas como protagonista. Contudo, é nos anos 1980 que esse público passa a ser descoberto como um consumidor rentável, tornando-se alvo de uma publicidade massiva, como aponta Banet-Weiser (2007). Nesse cenário, a TV a cabo emerge como uma tecnologia que torna viável o surgimento de canais segmentados. Nesse contexto, a Nickelodeon, lançada em 1977 (EUA), se destaca como a primeira emissora inteiramente dedicada ao público infantojuvenil, representando uma ruptura simbólica com o modelo de broadcasting dominante.

A história da Nickelodeon revela uma trajetória de experimentação e aprendizado. Inicialmente, sua programação era caracterizada por blocos musicais e esquetes, ainda sem uma identidade definida. O programa 'You Can't Do That On Television', em 1979, foi um dos marcos importantes do canal, adotando um formato com jovens no centro da produção, apresentando e abordando o seu universo de forma humorística. No entanto, foi a aquisição pela Viacom e a subsequente reformulação estética inspirada na MTV, nos anos 1980, que consolidaram o sucesso da emissora.

A reflexão central da pesquisa parte do acompanhamento histórico do canal, já consolidado a partir de suas transformações, para a transição desse modelo diante do fluxo digital. O artigo propõe que a estratégia da Nickelodeon, ao construir uma identidade de marca forte e uma relação de cumplicidade com seu espectador, antecipou princípios fundamentais da cultura digital, como a interatividade e a personalização. E, diante das transformações digitais, apesar do encerramento do canal no Brasil, os traços da marca continuam se dissipando através do streaming. O conceito de fluxo de Raymond Williams (1974/2016) é revisitado para compreender como a emissora orquestrava sua grade para manter a atenção da criança. No ambiente digital, esse fluxo se desintegra e

se multiplica, dando lugar a um "metafluxo" onde o conteúdo da Nickelodeon se dispersa por múltiplas plataformas (streaming, YouTube, redes sociais), e a própria criança se torna um agente ativo na curadoria do que consome. Assumindo o papel de produtor de consumidor, o jovem *prosumer* acaba por mixar e remixar as produções midiáticas (Deuze, 2013). O canal infantil decidiu encerrar a transmissão no Brasil em 2025, mas seu conteúdo pode ser integralmente encontrado hoje em streamings pagos e abertos, respectivamente, o Paramount+ e a Pluto TV.

O interesse, aqui, é buscar entender se e como o legado da Nickelodeon sobrevive em meio à efervescência digital, de fluxos rápido e dominada por algoritmos e conteúdos por assinatura, com destaque para essa presença no Brasil. Observando os caminhos para que programas infantis que se tornaram ícones de gerações passadas continuem sendo redescobertos e recirculados pelos novos consumidores mirins, refletindo sobre qual o papel desses streamings em manter relevantes programas que fizeram sucesso em outros contextos sociais.

Por fim, entende-se que a importância da pesquisa reflete a história da Nickelodeon como um estudo de caso sobre a evolução do entretenimento infantil. O canal não só popularizou o narrowcasting, como também pavimentou o caminho para a lógica de conteúdo sob demanda e para a relação parassocial com os fãs que é onipresente na internet hoje. Ao compreender o sucesso e as estratégias da Nickelodeon no analógico, podemos decifrar as apostas de engajamento e as complexas dinâmicas de consumo que definem o fluxo digital contemporâneo, onde a criança se tornou para além do consumidor, um produtor ativo da experiência midiática digital.

Referências

Banet-Weiser, S. (2007). *Kids rule! Nickelodeon and consumer citizenship*. Duke University Press.

Craveiro, P. (2024). *Caderno pedagógico "Publicidade e cidadania: para ler o mundo de forma crítica, criativa e cidadã" como recurso de literacia publicitária* [Trabalho apreesntado]. Anais do Seminário de Educação - SemiEdu 2024. https://doi.org/10.5753/semiedu_estendido.2024.32540

Craveiro, P. S. U. (Org.). (2024). *Caderno pedagógico: Publicidade e cidadania: Para ler o mundo de forma crítica, criativa e cidadã*. Edição dos autores.

Deuze, M. (2013). Viver como um zumbi na mídia (é o único meio de sobreviver). *Matrizes, 7*(2), 113-129. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v7i2p113-129

Sampaio, I. (2000). *Televisão, publicidade e infância*. Annablume.

Williams, R. (2016). *Televisão: tecnologia e forma cultural*. Boitempo. (Trabalho original publicado em 1974).

O PAPEL DA FICÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA NA LITERACIA AMBIENTAL: UMA ANÁLISE DA WEBSÉRIE STUFANA

Millena Gonçalves Constantino dos Santos
goncalvesmillena94@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Gustavo Ribeiro Furtuoso
gfurtuoso@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Daiana Sigiliano
daianasigiliano@gmail.com
Universidade Federal de São Carlos
Universidade Federal de Juiz de Fora

De acordo com Janak & Blum (2013), Maudlin & Sandlin (2015) e Borges & Sigiliano (2025), ao articular mercado, entretenimento, identidade e participação ativa do consumidor, a cultura pop se configura como um vetor pedagógico. Na ficção seriada, especificamente, no gênero da ficção científica amplia possibilidades de reflexão acerca das discussões latentes no tecido social, como disputa de poderes no campo político, situação socioambiental e discussões acerca das ciências e tecnologias (Lemos, 2018; Tucherman, 2006). Ainda que enfrente questões intrinsecamente conectadas que afetam sua produção e circulação, nacional e internacionalmente, como o custo envolvido nas etapas de construção audiovisual e a disputa simbólica na distribuição.

Ao operar como vetor pedagógico em ambientes informais de ensino, as séries que exploram o gênero da ficção científica podem contribuir para o desenvolvimento da literacia ambiental. O termo, popularizado na década de 1990, se refere à capacidade de compreender sistemas ambientais, tomar decisões e agir para manter e/ou melhorar o ambiente (Disinger & Roth, 1992). De acordo com Roth (1992), a literacia ambiental se desenvolve a partir de três níveis centrais. São eles o nominal, em que o sujeito domina o repertório básico dos conceitos ligados às questões ambientais; o funcional, em que o sujeito aplica o seu repertório para a resolução de problemas e na tomada de decisões na âmbito pessoal, e o operacional, em que o sujeito atua de forma crítica e participativa na resolução de questões ambientais e na promoção da sustentabilidade. Baseado-se na premissa de que a ficção seriada atua como vetor pedagógico no desenvolvimento da literacia ambiental dos telespectadores (Borges & Sigiliano, 2025), o audiovisual pode ser ferramenta de reflexão sociocultural e política, desde que usada com intencionalidade na prática pedagógica. Assim, a ficção científica pode desempenhar papel significativo na formação crítica sobre temas como tecnologia, meio ambiente e sustentabilidade.

Pautadas pela qualidade, narrativas ficcionais seriadas instigam processos cognitivos e parassociais, concebendo o desenvolvimento de competências relacionais, críticas e analíticas. O objetivo deste trabalho é discutir em que medida a websérie brasileira independente *Stufana* (https://stufana.blogspot.com) estimula a literacia ambiental a partir de indicadores de qualidade da criação audiovisual. A obra, vinculada ao gênero da ficção científica, conta com 9 episódios que foram lançados na plataforma YouTube e em blog próprio. A iniciativa faz parte do Projeto TelaTeatro da Fundação Joaquim Nabuco de Recife (PE).

A análise da websérie será conduzida a partir de abordagem teórico-metodológica que estabelece uma inter-relação entre os estudos da qualidade audiovisual e da competência midiática (Borges et al., 2022). Neste trabalho,

propomos um recorte com relação ao âmbito da criação audiovisual que considera três eixos: o plano da expressão, o plano do conteúdo e a mensagem audiovisual. No plano da expressão, observamos elementos como a ambientação, enquadramentos, trilha sonora, iluminação e edição, buscando entender como constroem uma proposta estilística e criam sentidos a partir de recursos técnico-expressivos. No plano do conteúdo, focamos na construção dos arcos narrativos e na evolução dos personagens ao longo da temporada. Já a mensagem audiovisual relaciona-se com as possíveis conexões que a obra fornece aos espectadores entre a história ficcional e temas sociais mais amplos a partir dos critérios de oportunidade, diversidade, estereótipos, originalidade e ampliação de horizontes do público.

A partir da análise da qualidade de *Stufana*, destaca-se a fuga de elementos do imaginário tecnológico hegemônicos da ficção científica estrangeira, estabelecendo um *novum*[1] vinculado ao sagrado, aos elementos identificados da cultura brasileira num ambiente familiar e aos regionalismos. Elementos desse *novum* foram incorporados à narrativa a partir de três pontos centrais: a ancestralidade de Ávana; a espiritualidade e o sobrenatural na ficção científica; e a temática da crise ambiental. Assim, a mensagem audiovisual constrói junto ao público uma reflexão sobre as causas da crise climática e apresenta uma forma de utopia baseada na vida em comunidade e na necessidade de integração entre tecnologia e natureza. Além da relevância de seu tema, acredita-se que a análise de Stufana contribui para explorar e compreender a produção da ficção seriada independente no brasil e o acionamento de elementos da ficção científica para além dos padrões hegemônicos de produção e circulação do gênero.

Referências

Borges, G. & Sigiliano, D. & Ramos, E., Vieira, L. & Garcia, J. & Guida, V. & Furtuoso, G. & Soares, M. & Santos, N. Z. (2022). *A qualidade e a*

1. Segundo Suvin (2021), o *novum* molda o cronotopo, conceito delimitado por Bakhtin (1975, citado por Suvin, 2021) referente às relações diretas das produções culturais com o espaço-tempo em que se encontram.

competência midiática na ficção seriada contemporânea no Brasil e em Portugal. Grácio Editor.

Borges, G & Sigiliano, D. (2025). A ficção seriada como ação pedagógica: uma proposta formativa. *Comunicação & Educação, 30*(2), 116-129. https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v30i2p116-129

Disinger, J. F., & Roth, C. E. (1992). *Environmental literacy*. ERIC/CSMEE Digest. https://eric.ed.gov/?q=Environmental+literacy&ff1=autDisinger%2c+John+F.&id=ED351201

Janak, E & Blum, D. (2013). *The Pedagogy of Pop:Theoretical and Practical Strategies for Success.* Lexington Books.

Maudlin, J. G., & Sandlin, J. A. (2015). *Pop culture pedagogies: Process and praxis*. *Educational Studies, 51*(5), 368-384. https://doi.org/10.1080/00131946.2015.1075992.

Roth, C. E. (1992). *Environmental literacy: Its roots, evolution, and directions in the 1990's*. ERIC Clearinghouse for Science, Mathematics, and Environmental Education. https://bit.ly/4frht0a Suvin, D. (2021). *A ficção científica e o novum (1977). Outra travessia, 2*(32), 167-193. https://doi.org/10.5007/2176-8552.2021.e84708

Programação infantil na televisão aberta brasileira: um panorama contemporâneo

Caio Ferreira
caioffss@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Débora Oliveira
deboraom2@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jhonatan Mata
jhonatan.mata@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Durante grande parte da história da televisão brasileira, a programação infantil ocupou posição de destaque nas grades das principais emissoras abertas, consolidando-se como um importante espaço de entretenimento, formação cultural e acesso a conteúdos educativos para diferentes gerações de crianças (Arreguy et al., 2012; Sammur & Santos, 2023). Em um período em que a televisão representava o principal meio de circulação de massa para produtos audiovisuais no país, desenhos animados, séries, programas de auditório e atrações educativas compunham uma parcela significativa da programação diária. Nas últimas décadas, entretanto, esse cenário passou por profundas transformações. A expansão da televisão por assinatura, a popularização das plataformas de vídeo sob demanda, as mudanças nos

hábitos de consumo midiático, incluindo as restrições à publicidade infantil e a reorganização econômica do setor televisivo alteraram a forma como as emissoras passaram a estruturar suas grades, reduzindo progressivamente os espaços destinados ao público infantil (Arreguy et al., 2012; Henriques, 2017; Sammur & Santos, 2023).

O encolhimento de espaços para a programação infantil, entretanto, não representa o desaparecimento da produção audiovisual voltada às crianças, tampouco pode ser explicada exclusivamente pela migração do público para as plataformas digitais. A literatura demonstra que esse processo resulta da combinação de fatores econômicos, regulatórios, tecnológicos e culturais que modificaram as estratégias das emissoras comerciais e a dinâmica de circulação dos conteúdos audiovisuais. Paralelamente, políticas públicas voltadas ao fortalecimento da produção independente, especialmente aquelas financiadas pelo Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), por meio das linhas do Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (PRODAV), favoreceram o desenvolvimento de obras destinadas à infância e ampliaram sua presença nas emissoras públicas, que já consolidaram no passado importantes e qualificadas produções voltadas para as infâncias. Nesse contexto, canais como a TV Brasil e a TV Cultura passaram a desempenhar (e mesmo retomaram) um papel relevante na difusão de produções infantis nacionais, reafirmando a importância da radiodifusão pública como instrumento de promoção da diversidade cultural e de acesso a conteúdos educativos e culturais.

Esse movimento tem sido acompanhado pela produção acadêmica brasileira. Parte das pesquisas procura compreender o processo histórico de consolidação e declínio da programação infantil na televisão comercial, enquanto outros estudos discutem as estratégias adotadas por determinadas emissoras diante das transformações do mercado audiovisual ou analisam experiências recentes de produção independente destinadas à televisão pública (Arreguy et al., 2012; Henriques, 2017; Sammur & Santos, 2023;

Ferreira et al., 2024). Apesar desses avanços, permanece uma lacuna importante: ainda são escassos os estudos que sistematizam a configuração contemporânea da programação infantil nas principais emissoras de televisão aberta brasileira. Em outras palavras, embora o desaparecimento desse segmento das emissoras comerciais seja amplamente discutido, pouco se conhece sobre o espaço efetivamente ocupado pela programação infantil no cenário atual da televisão brasileira.

Diante dessa lacuna, este trabalho propõe analisar a presença da programação infantil nas principais redes brasileiras de televisão aberta de abrangência nacional, contemplando as cinco emissoras comerciais de maior audiência (Globo, SBT, Record, Band e RedeTV!) e as duas principais emissoras públicas (TV Cultura e TV Brasil), buscando identificar quais canais ainda mantêm espaços destinados especificamente ao público infantil e como esses conteúdos se distribuem em suas grades de programação. Parte-se da compreensão de que programação infantil não se confunde com obras classificadas como livres, motivo pelo qual serão considerados apenas programas concebidos especificamente para crianças. Para alcançar esse objetivo, será realizada uma pesquisa documental, de caráter exploratório e descritivo, baseada na análise comparativa das grades oficiais de programação disponibilizadas pelas emissoras.

Ao atualizar o panorama da programação infantil na televisão aberta brasileira, a pesquisa pretende contribuir para as discussões sobre televisão, infância e políticas públicas de comunicação, oferecendo um diagnóstico do espaço atualmente destinado às crianças nas principais redes de radiodifusão do país. Mais do que identificar a permanência ou a ausência desse segmento nas grades televisivas, buscamos compreender de que maneira diferentes modelos de radiodifusão têm respondido ao desafio de garantir conteúdos voltados ao público infantil em um contexto marcado pela convergência midiática, pela desigualdade de acesso às plataformas digitais e pela crescente relevância das políticas públicas de fomento para a produção audiovisual brasileira.

Referências

Arreguy, S., Borges, A. R., & Souza, L. (2012). O auge e o declínio da programação infantil na TV comercial brasileira. *Mediação, 14*(15), 79-94.

Ferreira, C., Mata, J., & Moraes, S. (2024). Programação infantil na TV aberta brasileira: Uma análise da série Manual de Sobrevivência da Literatura Brasileira. In A. G. de Andrade, F. Piccinin, & V. Kneipp (Orgs.), *Não mude de canal* (pp. 13-26). Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/nao-mude-de-canal

Henriques, I. (2017). Por que acabou a programação infantil de qualidade na TV aberta? *Revista Crescer*.

Sammur, J. T. E. D., & Santos, R. B. (2023). Uma breve história do entretenimento infantil na televisão brasileira. *Animus: Revista Interamericana de Comunicação Midiática, 22*(49). https://doi.org/10.5902/2175497744219

Raquel e o remake de Vale Tudo no TikTok: uma análise das dimensões da competência midiática na produção de *edits*

Samara Angela Teixeira
samara.angela123@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Daiana Sigiliano
daianasigiliano@gmail.com
Universidade Federal de São Carlos

Conforme pontua Lopes (2003), a telenovela se configura como produto artístico e cultural, que reverbera o debate sobre a cultura e a identidade do país. Segundo a autora, o formato possui uma capacidade singular de promover um repertório comum entre os telespectadores, fazendo com que diferentes classes sociais, gerações e regiões passem a se reconhecer mutuamente. *Vale Tudo* (TV Globo, 1988-1989), de Gilberto Braga, Aguinaldo Silva e Leonor Bassères, foi um marco na teledramaturgia. A trama entrou para a história da televisão brasileira ao refletir, a partir dos arcos narrativos, os sentimentos e as tensões sociais de seu tempo, evidenciando como as telenovelas passaram a ocupar um papel relevante na esfera pública nacional (Hamburger, 2005). De acordo com Sigiliano et al. (2025), a decisão da TV Globo de fazer um *remake*, com a autora Manuela Dias, veio na esteira da repercussão positiva de outras releituras de tramas de sucesso exibidas na faixa das 21h. O *remake*, além de

atualizar alguns arcos narrativos, também promoveu mudanças na composição de personagens como, por exemplo, na escolha de atrizes negras para interpretar Raquel (Taís Araújo) e Maria de Fátima (Bella Campos). A decisão criativa ampliou os debates em torno da representatividade racial e das novas leituras propostas pela adaptação (Sigiliano et al., 2025; Cavalcanti, 2026).

Entretanto, segundo Cavalcanti (2026), apesar da mudança, ao longo da trama foram reproduzidos estereótipos que enfraqueceram o seu poder de renovação e tensionamento. Consolidada na teledramaturgia brasileira e acompanhada de uma consciência política e social, a atriz Taís Araújo ficou extremamente descontente com esse novo rumo, demonstrando em diversas entrevistas o seu desejo de ver outras narrativas sobre mulheres negras na televisão brasileira e o papel transformativo do formato (Oliveira, 2026). As críticas sobre o modo como Manuela Dias conduziu o arco narrativo de Raquel, principalmente na reta final de *Vale Tudo,* também abarcou o público. A partir de memes, *edits* e comentários nas plataformas de mídias sociais, os telespectadores apontavam as incoerências na construção da personagem e ressignificavam a produção de sentido em torno do universo ficcional.

A partir desse contexto, este trabalho tem como objetivo analisar as dimensões da competência midiática, propostas por Ferrés e Piscitelli (2015), que estão em operação nos *edits* publicados no TikTok relacionados à atriz Taís Araújo e ao desenvolvimento da personagem Raquel. Os edits, segundo Munger e Li (2025), são caracterizados pela combinação de diferentes vídeos que contam com sincronização com músicas e efeitos visuais. Para sua produção, os interagentes dispõem de diversas habilidades críticas e criativas, como o conhecimento acerca do cânone, habilidades de edição e conhecimento da plataforma, para além de seu referencial cultural (Sigiliano & Borges, 2024). Para a análise, realizamos uma coleta de dados na plataforma com base no protocolo desenvolvido no âmbito do *Observatório da Qualidade no Audiovisual*, chegando à amostra de 50 publicações.

A competência midiática, segundo Ferrés e Piscitelli (2015, p. 4), visa "contribuir para o desenvolvimento da autonomia pessoal de cidadãos e cidadãs, bem como o seu compromisso social e cultural", pensando não apenas na interação crítica com as mensagens veiculadas aos diferentes meios, mas também com a capacidade de produção e divulgação de mensagens próprias. Neste artigo, iremos aprofundar três das seis dimensões propostas pelos autores: linguagem, ideologia e valores e estética. A dimensão linguagem se refere à capacidade de interpretar e avaliar diferentes códigos de representação, bem como de modificar produtos existentes, atribuindo-lhes novos sentidos. A dimensão ideologia e valores está relacionada com a capacidade de avaliar criticamente a fiabilidade das informações, extraindo conclusões tanto do que é explicitamente dito quanto do que é silenciado ou omitido. Já a dimensão estética abrange a habilidade de reconhecer e avaliar aspectos formais e expressivos das produções midiáticas (Ferrés & Piscitelli, 2015).

Concluímos que os *edits*, feitos majoritariamente a partir de recortes de telenovelas, refletem o posicionamento da atriz, mostrando empoderamento feminino, a representação da mulher negra em situações de poder social, para além de apresentar imagens de papéis da atriz que reforçam a beleza e amor para mulheres negras, subvertendo os discursos hegemônicos propagados nesses espaços. Isso demonstra que o público está em constante negociação com os discursos da mídia e dispõe das ferramentas disponíveis para subvertê-los, mobilizando assim aspectos da competência midiática.

Referências

Cavalcanti, G. K. M. (2026). *O negro na telenovela: proposição de modelo multidimensional de análise* [Trabalho apresentado]. 35º Encontro Anual da Compós (pp. 1-24). Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2015). Competência midiática: Proposta articulada de dimensões e indicadores. *Lumina*, *9*(1), 1-16. https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21183/11521

Hamburger, E. (2005). *O Brasil antenado: a sociedade da novela*. Zahar.

Lopes, M. I. V. (2003). Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação*, (26), 17-34. https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i26p17-34

Munger, K., & Li, V. (2025). Thirst traps and quick cuts: The effects of TikTok "edits" on evaluations of politicians. *Social Media + Society*, *11*(2), 1-12. https://doi.org/10.1177/20563051251329990

Oliveira, F. (2026, January 22). Após polêmica, autora de Vale Tudo faz gesto envolvendo Taís Araújo. *Metrópoles*. https://www.metropoles.com/colunas/fabia-oliveira/apos-polemica-autora-de-vale-tudo-faz-gesto-envolvendo-tais-araujo

Sigiliano, D., & Borges, G. (2024). Literacia dos fãs da série brasileira *As Five* na rede social X. *Journal of Digital Media & Interaction, 7*(17), 77-92. https://doi.org/10.34624/JDMI.V7I17.38017

Sigiliano, D., Lima, C. A. R., & Borges, G. (2025). Telenovelas brasileñas, literacidad de fandom y negociación en TikTok: un análisis del remake de *Vale Tudo*. *Razón y Palabra, 29*(124), 55-68. https://doi.org/10.26807/rp.v29i124.2335

Repensando fluxos televisivos e esfera pública no ecossistema digital

Gabriel Landim
gabriellandimg@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Iluska Coutinho
iluska.coutinho@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Nas ágoras, as praças públicas da Grécia antiga, a construção da vida em sociedade se dava pela deliberação entre os cidadãos; era condição para o exercício da cidadania. Essa referência clássica abre caminho para a análise de Jürgen Habermas (2003a), que identificou nos cafés, clubes literários e salões europeus do século 18 a formação da Esfera Pública Burguesa. Posteriormente, Habermas (2003b) reformula a noção de esfera pública, que deixa de ser vinculada a um espaço físico e passa a ser concebida por sua dimensão comunicativa abstrata que organiza a relação entre sociedade civil, mídia e Estado. É por uma rede de fluxos de comunicação que as informações e os argumentos circulam e pela qual opiniões são formadas. Aqui, a esfera pública deixa de ser um lugar e torna-se um processo comunicativo.

Na transição para a modernidade, o papel da mídia de massa (especialmente a televisão) torna-se central. Os meios de comunicação assumem progressivamente a função de mediadores da vida pública, substituindo os espaços

físicos de encontro e debate. A televisão organiza a temporalidade social por meio do fluxo televisivo, conceito formulado por Raymond Williams (2016), que descreve a programação contínua como unidade de experiência cultural. Esse fluxo linear, controlado pelas emissoras, constitui um dispositivo de visibilidade pública que reconfigura a esfera pública habermasiana.

Com o advento da internet e das plataformas digitais, a lógica da mediação sofre nova inflexão. Há um ecossistema digital, um novo bios virtual (Sodré, 2002, 2019), caracterizado pela convergência entre Jornalismo, entretenimento, política e cultura em ambientes mediados pela tecnologia. Os fluxos, entre eles o da própria televisão, passam a ser influenciados e, em alguns casos, controlados pelo mundo digital. Como consequência, passam a estar submetidos aos parâmetros do algoritmo que, conforme (Winques, 2022), realizam a mediação cultural.

O Jornalismo, nesse cenário, permanece um ator importante, mas perde o monopólio da mediação pública. Ele precisa se adaptar às lógicas das plataformas, especialmente à centralidade do vídeo em tela, disputando atenção em um ambiente marcado por sobrecarga informacional e circulação fragmentada de conteúdos. A questão que orienta a discussão é compreender como a passagem do espaço público físico (ágoras, cafés, salões) para o espaço digital-virtual e algorítmico reconfigura os lugares de referência - entendidos como instâncias simbólicas que organizam a vida social - atribuídos, entre os séculos 20 e 21, aos meios tradicionais de comunicação, especialmente à televisão (Vizeu, 2009).

Nesta discussão, pretende-se compreender caminhos que norteam as alterações de fluxos televisivos de modo a acompanhar as mudanças sociais, sem perder de vista aspectos fundamentais que regem a televisão. Um novo tipo de construção da vida social, em uma outra dimensão da realidade, passa a nortear o pensamento público. Assim como o espectador passou a enxergar o

mundo por meio do fluxo audiovisual da televisão, também há uma nova forma de vida por meio dos fluxos presentes na tecnocultura promovida pela internet.

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) comprovam a experiência disruptiva do público com o fluxo tradicional televisivo. Segundo dados da Pnad Contínua publicados em julho de 2026, dos 80 milhões de domicílios brasileiros, 93,9% tinham pelo menos um aparelho de televisão em 2025; o número se manteve em relação a 2024. No entanto, o número de casas com sinal de televisão aberta caiu de 86,5% para 85,8%; 64,5 milhões de famílias recebiam o sinal analógico ou digital.

Neste ecossistema, a criação de vínculo não se dá apenas pela propriedade da mídia, mas pela capacidade de se produzir e emitir um conteúdo: qualquer pessoa pode ter um canal no Youtube e falar para muitos, mesmo que isso não signifique seguir os mesmos princípios que são (ou deveriam ser) respeitados por meios tradicionais de comunicação. Ao mesmo tempo, é importante destacar as tentativas das emissoras de televisão de alçar novas tecnologias, que podem impactar diretamente nos fluxos tradicionais. É o caso da TV 3.0, que no Brasil receberá o nome de "DTV+" , uma nova geração da TV aberta que integra a experiência da televisão tradicional com a internet, em um modelo de fluxo que vai oferecer conteúdos sob demanda e personalizados, para além da programação linear.

Referências

Habermas, J. (2003a). *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Tempo Brasileiro.

Habermas, J. (2003b). *Direito e democracia: entre facticidade e validade* (Vol. 2, 2ª ed.). Tempo Brasileiro.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2026). *PNAD Contínua - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: Acesso à*

internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2025. Coordenação de Trabalho e Rendimento. https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102290_informativo.pdf

Sodré, M. (2002). *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Vozes.

Sodré, M. (2019). *A ciência do comum: notas para o método comunicacional*. Vozes.

Vizeu, A. (2009). O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. *Revista Famecos, 16*(40), 77-83. https://doi.org/10.15448/1980-3729.2009.40.6321

Williams, R. (2016). *Televisão: Tecnologia e forma cultural*. Boitempo.

Winques, K. (2022). Imaginários algorítmicos: Reflexões a partir de um estudo de recepção de matriz sociocultural. *Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos*, 24(2), 2-13. https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/24655

TV 3.0: A CONCEPÇÃO DE UM MODELO DE ROTEIRO

Carlos Pernisa Júnior
carlos.pernisa@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Cristiane Turnes Montezano
c.turnes@hotmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

A chegada da TV 3.0 - ou DTV + - representa uma ruptura no modo de produzir audiovisual em sinal aberto. Diversas mudanças, que envolvem desde a pré-produção à exibição do programa pronto, começam a ser percebidas por quem estuda esta nova fase, coordenada pelo Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre no país. Uma delas é voltada para a parte do roteiro. O roteiro é essencial para qualquer produção audiovisual, um guia que permite a organização de ideias e posteriormente a execução delas de modo prático.

> roteiro indica e sistematiza informações básicas que constituirão um trabalho previamente idealizado, ou seja, elucida personagens, espaço, tempo, cenas e/ou entrevistas, organizando, assim, início, meio e fim de uma obra, sendo, portanto, responsável por apontar a estrutura fundamental de uma atividade em construção (Melo et al., 2021). Além disso, roteirizar age como um compilado que sintetiza e reúne elementos que ao decorrer da execução de um trabalho serão colocados em prática. (Andrade & Camargo, 2022, p. 2)

Sem um roteiro que atenda as necessidades que cada produção exige, não é possível executá-la da melhor forma. E se essa nova tecnologia apresenta novos recursos para filmagem, captação de aúdio e ainda conta com a integração de interatividade é necessário um roteiro que agregue esses aspectos novos.

A primeira ideia pensada pelo grupo de pesquisa, envolvendo acadêmicos de seis instituições que se dedicam a tal tarefa, foi que o roteiro para a TV 3.0 tivesse uma ligação com o que já era feito para o cinema ou mesmo para a televisão até então. Certamente, este tipo de roteiro não seria exatamente igual ao que se fazia até aqui. Há dois pontos importantes que estão sendo definidos na TV 3.0, que pedem uma atenção em relação ao roteiro: efeitos sensoriais e interatividade. Desta forma, o estudo foi verificar quais outros tipos de roteiros também tinham esses pontos como relevantes (Dowling, 2021; Leal, 2022).

Os modelos de roteiros de jogos apareceram um caminho inicial, pois neles encontramos possibilidades de aplicação de interatividade no roteiro (Murray, 2003). Porém, eles praticamente não lidam com efeitos sensoriais, sendo insuficientes para dar conta das necessidades dos conteúdos da TV 3.0.

A segunda ideia foi tentar fazer um estudo com adaptações dos tipos de roteiros de cinema e televisão entre alunos de Rádio, TV e Internet para verificar se um deles poderia ser a solução para a questão do roteiro. Com base nos dois tipos de modelos de roteiros mais utilizados - texto corrido e em colunas - foram construídas duas propostas iniciais, com ajustes para o ambiente de TV 3.0. Depois de uma análise do material produzido em sala de aula, ficou claro que não seria apenas uma questão de adaptação de roteiro. Concluiu-se que para um roteiro de uma TV disruptiva seria necessário um outro tipo de abordagem, este também inovador.

Esta nova abordagem deve ser a próxima etapa da pesquisa, que busca encontrar um tipo de roteiro que também seja disruptivo e possa encampar as ideias da TV 3.0, possivelmente, usando recursos como a inteligência artificial para auxiliar na sua construção.

Referências

Andrade, M. D., & Camargo, R. A. A. (2022). O gênero do roteiro e sua relação com a criação de materiais audiovisuais. *Research, Society and Development, 11*(7), e41811730286. https://rsdjournal.org/rsd/article/view/30286

Dowling, C. F. B. (2021). Roteiros Dados: realidade virtual interativa em Data Driven_A Escrita Do Deus. *Revista GEMInIS, 12*(2), 178-194. https://doi.org/10.53450/2179-1465.RG.2021v12i2p178-194

Leal, R. (2022). *O Roteiro Encarnado: a poética das narrativas imersivas e interativas* [Tese de doutorado, Universidade Federal Fluminense].

Murray, J. H. (2003). *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. Itaú Cultural/Unesp.

Crônicas femininas no jornalismo audiovisual: uma análise do quadro do Jornal das Dez da Globonews

Laís Possani S. R. Guimarães
lais.possani@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Cláudia Thomé
claudia.thome@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

As crônicas jornalísticas audiovisuais vêm se configurando ao longo das décadas como um formato no espelho dos telejornais para construção de outros olhares sobre o cotidiano, ancorando-se no peculiar que não coube no noticiário, na memória de fatos ocorridos, em coberturas esportivas, ou nas curiosidades trazidas por correspondentes em outros cantos do mundo. Também ganham protagonismo em eventos trágicos, quando a narrativa mais humanizada tenta driblar a impossibilidade de contar a dor do outro.

Podem ainda estar presentes de forma mais disfarçada nos telejornais, marcando a construção de reportagens que nem sempre carregam a promessa do cronismo, mas que usam parte de seus ingredientes, configurando o que se considera como "videoteratura" (Reis & Thomé, 2017). Pesquisas indicam seis características presentes na crônica audiovisual, como "o cotidiano pitoresco e os eventos miúdos; o histórico e a memória; o BG como elemento narrativo; a

imagem também como elemento narrativo (videoteratura); o narrador incluso, e a dialogia com o espectador" (Thomé & Reis, 2020, p. 327).

A partir de tais pesquisas, busca-se analisar crônicas audiovisuais femininas contemporâneas no telejornalismo, para detectar quais são os novos ingredientes que entram nessa receita quando as jornalistas noticiam violências e opressões sofridas por mulheres, frente ao crescente e histórico aumento da violência contra a mulher no Brasil (FBSP, 2026). Não são reportagens ou crônicas que tratam, neste caso, da dor do outro, mas da dor de todas, em um movimento que potencializa a função pedagógica do telejornalismo (Cerqueira, 2018; Vizeu, 2009; Vizeu & Cerqueira, 2016) em espaços de subjetivação e pautas afirmativas (Becker & Thomé, 2022).

O presente trabalho, desenvolvido no âmbito do Laboratório de estudo de Subjetivação e imaginários femininos em narrativas midiáticas, do grupo Namidia (CNPq/UFJF), apresenta resultados da pesquisa, com foco no Jornal das Dez, da GloboNews. Foram analisadas cinco crônicas, sendo quatro veiculadas em março de 2025 no quadro 'Crônicas da Semana' e uma veiculada em 2017 no 'J10 em Crônica'.

A pesquisa fundamenta-se na compreensão do jornalismo como arma de combate (Moraes, 2022) e, portanto, de um importante mobilizador social que, intrinsecamente, carrega em seu cerne a presença humana do sujeito jornalista, que confere aos fatos contados, inevitavelmente, seus atravessamentos. As contribuições de Tuchman (1993) com o mito da objetividade, Thomé (2022, 2024) com a subjetivação, emoção editorializada e voz autoral se unem às de Assis (2016) e Sodré (2006) na proposição da aproximação com a audiência por meio dessa autoria e das estratégias sensíveis. Em conexão com os estudos de gênero, a pesquisa se ancora ainda em Silva (2010, 2018), Pereira (2020), Marinho e Pereira (2022), Nogueira e Pereira (2025) e Finger e Pereira (2025).

Como procedimento metodológico, adota-se a Análise Crítica das Crônicas Audiovisuais (Reis & Thomé, 2017) que prevê quatro etapas: a

descrição, a análise do gênero no audiovisual, a análise dos campos temáticos e a análise audiovisual do gênero. Tal percurso, contribui também para a memória da crônica como gênero que, através do tempo, continua a marcar presença no jornalismo audiovisual com seu caráter subjetivo e autoral.

Os primeiros resultados indicam que as crônicas do ano de 2025, escritas e narradas pela apresentadora Aline Midlej, carregam estratégias sensíveis e um ativismo como reflexo também de sua atuação nas redes sociais digitais, em uma atuação pública em defesa do direito das mulheres. Na crônica de Mônica Waldvogel, exibida em 2017, foi possível analisar a presença das mesmas tipificações, de um texto marcado por opinião, crítica e reflexão sobre as causas feministas, apesar da presença menos explícita de subjetivação.

Ao tensionar os regimes de objetividade através de seu corpo situado (Haraway, 1995), das estratégias sensíveis, de subjetivação e caráter autoral dentro das narrativas afirmativas, o estudo contribui para ampliar o olhar com relação ao papel dessas jornalistas mulheres a partir da função pedagógica que exercem ao escolherem noticiar, por meio das crônicas, as inúmeras violências contra as mulheres, permitindo que haja uma expansão de perspectivas do campo.

Referências

Assis, F. (2016). O 'ser autor' na prática do jornalismo diversional. *Alceu, 16*(32), 123-140.

Becker, B., & Thomé, C. (2022). Subjetivação como estratégia do telejornalismo na defesa da ciência. *Animus: Revista Interamericana de Comunicação Midiática, 21*(47). https://doi.org/10.5902/2175497772173

Cerqueira, L. (2018). *A função pedagógica do telejornalismo: Os saberes de Paulo Freire na prática jornalística*. Editora Insular.

Finger, C., & Pereira, A. (2025, novembro). *Cadê a representatividade? O apagamento das mulheres 50+ pelo telejornalismo* [Apresentação

de trabalho]. 23º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR, Brasil.

Fórum Brasileiro de Segurança Pública. (2026). *Retrato dos feminicídios no Brasil*. https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2026/03/nota-tecnica-dia-mulher-2026.pdf

Haraway, D. (1995). Saberes localizados: A questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. *Cadernos Pagu,* (5), 7-41.

Marinho, I. da S., & Pereira, A. (2022). *Imagens do feminismo e do ser feminista na mídia* [Apresentação de trabalho]. Anais da Bienal Científica Internacional UNICAN 2022.

Nogueira, M. B. C., & Pereira, A. C. (2025). Sobre a morte de mulheres: A construção de narrativas jornalísticas sobre feminicídio. *Iniciacom, 14*(2). https://revistas.intercom.org.br/index.php/iniciacom/article/view/5053

Pereira, A., Caleffi, R., & Albertini, C. (2020). *Um telejornal de homens? Invisibilização e silenciamento das mulheres no Boa noite Paraná* [Apresentação de trabalho]. Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM) (pp. 1-14).

Reis, M. A., & Thomé, C. A. (2017). Videoteratura: Uma proposta de análise do cronismo na televisão. *Linguagens: Revista de Letras, Artes e Comunicação, 11*(3), 564-585.

Silva, M. V. da, & Marocco, B. (2018). O feminino no "livro de repórter": Uma mirada epistemológica de gênero sobre as práticas jornalísticas. *Brazilian Journalism Research, 14*(1), 30-53. https://doi.org/10.25200/BJR.v14n1.2018.1029

Silva, M. V. da. (2010). *Masculino, o gênero do jornalismo: Um estudo sobre os modos de produção das notícias* [Dissertação de mestrado, Universidade

Federal do Rio Grande do Sul]. LUME Repositório Digital. http://hdl.handle.net/10183/25629

Sodré, M. (2006). *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Vozes.

Thomé, C., Miranda, P., & Oliveira, A. (2023). *A crônica audiovisual no telejornalismo local: um olhar para as cidades mineiras narradas no quadro do "MG1"* [Apresentação de trabalho]. XIV Encontro Nacional de História da Mídia. https://drive.google.com/file/d/1F29iQ_SqhjBtP_3i_uuEVOZmYf0x54it/view

Thomé, C. A., & Reis, M. A. (2017). *A crônica como narrativa em mutação: Metodologia para análise crítica do cronismo audiovisual* [Apresentação de trabalho]. Anais do Encontro Regional de Comunicação (Erecom). Facom/UFJF.

Thomé, C. A., & Reis, M. A. (2020). Videoteratura como estratégia do telejornalismo: Um olhar epistemológico sobre produtos das emissoras TV Globo e Globonews. In M. Maia & M. Y. Passos (Orgs.), *Narrativas midiáticas contemporâneas: Epistemologias dissidentes.* Catarse.

Thomé, C. de A., Reis, M. A., & Miranda, P. (2019). *A crônica no telejornalismo local e a representação das cidades - Formas de contar o cotidiano regional* [Apresentação de trabalho]. Anais do 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (pp. 1-13). Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo.

Tuchman, G. (1993). A objetividade como um ritual estratégico: Uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões, teorias e estórias* (pp. 74-90). Vega.

Vizeu, A. (2009). O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. *Revista FAMECOS, 16*(40), 77-83.

Vizeu, A. P., & Cerqueira da Silva, L. J. (2016). 65 anos de televisão: o conhecimento do telejornalismo e a função pedagógica. *Revista FAMECOS, 23*(3), Artigo ID22638. https://doi.org/10.15448/1980-3729.2016.3.22638

Das concessões às plataformas: a televisão em Juazeiro do Norte-CE em ambientes digitais

José Jullian Gomes de Souza
Jullianjose64@gmail.com
Universidade Federal do Ceará

No atual cenário da ecologia midiática televisiva, a utilização do termo televisão requer uma melhor contextualização do seu uso. Afinal, ao falarmos de televisão sobre o que estamos discutindo e, especialmente, analisando? Televisão como suporte, gramática, estrutura e/ou linguagem? Estamos discorrendo da televisão aberta, televisão fechada, webtelevisão, televisão na internet e/ou televisão nas redes sociais digitais? Tais transformações televisivas vem acontecendo ao longo das mais de sete décadas no Brasil, desde a inauguração da emissora de televisão pioneira, a TV Tupi, nos anos 1950.

As formas de assistir televisão foram transformadas. Como explica Balan (2013, p. 2), "O aparelho de TV era um objeto de destaque na sala, onde as poltronas e sofás já ficavam posicionados para que os olhares e atenção fossem dirigidos para ele e não mais para as pessoas ao redor". Porém, com as mudanças ocasionadas, esse "objeto de destaque", que reunia as pessoas em torno de uma tela poderosa, hoje está presente na palma das mãos de cada sujeito, a partir da possibilidade de assistir televisão pelo aparelho celular individualmente.

Assim, as mudanças em torno da televisão (seja a sua estrutura, linguagem, distribuição, suporte e formas de acesso) acarretaram não no seu fim, como proclamado (Fechine & Carlón, 2021), mas, ao contrário, na sua expansão e diálogo com os novos ambientes, a exemplo dos ambientes digitais. Além disso, as novas possibilidades televisivas, ou como estamos denominando, as experiências televisivas (Souza, 2024), deixam de pertencer apenas aos grandes conglomerados midiáticos, bem como estarem mais situadas em territórios mais centrais, para estarem presentes em locais descentralizados e pertecentes aos mais diversos tipos de modalidades de produtores.

É mediante ao exposto que direcionamos a atenção e reflexão para o território de Juazeiro do Norte, no sul do Ceará, buscando compreender o processo de descentralização e interiorização da televisão no diálogo com o contexto da plataformização (Andrea, 2020; Van Dijck et al., 2018), especificamente da televisão (Balan, 2013; Figueiredo & Santos, 2024; Guedes et al., 2025; Rios, 2021) e das expansão da televisão para essas plataformas, a partir do conceito de experiências televisivas. Assim, surge o questionamento que orienta este estudo: como vem ocorrendo o processo de plataformização da televisão em Juazeiro do Norte-CE? A hipótese que norteia a pesquisa é a de que a plataformização da televisão em Juazeiro do Norte apresenta uma mudança da passagem da busca pelas concessões públicas, para o funcionamento e existência de um modelo de televisão, para o uso, intensivo, das plataformas digitais como uma nova forma de fazer a televisão existir, sobretudo em territórios descentralizados.

Como objetivo geral propomos uma reflexão acerca do fenômenos das experiências televisivas em Juazeiro do Norte, mediante ao contexto e cenário da plataformização que, ao nosso ver, tem possibilitado a presença da linguagem televisiva, porém em um novo ambiente: o digital. Já os objetivos específicos são: a) discutir o processo de descentralização da televisão, potencializado pelas tecnologias e ambientes digitais; b) compreender o processo

de plataformização da televisão brasileira e; c) comparar como as relações de poder e controle (co)existem entre o modelo tradicional de televisão e das experiências televisivas feitas para e em ambientes digitais.

O quadro metodológico parte de uma investigação de cunho qualitativa, visando discutir voltada para a interpretação dos significados, experiências e relações das experiências televisivas em Juazeiro do Norte. Uma abordagem exploratório, visando uma inicial identificação desse cenário no espaço analisado e uma observação sobre como o fenômeno da plataformização da televisão vem acontecendo a partir de empresas que não estão ligadas com grupos e conglomerados midiáticos nacionais e regionais.

Concluímos esta pesquisa apontando que o processo de plataformização da televisão em Juazeiro do Norte é alterado da lógica das concessões públicas para o uso intensivo e massificado das plataformas digitais para a criação, existência e funcionamento das experiências televisivas - sobretudo em redes sociais digitais. De um lado, essa "facilidade" sociocultural e tecnológica permite que qualquer sujeito possa criar seu próprio canal de televisão na internet, sem a necessidade de uma concessão, de uma estruturação com grandes equipamentos, pessoal e ou investimento financeiro. E, ainda, permite uma comunicação de proximidade, identidade e pertencimento local com o público. Por outro lado, essas experiências televisivas esbarram na falta de uma regulamentação para o funcionamento, bem como mantém o controle e poder da lógica, historicamente, identificada com as emissoras de televisão em um novo sistema.

Referências

Andréa, C. d'. (2020). *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. Ed. EDUFBA.

Balan, W. C. (2013). Plataformas digitais: uma nova forma de ver TV. In J. Ferreira Junior, & M. C. Santos (Orgs.), *Comunicação, tecnologia*

e inovação: estudos interdisciplinares de um campo em expansão. (1 ed, pp. 1-12). Ed. Buqui.

Fechine, Y., & Carlón, M. (2021). *O fim da televisão.* Ed. Confraria do Vento.

Figueiredo, C. D., & Santos, A. A. P. (2024). Plataformização do telejornalismo: uma análise sobre os procedimentos adotados na cobertura da TV Globo na invasão dos poderes em Brasília (2023). *Revista Fronteiras, 26*(2), 31-43.

Guedes, F., Gomes, M. B., & Kneipp, V. A. P. (2025). Plataformização da TV aberta: um mapeamento sobre os serviços de streaming das quatro principais emissoras do Brasil. *Revista Brasileira de História da Mídia, 14*(1), 67-86.

Rios, D. (2021). Televisão e plataformas: um estudo de caso sobre dataficação nos serviços SVoD Netflix e Amazon Prime Video. *Revista Fronteiras, 23*(1), 68-79.

Souza, J. J. G. (2024). Broadcast, WebTV e produções audiovisuais: as experiências televisivas em Juazeiro do Norte, CE. *Revista Nava, 10*(1), 114-132.

Van Dijck, J., Poell, T., & Wall, M. (2018). *The Platform Society: public values in a connective world.* Ed. Oxford Press.

A construção da marca Flamengo para além do futebol: uma análise da campanha Manto da Nação

Paula Leão Delgado
paula.delgado@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Iluska Maria da Silva Coutinho
iluska.coutinho@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

A prática esportiva do futebol pode até se limitar às quatro linhas do campo, mas o futebol como espetáculo esportivo (Bourdieu, 1996) e sportainment (Richelieu, 2021) vem passando por transformações que expandem sua atuação econômica, midiática e mercadológica.

Os clubes deixam de atuar apenas como organizações esportivas e passam a investir na construção e no fortalecimento de suas marcas, buscando ampliar sua presença para além da prática esportiva e ocupar diferentes espaços do cotidiano de seus torcedores. Assim como as camisas deixaram de ser apenas um uniforme esportivo, elas também passam a integrar estratégias de posicionamento de marca, identidade e consumo.

Esse movimento pode ser observado no Clube de Regatas do Flamengo (https://mantodanacao.flamengo.com.br), que vem estruturando uma estratégia institucional voltada à expansão de sua marca por meio da produção de

conteúdo audiovisual, do licenciamento de produtos, da criação de experiências e do desenvolvimento de novos negócios, como a marca de lifestyle Gávea e a reformulação do projeto Gávea Século XXI.

Este trabalho tem como objetivo compreender como os canais digitais oficiais do Clube de Regatas do Flamengo participam da construção da marca do clube para além do futebol. Para isso, investiga-se a campanha Manto da Nação, analisando como suas narrativas articulam pertencimento, identidade e participação na estratégia de fortalecimento da marca Flamengo.

Entendendo o futebol como fenômeno social e cultural capaz de produzir vínculos de pertencimento e identificação coletiva, a pesquisa tem como base teórica autores como Da Matta (1982), Helal (1990) e Damo (2012).

Portanto, a partir desta perspectiva, o torcedor estabelece relações que ultrapassam o consumo do jogo, como partida esportiva e espetáculo midiático, inserindo os símbolos, os valores e as narrativas associadas ao clube ao seu cotidiano, ao seu modo de ser até mesmo ao consumir os produtos do clube, midiáticos ou não, em suas múltiplas possibilidades.

A partir desta comunicação híbrida (Covaleski, 2010), trazer para discussão o posicionamento de marca, branding, e o branded content permite compreender como instituições utilizam conteúdos e experiências positivas (Covaleski, 2015) para fortalecer conexões emocionais com o seu público e incentivar indiretamente a participação e o consumo de seus produtos (Delgado, 2024).

A pesquisa terá como objeto empírico os conteúdos produzidos pelos canais digitais oficiais do Flamengo para a campanha “Manto da Nação”, iniciativa em que o Flamengo convida os torcedores a participar da criação, da escolha e da aquisição de uma camisa produzida pelo próprio clube.

O corpus será composto pelos conteúdos publicados nos canais digitais oficiais relacionados à campanha, em especial o vídeo de lançamento da ação no canal oficial do Flamengo no YouTube, a Flamengo TV. Para compreender

como pertencimento, identidade e participação são explorados na construção da marca Flamengo para além do futebol, será utilizada a metodologia da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016, 2018), que permite analisar o produto audiovisual em sua totalidade, sem necessidade de decompor seus elementos.

A hipótese inicial é que essa não é uma ação voltada para o desenvolvimento de um novo produto, mas sim uma estratégia que explora o pertencimento, a identidade e o sentimento de fazer parte, transformando o torcedor em uma figura atuante dentro do clube.

Dessa forma, a pesquisa pretende analisar como essa estratégia de comunicação contribui para fortalecer a marca Flamengo para além do futebol, envolvendo consumo, engajamento e identificação coletiva.

Entendendo que as plataformas digitais do Flamengo produzem narrativas que fortalecem o posicionamento do clube como uma marca (Delgado, 2024) presente em diferentes momentos da vida social e do consumo, o Flamengo busca posicionar-se para além de um clube de futebol, apresentando-se como uma marca capaz de acompanhar seus públicos em diferentes espaços, seja no campo midiático, de futebol ou na vida social do seu torcedor.

Referências

Bourdieu, P. (1996). *Razões práticas: sobre a teoria da ação* (M. Correa, Trad.). Editora Papirus.

Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileir*o (pp. 175-194). Editora Insular.

Coutinho, I. (2022, 5-9 de setembro). *Credibilidade como valor personalizado no telejornalismo: vínculos tecidos em rede entre audiência e jornalistas profissionais* [Apresentação de trabalho].

45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), João Pessoa, PB, Brasil. https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0720202223155262d8b6d863b6a.pdf

Covaleski, R. L. (2010). *O processo de hibridização da publicidade: Entreter e persuadir para interagir e compartilhar* [Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo]. Repositório Institucional da PUC-SP. https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/5327

Covaleski, R. L. (2015). Conteúdo de marca e entretenimento: Narrativas híbridas. *Comunicação Mídia e Consumo, 12*(34), 107-123.

Damo, A. S. (2012). Paixão partilhada e participativa - o caso do futebol. *História: Questões & Debates, 57*(2). https://doi.org/10.5380/his.v57i2.30571

Delgado, P. L. (2024). *Heroísmo rubro-negro em telas: A jornada do herói como estratégia de marca na FlaTv* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora]. Repositório Institucional da UFJF. https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/17292

Helal, R. (1990). *O que é sociologia do esporte*. Editora Brasiliense.

Richelieu, A. (2021). *From sport to 'sportainment':* The art of creating an added-value brand experience for fans. *Journal of Brand Strategy, 9*(4), 408-421.

A evolução do consumo ubíquo de tecnologia até a TV 3.0

Eduardo Campos Pellanda
eduardo.pellanda@pucrs.br
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Leonardo Masera
leomasera00@gmail.com
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

O objetivo deste trabalho é demonstrar com caráter introdutório uma investigação concebida pelos autores sobre o consumo de, e dentro destas, novas tecnologias, sob a ótica da comunicação e experiência do usuário (UX). Para tanto, construiu-se um estudo exploratório bibliográfico sobre como o consumo de, e dentro, do rádio, TV e jornal através de anúncios passou para o consumo de, e dentro, da internet (Briggs & Burke, 2004) através de e-commerces e como todos estes citados anteriormente passaram pela remediação (Bolter & Grusin, 2000) da mobilidade ubíqua. Criando o consumo de tecnologias como: smartphones, smart glasses, tablets, smartwatches, óculos de realidade mista, interfaces por vós (Alexa), etc. E através destas, a possibilidade de consumir e comprar algo (e-commerce). Por sua vez, essa linha de consumo de tecnologia está sendo usada para mais uma remediação: a TV 3.0 ou DTV+.

Para fins de contextualização da relevância desta exploração, foi pesquisado em plataformas como Scopus (internacional) e Portal de Periódicos

da CAPES (nacional) sobre possíveis pesquisas que poderiam ter semelhanças com essa e o que foi identificado acabou sendo usado como parte do estado da arte deste trabalho. Os termos de pesquisa utilizados foram (tanto em língua portuguesa quanto inglesa): TV 3.0, DTV+ e T-commerce. Este último, referência para "comércio pela TV", é uma variante conhecida de E-commerce ou "comércio digital". Dentro deste filtro, apenas uma fonte foi encontrada em português, todas as outras estão em língua inglesa, por mais que algumas também sejam pesquisas publicadas por brasileiros. Junto a isso, também se identificou uma lacuna acadêmica sobre o assunto. A maioria das explorações datam de 10 a 20 anos atrás, com as mais recentes sendo apenas duas em 2022 e 2025.

Novamente, este é um estudo exploratório bibliográfico, onde a metodologia utilizada vai contar com o embasamento teórico sobre os tópicos: Mídia (rádio, TV, jornal e web) segundo os autores Briggs e Burke (2004), Cunha (2002) e Pase (2008). Remediação segundo os autores Briggs e Burke (2004). Consumo segundo os autores Andrade e Silva (2017) e Solomon (2016). Ubiquidade, mobilidade e suas tecnologias (smartphones, smartwatches, etc.) segundo suas desenvolvedoras e o autor Pellanda (2005). E experiência do usuário segundo os autores Norman (1988) e Garrett (2011). Reforçando que este artigo é de caráter introdutório, e este assunto demandará outras apreciações e formatos metodológicos para ser completamente explorado. Utiliza-se do método de pesquisa comparativo neste primeiro levantamento, que tem como foco identificar semelhanças e diferenças entre fenômenos, realizando comparações que buscam confirmar o que é comum e esclarecer o que diverge (Prodanov & Freitas, 2013, pp. 38), construindo um estudo exploratório bibliográfico que se baseia no conceito que através de diversas remediações, o consumo da, e na, TV 3.0 está nascendo. Trazendo consigo uma nova tecnologia, que utiliza da experiência dos usuários em tecnologias anteriores, para construir sua própria experiência de consumo.

Referências

Andrade, M. C. F. D. & Silva, N. G. (2017). *O* comércio eletrônico (e-commerce): Um estudo com consumidores. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento, 1*(7), 98-111.

Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). *Remediation: understanding New Media*. The MIT Press.

Briggs, A., & Burke, P. (2004). *Uma História Social Da Mídia*. Zahar.

Cunha, M. (2002). *O valor de permanência do rádio-um estudo dos efeitos pela estética da recepção (1998-2002)* [Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul].

Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. New Riders.

Norman, D. (1988). *O Design do Dia-a-dia*. Rocco.

Pase, A. F. (2008). *Vídeo Online, alternativa para as mudanças da TV na Cultura Digital* [Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul].

Pellanda, E. C. (2005). *Internet móvel: novas relações na cibercultura derivadas da mobilidade na comunicação* [Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul].

Prodanov, C. C., & Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico*. Editora Feevale.

Solomon, M. R. (2016). *O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo*. Bookman.

A mitologia das indústrias Lumon: análise do culto ao trabalho e à personalidade na série Ruptura (2022-) da Apple TV

Ermaela Cícera Silva Freire Batista
ermaelacicera@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Laís Emanuelle Borba de Brito
laisborbabrito@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Ruptura é uma amálgama de várias referências como Admirável mundo novo (1932), Lost (2010) e Vivarium (2019), revelando temáticas significativas como a relação de ciência e misticismo, referências existencialistas e até mesmo mitologia grega. A trama traz críticas à lógica do culto ao trabalho e culto à personalidade de empresários como Elon Musk, da Tesla, Steve Jobs e da própria Apple.

A série criada por Dan Erickson e dirigida por Ben Stiller e Aoife McArdle é uma ficção científica mesclada a um suspense psicológico, a produção retrata a vida de Mark Scout (Adam Scott). O personagem é um ex-professor universitário de história, que diante de uma experiência contínua de dor originada pela morte de sua esposa, Gemma Scout (Dichen Lachman), decide se submeter ao procedimento de ruptura. O protagonista trabalha numa empresa chamada Lumon, na qual funcionários foram submetidos à

implantação de um chip no cérebro para dividir suas consciências em duas: uma fora do ambiente de trabalho (externos ou *outies*) e outra na empresa (internos ou *innies*).

Metodologicamente, este trabalho busca demonstrar como a Análise Televisual Convergente (ATC), proposta por Becker (2019), ampliada pelo esquema analítico da Análise Televisual (Becker, 2012, 2016, 2019), pode ser aplicada em análises de processos comunicativos de programas televisivos como séries em plataformas de *streaming*. De um total de 50 horas de material audiovisual, foram analisados 4 episódios da 1ª e 2ª temporadas de Ruptura, durante o mês de abril de 2025. O tempo de duração dos episódios analisados variou de 40 a 75 minutos. Como estratégia de coleta de dados, foi utilizada a observação indireta e não participante, na qual há diversas vantagens, dando possibilidades de realizar análises substanciais de produtos audiovisuais.

Alencar & Aquilino (2024), destacam que a série é uma produção audiovisual contemporânea que retrata de maneira simbólica a dissociação entre vida pessoal e profissional no contexto corporativo. Sendo utilizada como uma metáfora para ilustrar os conceitos de alienação de Karl Marx e as discussões de Michel Foucault sobre o controle e a vigilância no ambiente de trabalho. "Essa abordagem prática permitiu conectar a teoria à cultura popular, facilitando a compreensão dos impactos psicológicos e sociais da alienação" (Alencar & Aquilino, 2024, p. 3). A investigação aponta para a discussão de temas como identidade, memória, racismo e ética no ambiente de trabalho.

Engels (1876) afirma que os animais transformam a natureza apenas de forma limitada por sua própria presença. Já os seres humanos a modificam conscientemente e de maneira mais profunda por meio do trabalho. Assim, o trabalho é a principal diferença entre o ser humano e os demais animais. No pensamento de Antunes (2018), o avanço das TICs gerou a expectativa de que o trabalho digital traria mais felicidade e menos sofrimento. No entanto, essa visão estava ligada aos interesses do capital e ao uso de novas tecnologias.

A ideia de sociedade sem trabalho foi tratada como um mito. Para o autor, essa promessa foi aceita de forma pouco crítica.

Referências

Alencar, H. A., & Aquilino, L. N. (2024). Trabalho e alienação ao longo da história: o papel da redução da jornada e a crítica na série 'Ruptura'. *Revista JRG de Estudos Acadêmicos, 7*(15), 1-25.

Antunes, R. (2018). *O privilégio da servidão: o novo proletariado dos serviços na era digital*. Ed. Boitempo.

Becker, B. (2019). Análise Televisual Convergente: um procedimento metodológico para leitura crítica dos processos comunicativos de telejornais e programas televisivos. *Galáxia, 3*(42), 69-81.

Engels, F. (1876). *O papel do trabalho na transformação do macaco em homem.* Expressão Popular.

As griôs do momento: saberes ancestrais e religiosidades afro-brasileiras em telenovelas contemporâneas da Globo

David Barbosa
david_barbosa@id.uff.br
Universidade Federal Fluminense

Ana Paula Goulart de Andrade
goulartdeandrade@gmail.com
Universidade Federal do Rio de Janeiro

A experiência humana ganha sentido por meio das narrativas. As histórias que contamos uns aos outros nos permitem organizar o caos da vida (Motta, 2013). Enquanto produtora e veiculadora de narrativas sobre a vida (em) comum, a mídia atua, pois, como tecelã dos cotidianos dos sujeitos e dos sentidos sobre Si e o Outro (Kellner, 2009).

Na formulação dos sentidos para o cotidiano do Brasil, um dos produtos midiáticos centrais é a telenovela. Além de entreter, as novelas suscitam debates, projetam imaginários narram o Brasil para os brasileiros (Couceiro de Lima, 2000; Lopes, 2009). Por isso, são fundamentais tanto para produzir quanto para combater estereótipos que fixam os sentidos de alteridade, reduzindo o Outro ao lugar de anormal, inaceitável ou eliminável (Hall, 2016). Ao longo de seis décadas, a TV Globo consagrou-se como a grande produtora

de telenovelas no país, estabelecendo um padrão de produção, seguido por outras emissoras, e alcançando notoriedade internacional (Néia, 2023).

Na pesquisa em curso, buscamos investigar como as telenovelas da Globo no século XXI produziram sentidos sobre as religiosidades afro-brasileiras. Compreendemos estas religiosidades como formas de organização socio-ritualística de caráter majoritariamente afrocentrado, pautado na ancestralidade, coletividade e continuidade de um modo de vida essencialmente contracolonial (Santos, 2023). Operam como "estratégias religioso-mítico-históricas (operações ritualísticas, que cultuam tanto os princípios cosmológicos quanto os ancestrais) com o objetivo de assegurar a continuidade simbólica de um agrupamento humano nas condições adversas da diáspora" (Sodré, 2017, p. 205).

Entre as marcas das religiosidades afro-brasileiras, está a predominância da memória oral, conceituada por Corteze e Juvêncio (2023, p. 3) como "aquela que, geralmente, é transmitida sem um meio físico, e quando registrada e transmitida, habitualmente é pela escrita". Para Barros (2010, p. 31), um terreiro é, antes de tudo, "o lugar da memória, das origens e das tradições", onde se vive segundo regras baseadas "no parentesco mítico, no princípio da senioridade e na iniciação religiosa". Nestas religiosidades, pois, aprende-se pelo que "no corpo e na voz se repete" (Martins, 2021, p. 23). Parte-se de repertórios de práticas e conhecimentos incorporados, como rituais, danças e cantos, mais do que de arquivos constituídos de materiais supostamente duráveis, como textos e documentos (Taylor, 2013).

Neste sentido, cada iniciado assume também o papel de griô, conceituado aqui como:

> todo(a) cidadão(ã) que se reconheça e seja reconhecido(a) pela sua própria comunidade como herdeiro(a) dos saberes e fazeres da tradição oral e que, através do poder da palavra, da oralidade, da corporeidade e da vivência, dialoga, aprende, ensina e torna-se a memória viva e afetiva da tradição oral, transmitindo saberes e fazeres de geração

> em geração, garantindo a ancestralidade e identidade do seu povo. (Pacheco, 2014-2015, p. 64)

Na última década, as telenovelas da emissora complexificaram as representações das religiosidades afro-brasileiras, trazendo cenas que funcionam como arquivos de saberes ancestrais que, nos terreiros, são inscritos e repassados nas performances rituais (Martins, 2021; Taylor, 2013). Por meio de pesquisa exploratória, levantamos cenas que refletem este processo.

Em Garota do Momento (2024) e Dona de Mim (2025), as protagonistas Beatriz e Leona contam *itans*, narrativas míticas sobre a cosmogonia afro-brasileira e os orixás que sustentam saberes e processos sócio-ritualísticos das religiosidades afro-brasileiras. Em Renascer (2024), Inácia entoa uma sassanha, reza para encantar as ervas que serão utilizadas em um banho. Em A Nobreza do Amor (2026), Dona Menina fecha o corpo de Tonho utilizando pós sagrados e recitando uma reza. As personagens atuam, pois, como griôs, transmitindo oralmente seus saberes e mantendo viva uma ancestralidade que extrapola os limites da narrativa ficcional.

Ao trazerem para a cena estes saberes ancestrais, as telenovelas da TV Globo rompem com um histórico de invisibilização e estereotipação das religiosidades afro-brasileiras e contribuem para a inscrição de seus modos de ser e estar no mundo em uma memória coletiva, que alcança mesmo aqueles brasileiros que nunca pisaram em um chão de terreiro. Ao mesmo tempo, atuam como arquivos (Taylor, 2013), registrando, por meio da performance teledramatúrgica gravada e disponibilizada na TV, no streaming e nas redes sociais, os modos como estas religiosidades compreendem e se relacionam com o mundo, os sujeitos e a natureza.

Referências

Barros, J. F. P. (2010). *Na minha casa: preces aos orixás e ancestrais.* Pallas.

Corteze, F., & Juvêncio, C. H. (2023). O contraste entre a oralidade e a escrita nos terreiros de candomblé: os cadernos de fundamentos como parte da memória de uma religião. *Ágora: Arquivologia em Debate, 32*(64), 1-22.

Couceiro de Lima, S. M. (2000). A personagem negra na telenovela brasileira: alguns momentos. *Revista USP, 48,* 88-99.

Hall, S. (2016). *Cultura e representação.* Ed. PUC-Rio/Apicuri.

Kellner, D. (2001). *A cultura da mídia.* EDUSC.

Lopes, M. I. V. (2009). Telenovela como recurso comunicativo. *MATRIZes, 3*(1), 21-47.

Martins, L. M. (2021). *Performances do tempo espiralar: poéticas do corpo-tela.* Cobogó.

Motta, L. G. (2013). *Análise Crítica da Narrativa.* Editora UnB.

Néia, L. M. (2023). *Como a ficção televisiva moldou um país: uma história cultura da telenovela brasileira (1963 a 2020).* Estação das Letras e Cores.

Pacheco, L. (2014-2015). A Pedagogia Griô: educação, tradição oral e política da diversidade. *Diversitas: Dossiê pedagogia Griô, 2*(3), 22-99.

Santos, A. B. (2023). *A terra dá, a terra quer*. Ubu/Piseagrama.

Sodré, M. (2017). *Pensar nagô.* Vozes.

Taylor, D. *O arquivo e o repertório: performance e memória cultural nas Américas*. Editora UFMG, 2013.

Audiovisual em rede e migrações: estudo de caso a partir de vetor no perfil do G1 na plataforma TikTok

Joelma Liah Lamazon Veras
j.liahlamazon@gmail.com
Universidade Federal de Roraima

José Tarcísio da Silva Oliveira Filho
jose.tarcisio@ufrr.br
Universidade Federal de Roraima
Escola Superior de Propaganda e Marketing

A pesquisa objetiva compreender como as plataformas digitais configuram a circulação de audiovisuais que lidam com as migrações venezuelanas no Brasil. Para isso, foram utilizados dois métodos: Estudo de Caso (Duarte, 2005) envolvendo um vídeo postado em junho de 2025 no perfil do G1, do Grupo Globo, na plataforma TikTok que, a partir do Censo Demográfico 2022, destacou o aumento expressivo de imigrantes venezuelanos no país (Felizardo, 2025); e Pesquisa Bibliográfica (Snyder, 2024), que fundamentou conceitos que permitiram tensionar a etapa analítica, como narrativas, migrações e Audiovisual em Rede.

A literatura científica tem demonstrado que plataformas, como Instagram e Tiktok, deixaram de ser apenas rede de entretenimento para se tornarem palcos de uma gestão narrativa própria por parte dos sujeitos migrantes, capaz de

subverter enquadramentos tradicionais que frequentemente reduzem o sujeito a uma estatística de crise (Oliveira Filho & Hilgemberg, 2020). Essa transição para o protagonismo digital encontra eco no conceito de autonomia das migrações (Mezzadra, 2012). Ao romper com leituras funcionalistas, Mezzadra (2012) nos convoca a olhar para a dimensão subjetiva, reconhecendo que o migrante não é apenas um efeito de crises econômicas, mas uma força política ativa que negocia sua presença e seus direitos para além dos controles estatais. É nessa subjetividade que as narrativas surgem como uma ferramenta de organização da realidade. Conforme propõe Motta (2013), são construções discursivas que concedem sentido às experiências de vida, sendo formas de conhecimento.

Entretanto, as narrativas contemporâneas devem ser abordadas considerando o atual ecossistema midiático, em que produtores, usuários, plataformas digitais e empresas de mídia e de tecnologia interferem na circulação dos conteúdos. A perspectiva de Audiovisual em Rede de Gutmann (2021) auxilia a compreender esse cenário ao considerar que as imagens em movimento que circulam nas ambiências digitais não devem ser pensadas como produto, formato ou vídeo localizável em um único meio, mas como uma forma audioverbovisual, composta por imagens, sons e textos, que se constitui em rede, articulando plataformas, sujeitos e expressões em dinâmicas contínuas de produção, circulação e consumo em fluxo.

Para viabilizar analiticamente essa abordagem, a autora propõe a noção de "vetor", uma expressão comunicacional, como um audiovisual, que não encerra seu sentido em si mesma, mas serve como ponto de entrada para o mapeamento de uma rede de outras expressões audioverbovisuais relacionadas a ela. Nesta pesquisa, recorremos ao Estudo de Caso (Duarte, 2005) para, a partir de um acontecimento particular (tomado como um vetor), refletir sobre algo mais amplo, buscando responder a seguinte problemática: de que forma a plataforma digital TikTok permite a constituição de redes complexas de discursos, envolvendo tanto expressões de resistência e acolhimento,

quanto a propagação de narrativas xenofóbicas? O vetor escolhido consiste no vídeo mencionado que, em julho de 2026, acumulava aproximadamente 105,7 mil visualizações e 535 comentários. Desse modo, buscamos mapear a rede audiovisual com base em três eixos: i) constituição da narrativa audiovisual; ii) mapeamento dos comentários e atuação da plataforma; iii) *threads* de resposta dos comentários com maior engajamento.

No primeiro eixo, a narrativa é marcada pelo factual e pela brevidade, sem contextualização das origens da causa do aumento das migrações venezuelanas. São utilizadas expressões que denotam impacto, como "saltou" para descrever a oscilação na quantidade de migrantes. No segundo eixo, foram considerados os vinte comentários priorizados pelo TikTok, sendo categorizados de acordo com a temática, evidenciando-se três principais: acolhimento e solidariedade (10); discurso hostil/ xenofóbico (7); ambiguidade/ questionamento (3). Em termos de curtidas, os comentários de acolhimento e solidariedade concentram a maior parte do engajamento, com 547 apoios. No entanto, em termos de respostas encadeadas (terceiro eixo), os comentários hostis e ambíguos são os que mais geram repercussão na rede audiovisual. Muitos deles em consonância com a ideia de pânico moral (Bauman, 2017).

Os resultados demonstram que, apesar da literatura apontar para os potenciais das plataformas digitais na constituição de narrativas que contribuíam para a autonomia das migrações (Mezzadra, 2012), a diversidade de atores que compõem esses espaços tornam o audiovisual em rede complexo, principalmente na ausência de regulações que responsabilizem as empresas detentoras das plataformas pelos discursos de ódio, visto que em nenhum dos vinte comentários, e das demais *threads* de respostas, há sinalização de moderação visível por parte do TikTok, incluindo os conteúdos explicitamente xenofóbicos.

Referências

Bauman, Z. (2017). *Estranhos à nossa porta*. Zahar.

Duarte, M. Y. M. (2005). Estudo de Caso. Em J. Duarte & A. Barros (Eds.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (1a ed., Vol. 1, pp. 215-235). Atlas.

Felizardo, N. (2025, June 27). Venezuelanos superam portugueses e passam a ser a maioria entre estrangeiros no Brasil, aponta IBGE. *G1*. https://g1.globo.com/economia/censo/noticia/2025/06/27/venezuelanos-superam-portugueses-e-passam-a-ser-a-maioria-entre-estrangeiros-no-brasil-aponta-ibge.ghtml

Gutmann, J. F. (2021). *Audiovisual em rede: derivas conceituais*. Selo PPGCOM/UFMG. https://seloppgcomufmg.com.br/colecoes/audiovisual-em-rede/

Mezzadra, S. (2013). Multidão e migrações: A autonomia dos migrantes. *Revista Eco-Pós*, *15*(2), 70-107.

Motta, L. G. (2013). *Análise crítica da narrativa*. Editora UnB.

Oliveira Filho, J. T,. & Hilgemberg, T. (2020). A representação de venezuelanos e venezuelanas na mídia local em Roraima. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, *19*(1), 144-154. https://doi.org/10.55738/alaic.v19i33.623

Snyder, H. (2024). Designing the literature review for a strong contribution. *Journal of Decision Systems*, *33*(4), 551-558. https://doi.org/10.1080/12460125.2023.2197704

Autoritarismo e a resistência em One Piece: uma análise da materialidade audiovisual do Governo Mundial

Karolaine Ferraz
karolaine.ferraz@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Paulo Roberto Figueira Leal
paulo.leal@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

O anime *One Piece*, criado por Eiichiro Oda, apresenta ao longo de sua narrativa uma estrutura de poder supranacional denominada Governo Mundial, comandada por uma elite restrita - os Cinco Anciões e os Dragões Celestiais - que concentra decisão política, controle militar e monopólio da verdade histórica. Este trabalho parte da pergunta: de que modo a materialidade audiovisual da obra constrói essa representação de autoritarismo, e quais mecanismos de resistência a narrativa apresenta como contraponto a essa centralização? A pergunta se ancora na perspectiva dos Estudos Culturais, sobretudo na noção de representação de Hall (2016, p. 45), para quem os produtos midiáticos não apenas refletem, mas participam ativamente da produção de sentidos sobre poder e autoridade.

Considerando a especificidade da linguagem audiovisual do objeto, adota-se como procedimento metodológico a análise da materialidade audiovisual (*ama*), desenvolvida por Coutinho (2016, p. 10) no âmbito do Núcleo

de Jornalismo e Audiovisual da Universidade Federal de Juiz de Fora. A *ama* compreende o produto audiovisual como unidade indecomponível de texto, som, imagem, tempo e edição, recusando a fragmentação desses elementos como estratégia analítica. Embora concebida originalmente para produtos jornalísticos, sua aplicação a uma obra de ficção seriada se justifica pela pertinência do princípio de não fragmentação para a leitura de uma narrativa que constrói sentido tanto pela fala quanto pela composição visual e sonora.

A análise, organizada em três eixos temáticos, evidencia diferentes registros de construção do autoritarismo. No primeiro, a cena da aquisição de um escravizado por um Dragão Celestial, no Arquipélago de Sabaody, articula enquadramento em plano baixo, ausência de ênfase sonora dramática e ritmo de edição não elidido para produzir a normalização da exceção jurídica como estrutura, e não como escândalo, o que aproxima a representação da lógica do soberano que decide sobre a suspensão da lei, tal como descrita por Agamben (2004, p. 15). No segundo eixo, o ataque à ilha de Ohara íntegra discurso oficial, trilha solene e montagem acelerada para expor a discrepância entre a justificativa verbal do Estado e o que a imagem revela, aproximando-se do que Arendt (1989, p. 26) descreve como a produção de uma realidade paralela pelos regimes autoritários. No terceiro eixo, a alternância entre o registro visual atribuído à tripulação de Chapéu de Palha pela imprensa oficial do universo narrativo (fichas de procurado, tipografia dura) e o registro atribuído pela própria narrativa (dinamismo de câmera, trilha heroica) evidencia uma disputa de sentido em torno do significante ‘pirata’, o que, segundo Hall (2016, p. 61), caracteriza a cultura como campo de luta pela significação.

Os resultados indicam que o autoritarismo do Governo Mundial não se sustenta apenas pela coerção física, mas por um regime de materialidade audiovisual que naturaliza hierarquias, dissimula discrepâncias entre discurso oficial e evidência visual, e distribui de modo assimétrico os códigos estéticos associados a diferentes grupos sociais dentro da narrativa. A pesquisa

contribui, assim, para os Estudos Culturais e para a Comunicação ao propor um deslocamento metodológico da *ama* para o campo da ficção seriada, e reforça a relevância da cultura pop como espaço de reflexão sobre autoritarismo e resistência na contemporaneidade.

Referências

Agamben, G. (2004). *Estado de exceção*. Boitempo.

Arendt, H. (1989). *As origens do totalitarismo*. Companhia das Letras.

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Hall, S. (2016). *Cultura e representação*. PUC-Rio.

Confissões da diferença: uma análise das duas gerações de *Confissões de adolescente*

Gabriel Bhering
bhering.gabriel@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Iluska Coutinho
iluska.coutinho@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

O presente artigo considera a adolescência como uma fase da vida marcada pela diferença em sua própria estrutura fenomenológica e busca observar contrastes geracionais de jovens. Para dar conta deste fenômeno, a pesquisa adota como objeto empírico a primeira temporada da série *Confissões de Adolescentes (1994)*, em paralelo ao filme homônimo (2014), investigados com o apoio da análise da materialidade do audiovisual (Coutinho, 2016); dois eixos analíticos guiam a reflexão, sendo o primeiro voltado para os olhares estéticos da diferença, cuja base se firma nos estudos de Arendt (1999), intermediada por Telles (1990); já o segundo eixo é o discursivo, que recorre à Silva (2014), responsável por relacionar a diferença com a identidade em uma abordagem dialogada com os Estudos Culturais, que é uma tentativa de permitir o aparecimento da diferença e garantir a conquista da diversidade. As reflexões obtidas revelam as diferenças, confessando avanços, mas também

regressões com o passar das décadas, dialogando com a visão benjaminiana de progresso (Rangel, 2016).

Do ponto de vista da estética, a diferença está ligada à experiência, que precisa recorrer aos estudos de Hannah Arendt, quando a filósofa, mediada por Vera Telles (1990), pensa sobre os diálogos que se convergem em oposição aos que divergem. Desse modo, a diferença pode ser vista como um fenômeno que precisa aparecer para existir a Esfera Pública defendida por Habermas. Logo, a diferença é uma forma de frear o projeto social hegemônico defendido pela modernidade, que transforma aos poucos a democracia em uma infocracia (Han, 2022), em que se falseia com as plataformas digitais uma ideia de liberdade. Com base nisso, é possível afirmar que a juventude, hoje, experiencia um processo de digitalização que pode levá-la a ser, em um futuro breve, uma geração adulta antidemocrática, que não será controlada por um Estado Democrático, mas sim por decisões tomadas pelo Big Data com base nos algoritmos disponíveis.

Diante desta experiência com as plataformas, que afeta as futuras gerações, revela-se a pertinência em voltar-se para o fenômeno da diferença na adolescência, que precisa enfrentar as organizações modernas. Ao reconhecer a origem deste projeto de modernidade, a diferença mostra-se presente também no campo discursivo, pois, em diversas situações do cotidiano de um adolescente, ela pode se manifestar. Em primeiro lugar, para pensar a diferença nesta vertente, é necessário compreender que "identidade e diferença estão em uma relação de estreita dependência" (Silva, 2014, p. 1). Como pode ser observado, quando um adolescente diz, por exemplo, que não é mais criança, ele também está dizendo que não quer ser mais tratado como tal e, portanto, está pronto para certas situações; agora, se ele diz que ainda é novo demais, pode ser uma tentativa de se esquivar de certas responsabilidades e se colocar indiferente pelo marcador da idade. Ou seja, "consideramos a diferença como um produto derivado da identidade. Nesta perspectiva, a identidade é

a referência, é o ponto original relativamente ao qual se define a diferença" (Silva, 2014, p. 1). Apesar das diferentes possibilidades de existir no mundo, o jovem precisa seguir um caminho "certo" e "esperado" pela sociedade moderna, pois, caso assuma uma identidade oposta à normatizada, ele acaba acessando a diferença do afastamento e não da interlocução.

Referências

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf

Han, B.-C. (2022). *Infocracia: Digitalização e a crise da democracia*. Vozes.

Rangel, M. M. (2016). História e *Stimmung* a partir de Walter Benjamin: Sobre algumas possibilidades ético-políticas da historiografia. *Cadernos Walter Benjamin, 17*, 1-12. http://www.gewebe.com.br/pdf/cad17/texto_10.pdf

Rangel, M. M. (2016). Melancolia e história em Walter Benjamin. *Ensaios Filosóficos, 19*, 126-137. https://www.ensaiosfilosoficos.com.br/Artigos/Artigo14/11_RANGEL_Ensaios_Filosoficos_Volume_XIV.pdf

Silva, T. T. da. (2014). A produção social da identidade e da diferença. In T. T. da Silva (Org.), *Identidade e diferença: A perspectiva dos estudos culturais* (15ª ed., pp. 73-102). Vozes.

Sodré, M. (2014). *A ciência do comum: Notas para o método comunicacional*. Vozes.

Telles, V. da S. (1990). Espaço público e espaço privado na constituição do social: Notas sobre o pensamento de Hannah Arendt. *Tempo Social, 2*(1), 23-48. https://doi.org/10.1590/TS.V2I1.84786

Economia da atenção e TV aberta: interatividade e disputa por visibilidade no ambiente digital

Cinthya Pires Oliveira
cinthyaoliveira@id.uff.br
Universidade Federal Fluminense

O artigo propõe discutir a TV 3.0 como processo de reinvenção da televisão aberta brasileira no contexto da implantação do sinal digital marcado pela "economia da atenção" - expressão amplamente citada na contemporaneidade que demonstra complexidades a serem criticamente evidenciadas na disputa por visibilidade.

A proposta parte da compreensão de que a televisão não tende a esmorecer diante da proliferação de plataformas digitais, mas inicia um novo ciclo de reconfiguração técnica, estética, econômica e cultural (Bourdieu, 1997). Nesse sentido, a TV 3.0 é analisada como um procedimento de transição da radiodifusão brasileira para um modelo híbrido, no qual transmissão aberta, conectividade, interatividade, segmentação e circulação de dados passam a compor a experiência televisiva.

Dessa forma, o objeto do artigo é a implantação da TV 3.0 no Brasil, formalizada pelo Decreto nº 12.595, de 27 de agosto de 2025, que dispõe sobre a escolha do padrão tecnológico da segunda geração do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre e sua implementação no território nacional.

A iniciativa se insere em um percurso mais amplo de modernização da televisão digital no Brasil, conduzido pelo Ministério das Comunicações e pelo Fórum do Sistema Brasileiro de Televisão Digital. Entre suas características previstas estão maior qualidade de imagem e som, integração com a internet, recursos interativos, segmentação geográfica de conteúdo e oferta de serviços de valor adicionado. Apesar das sucessivas promessas e expectativas geradas junto à sociedade, o processo de implantação está em curso com testes iniciados em escala limitada.

Nesse contexto, o objetivo do artigo é refletir sobre a TV 3.0 como infraestrutura comunicacional de disputa pela atenção (Oliveira, 2025), diante de complexidades e oportunidades proporcionadas com o modelo híbrido para reposicionar a televisão aberta no ecossistema contemporâneo de plataformas, marcado pela concorrência com serviços de streaming, redes sociais, vídeos sob demanda e sistemas algorítmicos de recomendação.

Por meio de procedimento exploratório e descritivo, tendo como referencial teórico autores do campo de estudos culturais críticos, a proposta pretende construir um enquadramento teórico para a compreensão da emergência e da importância do modelo híbrido de televisão digital para os estudos de televisão. Para tanto, o artigo abordará os seguintes eixos: (1) a TV 3.0 como política tecnológica para a radiodifusão, observando sua dimensão pública, regulatória e institucional; (2) a televisão aberta como meio em transformação, tendo em vista a centralidade histórica no Brasil e a reconfiguração dos rituais (Couldry, 2003) de consumo audiovisual, pela fragmentação das audiências e pela intensificação da concorrência por tempo de tela; (3) aproximação da TV 3.0 do conceito da economia da atenção, compreendendo a atenção como recurso disputado por diferentes agentes.

A hipótese exploratória é que a TV 3.0 não representa apenas uma melhoria técnica da televisão digital, mas uma tentativa de reposicionar a televisão aberta no regime contemporâneo de visibilidade. Ao incorporar recursos

de interatividade, dados, segmentação e integração com ambientes digitais, a televisão passa a se aproximar de lógicas já consolidadas nas plataformas conectadas. Essa aproximação, entretanto, produz tensões. De um lado, pode ampliar formas de participação, personalização de serviços, acesso a conteúdos e manutenção da televisão aberta enquanto meio de comunicação de amplo alcance para a sociedade brasileira. E, por outro, pode intensificar processos como "mercantilização" da audiência, disputas pela atenção, publicidade segmentada e diferenciação das experiências televisivas conforme território, conectividade e capacidade de acesso dos públicos.

Como contribuição, o trabalho sugere que a TV 3.0 seja analisada em três dimensões complementares: como política pública de atualização tecnológica da radiodifusão; como dispositivo de reinvenção da experiência televisiva; e como infraestrutura de disputa pela atenção em um ambiente audiovisual cada vez mais plataformizado. Sendo assim, a emergência da TV 3.0 evidencia uma questão central para os estudos de televisão: compreender sob quais condições políticas, técnicas e socioculturais esse meio continuará a organizar experiências coletivas de mediação, visibilidade e participação social.

Referências

Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão. Jorge Zahar.*

Couldry, N. (2003). Media rituals: A critical approach. Routledge.

Decreto nº 12.595, de 27 de agosto de 2025. Dispõe sobre a escolha do padrão tecnológico da segunda geração do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre - SBTVD-T, denominada TV 3.0, e sobre a sua implantação no território nacional. Presidência da República.

Oliveira, C. P. (2025). *Mercado da atenção e arena midiática: Conteúdo, participação e audiência.* Appris.

Creación compartida y autoría relacional: identidad artística en los videoclips de Aidan Zamiri

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

Sevie Pastrana-Crespillo
seviepc@uma.es
Universidad de Málaga

María Isabel Pérez-Rufí
mrufi76@yahoo.es
Universidad de Sevilla

El objeto de esta investigación es la identidad artística de Aidan Zamiri como director de videoclips entre 2020 y junio de 2026. El corpus reúne 21 obras realizadas para FKA twigs, Charli XCX, Billie Eilish y Yung Lean. El estudio parte de la posición ambigua del director en un formato asociado con la estrella musical, aunque su configuración responde a una producción colectiva. La visibilidad de los responsables creativos ha favorecido una lectura autoral del videoclip y su consideración como creación artística dentro de la tradición británica del formato (Caston, 2020; Pérez-Rufí, 2020).

La hipótesis sostiene que la continuidad autoral de Zamiri reside en un método de colaboración. Su firma aparece al relacionar la canción con la imagen

previa del intérprete y convertir ese encuentro en una situación audiovisual precisa. La autoría relacional reconoce una responsabilidad creativa compartida y exige identificar la intervención efectiva de los participantes (Sellors, 2010). Esta perspectiva entiende las obras como resultado de culturas profesionales que dejan huellas reconocibles en el producto final (Caldwell, 2008).

El objetivo principal consiste en explicar cómo Zamiri mantiene una identidad artística reconocible al trabajar con personalidades musicales diferentes. El análisis localiza decisiones recurrentes en la dirección del intérprete y en el uso del espacio. También estudia la función del montaje dentro de la representación de la celebridad. La estrella se considera una imagen pública formada por actuaciones anteriores y discursos promocionales (Dyer, 1998; Railton & Watson, 2011).

La investigación adopta un estudio cualitativo de caso basado en el análisis textual audiovisual y en la documentación de producción. La muestra comprende 21 videoclips seleccionados por su distribución temporal y por la continuidad de varias colaboraciones. Para cada pieza se examinó la actuación en relación con la canción. Después se atendió a la localización y al modo en que el montaje organiza la idea visual, según Vernallis (2004). El estudio incorporó datos sobre la formación de Zamiri y la planificación de *Caprisongs* (Knight, 2022; Pennant, 2020). La entrevista sobre su trabajo con Charli XCX completó esta información (Turley, 2024). Las declaraciones se contrastaron con las obras.

Los resultados muestran una continuidad basada en la adaptación. Zamiri parte de la imagen pública de cada artista y explora rasgos con menor presencia anterior. Con FKA twigs, el humor amplía una iconografía marcada por el control corporal; con Charli XCX, la fabricación de la fama se convierte en argumento visual. Los trabajos con Billie Eilish concentran el sentido en la respuesta física, mientras Yung Lean aparece en ceremonias donde la melancolía adquiere un tono absurdo. El director sitúa estas actuaciones en

espacios reconocibles y altera una de sus condiciones habituales. La calle mantiene su actividad y la oficina impone su materialidad, de modo que el cuerpo responde a una anomalía. El montaje integra esa regla en la estructura musical. La textura combina registros fotoquímicos con imágenes domésticas y acerca algunas escenas al recuerdo. El humor hace visible el artificio de la celebridad. Estas operaciones favorecen fragmentos capaces de circular dentro de la cultura de plataforma sin perder su función en la pieza completa (Nieborg & Poell, 2018). El análisis de *Birds of a Feather* confirma la capacidad de Zamiri para concentrar su propuesta en una puesta en escena contenida y en la relación entre el cuerpo y los efectos físicos (Pastrana-Crespillo & Pérez-Rufí, 2025).

Las conclusiones confirman que la autoría de Zamiri puede explicarse desde una concepción compartida de la creación. Su identidad artística se reconoce en la mediación entre la canción y la personalidad musical, antes que en la repetición de una apariencia fija. Esta práctica concede al intérprete un espacio de decisión y permite que la aportación del director adquiera consistencia mediante soluciones variables. La autoría relacional ofrece una vía para estudiar el videoclip como obra colectiva y como objeto de la cultura visual contemporánea. El acceso a tratamientos o versiones de montaje permitiría precisar algunas decisiones, pero el corpus demuestra que la colaboración constituye el núcleo estable de su firma. La trayectoria de Zamiri muestra que la creatividad autoral puede residir en crear con otros y convertir ese intercambio en una forma reconocible.

Referencias

Caldwell, J. T. (2008). *Production culture: Industrial reflexivity and critical practice in film and television*. Duke University Press.

Caston, E. (2020). *British music videos 1966-2016: Genre, authenticity and art*. Edinburgh University Press.

Dyer, R. (1998). *Stars* (2.ª ed.). British Film Institute.

Knight, D. (2022, 1 de julio). Aidan Zamiri on the FKA twigs' *Caprisongs* project: "She's not an alien war goddess, she's a really funny person." *Promonews*. https://www.promonews.tv/interviews/aidan-zamiri-fka-twigs-caprisongs-project-shes-not-alien-war-goddess-shes-really-funny/76912

Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society, 20*(11), 4275-4292. https://doi.org/10.1177/1461444818769694

Pastrana-Crespillo, S., & Pérez-Rufí, J. P. (2025). El lenguaje del videoclip contemporáneo: Narrativas y estéticas de los videoclips nominados a los premios MTV VMA 2025. En A. P. Goulart de Andrade, V. Kneipp, & V. B. de Oliveira (Coords.), *Do 4:3 ao widescreen* (pp. 231-259). Ria Editorial. http://hdl.handle.net/10630/41095

Pennant, F. (2020, 28 de abril). Aidan Zamiri. *Dazed*. https://www.dazeddigital.com/projects/article/48851/1/aidan-zamiri-photographer-filmmaker-biography-dazed-100-2020-profile

Pérez-Rufí, J. P. (2020). La visibilidad de la autoría en el videoclip postelevisivo: La dignificación del vídeo musical a través de la reivindicación de los creadores en los créditos. *Kepes, 17*(21), 145-170. https://doi.org/10.17151/kepes.2020.17.21.6

Railton, D., & Watson, P. (2011). *Music video and the politics of representation*. Edinburgh University Press.

Sellors, C. P. (2010). *Film authorship: Auteurs and other myths*. Wallflower Press.

Turley, R. (2024, 30 de diciembre). How Aidan Zamiri made the music video essential again. *Interview*. https://www.interviewmagazine.com/culture/how-aidan-zamiri-made-the-music-video-essential-again

Vernallis, C. (2004). *Experiencing music video: Aesthetics and cultural context*. Columbia University Press.

Do feed ao tribunal: algoritmos, True Crime e o julgamento coletivo do caso Richthofen nas redes sociais

Mariana Almeida e Silva
mariana.almeidesilva@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Iluska Coutinho
iluska.coutinho@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

As redes sociais possuem papel relevante na disseminação de conteúdos nos dias atuais, especialmente no âmbito criminal. O gênero *true crime* está mais presente em plataformas digitais como YouTube, TikTok e Instagram. Com a circulação de trechos de entrevistas, filmes e documentários de casos criminais, e que podem gerar novas análises críticas e a audiência, os usuários atuariam nas redes como um júri informal, produzindo enunciados de condenação, relativização e estigmatização. Questiona-se como as plataformas digitais transformam a circulação e a recepção de narrativas true crime, tomando o caso Richthofen como referência. A partir da pesquisa bibliográfica e empírica, ancorada na análise de materiais em vídeo, discute-se o papel dos algoritmos como curadores invisíveis e a plataformização do espetáculo da violência nas produções criminais digitais. A observação de conteúdos audiovisuais em plataformas como YouTube, TikTok e Instagram, tendo como eixos

de investigação recortes narrativos e comentários de usuários, foi realizada a partir da AMA - Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2018).

A compreensão sobre a dinâmica entre redes sociais e crimes pode ser ampliada a partir do destaque que Van Dijck et al.(2018) estabelecem ao defender que na contemporaneidade as plataformas digitais não funcionam como espaços neutros de circulação, mas sim como infraestruturas sociotécnicas e econômicas com critérios de visibilidade. Em lugar de serem apenas concedentes de espaço de hospedagem de conteúdo, elas determinariam quais narrativas ganham mais destaque e quais são reforçadas como periféricas. Bucher (2018) conceitua os algoritmos como "curadores invisíveis"; embora a sua lógica não seja tão aparente ao usuário comum, é através de cortes que viralizam, como momentos de maior emoção ou contradição em produções audiovisuais, que emergem conteúdos com mais força no feed.

Tal perspectiva foi observada na análise da propagação de conteúdos sobre o caso Richthofen; a competição pela atenção por meio de construções narrativas de casos criminais midiatizados explicaria o consumo deste tipo de informação nas redes sociais digitais. Estudos da área apontam que crimes como esse são consumidos com fascínio e ao mesmo tempo repulsa, enquanto Seltzer (1998) relata que a repetição de um conteúdo violento gera impactos emocionais que mantém a audiência engajada. Nas plataformas digitais, a circulação de trechos dramáticos, comentários e análises contribui para construir sentidos sobre Suzane Von Richthofen e demais figuras presentes do caso; a espetacularização do *true crime*, também pode ser compreendida a partir do conceito de sociedade do espetáculo (Debord, 1997).

Nesse sentido, as repercussões do caso Richthofen elucidam como a violência perpassa o campo factual, se tornando objeto constante de reencenações reforçadas pelo padrão de funcionamento algorítmico; são conteúdos antes de consumo, ordenados por uma lógica de visibilidade quase inseparável do entretenimento, que informativos. A estetização da violência no jornalismo e em outros produtos audiovisuais pode ser compreendida a partir da maneira

como as narrativas organizam personagens, conflitos e acontecimentos em estruturas dramatúrgicas (Coutinho, 2012). Nesse processo, a violência deixa de ser apenas um acontecimento informado e passa a ser construída por estratégias narrativas que potencializam o envolvimento emocional do público. Reforçam-se, assim, casos conhecidos como o Richthofen que, ao mesmo tempo em que provocam indignação coletiva, também despertam curiosidade em torno de uma narrativa marcada pela violência e pelo drama. Ao olhar para a circulação de conteúdos nas redes, há uma característica de duração prolongada, relacionada à forma dos produtos serem socialmente apropriados, repercutindo na maneira como os usuários não só avaliam os fatos, mas geram sentidos adicionais e moldam a memória coletiva (Halbwachs, 1990). O caso Richthofen é atualizado no feed pela sua capacidade de atrair a atenção e estimular reações do público que assume papel de julgador simbólico. Segundo Seltzer (1998), esse fenômeno se reflete como "*wound culture*"; a representação continuada da violência não só mantém o engajamento, como convida o público a ser parte da construção do sentido do crime.

O trabalho analisou tal perspectiva tendo como recorte empírico para a conteúdos em circulação em três plataformas digitais: YouTube, TikTok e Instagram. Para seleção da amostra considerou-se fatores relacionados à lógica de funcionamento destas plataformas: engajamento; recorte narrativo; respostas do público. A análise demonstrou que o caso permanece ativo no imaginário social não apenas pelo crime em si ou sua força, mas pela contínua releitura das suas nuances que são privilegiadas pelos algoritmos.

Referências

Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press.

Coutinho, I. (2012). *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora - MG*. Mauad X.

Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro* (pp. 175-194). Insular.

Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Contraponto.

Halbwachs, M. (1990). *A memória coletiva*. Vértice.

Seltzer, M. (1998). *Serial Killers: Death and Life in America's Wound Culture*. Routledge.

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.

Entre a televisão aberta e as plataformas digitais: funcionalidades da TV 3.0 e particularidades da plataformização

Ana Beatriz Ferreira de Oliveira dos Santos
anabeatriz.santos@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Carlos Pernisa Júnior
carlos.pernisa@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Projetada para corresponder às crescentes demandas por qualidade, personalização, imersão, interatividade e acessibilidade no consumo de conteúdo televisivo no Brasil (Moreno et al., 2024), a TV 3.0 surge como uma proposta que reconfigura a radiodifusão no país, enquanto preserva princípios históricos da televisão aberta, como a gratuidade e a regulação. Contudo, em uma sociedade marcada pelo surgimento de plataformas digitais mediadas por lógicas algorítmicas, a regulamentação dos meios torna-se um objeto de discussão de máxima importância. Posto isto, o objetivo geral deste trabalho é apresentar as funcionalidades centrais da TV 3.0 e discutir as particularidades das plataformas e da plataformização, buscando compreender como a TV 3.0 diferencia-se das plataformas digitais inseridas no processo de plataformização.

A abordagem metodológica deste estudo adota o levantamento bibliográfico. Seu caráter é exploratório. Portanto, foram selecionados textos

acadêmicos que discorrem sobre a TV 3.0, plataformas *online* e plataformização digital. Observou-se que o desenvolvimento da televisão no Brasil é orientado não apenas por interesses políticos e econômicos, mas também pela formulação de leis e decretos voltados à regulação do conteúdo veiculado. Contudo, como ressalta Andrade (2025), no âmbito das plataformas *online*, as empresas são orientadas por modelos de negócios baseados no engajamento e na monetização de dados e raramente adotam medidas que comprometam sua lucratividade. Como procedimento, realizou-se a leitura e a análise crítica do material, com a finalidade de articular os conceitos que definem a TV 3.0 e a plataformização, de modo que as particularidades possam ser entendidas a partir das mudanças tecnológicas atuais e de suas novas formas de circulação e visibilidade. Por meio do estudo, observou-se que a TV 3.0 representa uma mudança de paradigma na arquitetura televisiva, ao integrar *broadband* e *broadcast*, orientar-se por aplicativos e oferecer conteúdo sob demanda.

A partir disso, analisou-se a natureza híbrida das plataformas, composta por três dimensões essenciais - infraestrutura de dados, economia e governança -, buscando compreender a plataformização e o seu impacto nos diferentes setores da sociedade e esferas da vida. Destaca-se o quanto é estratégico o discurso das grandes empresas que buscam se posicionar como "empresas de tecnologia", visto que isso favorece o distanciamento do campo regulatório, que impõe ao setor de mídia responsabilidades das quais essas empresas procuram se desvincular. Nesse cenário, a disseminação de desinformação encontra terreno fértil. Em paralelo, a preocupação com o conteúdo transmitido na televisão é uma constante desde os anos iniciais de sua implantação no Brasil, com regulamentação que envolveu tanto o setor público quanto o privado.

A aprovação do ECA Digital (Lei nº 15.211/25) representa um marco jurídico essencial para a proteção de crianças e adolescentes frente aos desafios impostos pelo avanço tecnológico (Ministério da Justiça e Segurança Pública,

2026). Diante disso, os resultados do estudo apontam que a TV 3.0 diferencia-se das plataformas *online* inseridas no processo de plataformização, sobretudo por sua natureza regulada, totalmente gratuita e voltada para o interesse público, características que, historicamente, definem a radiodifusão no Brasil. Ao mesmo tempo, a iminência dos testes impõe a necessidade de atenção para com as formas pelas quais a lógica das plataformas pode penetrar, ainda que gradualmente, na arquitetura e na governança da televisão aberta brasileira.

Referências

Andrade, A. G. C. (2025). Liberdade de expressão, desinformação e democracia na era digital. *Revista da EMERJ, 27*, e693, 1-18. https://openresearch.ceu.edu/server/api/core/bitstreams/b9d8e11e-bb86-4eaa-ac9f-e3b535911e9a/content

Moreno, M. F., Muchaluat-Saade, D., Lemos, G., Colcher, S., Soares Neto, C., Sousa, L. S. C. S., & Santos, J. (2024). TV 3.0: especificações da camada de codificação de aplicações. *Livro de minicursos do XXX Simpósio Brasileiro de Sistemas Multimídia e Web*. Sociedade Brasileira de Computação.

Ministério da Justiça e Segurança Pública. (2026). *ECA Digital*. https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/sua-protecao/sedigi/eca-digital/eca-digital-1

Euphoria e as transformações da experiência audiovisual na era do streaming

Alusk Maciel Santos
alusk.maciel.017@ufrn.edu.br
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Adriano Charles da Silva Cruz
adrianocruzufrn@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

As plataformas de *streaming* promovem uma reorganização dos ambientes comunicacionais contemporâneos, alterando simultaneamente as formas de produção, circulação, recepção e apropriação das narrativas audiovisuais. Sob a perspectiva da Ecologia das Mídias, tais transformações não decorrem apenas da introdução de novas tecnologias, mas da constituição de novos ambientes culturais capazes de reorganizar modos de percepção, sociabilidade e produção de sentidos (McLuhan, 1964; Strate, 2017). Nesse contexto, a pesquisa buscou compreender como essa experiência audiovisual se redefine, mediante a série *Euphoria* (2019-atual), da HBO, como um caso exemplar dessas transformações. Mais do que analisar a recepção de uma produção televisiva, o estudo investigou de que maneira as plataformas digitais e práticas participativas constituem um ecossistema comunicacional no qual a experiência estética e discursiva deixam se expandem continuamente entre diferentes ambientes midiáticos.

Compreende-se que a televisão contemporânea deixou de ser um meio isolado para integrar um sistema ecológico composto por plataformas sob demanda, redes sociais, dispositivos móveis, comunidades digitais e processos algorítmicos (Jenkins et al., 2015). Nessa perspectiva, a experiência audiovisual não pode mais ser explicada exclusivamente pelas características narrativas de uma obra, mas pelas relações estabelecidas entre diferentes mídias que passam a operar como um ambiente integrado.

Toda tecnologia modifica a escala, o ritmo e os padrões das relações humanas, de modo a produzir ambientes simbólicos (McLuhan, 1964), reorganizando simultaneamente cultura, linguagem e formas de conhecimento (Strate, 2017). Esses ecossistemas digitais contemporâneos intensificam processos de convergência e interdependência entre mídias anteriormente separadas (Jenkins, 2008; Logan, 2010). Observa-se a cultura da conexão (Jenkins et al., 2015), assim como a midiatização (Hjarvard, 2013), como fenômenos contemporâneos que resultam menos da relação entre espectadores e conteúdos do que da interação permanente entre plataformas, interfaces, algoritmos, imagens e comunidades digitais.

Para analisar e compreender essas transformações, desenvolveu-se uma pesquisa quali-quantitativa junto à comunidade 'Euphoria Brasil', no Telegram, composta por 4.244 integrantes, mediante aplicação de questionário, de maio a agosto de 2025. Com isso, obteve-se 247 respostas válidas, com margem de erro de ± 6,18%, segundo cálculo amostral para populações finitas de Fontelles *et al.* (2010). As análises obtidas foram organizadas por categorias temáticas, fundamentadas na netnografia (Hine, 2004; Kozinets, 2014) e na pesquisa qualitativa (Flick, 2009).

Os resultados demonstram que a circulação da obra extrapola as plataformas de *streaming* e se estende às redes sociais, mostrando-se como principal mecanismo de descoberta e ressignificação da série. Isso evidencia que o consumo audiovisual contemporâneo depende de processos de circulação

sociocultural das imagens, nos quais comentários, memes e *fanarts* integram a própria experiência da obra. Sob essa perspectiva, a experiência audiovisual constitui um fluxo permanente de interações distribuídas entre diferentes mídias.

Os dados também revelam que os elementos visuais (fotografia, iluminação e direção de arte) configuram um dos principais interesses do público, chegando a superar a própria narrativa em alguns momentos. Na obra, a imagem se torna o principal elemento estruturador da sua experiência. Assim, pode-se afirmar que não são apenas os conteúdos que produzem efeitos culturais, mas os ambientes sensoriais construídos pelas tecnologias e suas linguagens (McLuhan, 1964; Strate, 2017). Em *Euphoria*, as imagens passam a circular autonomamente entre diferentes plataformas, sendo continuamente apropriadas e ressignificadas, prolongando a experiência audiovisual. Embora grande parte dos respondentes (re)produza comportamentos de *fandom*, muitos recusam a identidade de "fã". Essa dicotomia evidencia uma transformação da ecologia comunicacional contemporânea, na qual o pertencimento deixa de ser organizado por comunidades estáveis para assumir formas fluidas, distribuídas entre plataformas digitais e circulação simbólica, em vez de identidades fixas.

Conclui-se que *Euphoria* evidencia como as experiências audiovisuais passam a emergir da interação entre plataformas, algoritmos, imagens e práticas participativas. O estudo demonstra que o objeto central da televisão contemporânea já não é apenas a narrativa audiovisual, mas o ambiente comunicacional que se forma ao seu redor. Nesse ecossistema, assistir, comentar, compartilhar, produzir imagens e participar de comunidades digitais se tornam práticas indissociáveis da experiência midiática. Assim, após a análise, compreende-se a experiência audiovisual contemporânea como um fenômeno que envolve dinâmicas de participação coletiva, reorganizando as relações entre televisão, cultura visual e comunicação na era do *streaming*.

Referências

Flick, U. (2009). *Introdução à pesquisa qualitativa*. Artmed.

Hine, C. (2004). *Virtual ethnography*. Sage.

Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Routledge.

Jenkins, H. (2008). *Cultura da convergência*. Aleph.

Jenkins, H., Green, J., & Ford, S. (2015). *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. Aleph.

Kozinets, R. V. (2014). *Netnography: Redefined*. Sage.

Logan, R. K. (2010). *Understanding new media: Extending Marshall McLuhan*. Peter Lang.

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.

Strate, L. (2017). *Media ecology: An approach to understanding the human condition*. Peter Lang.

Williams, R. (1979). *Marxismo e literatura*. Zahar.

Jornalismo científico audiovisual: uma análise do programa univerciência

Luciellen Souza Lima
luciellensouzalima@gmail.com
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A crescente relevância da ciência na sociedade contemporânea, especialmente após a pandemia de COVID-19, evidenciou a necessidade de ampliar os mecanismos de comunicação entre a comunidade científica e a população. Nesse contexto, a divulgação científica assume papel fundamental na democratização do conhecimento. Diferentemente de outras modalidades de divulgação científica, o jornalismo científico incorpora critérios próprios da atividade jornalística, como relevância social, atualidade, interesse público, apuração e contextualização, contribuindo para fortalecer a cultura científica e estimular decisões baseadas em evidências (Bueno, 1985; Profeta, 2024).

Entre as iniciativas brasileiras voltadas à divulgação científica, o programa Univerciência constitui uma experiência relevante de jornalismo científico audiovisual, reunindo esforços para aproximar universidades, pesquisadores e sociedade. Destinado ao grande público, foi criado em 2020 pela TV Uesb da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Reúne de forma colaborativa universidades públicas e instituições de pesquisa nordestinas na produção de conteúdos audiovisuais sobre pesquisas científicas, desenvolvimento tecnológico, inovação e impactos sociais da ciência em diferentes

áreas do conhecimento. O programa está em sua oitava temporada, veiculando entrevistas com pesquisadores, demonstrações práticas de experimentos científicos, recursos gráficos, imagens de campo e de laboratório para traduzir conteúdos especializados ao público não acadêmico. Além da exibição em canais televisivos, os episódios são disponibilizados em plataformas digitais, ampliando seu alcance e favorecendo o acesso permanente ao conteúdo.

Assim, o artigo proposto tem como objetivo analisar o caso do programa Univerciência como estratégia de divulgação científica de produção colaborativa de jornalismo científico audiovisual. Portanto, busca-se identificar características editoriais, recursos narrativos, formatos audiovisuais, formas de distribuição e produção. Trata-se de uma pesquisa descritiva, de abordagem qualiquantitativa, desenvolvida por meio de um estudo de caso (Duarte, 2005) do programa Univerciência.

A investigação está organizada em três etapas metodológicas complementares. A primeira corresponde à fase exploratória, composta por pesquisa bibliográfica e documental. A pesquisa bibliográfica fundamenta-se na literatura sobre divulgação científica, jornalismo científico e jornalismo televisivo/audiovisual, tomando como referência autores como Bueno (1985, 2009, 2010), Amorim e Massarani (2008), Barata et al. (2023), Granado (2024), Profeta (2024), Thomé e Reis (2024), Pereira e Landim (2024) e Emerim (20217). Paralelamente, é realizada pesquisa documental reunindo os episódios das oito temporadas do Univerciência disponibilizados nos canais oficiais da TV Uesb. Além disso, reuniremos informações sobre as universidades parceiras e seus meios de divulgação do programa.

A segunda etapa é destinada à coleta de dados. Cada episódio é analisado por meio de uma ficha de observação estruturada elaborada especificamente para este estudo. O instrumento contempla variáveis como área científica, temática abordada, instituição que ancora a pesquisa, presença de pesquisadores como fontes, utilização de linguagem acessível, recursos audiovisuais empregados

(infográficos, animações, simulações), estratégias narrativas (reportagem, entrevista, presença do repórter), duração das reportagens, entre outras.

Na terceira etapa são realizadas análises quantitativas e qualitativas dos dados coletados. A análise quantitativa permite identificar frequências, padrões e distribuição das categorias observadas, enquanto a análise qualitativa busca compreender como os recursos jornalísticos são usados para a tradução do conhecimento científico e para a aproximação entre universidades e sociedade. Posteriormente, os achados são integrados e interpretados de forma contextualizada à luz da literatura especializada.

Como resultados preliminares, identificamos que o Univerciência constitui uma iniciativa relevante de fortalecimento da divulgação científica, apresentando diversidade temática, valorização da produção científica regional e participação expressiva de pesquisadores como fontes especializadas. As estratégias narrativas utilizadas são básicas, envolvendo entrevistas, off do repórter e passagem. Observa-se a pouca utilização de recursos de maior robustez tecnológica como infográficos e animações, evidenciando as condições das TVs universitárias e departamentos de comunicação das universidades públicas parceiras do programa. É observado grande esforço para uma exposição didática do assunto com demonstrações e aplicações práticas das pesquisas.

A relevância deste estudo reside na contribuição para o fortalecimento das pesquisas sobre divulgação científica no Brasil, especialmente no contexto regional nordestino. Analisar o Univerciência permite compreender como estratégias jornalísticas podem potencializar a divulgação científica, favorecendo a circulação social do conhecimento produzido nas universidades. Além disso, os resultados poderão subsidiar reflexões sobre práticas de jornalismo científico audiovisual e produção colaborativa, além de contribuir para o aperfeiçoamento de iniciativas de divulgação científica.

Referências

Amorim, L. H., & Massarani, L. (2008). Jornalismo científico: Um estudo de caso de três jornais brasileiros. *Revista Brasileira de Ensino de Ciência e Tecnologia, 1*(1), 73-84.

Barata, G. F., Hafiz, M., & Oliveira, M. (2023). As relações entre ciência e cultura: Vinte anos da Espiral da Cultura Científica. *MATRIZes, 17*(2), 121-132. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v17i2p121-132

Bueno, W. C. (1985). Jornalismo científico: Conceito e funções. *Ciência e Cultura, 37*(9), 1420-1427.

Bueno, W. C. (2009). Jornalismo científico no Brasil: Os desafios de uma longa trajetória. Em C. M. Porto (Org.), *Difusão e cultura científica: Alguns recortes* (pp. 113-125). EDUFBA.

Bueno, W. C. (2010). Comunicação científica e divulgação científica: Aproximações e rupturas conceituais. *Informação & Informação, 15*(esp.), 1-12.

Duarte, J. (2005). Estudo de caso. Em J. Duarte & A. Barros (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (pp. 215-235). Atlas.

Emerim, C. (2017). Telejornalismo ou jornalismo para telas: A proposta de um campo de estudos. *Estudos em Jornalismo e Mídia, 14*(2), 113-126. https://doi.org/10.5007/1984-6924.2017v14n2p113

Granado, A. (2024). Jornalismo de ciência: Uma janela para a aventura do conhecimento. En J. Lourenço (Org.), *Jornalismo de especialidade* (Vol. 1, pp. 365-379). Livros Horizonte.

Pereira, G. T. F., & Landim, G. (2024). Da TV para outras telas - e vice-versa: Personalização da credibilidade como parte das rotinas produtivas no telejornalismo. En E. Mello, A. P. G. de Andrade, A. Pereira, I. Coutinho, & C. Emerim (Orgs.), *As inteligências do telejornalismo* (pp. 55-74). Editora Insular.

Profeta, G. (2024). O que se considera "ciência" no jornalismo científico? Análise de conteúdo da *Folha de S. Paulo*. *Estudos em Jornalismo e Mídia, 21*(2). https://doi.org/10.5007/1984-6924.2024.e97705

Thomé, C., & Reis, M. A. (2024). Estratégias narrativas do telejornalismo: Mapeamento, análise e estudo de caso. En V. Kneipp, F. Piccinin, & A. G. de Andrade (Coords.), *Realidades televisivas* (pp. 34-57). Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/realidades-televisivas

La imagen en llamas: estética *kitsch* y sensibilidad *camp* en *Liekinheitin* (Eurovisión 2026)

María Isabel Pérez-Rufí
mrufi76@yahoo.es
Universidad de Sevilla

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

El Festival de Eurovisión permite estudiar cómo la televisión en directo renueva sus formas de espectacularidad. Su continuidad responde a una estructura capaz de adaptarse a condiciones de producción y consumo, mientras conserva la competencia musical como principio de reconocimiento colectivo (Fricker & Gluhovic, 2013; Pajala, 2022; Raykoff & Tobin, 2007). Dentro de ese marco, la candidatura finlandesa *Liekinheitin*, interpretada por Linda Lampenius y Pete Parkkonen en Eurovisión 2026, permite observar cómo la realización multicámara transforma una canción en una imagen televisiva del exceso. El objeto de estudio es la actuación emitida durante la final y su construcción estética del *kitsch* y del *camp*.

El objetivo principal consiste en explicar cómo la retransmisión organiza el conflicto afectivo mediante una dramaturgia visual dominada por el fuego y por la progresiva monumentalización de la violinista. El estudio examina la función narrativa de la escenografía y la evolución de la jerarquía

entre los intérpretes. La hipótesis sostiene que el *kitsch* proporciona una iconografía emocional de lectura inmediata, mientras la sensibilidad *camp* surge de la exhibición consciente del artificio y de la solemnidad sobredimensionada con la que se representa el deseo. Ambas categorías cumplen funciones diferentes: el *kitsch* concentra la emoción en signos enfáticos y el *camp* convierte su fabricación visible en una fuente de placer estético (Allatson, 2007; Kulka, 1996; Meyer, 1994; Rosenberg, 2020; Sontag, 1964).

La metodología adopta un estudio de caso cualitativo sustentado en el análisis textual audiovisual (Casetti & Di Chio, 2007). El corpus principal corresponde a la retransmisión de la final. El procedimiento combina la segmentación plano a plano con el examen de la puesta en escena. La lectura formal se apoya en el concepto de *live music video*, que describe la convergencia entre la continuidad del directo y la fragmentación heredada del videoclip (Impelluso-Cortés & Pérez-Rufí, 2023; Pérez-Rufí & Valverde-Maestre, 2020).

Los resultados muestran una estructura dividida en dos regímenes audiovisuales. Durante los primeros dos tercios, la fragmentación preserva la distancia entre los intérpretes y sitúa a Parkkonen como centro de vulnerabilidad. El cierre adopta un plano secuencia circular. Su recorrido descubre la maquinaria escenográfica al bordear la ventana incendiada, mientras la continuidad resultante reorganiza la jerarquía entre ambos cuerpos. La transformación escénica se convierte en acontecimiento televisivo y desplaza la atención hacia la violinista. Su elevación sobre una silla construye una figura de diva instrumental donde el prestigio clásico del violín entra en fricción con una iconografía pop excesiva.

El *kitsch* se concentra en la equivalencia directa entre el daño amoroso y el incendio. La ventana en llamas materializa la relación quebrada, mientras el rojo dominante amplifica la carga sentimental. El *camp* aparece en la teatralización extrema de esa gravedad. La pose escultórica de Lampenius y la visibilidad del artificio favorecen una recepción basada en el disfrute de la

estilización (Baker, 2017; Cleto, 1999; Rehberg, 2007). La actuación mantiene una seriedad melodramática que convive con el placer de contemplar su elaboración escénica. Esta convivencia define un *camp* solemne, ligado a la tradición eurovisiva del exceso y a su apropiación histórica por las culturas queer.

La actuación dialoga con el melodrama gótico y con el videoclip de rock. También recupera la genealogía eurovisiva del instrumento de cuerda como emblema de virtuosismo espectacular. La acumulación de llamas y humo podría parecer desmedida fuera del certamen. La súplica corporal refuerza esa impresión; dentro de Eurovisión, el conjunto adquiere una legibilidad histórica para fans. El resultado puede describirse como un *camp* de tono solemne: la propuesta preserva la sinceridad del dolor y ofrece, al mismo tiempo, el placer de contemplar su teatralización extrema. El *kitsch* aporta los signos; la sensibilidad camp organiza una posible forma de disfrutarlos.

Las conclusiones confirman que la realización convierte el exceso en principio narrativo. La cámara administra su aparición y prepara el clímax hasta transformar la escenografía en una arquitectura afectiva. *Liekinheitin* demuestra que la reinvención de la televisión musical en directo depende de su capacidad para articular formas heredadas con nuevas soluciones visuales. El caso finlandés actualiza la continuidad histórica de Eurovisión mediante una puesta en escena donde el *kitsch* vuelve visible la emoción y el *camp* convierte el artificio en experiencia estética.

Referencias

Allatson, P. (2007). “Antes cursi que sencilla”: Eurovision Song Contests and the kitsch-drive to Euro-unity. *Culture, Theory and Critique, 48*(1), 87-98. https://doi.org/10.1080/14735780701293540

Baker, C. (2017). The “gay Olympics”? The Eurovision Song Contest and the politics of LGBT/European belonging. *European Journal of International Relations, 23*(1), 97-121. https://doi.org/10.1177/1354066116633278

Casetti, F., & Di Chio, F. (2007). *Cómo analizar un film*. Paidós.

Cleto, F. (Ed.). (1999). *Camp: Queer aesthetics and the performing subject: A reader*. University of Michigan Press.

Fricker, K., & Gluhovic, M. (Eds.). (2013). *Performing the "new" Europe: Identities, feelings, and politics in the Eurovision Song Contest*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137367983

Impelluso-Cortés, P. M., & Pérez-Rufí, J. P. (2023). Influencias del videoclip en el lenguaje de la televisión musical en directo: Estudio de caso de "Eaea" de Blanca Paloma (Benidorm Fest 2023, Festival de Eurovisión 2023). *Razón y Palabra, 27*(117). https://doi.org/10.26807/rp.v27i117.2057

Kulka, T. (1996). *Kitsch and art*. Pennsylvania State University Press.

Meyer, M. (Ed.). (1994). *The politics and poetics of camp*. Routledge.

Pajala, M. (2022). The Eurovision Song Contest and European television history: Continuity, adaptation, experimentation. En A. Dubin, D. Vuletic, & A. Obregón (Eds.), *The Eurovision Song Contest as a cultural phenomenon: From concert halls to the halls of academia* (pp. 188-200). Routledge.

Pérez-Rufí, J. P., & Valverde-Maestre, Á. M. (2020). The spatial-temporal fragmentation of live television video clips: Analysis of the television production of the Eurovision Song Contest. *Communication & Society, 33*(2), 17-31. https://doi.org/10.15581/003.33.2.17-31

Raykoff, I., & Tobin, R. D. (Eds.). (2007). *A song for Europe: Popular music and politics in the Eurovision Song Contest*. Ashgate. https://doi.org/10.4324/9781315097732

Rehberg, P. (2007). Winning failure: Queer nationality at the Eurovision Song Contest. *SQS: Journal of Queer Studies in Finland, 2*(2), 60-65.

Rosenberg, T. (2020). Rising like the Eurovision Song Contest: On kitsch, camp, and queer culture. *Lambda Nordica, 25*(2), 93-113. https://doi.org/10.34041/ln.v25.676

Sontag, S. (1964). Notes on "Camp". *Partisan Review, 31*(4), 515-530.

Mickey Mouse na TV e o processo de descoisificação do mundo na pós-modernidade

Cristine Gerk
crisgerk@gmail.com
Universidade Federal do Rio de Janeiro

A trajetória do Mickey Mouse na televisão e na animação ao longo das décadas é, em muitos sentidos, um retrato da própria evolução da indústria do entretenimento animado. Desde sua criação, o personagem passou por diversas transformações de estilo, linguagem e público-alvo, acompanhando mudanças tecnológicas, culturais e narrativas. Produzido pela The Walt Disney Company, o Mickey não só protagonizou séries e curtas, como também se tornou um dos maiores símbolos da cultura pop global, mantendo sua relevância mesmo após quase um século de existência.

Ao observar suas séries, percebe-se como cada produção adapta o personagem a um novo contexto geracional. Neste artigo, centraremos nossa análise na produção Mickey Mouse Clubhouse (A Casa do Mickey Mouse, no Brasil), exibida entre 2006 e 2016. Essa série foi pensada especialmente para o público pré-escolar, trazendo uma proposta educativa e interativa. Nela, Mickey conversa diretamente com as crianças, convidando-as a participar de pequenos desafios e resolver problemas simples ao longo dos episódios. A série introduziu novos elementos ao universo do personagem, com destaque para

o Toodles, uma espécie de ferramenta que auxilia na resolução dos desafios, reforçando a interação com o público.

Para pensar nas mudanças que desejamos analisar neste espaço, traçamos uma comparação com a série animada Mickey Mouse, exibida entre 2013 e 2019, na qual há diferentes representações da realidade material ao longo do tempo. Nos episódios mais antigos, as coisas se comportam de forma muito maliciosa. Elas desenvolvem uma vida própria, uma teimosia, e aparecem como atores imprevisíveis. O herói está constantemente se debatendo com elas. Não é seguro estar perto de portas, cadeiras, camas dobráveis, armários ou veículos, que podem se transformar a qualquer momento em objetos perigosos e armadilhas. Há colisões em toda parte. O herói está completamente exposto à arbitrariedade e à imprevisibilidade das coisas, que constantemente causam frustração. O prazer da série animada é em grande parte devido à malícia das coisas.

Este artigo se apoia na comparação inicial entre estas duas séries para analisar a relação deste personagem-ícone da indústria cultural com os objetos, como estudo de caso do processo de descoisificação do mundo, descrito por Byung-Chul Han. Na Casa do Mickey Mouse e em episódios mais recentes da série Mickey Mouse, ao contrário de outros momentos da história, o Mickey Mouse leva uma vida digital, smart e de não-coisas. Seu mundo está digitalizado e informatizado. Na série A casa de Mickey Mouse, a realidade material foi cada vez mais sendo apresentada de uma maneira completamente diferente. As coisas foram perdendo sua própria vida e se tornaram ferramentas adequadas para a solução de problemas. A própria vida é vista como a solução de problemas. Lidar com as coisas perde todo o caráter conflituoso. Elas não aparecem mais como atores indisciplinados, como em outras produções do Mickey. Quando Mickey e seus amigos são apanhados em uma armadilha, tudo o que eles têm que fazer é gritar "Oh Toodles!". Então aparece a "engenhoca", que se parece com um smartphone redondo. Em sua tela, ele mostra um menu com quatro "coisas para fazer" para que a ferramenta resolva o problema.

A ideia de “descoisificação” emHan parte de uma crítica ao modo como vivemos hoje, especialmente em uma sociedade dominada pela tecnologia digital e pelo consumo. Para ele, estamos deixando de nos relacionar com “coisas” no sentido mais profundo — objetos que têm permanência, história e significado — e passando a lidar apenas com informações, dados e estímulos passageiros. Segundo Han, as “coisas” exigem atenção, cuidado e criam vínculos duradouros. Já o mundo digital privilegia o imediato, o descartável e o superficial. Em vez de construir relações com objetos, pessoas ou experiências, consumimos conteúdos rapidamente, sem criar memória ou apego. Isso leva a uma sensação de vazio e falta de sentido.

A “descoisificação”, portanto, descreve esse processo em que o mundo perde sua materialidade e profundidade, sendo substituído por fluxos de informação. No artigo, interpretamos este processo no contexto da pós-modernidade com o apoio de outros atores, como D’Amaral (2010) e Lyotard (1986). Segundo eles, o pensamento pós-moderno se liga à eficácia de um mundo crescentemente regido pela fusão entre o saber-saber e o saber-fazer, numa tecno-ciência ou lógica tecno regida pela ordem da eficácia, na qual o virtual significaria servir para alguma coisa.

Referências

D`Amaral, M. (2010). Sobre Tempos e História: O paradoxo pós-moderno. In F. Santoro, G. Fogel, G. Amaral, & M. C. Schuback (Orgs.), *Pensamento no Brasil - Emmanuel Carneiro Leão* (1ed., Vol. 1, pp. 351-369). Hexis - Fundação Biblioteca Nacional.

Han, B.-C. (2023). *Não-coisas: Reviravoltas do mundo da vida.* Vozes.

Lyotard, J-F (1986). *O pós-moderno.* José Olympio.

Mesa 8: Estudos de gênero, democracia e justiça social

Mesa 8: Estudios de género, democracia y justicia social

Dra. Maria Cristina Gobbi
Dra. Sandra Raquew Azevedo
Dra. Verónica Yépez Reyes
Coordenadoras

As contribuições da mesa 8 do MEISTUDIES para os estudos de gênero, democracia e justiça social

Maria Cristina Gobbi
cristina.gobbi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Na literatura da área da comunicação parece evidenciar-se uma condição de exclusão dos estudos realizados por mulheres, deixando uma lacuna significativa nos referenciais canônicos. A *Espiral do Silêncio*, é a única teoria que tem assinatura feminina no universo cognitivo monopolizado pelos homens, conforme pode ser observado nos manuais de teorias da comunicação utilizados nos cursos de comunicação, tanto no Brasil, como em outros países.

Na região latino-americana há trabalhos historicamente relevantes e igualmente desaparecidos. Podem ser citadas as contribuições de Fátima Fernandez (México), fundadora da Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (Amic), sendo uma de suas publicações o livro *Los medios de difusión masiva en México* de 1982 e Marta Colomina de Rivera (Venezuela), que estudou a função das telenovelas na sociedade latino-americana (1968), cujos resultados estão em seu livro *Huésped Alienante*.

Assim, além de pouco estudadas e significativamente fragmentadas, as produções das mulheres na área da Comunicação estão diluídas em temas e/ou períodos específicos. Um exemplo muito oportuno no conhecimento a

respeito da produção das mulheres no Brasil é o projeto da Editora Mulheres, realizado por Zahidé Lupinacci Muzart, que evidencia que essa problemática não é recente. Para a pesquisadora, foi somente no século XX e a partir dos anos de 1940 que algumas mudanças começaram a ser notadas, como a formação de diversos coletivos feministas, denúncias de violência, ampliações das pautas na mídia massiva, participação das mulheres em diversos espaços de produção de conhecimento etc.

Traçado esse breve panorama dos estudos femininos na área da Comunicação, projeto que temos trabalhado há mais de 10 anos, é possível avalizar a importância do resgate da produção feminina nos eventos científicos. Portanto, objetivando conhecer a contribuição da mesa 8 do Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies (MEISTUDIES) é que essa etapa da investigação pretende caminhar.

A primeira edição foi realizada em 2018, contou com 16 mesas de trabalho, apresentação de 78 pesquisas e os temas gênero, mulher, feminismo não tinham uma mesa específica, aparecendo com pouca frequência na análise geral da atividade e muitas vezes não representavam estudos realizados por mulheres. No caso específico do evento sistematizado, a palavra gênero (43) esta mais relacionada ao tipo de produção. A palavra 'mulher', que aparece 29 vezes foi utilizada como classificação de sexo e 'feminino', com 11 citações demonstra característica de vestimenta ou costumes presentes nas narrativas dos personagens.

*O protagonismo da narrativa imagétic*a, tema do segundo encontro (2019), trouxe 12 mesas, com 91 trabalhos apresentados. O tema central tratou dos *Desafios para as narrativas imagéticas.* O tema mulher aparece 85 vezes, gênero (173) e feminismo/feminino (18). É interessante observar que a presença feminina aparece nas análises e se amapam, estando presentes nos titulos, como por exemplo na análise filmíca *Gritos Silenciados: violência contra mulher na Obra de Gianlorenzo Berninigênero*. Evidenciado esse

breve paranorama inicial, este texto objetiva demonstrar como a presença das mulheres foi sendo ampliada no evento, de forma que em 2022 foi criada a Mesa 9*: Meios, estudos de gênero, democracia e justiça social*, que recebeu 11 pesquisas. Em 2023 a Mesa foi reconfigurada para 8: *Estudos de Gênero, Democracia e Justiça Social,* com 13 trabalhos. Em 2024, recebeu 24 investigações e em 2025, foram apresentadas 25 pesquisas.

Utilizando a Análise de Conteúdo como método e técnica de análise, a pesquisa pretende sistematizar as temáticas relacionadas a mulher, mas e principalmente observar quem são essas pesquisadoras e as 'sujeitas' da pesquisa, examinando como as construções sociais podem ou não moldar o poder, o acesso a recursos, a produção midiática e os direitos. Do mesmo modo observar a intersecção com a democracia, a justiça social, a representitivade e a sub-representação, presentes na exclusão histórica de mulheres nos estudos da área.

Sem dúvida que a interseccionalidade define um mote importante de análise ao trazer múltiplos marcadores, como classe, raça, etnia e orientação sexual. O material resultante está sistematizado para demonstrar a evolução dos estudos e trazer dados sobre a participação feminina no âmbito de um evento internacional, que está completando 8 anos de continuidade.

Referências

Marques de Melo, J. (2012). *Aula Magna* do ano letivo 2012, proferida em Bauru (SP), a convite da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC - da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), por iniciativa dos Programas de Pós-Graduação e Pesquisa em Comunicação e TV Digital.

Muzart, Z. L. (2003). Uma espiada na imprensa das mulheres no século XIX. *Revista de Estudos Feministas, 11*(1), 336. https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2003000100013/8720

Expectativas maternas e marcadores de gênero no cinema: uma análise fílmica do diálogo entre Alice e Helen em Alice no País das Maravilhas (2010)

Isabela Diamantino Braga dos Santos
isabeladiamantinopublicitaria@gmail.com
Universidade Vale do Rio Doce

Deborah Luísa Vieira dos Santos
deborah.santos@univale.br
Universidade Vale do Rio Doce

O cinema atua como um mecanismo de transformação social que transmite mensagens e interage com diversas mídias, despertando no público reflexões que podem ir ao encontro da realidade de cada espectador (Kellner, 2001). A obra Alice no País das Maravilhas (2010), dirigida por Tim Burton, apresenta Alice Kingsleigh como uma jovem de 19 anos que desafia as convenções e posicionamentos opressores da Inglaterra do século XIX. Este estudo objetiva analisar, sob a ótica da Análise Fílmica (Penafria, 2009) e da Análise de Imagens Fixas (Mendes, 2019), o diálogo inicial entre Alice e sua mãe, Helen, focando no modo como o marcador social de gênero é trabalhado na narrativa. Segundo Zamboni (2014), os marcadores sociais da diferença são construções que pré-existem ao indivíduo e produzem inclusão ou exclusão dependendo da conformidade com identidades hegemônicas. No filme, essa estrutura é

evidenciada quando a protagonista é confrontada por não seguir o código de vestimenta e comportamento esperado para seu gênero e classe social.

O conflito central dessa interação foca na ausência do corpete e no comprimento das meias. Helen questiona a filha sobre o traje, ao que Alice rebate: "Quem decide o que é apropriado? Se decidissem que o apropriado é usar um bacalhau na cabeça, a senhora usaria?" (Burton, 2010, 03 min 26 s e 03 min 40 s). Para Penafria (2009), o audiovisual é um produto linguístico no qual o diálogo comunica informações que revelam conflitos internos e movem a história adiante. O embate entre as personagens ilustra que, na Era Vitoriana, a roupa era lida como um texto que, segundo Calanca (2008, p. 19), "refletia e indicava a moralidade do seu ocupante". A ausência de corpete e meias, nesse sentido, pode ser lida como a ausência do respeito e da feminilidade esperados de Alice; logo, sua recusa simboliza uma negação do papel social submisso imposto às mulheres. Ao comparar o corpete a um 'bacalhau', a jovem desafia a objetificação do prazer masculino, visto que tais peças serviam para moldar o corpo feminino — afinando a cintura e ampliando os seios — para satisfazer o olhar do homem.

A análise da imagem, fundamentada em Mendes (2019), identifica "pontos de tensão visual" no olhar entre mãe e filha. Enquanto Helen demonstra desapontamento por ver a filha quebrar regras inegociáveis de sua época, Alice exala repulsa pelas imposições que visam transformá-la no que Silva (2022, p. 22) chama de "anjo do lar", arquétipo de mulher virtuosa imposto às que se afastavam dos padrões vitorianos. Essa interação reforça o que Beauvoir (2012) descreve como o drama da mulher: o conflito entre a reivindicação de todo sujeito de ser essencial e as exigências de uma situação que a constitui como inessencial. Helen, como reprodutora dos valores patriarcais, tenta silenciar as dúvidas da filha, ordenando "por favor, hoje não" (Burton, 2010, 03 min 26 s e 03 min 40 s), o que exemplifica a estratégia de manutenção de estruturas opressoras.

A análise revela que o diálogo entre Alice e Helen não é apenas uma discussão trivial sobre vestuário, mas uma representação da luta contra a estrutura de dominação masculina. A protagonista utiliza a fala para questionar a autoridade das normas sociais, posicionando-se como uma figura à frente de seu tempo que não se deixa alienar por valores impostos. Tim Burton utiliza essa interação para atualizar a crítica social presente na obra, mostrando que o marcador social de gênero, embora baseado no século XIX, ainda ressoa na contemporaneidade através das pressões sobre o comportamento e corpo feminino. Conclui-se que o 'não' de Alice às meias e ao corpete é o prelúdio de sua jornada de busca pelo verdadeiro eu, rompendo com a ideia de que a mulher deve ser apenas uma sombra das realizações masculinas.

Referências

Beauvoir, S. (2012). *O segundo sexo*. Nova Fronteira.

Burton, T. (Diretor). (2010). *Alice no país das maravilhas* [Filme]. Walt Disney Pictures.

Calanca, D. (2008). *História social da moda*. Senac.

Kellner, D. (2001). *A Cultura da Mídia*. Edusc.

Mendes, A. (2019). *Metodologia para análise de imagens fixas*. Programa de Pós-Graduação em Comunicação.

Penafria, M. (2009). *Análise de filmes: Conceitos e metodologias*. Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação.

Santos, I. D. B. (2024). *A (re)construção do marcador social de gênero no cinema: uma análise do filme Alice no País das Maravilhas (2010)* [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Vale do Rio Doce].

Silva, M. A. (2022). *A linhagem de Jane Eyre: A degradação da personagem governanta em Amar, Verbo Intransitivo e a queda do gênero gótico em Nine Coaches Waiting e The Mistress of Mellyn* [Tese de doutorado, Universidade de Brasília].

Zamboni, M. (2014). *Marcadores sociais* [Material de disciplina]. Sociologia Especial, Universidade de São Paulo.

Feminilidade de fronteira e populismo pastoral: a performance de Michelle Bolsonaro como tecnologia de governo e moralização da democracia

Ana Kelli Fonseca
anakellifons@gmail.com
Universidade Federal do Rio de Janeiro

A ascensão da extrema-direita no Brasil, consolidada a partir das eleições de 2018, não pode ser compreendida apenas como um fenômeno partidário isolado, mas como o sintoma de uma transformação profunda na governamentalidade contemporânea (Fonseca, 2026). Este trabalho busca analisar como a articulação entre a racionalidade neoliberal e o discurso neopentecostal das igrejas evangélicas produz novas formas de subjetividade e condução das condutas, nas quais a política é progressivamente articulada espiritualmente (Fonseca, 2026). Nessa lógica, investiga-se a figura da ex primeira-dama brasileira Michelle Bolsonaro, ao compreender a sua relação não apenas como acompanhante do líder populista masculino, nesse caso o ex-presidente Jair Bolsonaro, mas também como uma liderança complementar fundamental que opera por meio de um dispositivo simbólico e afetivo para a manutenção da base evangélica.

A fundamentação teórica fundamenta-se na perspectiva de Michel Foucault (1979) sobre o governo das condutas e no entendimento do

neoliberalismo como uma ‘razão de mundo’ que fabrica sujeitos entendidos como ‘empreendedores de si’ (Dardot & Laval, 2016). Essa racionalidade encontra ressonância no campo religioso evangélico neopentecostal, a partir das Teologias da Prosperidade (TP) e do Domínio (TD), uma vez que o sucesso e o fracasso são moralizados e espiritualizados (Fonseca, 2026). Diante desse cenário, utiliza-se o conceito de populismo como um estilo político performático proposto por Benjamin Moffit (2016), deslocando-o para a categoria de populismo pastoral, na qual o líder apropria-se da gramática religiosa para construir antagonismos políticos e legitimar regimes de verdade baseados na epistemologia partidária (Rini, 2017).

A análise foca na performance de Michelle Bolsonaro por meio da ideia da ‘feminilidade de fronteira’ (Moffit, 2016). Essa categoria descreve uma liderança que equilibra traços de força espiritual e autoridade, que configura a ideia da excepcionalidade populista, com atributos de cuidado, vulnerabilidade e maternidade, que se relaciona com a ordinariedade populista (Fonseca, 2026, p. 252). Durante a campanha eleitoral de 2022, em discursos proferidos em templos religiosos evangélicos, a ex-primeira-dama convocou as mulheres a um ‘discernimento do mundo espiritual’, ao utilizar a metáfora bíblica da ‘Rainha Ester’ para justificar sua mediação entre o sagrado e o político (Teixeira & Reis, 2022).

Essa construção discursiva mobiliza o que se denomina empatia identificativa (Donise, 2020), uma prática que pode ser utilizada como uma técnica de governo que permite ao líder reconhecer e nomear as dores e inseguranças morais de seu público para, em seguida, organizá-las de uma ameaça comum, a fim de gerar a performance de uma crise populista (Fonseca, 2026). Ao performar o sofrimento compartilhado, a liderança pastoral feminina constrói vínculos que substituem o debate racional sobre direitos e justiça social por uma ideia de ‘guerra espiritual’, na qual adversários institucionais são transformados em possíveis inimigos espirituais.

Conclui-se que essa modalidade de populismo pode exercer o que Han (2023) define como psicopolítica: um modelo de poder inteligente que governa por meio do agrado e da comunicação social, ao capturar a subjetividade pela emoção. A performance de gênero de Michelle Bolsonaro contribui para a fragmentação da esfera pública (Habermas, 2023) ao proteger o grupo religioso em pluriversos de sentido (Melo & Vaz, 2026) resistentes ao diferente, nos quais a democracia é reinterpretada a partir de critérios morais excludentes. Esse modelo desafia a justiça social estrutural ao propor um horizonte de futuro baseado na resiliência individual e na obediência espiritual, a fim de desestimular a crítica às desigualdades sociais do sistema neoliberal.

Referências

Dardot, P. & Laval, C. (2016). *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. Boitempo.

Donise, A. (2020). *Critica della ragione empatica*. Il Mulino.

Fonseca, A. K. (2026). *Pastor ou político? Neoliberalismo, populismo pastoral e disputas comunicacionais no Brasil contemporâneo* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio de Janeiro].

Foucault, M. (1979). *Segurança, território, população*. Martins Fontes.

Habermas, J. (2023). *Uma nova mudança estrutural da esfera pública e a política deliberativa*. Editora Unesp. Han, B-C. (2023).

Han, B-C. (2023). *Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder*. Ayiné.

Melo, C. T. V. de & Vaz, P. R. G. (2025). *Se Deus é por nós, quem será contra nós? Política e fé no meio evangélico* [Trabalho apresentado] Anais do 34º Encontro Anual da Compós. Universidade Federal do Paraná.

Moffitt, B. (2016). *The global rise of populism: performance, political style, and representation*. Stanford University Press.

Teixeira, J. M. & Reis, L. (2023). Mulheres evangélicas para além do voto: notas sobre processos de engajamento, política e cotidiano. *Debates do NER*, (43), 11-64. https://doi.org/10.22456/1982-8136.130730

Heranças maternas: permanências e negociações da maternidade em Gilmore Girls

Laís Emanuelle Borba de Brito
laisborbabrito@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Ermaela Cícera Silva Freire Batista
ermaelacicera@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

As representações da maternidade na televisão acompanham as transformações sociais relacionadas às concepções de família, gênero e cuidado. Se durante décadas predominou a figura da mãe associada ao espaço doméstico, à autoridade moral e ao cuidado incondicional, as séries televisivas contemporâneas passaram a apresentar personagens femininas mais complexas, tensionando modelos tradicionais de maternidade.

Nesse contexto, *Gilmore Girls* (2000-2007) constitui um objeto para compreender essas mudanças ao construir sua narrativa a partir das relações entre três gerações de mulheres: Emily, Lorelai e Rory Gilmore. Embora Lorelai seja frequentemente reconhecida como uma mãe que rompe com padrões convencionais ao estabelecer uma relação marcada pelo diálogo e pela cumplicidade com a filha, a série evidencia que essa ruptura não é absoluta. Em diferentes momentos, sua maternidade revela negociações constantes entre autonomia,

cuidado e autoridade, indicando que os modelos maternos coexistem e se transformam ao longo das gerações.

Partindo dessa perspectiva, esta pesquisa busca responder ao seguinte problema: como *Gilmore Girls* representa e negocia diferentes concepções de maternidade por meio das relações intergeracionais entre Emily, Lorelai e Rory Gilmore? Parte-se da hipótese de que a série representa a maternidade como uma construção social, relacional e intergeracional, na qual valores tradicionais não desaparecem, mas são continuamente ressignificados em processos de negociação entre autoridade, autonomia, cuidado e afeto. O objetivo consiste em analisar como a série representa a maternidade a partir das relações entre Emily, Lorelai e Rory, investigando as permanências, rupturas e ressignificações presentes na construção do papel materno.

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório e interpretativo, fundamentada na Análise de Conteúdo proposta por Laurence Bardin (2016). O corpus principal será composto pelos episódios 1x09 - "Rory's Dance"**,** no qual a relação entre Emily e Lorelai evidencia diferentes concepções de educação, confiança e autoridade materna após Rory passar a noite fora de casa, e 4x22 - "Raincoats and Recipes"**,** episódio em que Rory inicia sua vida sexual com Dean e Lorelai confronta a filha, revelando os limites da maternidade construída sobre amizade, autonomia e diálogo.

Esses episódios serão compreendidos como eventos narrativos centrais, podendo ser complementados por outros momentos da série quando necessário. A análise seguirá as etapas de pré-análise, exploração do material e interpretação propostas por Bardin, buscando identificar categorias relacionadas aos modelos de maternidade, às relações de autoridade, autonomia, cuidado, afeto e aos processos de transmissão, ruptura e ressignificação entre gerações.

O referencial teórico articula os estudos feministas da maternidade e os estudos de televisão. As contribuições de Adrienne Rich (1976), Andrea O'Reilly (2004), Sara Ruddick (1989), Susan Douglas e Meredith Michaels

(2004) e bell hooks (2000) subsidiam a compreensão da maternidade como construção histórica, social e política. Rebecca Feasey (2012, 2016) e Sarah Arnold (2013, 2018) fundamentam a análise das representações da maternidade na televisão contemporânea, enquanto Judith Butler (2003), Teresa de Lauretis (1987), Rosalind Gill (2007) e Angela McRobbie (2009) oferecem aportes para compreender as relações entre gênero, representação e cultura midiática. Por fim, Amanda D. Lotz (2014) e Jason Mittell (2015) contribuem para a compreensão das transformações da televisão contemporânea e da complexidade narrativa das séries.

Espera-se contribuir para os estudos de mídia e gênero ao compreender a maternidade não como uma identidade fixa, mas como um processo relacional construído entre diferentes gerações de mulheres. Ao analisar as relações entre Emily, Lorelai e Rory, a pesquisa pretende demonstrar que *Gilmore Girls* desloca a maternidade de uma perspectiva essencialista para uma experiência continuamente negociada entre tradição e mudança, evidenciando como as narrativas seriadas contemporâneas participam da construção de sentidos sobre família, gênero e cuidado.

Referências

Akass, K., & McCabe, J. (Eds.). (2015). *Reading Gilmore Girls: critical essays on the beloved TV show*. I. B. Tauris.

Arnold, S. (2013). *Maternal horror film: melancholy, guilt and shared subjectivity*. Palgrave Macmillan.

Arnold, S. (2018). *Television, motherhood and women's lives: from soaps to reality TV*. I. B. Tauris.

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Civilização Brasileira.

Douglas, S. J., & Michaels, M. W. (2004). *The mommy myth: the idealization of motherhood and how it has undermined women*. Free Press.

Feasey, R. (2012). *From happy homemaker to Desperate Housewives: motherhood and popular television*. Anthem Press.

Feasey, R. (2016). *Mothers on mothers: maternal readings of popular television*. Intellect.

Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Polity Press.

hooks, b. (2000). *Feminism is for everybody: passionate politics*. South End Press.

Lauretis, T. de. (1987). *Technologies of gender: essays on theory, film and fiction*. Indiana University Press.

Lotz, A. D. (2014). *The television will be revolutionized* (2nd ed.). New York University Press.

McRobbie, A. (2009). *The aftermath of feminism: gender, culture and social change*. SAGE.

Mittell, J. (2015). *Complex TV: the poetics of contemporary television storytelling*. New York University Press.

O'Reilly, A. (2004). *Mother outlaws: Theorizing beyond the bounds of motherhood*. Women's Press.

Rich, A. (1976). *Of woman born: Motherhood as experience and institution*. W. W. Norton.

Ruddick, S. (1989). *Maternal thinking: Toward a politics of peace*. Beacon Press.

Influenciadoras virtuais, pseudopodcasts e antifeminismo no TikTok

Teresa Piñeiro-Otero
teresa.pineiro@udc.gal
Universidade da Coruña

Xabier Martínez-Rolán
Xabier.rolan@uvigo.gal
Universidade de Vigo

Laura Castro-Souto
lcastro@udc.gal
Universidade da Coruña

O podcast consolidou-se como um espaço relevante para a criação de comunidades, a construção de identidades e a circulação de discursos feministas. A sua acessibilidade abriu espaço a temas e perspetivas frequentemente ausentes dos meios de comunicação convencionais (Piñeiro-Otero, 2021). Ao mesmo tempo, a circulação do podcast nas redes sociais tem vindo a transformar a sua produção, distribuição e consumo.

No TikTok, muitos podcasts são consumidos através de fragmentos audiovisuais que podem ser vistos, partilhados e comentados sem que o público ouça o episódio completo ou visite o canal de origem. Para designar este modo de relação com o formato, recorremos ao conceito de "audiência de clipes" (Piñeiro et al., 2026) utilizadores que acompanham um podcast apenas através

dos excertos que lhes aparecem na plataforma. Assim, a ideia apresentada no vídeo é recebida de forma isolada, já desligada da conversa em que se inseria.

Este modelo de circulação favoreceu também o aparecimento de conteúdos que imitam a estética do podcast sem provirem de qualquer programa real. Estes pseudopodcasts reproduzem microfones, estúdios, enquadramentos de entrevista, legendas e outros elementos reconhecíveis. A aparência de podcast funciona como uma forma de legitimação: faz com que uma opinião pareça integrar uma conversa mais ampla ou profissional, embora o vídeo tenha sido criado apenas para circular como clipe.

O fenómeno torna-se particularmente relevante quando se cruza com a manosfera e com a difusão de mensagens antifeministas. Os pseudopodcasts associados a estes espaços mostram como a estética do formato pode ser mobilizada para divulgar discursos misóginos e desinformação de género (Villalvilla, 2024). Estas práticas desenvolvem-se num ambiente digital marcado pela polarização, pelo assédio e pelo bloqueio da participação feminista (Beltrán et al., 2023).

Este trabalho analisa o uso de avatares femininos gerados por inteligência artificial na apresentação destes conteúdos. O corpus é composto por oito canais do TikTok nos quais mulheres virtuais surgem como locutoras, entrevistadas ou participantes em supostos podcasts. Estas figuras dão voz a mensagens que deslegitimam o feminismo, defendem papéis tradicionais de género ou atribuem às mulheres responsabilidade individual por desigualdades sociais. Em alguns casos, os discursos são apresentados como opiniões feministas ou como críticas formuladas por mulheres que se situam no interior do próprio movimento. Esta estratégia pode reduzir a perceção de confronto e favorecer uma receção menos crítica.

Os canais foram identificados através de uma amostragem exploratória orientada pelas recomendações do TikTok. A partir de uma primeira conta, foram seguidas sucessivamente as sugestões da plataforma. A amostra não pretende ser estatisticamente representativa; procura reproduzir um percurso

de exposição construído pelo sistema de recomendação. Este procedimento permite observar os conteúdos e as relações que o TikTok estabelece entre perfis semelhantes visual e discursivamente.

A análise combina o estudo qualitativo das mensagens com a comparação dos avatares, das vozes, dos gestos, dos enquadramentos, da encenação e dos recursos de edição. Os resultados preliminares apontam para uma forte uniformidade estética. Várias locutoras apresentam traços físicos, movimentos, estilos de voz e formas de apresentação muito semelhantes, o que sugere a possível existência de um avatar-matriz reutilizado em diferentes canais. Esta coincidência sustenta a hipótese de um *master puppet*: uma mesma pessoa ou entidade poderá estar por detrás de vários canais e controlar diferentes personagens virtuais.

Também se repetem as principais linhas temáticas: a deslegitimação do feminismo, a naturalização das diferenças de género, a defesa dos papéis tradicionais e a apresentação da igualdade como fonte de conflito ou ameaça. A circulação destes conteúdos amplia o seu impacto e transforma os espaços de receção em cenários de confronto e polarização emocional (Núñez Puente et al., 2024).

O uso de vozes femininas sintéticas inverte as práticas associadas ao podcasting feminista. Enquanto a ocupação do espaço sonoro pelas mulheres tem sido entendida como uma forma de resistência, agência e construção identitária (Tiffe & Hoffmann, 2017), estes conteúdos recorrem a uma aparência feminina para legitimar discursos antifeministas. O estudo conclui que a "audiência de clipes" se move num ambiente em que se torna cada vez mais difícil distinguir entre um podcast real, um conteúdo sintético e uma peça de propaganda ideológica.

Referências

Arencón Beltrán, S., Sola Morales, S., & Hernández Conde, M. (2023). Fascismo digital para bloquear la participación y la deliberación feminista.

Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales, 20(1), 25-35. https://doi.org/10.5209/tekn.81002

Núñez Puente, S., Fernández Romero, D., & Martínez Jiménez, L. (2024). The Twitter battle over the trans law in Spain: Mediatization of rage in the case of the podcast *Estirando el chicle*. *Women's Studies International Forum, 103*, 102879. https://doi.org/10.1016/j.wsif.2024.102879

Piñeiro-Otero, T. (2021). 'Escúchanos, hermana'. Los podcast como prácticas y canales del activismo feminista. *Revista Inclusiones, 8*, 231-254. https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/2600

Piñeiro-Otero, T., González-Neira, A., Comesaña-Comesaña, P., & Castro-Souto, L. M. (2026, 6 de julho). *Podcast sin podcast: Audiencias imaginadas y circulación de clips feministas en TikTok* [Comunicação em congresso]. I Congreso Internacional Audiencias Digitales: Jóvenes, Mediaciones Algorítmicas y Socialización Política, Institut de Ciències Polítiques i Socials, Barcelona, Espanha. https://incom.uab.cat/congreso26/

Tiffe, R., & Hoffmann, M. (2017). Taking up sonic space: Feminized vocality and podcasting as resistance. *Feminist Media Studies, 17*(1), 115-118. https://doi.org/10.1080/14680777.2017.1261464

Villalvilla, E. L. (2024, 8 de março). Los podcasts misóginos inundan TikTok: así funciona la 'manosfera' que ha encontrado otro hueco en internet. *Infobae*. https://www.infobae.com/espana/2024/03/08/los-podcasts-misoginos-inundan-tiktok-asi-funciona-la-manosfera-que-ha-encontrado-otro-hueco-en-internet

Invisibilidade da Copa Feminina nos perfis gerais e os nichos como espaço de resistência

Beatriz Salles
sallesb.98@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Bruna Ferraz Barenco
brunabarenco@id.uff.br
Universidade Federal Fluminense - UFF

A proeminência das plataformas digitais na elaboração de discursos sobre o esporte revela uma problemática que ultrapassa as telas: a representatividade das modalidades femininas permanece em constante embate, sendo muitas vezes negligenciada. Esta investigação analisa a difusão mediática do Mundial de Futebol Feminino frente à competição masculina, buscando compreender se este evento possui inserção em veículos de ampla circulação e de que maneira comunidades especializadas em futebol de mulheres preenchem as lacunas de exposição deixadas pelos canais generalistas.

O pressuposto deste estudo preliminar sugere que a escassez de conteúdo sobre o esporte feminino em páginas de vasta audiência não constitui um fato fortuito, mas reflete a perpetuação de um histórico de exclusão sistêmica das mulheres no campo esportivo. Em território nacional, o impedimento oficial da prática futebolística feminina entre 1941 e 1979 representou um hiato que desestruturou carreiras e sedimentou a ideia do futebol como domínio

essencialmente viril e os corpos das mulheres sempre relegados à espetacularização (Goellner, 2005).

Essa exclusão, no entanto, não é estática. Mourão e Morel (2005) descrevem um efeito "sanfona" no qual, mesmo quando o futebol de mulheres conquista momentos de visibilidade midiática, essa exposição tende a se retrair logo em seguida, sem se converter em mudança duradoura. Compreender essa oscilação exige atenção não apenas ao que é dito, mas ao que é silenciado na lógica editorial, pautada por escolhas institucionalizadas e pela lógica algorítmica (Gillespie, 2018) orientada por padrões de engajamento, capazes de reproduzir a marginalização de determinados temas por vias distintas.

Avaliar tal herança é fundamental para examinar de forma analítica as omissões vigentes no ecossistema digital, entendendo que essa ausência é um produto histórico deliberado. Assim, o monitoramento das redes permite o exame de registros que funcionam como memórias dinâmicas e permanentes transformações (Lucchesi, 2014).

Diante desse quadro, o estudo tem como objetivo investigar se perfis brasileiros de ampla cobertura esportiva (ge e CazéTV) dão visibilidade para a Copa do Mundo Feminina de 2027, sediada no Brasil, no período anterior à sua realização — logo após o encerramento da Copa do Mundo Masculina de 2026 — e de que maneira perfis especializados em futebol de mulheres (Dibradoras e Passa a Bola) ocupam esse espaço.

Propõe-se uma análise de conteúdo (Bardin, 1977) das publicações no Instagram desses quatro perfis durante o período em que já circulam fatos noticiáveis ligados ao Mundial de 2027. O desenho desloca o foco de estudos anteriores sobre coberturas de Copas já realizadas (Januário et al., 2020; Tsutsui, 2024) para o período de antecipação midiática. Espera-se contribuir para os estudos de gênero e comunicação esportiva ao verificar se a proximidade geográfica do evento antecipa mudanças no agendamento midiático,

e ao mapear os discursos que a mídia especializada em futebol de mulheres constrói como espaço de resistência.

Referências

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Firmino, C. B. (2021). *Gênero e posicionamento no esporte: A noticiabilidade no jornalismo esportivo feminista do Dibradoras* [Tese de doutorado, Universidade Estadual Paulista (UNESP)].

Gillespie, T. (2018). A relevância dos algoritmos (A. Jurno, Trad.). *Parágrafo, 6*(1), 95-121. https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/722 (Trabalho original publicado em 2014)

Goellner, S. V. (2005). Mulher e esporte no Brasil: Entre incentivos e interdições elas fazem história. *Pensar a Prática, 8*(1), 85-100. https://doi.org/10.5216/rpp.v8i1.106

Januário, S. B., Lima, C. A. R., & Leal, D. (2020). Futebol de mulheres na agenda da mídia: Uma análise temática da cobertura da Copa do Mundo de 2019 em sites jornalísticos brasileiros. *Observatorio (OBS*), *14*(4), 42-62. https://doi.org/10.15847/obsOBS14420201590

Lucchesi, A. (2014). Por um debate sobre história e historiografia digital. *Boletim Historiar*, (2), 46-57.

Mourão, L., & Morel, M. (2005). As narrativas sobre o futebol feminino: o discurso da mídia impressa em campo. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte, 26*(2), 73-86.

Tsutsui, A. L. N. (2024). Vem torcer com a gente! Análise da Copa do Mundo Feminina 2023 nas redes sociais do GE. *Dispositiva, 13*(23), 94-115. https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2024v13n23p94-115

Jornalismo de subjetividade como inovação narrativa: um estudo sobre o veículo digital AzMina

Ana Luz Rodrigues Rocha de Santana
ana.luz@aluno.uepb.edu.br
Universidade Estadual da Paraíba

Raul Ramalho
raulramalho@servidor.uepb.edu.br
Universidade Estadual da Paraíba

Os debates contemporâneos sobre inovação no jornalismo têm ampliado a compreensão desse conceito para além da incorporação de tecnologias digitais e de novos modelos de negócio. Conforme discutem Silveira (2025) e Franciscato e Silva (2020), inovar também significa transformar processos, práticas e modos de narrar a realidade, produzindo valor público e ampliando o compromisso democrático da atividade jornalística. Sob essa perspectiva, a inovação pode manifestar-se na adoção de narrativas capazes de romper com enquadramentos hegemônicos e promover formas mais plurais de representação social. É nesse contexto que se insere o conceito de jornalismo de subjetividade, desenvolvido por Moraes (2022), segundo o qual o reconhecimento da subjetividade do jornalista, aliado à reflexão ética sobre sua atuação, constitui uma possibilidade de superar práticas desumanizantes (Ijuim, 2017), historicamente associadas ao paradigma da objetividade.

Diante do exposto, esta pesquisa analisa como os princípios do jornalismo de subjetividade se manifestam nas reportagens do veículo digital AzMina, especializado em pautas relacionadas às questões de gênero, partindo da hipótese de que sua principal inovação decorre da construção de narrativas contra-hegemônicas fundamentadas na humanização e na interseccionalidade (AzMina, https://azmina.com.br), e não, necessariamente, da utilização de recursos tecnológicos.

Trata-se de uma pesquisa qualitativa (Flick, 2009), desenvolvida mediante revisão bibliográfica e estudo de caso (Chizzotti, 2006). O corpus é composto por três reportagens publicadas pelo AzMina: *Como o TikTok alimenta a misoginia entre adolescentes brasileiros* (Santos & Schurig, 2025); *Traumas faciais: a violência de gênero que tenta descaracterizar mulheres* (Rosetti & Churchill, 2025); e *Câmaras e assembleias multiplicam projetos para obstruir acesso ao aborto legal no Brasil* (Equipe AzMina, 2025). A análise fundamenta-se nas cinco categorias do jornalismo de subjetividade propostas por Moraes (2022): reflexividade contínua entre ensino e prática; valores do valor-notícia; capacidade criativa/criadora; ativismo, engajamento e sensibilidade hacker; e interseccionalidade como chave.

A reflexividade contínua entre ensino e prática compreende que jornalistas devem reconhecer sua posição social e os atravessamentos que influenciam sua produção, substituindo a ideia de neutralidade por uma postura ética e consciente diante dos sujeitos retratados. Os valores do valor-notícia propõem revisar criticamente os critérios tradicionais de noticiabilidade, privilegiando temas e grupos historicamente invisibilizados pela mídia hegemônica. A capacidade criativa/criadora refere-se ao desenvolvimento de estratégias narrativas que ampliam a compreensão dos fenômenos sociais e aproximam leitores, personagens e contexto, demonstrando que a inovação também pode ocorrer pela experimentação narrativa. O ativismo, engajamento e sensibilidade hacker traduzem o compromisso do jornalismo com os direitos

humanos, articulando rigor metodológico e posicionamento ético na denúncia das desigualdades sociais. Finalmente, a interseccionalidade como chave orienta a compreensão de que gênero, raça, classe e outras formas de opressão atuam de maneira sobreposta, exigindo narrativas capazes de representar essa complexidade sem reproduzir hierarquias de sofrimento.

A análise evidencia que as três reportagens incorporam essas categorias de forma consistente. A reflexividade manifesta-se na contextualização dos fenômenos sociais para além da descrição factual, relacionando a misoginia, a violência de gênero e as restrições ao aborto legal às estruturas sociais que sustentam essas desigualdades. Os valores do valor-notícia são ressignificados ao priorizar pautas frequentemente negligenciadas pela imprensa tradicional. A criatividade narrativa aparece tanto na metodologia investigativa — como o monitoramento do algoritmo do TikTok por meio da criação de perfis fictícios — quanto na articulação entre dados, personagens e contexto social, além da organização visual das reportagens (com grafismos que permitem uma experiência mais atrativa). O ativismo e o engajamento revelam-se na defesa explícita dos direitos humanos e na apresentação de possibilidades de enfrentamento das violências retratadas, enquanto a perspectiva interseccional amplia a compreensão das múltiplas vulnerabilidades enfrentadas por mulheres, pessoas trans e outros grupos historicamente marginalizados.

Compreende-se, portanto, que o AzMina apresenta características consistentes do jornalismo de subjetividade e evidencia que sua principal inovação reside na adoção de narrativas que questionam padrões hegemônicos de representação e ampliam a visibilidade de sujeitos tradicionalmente silenciados. Os resultados corroboram a compreensão de inovação defendida pelos autores mobilizados na pesquisa ao demonstrar que práticas inovadoras no jornalismo podem emergir da transformação dos enquadramentos narrativos e da incorporação de perspectivas humanizadas e interseccionais. Assim, a perspectiva de Moraes (2022) mostra-se um referencial consistente para

compreender como a subjetividade pode constituir um elemento de inovação narrativa e fortalecer um jornalismo mais plural, democrático e socialmente comprometido.

Referências

Chizzotti, A. (2006). *Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais*. Vozes.

Equipe AzMina. (2025, 2 de dezembro). Câmaras e assembleias multiplicam projetos para obstruir acesso ao aborto legal no Brasil. *AzMina*. https://azmina.com.br/reportagens/camaras-e-assembleias-multiplicam-projetos-para-obstruir-acesso-ao-aborto-legal-no-brasil

Flick, U. (2009). *Introdução à pesquisa qualitativa*. Artmed.

Franciscato, C. E., & Silva, G. S. (2020). Fatores sociais nos estudos de inovação em organizações jornalísticas. *Estudos em Jornalismo e Mídia, 17*(1), 145-155.

Ijuim, J. K. (2017). Por que humanizar o jornalismo? *Verso e Reverso, 31*(78), 236-245.

Moraes, F. (2022). *A pauta é uma arma de combate: Subjetividade, prática reflexiva e posicionamento para superar um jornalismo que desumaniza*. Arquipélago Editorial.

Rosetti, M., & Churchill, P. (2025, 3 de setembro). Traumas faciais: a violência de gênero que tenta descaracterizar mulheres. *AzMina*. https://azmina.com.br/reportagens/traumas-faciais-a-violencia-de-genero-que-tenta-descaracterizar-mulheres

Santos, F., & Schurig, S. (2025, 3 de abril). Como o TikTok alimenta a misoginia entre adolescentes brasileiros. *AzMina*. https://azmina.com.br/reportagens/como-o-tiktok-alimenta-a-misoginia-entre-adolescentes-brasileiros

Silveira, S. C. (2025). Redefinindo a inovação jornalística: Por um conceito orientado a valores públicos e democráticos. *Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura, 23*(1), 1.

Do auto de resistência ao crime passional: transferência de um modelo computacional de análise de enquadramento midiático para a cobertura do feminicídio no Brasil

Pedro Santos Freire
pedro.s.freire@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Angela Maria Grossi
angela.grossi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A tipificação do feminicídio pela Lei n. 13.104/2015 alterou o vocabulário jurídico brasileiro, mas não o da imprensa na mesma medida. A literatura sobre a cobertura de mortes violentas de mulheres identifica padrões persistentes de despolitização: a redução do crime a móvel passional, a patologização do agressor, a manchete que apresenta a vítima como sujeito de um evento sem agente e a recusa em nomear aquilo que a lei já nomeia (Bandeira, 2024; Thurler, 2017). Em estudo sobre a mídia on-line de Campinas, Roa et al. (2024) observaram que apenas parcela reduzida dos homicídios femininos registrados chegou a ser noticiada e que o emprego do próprio termo 'feminicídio' foi precário.

Esta comunicação apresenta o desenho de uma pesquisa que transfere, para o *corpus* da cobertura de feminicídios, uma infraestrutura computacional

de análise de enquadramento construída originalmente para o estudo das mortes decorrentes de intervenção policial (MDIP). A hipótese que organiza a transferência é a de que os dois conjuntos, apesar de temas distintos, compartilham um mesmo mecanismo discursivo: o deslocamento da agência e da responsabilidade para longe do ator estruturalmente dominante. Na cobertura de MDIP, esse mecanismo opera pelo eufemismo do 'auto de resistência', pela construção passiva sem agente e pelo recurso aos antecedentes da vítima; na cobertura de feminicídios, opera pelo enquadramento passional, pela não nominação e pelo escrutínio da conduta da mulher morta.

O trabalho mobiliza a noção de enquadramento noticioso de Entman (1993), seleção e saliência que instituem definição de problema, atribuição causal e juízo moral, e a distinção entre cobertura episódica e temática proposta por Iyengar (1991), que permite tratar a descontextualização não como falha pontual, mas como operação de sentido. A leitura crítica ancora-se em Segato (2016), para quem a exposição midiática do corpo feminino participa de uma pedagogia da crueldade que ensina a sociedade a não ter empatia com a vítima.

A coleta combina o GDELT, feeds RSS, o Wayback Machine e buscas diretas nos sítios dos veículos, seguida de extração em cascata por bibliotecas de raspagem e, como recurso final, automação de navegador. O *corpus* será anotado segundo um livro de códigos de oito enquadramentos: passional, patologização do agressor, voz passiva sem agente, não nominação, cobertura episódica, culpabilização da vítima, espetacularização do corpo e invisibilidade diferencial, acompanhados de um bloco de indicadores de adequação, de modo que o modelo não aprenda apenas o polo problemático. A anotação é multirrótulo, com marcação dos trechos que sustentam cada decisão, dupla codificação de parte da amostra e cálculo do alfa de Krippendorff por rótulo (Krippendorff, 2018). Sobre esses dados ajusta-se um classificador baseado no BERTimbau (Souza et al., 2020), com função de perda ponderada para

lidar com o desbalanceamento entre rótulos frequentes e raros. Uma variável transversal, que agrega os rótulos ligados ao deslocamento de agência, é treinada conjuntamente nos dois conjuntos, o que permite avaliar a transferência entre domínios. Como camada de contraste empírico, os enquadramentos identificados serão confrontados com registros administrativos e processuais do sistema de justiça e do Ministério Público, obtidos por bases abertas e por pedidos formulados com base na Lei de Acesso à Informação.

Esperam-se três contribuições. A primeira é metodológica: verificar se um classificador de enquadramento treinado em um domínio de violência letal transfere para outro, o que teria implicações para os estudos computacionais de mídia em língua portuguesa. A segunda é empírica: mensurar, em escala, a distância entre o que o registro institucional descreve e o que a imprensa enquadra. A terceira é crítica: examinar se a invisibilidade da cobertura se distribui de forma desigual conforme raça, classe e território da vítima. Reconhece-se um limite estrutural do desenho: os casos mais documentados publicamente tendem a ser também os de maior repercussão, o que produz sobreposição entre a base de contraste e o corpus jornalístico e exige tratamento explícito do viés de seleção.

Referências

Bandeira, L. M. (2024). *Crimes de feminicídio no enquadramento midiático: o que não é nominado não existe (Brasil, 2015-2018).* Editora Universidade de Brasília.

Entman, R. M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication, 43*(4), 51-58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues.* University of Chicago Press.

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: an introduction to its methodology* (4a ed.). SAGE.

Roa, M. C., Smania, T. G., & Cordeiro, R. C. (2024). Feminicídio e mídia: análise das notícias na mídia on-line em Campinas Brasil. *Animus, 23*(51), e023010. https://doi.org/10.5902/2175497769900

Segato, R. L. (2016). *La guerra contra las mujeres.* Traficantes de Sueños.

Souza, F., Nogueira, R., & Lotufo, R. (2020). BERTimbau: pretrained BERT models for Brazilian Portuguese. Em R. Cerri & R. C. Prati (Eds.), *Intelligent Systems* (pp. 403-417). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-61377-8_28

Thurler, A. L. (2017). Feminicídios na mídia e desumanização das mulheres. *Revista Observatório, 3*(6), 465-496. https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2017v3n6p465

Entre o estigma e o protagonismo: uma análise interseccional da travestigeneridade no documentário Transvida - Mulheres da 116

Monica Terezinha Coelho do Carmo
monica.carmo@univale.br
Universidade Vale do Rio Doce

Deborah Luísa Vieira dos Santos
deborah.santos@univale.br
Universidade Vale do Rio Doce

Maria Celeste Reis Fernandes De Souza
maria.celeste@univale.br
Universidade Vale do Rio Doce

Os meios de comunicação são compreendidos como uma instância socializadora e um espaço de construção social e formação do próprio self, no qual a cultura da mídia atua como força dominante na definição de modelos de identificação, valores e visões de mundo (Belloni, 2005; Kellner, 2001; Thompson, 2008). Nesse cenário, o documentário "Transvida - Mulheres da 116" (2024) constitui objeto de análise para as reflexões que buscam compreender a interface entre as relações de gênero, estigma e comunicação. Ao expor a realidade de duas mulheres trans profissionais do sexo na rodovia BR-116, na região de Governador Valadares-MG, a obra oferece um contraponto às narrativas hegemônicas que historicamente marginalizam essas existências.

Metodologicamente, a pesquisa fundamenta-se na Análise Fílmica (Penafria, 2009), adotando a modalidade de análise externa, que considera a obra como o resultado de complexas relações sociais, culturais e políticas. Sob o enfoque da análise de conteúdo, o documentário é compreendido como um "relato" que permite investigar a caracterização, o comportamento e a representação das personagens. Essa estrutura fílmica é tensionada por uma perspectiva interseccional, que observa como as opressões de gênero, raça e classe se sobrepõem para produzir vulnerabilidades específicas (Akotirene, 2019).

As relações de gênero são aqui entendidas como elementos constitutivos das relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos e uma forma primária de significar relações de poder (Scott, 1990). No documentário, essa dinâmica manifesta-se através de uma estrutura social androcêntrica que reserva o espaço público ao masculino e empurra as dissidências de gênero para a marginalidade da rodovia (Bourdieu, 2002). Nesse cenário, o gênero atua como uma categoria relacional na qual a identidade feminina construída frente ao "outro" (o homem cis), desafia a dominação masculina hegemônica através da performance e da ocupação de territórios de visibilidade (Butler, 2008). E, quando se observa o gênero, sob a perspectiva de mulheres trans, tem-se uma outra situação de outroriedade: ora, se a mulher é o "outro" do homem, como apontou Beauvoir; a mulher negra seria o "outro" do "outro", como discute o feminismo negro; qual seria o lugar da mulher trans (Nascimento, 2023) nesse CIStema?

No documentário, as personagens situam-se na condição de outsiders no CIStema sexo-gênero-desejo, sendo frequentemente invisibilizadas pela estrutura social androcêntrica (Nascimento, 2023; Scott, 1990). Ao aplicar a análise fílmica, percebe-se que essas mulheres integram a ralé estrutural brasileira: uma classe reduzida ao estatuto de "mero corpo" e marcada pelo estigma da puta pobre (Mattos, 2009). O documentário utiliza o recurso do protagonismo discursivo para romper com esse estigma, validando o lugar de

fala dessas mulheres (Ribeiro, 2020) e transformando-as de objetos de desejo em agentes da própria narrativa.

Ainda, os elementos fílmicos evidenciam o que Silva (2020) define como trânsitos na prostituição: o deslocamento geográfico pela BR-116 funciona como uma estratégia de manutenção do segredo e manipulação da identidade frente ao julgamento social. Através da análise, observa-se que a obra não apenas representa uma realidade de dor, marcada pelo abandono, vulnerabilidade e violência, mas também destaca atos de agência e resistência. A construção das trajetórias pessoais demonstra a busca por autonomia, autocuidado e o reconhecimento da humanidade dessas mulheres.

Portanto, a obra demonstra que a construção de uma visibilidade menos estigmatizada e estereotipada depende do desmantelamento das estruturas de silenciamento que apagam as experiências de grupos oprimidos. A representatividade trans no audiovisual é um ato político essencial para que essas vozes sejam validadas e para que a diversidade das existências seja respeitada. O "Transvida", ao garantir o direito ao discurso dessas mulheres travestis, atua como uma ferramenta de mídia-educação (Belloni, 2005) que convoca a sociedade a ressignificar as condições de poder e a conviver com a diferença de forma emancipatória.

Referências

Akotirene, C. (2029). *Interseccionalidade.* Sueli Carneiro; Pólen.

Belloni, M. L. (2005). *O que é mídia-educação.* Autores Associados.

Bourdieu, P. (2002). *A dominação masculina.* Bertrand Brasil.

Butler, J. (2008). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade.* Civilização Brasileira.

Kellner, D. (2001). *A Cultura da Mídia.* EDUSC.

Mattos, P. (2009). A dor e o estigma da puta pobre. In J. Souza (Org.), *Ralé brasileira: quem é e como vive* (pp. 173-204). Editora UFMG.

Mônica Coelho Produções e Eventos. (2024). *TRANSVIDA - MULHERES DA 116 | DOCUMENTÁRIO* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=iIQff3KDtnA&t=20s

Nascimento, L. (2023). *Transfeminismo*. Editora Jandaíra.

Penafria, M. (2009). *Análise de Filmes - conceitos e metodologias.* BOCC.

Ribeiro, D. (2020). *Lugar de Fala.* Sueli Carneiro; Editora Jandaíra.

Scott, J. W. (1990). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade,* 15(2), 71-99.

Silva, L. F. (2020). *Trânsitos na prostituição: entre lugares, conexões e expectativas* [Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte].

Thompson, J. B. (2008). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.* Vozes.

"Eu nasci assim, eu cresci assim, e sou mesmo assim, vou ser sempre assim": uma análise dos papel de gênero nas personagens femininas de Gabriela, livro (1958) e remake (2012)

Maria Clara Magalhaes Cabral
mariaclaramcabral@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Laura Dilly Dutra Maia
lauradilly.jornalismo@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Dowglas Franco Mota
dowglas.mota@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

O estudo entre o romance *Gabriela, Cravo e Canela*, de Jorge Amado, publicado em 1958, e do remake audiovisual produzido pela Rede Globo em 2012, adaptado por Walcyr Carrasco a partir da telenovela originalmente exibida pela emissora em 1975, parte do entendimento de que as representações femininas são construídas social e culturalmente, sendo atravessadas por valores, disputas e relações de poder. Ambientado em Ilhéus na década de 1920, o romance acompanha as transformações da cidade e da sociedade por meio da trajetória de Gabriela, uma jovem retirante que desafia convenções de gênero e moralidade.

Para este estudo, parte-se de Stuart Hall (2016), compreendendo a representação como um processo de produção de sentidos, no qual a cultura e a linguagem participam da construção da realidade e das identidades. Segundo o autor, as representações participam ativamente da construção de imaginários sociais, sobretudo perante as mulheres, definindo comportamentos considerados desejáveis, legitimando papéis sociais e, ao mesmo tempo, abrindo espaço para o questionamento dessas normas.

Assim, as personagens de *Gabriela* deixam de ser compreendidas apenas como elementos da composição narrativa e passam a ser analisadas como retratos da mulher brasileira, atravessadas por estereótipos e pelas condições socioculturais de produção das obras. Essa compreensão dialoga com Joan Scott (1995), ao entender o gênero como uma categoria de análise histórica que evidencia como as diferenças entre homens e mulheres são produzidas socialmente e utilizadas para organizar e legitimar relações de poder.

A autora rompe com interpretações essencialistas da identidade feminina, permitindo compreender que as formas de ser mulher variam conforme o contexto. Como também estudado por Gerda Lerner (2019), o patriarcado foi constituído e institucionalizado, naturalizando desigualdades que passaram a estruturar as relações entre homens e mulheres. Assim, a análise das personagens ultrapassa a dimensão individual de cada história e passa a considerar os mecanismos e pressões sociais que produzem expectativas sobre o corpo, a sexualidade, o trabalho e o comportamento feminino.

Ao propor uma análise comparativa entre literatura e audiovisual, parte-se do pressuposto que a adaptação corresponde a um processo de ressignificação, e não de mera reprodução do texto original. Conforme propõe Jesús Martín-Barbero (1997), os produtos midiáticos devem ser compreendidos a partir das mediações humanas, que impactam na cultura e no reconhecimento e a telenovela constitui uma "nova" narrativa, produzida para um público distinto, o que possibilita permanências, deslocamentos e atualizações nas representações construídas.

Essa ideia dialoga com o conceito de reconfiguração proposto por Ana Maria Balogh (2005). De acordo com seus estudos, a adaptação, ao ser transposta para um novo contexto de produção, não apenas atualiza seu conteúdo como reconstrói sua própria arquitetura narrativa, que torna autônoma, capaz de se sustentar por si só dentro das características específicas da linguagem que se propõe, sem depender da obra que a precedeu para produzir sentido.

De acordo com Marialva Barbosa (1994), as narrativas comunicacionais desempenham papel central na construção da memória social. Ao narrar, os meios de comunicação agem de forma subjetiva, selecionando perspectivas, organizando discursos e atribuindo significados aos sujeitos. Sob esse olhar subjetivo, a comparação entre as obras permite observar como diferentes linguagens e formas narrativas reinterpretam *Gabriela* e, se e como atualizam as representações sobre o feminino. Ana Maria Balogh (2005) enfatiza que uma adaptação não se trata de apresentar uma mera repetição, mas sim de atualizar o produto dentro do contexto de um novo público para dialogar com os valores do público contemporâneo, levando em consideração as transformações sociais, culturais e tecnológicas ocorridas entre a versão original e a atualidade.

Para o presente trabalho, pretende-se comparar seis personagens femininas presentes no livro e no audiovisual: Gabriela (personagem principal, retirante), Malvina (filha de coronel, jovem que desafia as convenções da época), Glória (amante de coronel), Dorotéia (uma senhora beata e conhecida como a portadora da "moral e dos bons costumes"), Maria Machadão (proprietária do bordel Bataclã) e Sinhazinha (esposa de coronel, religiosa, vítima do marido e é assassinada por ele junto ao amante).

Com base na comparação entre a representação das seis personagens femininas com suas individualidades, pretende-se observar como o papel de mulher foi apresentado para o público tanto de leitores quanto de espectadores e analisar se a mesma personagem sofreu alteração na sua representação ao ser adaptada para o remake.

Referências

Balogh, A. (2005). *Conjunções, disjunções, transmutações: da literatura ao cinema e à TV*. Annablume.

Barbero, J. M. (1997). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia* (R. Polito & S. Alcides, Trads.). Ed. UFRJ.

Barbosa, M. (1994). *Senhores da Memória* [Tese de Professora Titular, Universidade Federal Fluminense].

Hall, S. (2016). O papel da representação. En A. Ituassu (Org.), (D. Miranda & W. Oliveira, Trads.) *Cultura e representação*. (1a ed., pp. 17-67). Ed. PUC-Rio; Apicuri.

Lerner, G. (2019). *A criação do patriarcado: história da opressão das mulheres pelos homens* (L. Sellera, Trad.). Cultrix.

Scott, J. W. (1995). Gênero: uma categoria útil para análise histórica. *Educação & Realidade, 20*(2), 71-99.

A CONSTRUÇÃO JORNALÍSTICA DA VIOLÊNCIA POLÍTICA DE GÊNERO: ENQUADRAMENTOS DA *FOLHA DE S. PAULO* SOBRE OS ATAQUES À MINISTRA MARINA SILVA

Vanilda Gomes Cantarino de Magalhães
cantarinomagalhaes.vanilda@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Paulo Roberto Figueira Leal
paulo.leal@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Diego Felipe Garcia
diegophelipe@yahoo.com.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Isabella Mudesto Dias Costa
dias.isabella@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jules Strogonoff de Castro Matos
julesstrogoffufjf@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

A violência política de gênero tem se consolidado como um dos principais obstáculos à participação das mulheres nos espaços de poder, manifestando-se por meio de práticas simbólicas, discursivas e institucionais que buscam deslegitimar sua autoridade e restringir sua atuação pública.

Nesse cenário, o jornalismo desempenha papel central na produção de sentidos sobre acontecimentos políticos, uma vez que seleciona, interpreta e organiza os fatos por meio de enquadramentos que orientam a compreensão pública dos conflitos. Assim, mais do que registrar episódios de violência, a cobertura jornalística contribui para definir seus significados sociais e políticos. Partindo dessa perspectiva, este trabalho analisa os enquadramentos construídos pela *Folha de S. Paulo* sobre a violência política de gênero sofrida pela ministra do Meio Ambiente e Mudança do Clima, Marina Silva, durante audiência da Comissão de Infraestrutura do Senado, realizada em 27 de maio de 2025.

O objetivo é compreender de que maneira o jornal representou esse episódio e quais sentidos foram produzidos acerca das agressões dirigidas à ministra e de sua autoridade política. O estudo fundamenta-se na teoria dos enquadramentos de Entman (2007), segundo a qual as notícias selecionam aspectos da realidade para definir problemas, atribuir responsabilidades, formular avaliações morais e indicar respostas. Dialoga ainda com os estudos de Krook e Sanín (2016), D'Ávila (2022), Matos, Costa e Gonçalves (2024) e Panke (2025), que compreendem a violência política de gênero como mecanismo de deslegitimação da participação feminina na política, especialmente quando atravessada por marcadores de raça, classe e origem social.

Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa qualitativa, desenvolvida por meio da Análise de Conteúdo (Bardin, 2016). O corpus é composto pelas reportagens publicadas pela *Folha de S.Paulo* na semana do dia 27 de maio, período em que o episódio e suas repercussões ocuparam espaço significativo na cobertura do jornal.

Os resultados indicam três enquadramentos predominantes. O primeiro caracteriza a violência política de gênero como deslegitimação da autoridade feminina. As reportagens evidenciam que os ataques extrapolam a divergência política e deslocam o foco da audiência para o questionamento da legitimidade de Marina Silva como autoridade pública. A tentativa de determinar o

seu "lugar" e a resposta da ministra — "Eu não sou uma mulher submissa" — evidenciam a mobilização de expectativas normativas acerca da atuação das mulheres em posições de poder.

O segundo enquadramento apresenta a violência política de gênero como problema institucional e democrático. A cobertura destaca manifestações de apoio do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, da primeira-dama Rosângela da Silva (Janja), da ministra Gleisi Hoffmann e de outras autoridades, interpretando o episódio como uma violação dos princípios democráticos e do respeito às mulheres na política. Dessa forma, o acontecimento é deslocado da esfera do conflito interpessoal para a do interesse público.

O terceiro enquadramento refere-se à recorrência da violência política de gênero. Ao recuperar declarações anteriores do senador Plínio Valério e contextualizar o histórico de hostilidades dirigidas à ministra, a *Folha de S.Paulo* insere o episódio em uma trajetória contínua de desqualificação simbólica de sua atuação política. A cobertura evidencia, assim, que a violência não constitui um fato isolado, mas integra um padrão persistente de ataques direcionados a uma mulher negra, de origem popular e reconhecida internacionalmente por sua atuação ambiental.

Preliminarmente conclui-se que a *Folha de S. Paulo* constrói o episódio prioritariamente como um caso de violência política de gênero, conferindo visibilidade às agressões, contextualizando sua recorrência e destacando as respostas institucionais de enfrentamento. Os resultados reforçam que os enquadramentos jornalísticos participam ativamente da produção de sentidos sobre a violência política de gênero, influenciando sua compreensão como problema público e evidenciando o papel da mídia na legitimação do debate democrático sobre a presença das mulheres nos espaços de poder.

Referências

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo* (L. A. Reto & A. Pinheiro, Trads.). Edições 70.

D'Ávila, M. (2022). *Sempre foi sobre nós: relatos da violência política de gênero no Brasil* (2ª ed.). Rosa dos Tempos.

Entman, R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication, 57*(1), 163-173. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x

Krook, M. L., & Sanín, J. R. (2016). Violencia contra las mujeres en política: En defensa del concepto. *Política y Gobierno, 23*(2), 459-490.

Matos, M., Costa, A., & Gonçalves, V. (2024). *Violência política contra mulheres em perspectiva interseccional*. NEPEM/UFMG.

Panke, L. (2025). *Caminhos para o protagonismo feminino* (K. L. Bernardi, Trad.). UNIVALE Editora.

A DISPUTA PELO LADO DE FORA: NARRATIVAS ANTISSISTÊMICAS NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL BRASILEIRA DE 2026

Fernando de Resende Chaves
chavesfernandorc@gmail.com
Universidade do Estado de Minas Gerais

Luiz Ademir de Oliveira
luizoli@ufsj.edu.br
Universidade Federal de São João del-Rei

Thamiris Franco Martins
thamiris_franco@hotmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Diego Felipe Garcia
diegophelipe@yahoo.com.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

As transformações recentes da democracia representativa ampliaram a centralidade de narrativas antissistêmicas nas disputas eleitorais em diferentes países. No Brasil, após o ciclo de crise política inaugurado em 2013, discursos de contestação às instituições representativas deixaram de constituir patrimônio quase exclusivo de candidatos identificados como outsiders e passaram a ser mobilizados por atores com distintas trajetórias políticas e institucionais (Carreras, 2012; Moffitt, 2016). Nesse contexto, a condição antissistêmica parece

deslocar-se de uma característica biográfica para uma estratégia comunicacional de representação política, por meio da qual diferentes candidaturas procuram construir legitimidade para falar em nome daqueles que são discursivamente apresentados como situados "do lado de fora" do sistema.

Partindo desse cenário, este artigo investiga como diferentes candidatos à Presidência da República disputam simbolicamente o lugar de representantes do "lado de fora" do sistema político brasileiro durante o primeiro turno das eleições presidenciais de 2026. O objetivo não consiste em identificar quais candidaturas podem ser classificadas como outsiders, mas compreender como diferentes campanhas constroem discursivamente posições de ruptura, definem aquilo que entendem por "sistema" e disputam a legitimidade de representar aqueles apresentados como situados "do lado de fora" da ordem política, reivindicando representar grupos apresentados como não contemplados, prejudicados ou excluídos pelas estruturas políticas e econômicas vigentes.

Parte-se da premissa, já consolidada na literatura sobre outsiders e política antiestablishment, de que a posição institucional objetiva dos candidatos não determina, por si só, o emprego de narrativas antissistêmicas (Barr, 2009; Carreras, 2012). A contribuição proposta consiste em examinar como diferentes candidaturas disputam simultaneamente essa posição de representação, atribuindo significados distintos ao próprio "sistema", que poderá ser construído em dimensões políticas, institucionais, econômicas, financeiras, midiáticas ou culturais.

O referencial teórico articula quatro eixos complementares. O primeiro mobiliza Pierre Bourdieu (2009) para compreender o campo político como espaço de disputa pelo direito legítimo de representação, em diálogo com Luís Felipe Miguel (2014), cuja concepção da representação política como construção social e território em disputa permite analisar a representação como processo permanentemente disputado. O segundo retoma a teoria da antipolítica desenvolvida por Andreas Schedler (1997), distinguindo diferentes

modalidades de contestação à política institucional e dialogando criticamente com a literatura sobre outsiders, antiestablishment e populismo. O terceiro incorpora contribuições da comunicação política para compreender a construção discursiva e narrativa das campanhas eleitorais, considerando as estratégias de persuasão mobilizadas na disputa pela representação e pela definição das fronteiras entre povo, sistema e ordem política (Figueiredo, 1998; Moffitt, 2016). Por fim, considera-se a circulação dessas narrativas entre diferentes plataformas e formatos comunicacionais, observando como as campanhas articulam seus discursos oficiais no ambiente digital (Gomes, 2018).

A pesquisa adotará abordagem qualitativa, combinando Análise de Conteúdo (Bardin, 2016), empregada na organização do corpus e na construção das categorias analíticas, e Análise Crítica da Narrativa (Motta, 2013), utilizada para interpretar a configuração dos personagens, dos antagonismos e das estratégias de legitimação presentes nas peças comunicacionais. O corpus será composto pelas publicações realizadas nos perfis oficiais das candidaturas no Instagram. A coleta será organizada em três janelas de observação da campanha: a semana anterior ao início do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, uma semana situada aproximadamente no meio da campanha eleitoral e a última semana anterior ao primeiro turno. A escolha do Instagram justifica-se por reunir, em um mesmo ambiente digital, conteúdos produzidos para diferentes estratégias comunicacionais das campanhas, permitindo acompanhar a construção e a circulação de seus discursos oficiais. Materiais jornalísticos poderão ser utilizados de forma complementar para contextualizar a circulação pública dessas narrativas. A análise buscará identificar como cada candidatura constrói discursivamente o sistema que pretende contestar, os sujeitos cuja representação reivindica, os antagonistas mobilizados e os recursos simbólicos utilizados para legitimar sua posição como representante do “lado de fora”.

Parte-se da hipótese de que a eleição presidencial de 2026 será caracterizada pela concorrência entre reivindicações distintas de representação

antissistêmica. Ao analisar a disputa comunicacional pela legitimidade de representar aqueles identificados como externos ao sistema, o artigo pretende oferecer uma nova chave interpretativa para compreender as narrativas antissistêmicas na política brasileira contemporânea, contribuindo para demonstrar que a condição antissistêmica não constitui apenas uma posição ocupada por determinados atores, mas um recurso simbólico de representação permanentemente disputado no interior do próprio campo político.

Referências

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Barr, R. R. (2009). Populists, outsiders and anti-establishment politics. *Party Politics, 15*(1), 29-48. https://doi.org/10.1177/1354068808097890

Bourdieu, P. (2009). *O poder simbólico*. Bertrand Brasil.

Carreras, M. (2012). The rise of outsiders in Latin America, 1980-2010: An institutionalist perspective. *Comparative Political Studies, 45*(12), 1451-1482. https://doi.org/10.1177/0010414012445753

Figueiredo, M. (1998). *Estratégias de persuasão em eleições majoritárias: Uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral* (Série Estudos, 100). IUPERJ.

Gomes, W. (2018). *A democracia no mundo digital: História, problemas e temas*. Edições Sesc São Paulo.

Miguel, L. F. (2014). *Democracia e representação: territórios em disputa*. Editora Unesp.

Moffitt, B. (2016). *The global rise of populism:performance, political style, and representation*. Stanford University Press.

Motta, L. G. (2013). *Análise crítica da narrativa*. Editora UnB.

Schedler, A. (1997). *The end of politics? Explorations into modern antipolitics*. Macmillan.

A memória de Dalva de Oliveira no Instagram

Eduardo Henrique Rota Hilário
eduardo.rota@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Maria Cristina Gobbi
cristina.gobbi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Dalva de Oliveira foi cantora de destaque nos períodos que Faour (2022) nomeia como Era de Ouro e auge da Era do Rádio no Brasil. Seja pelo título de Rainha do Rádio de 1951, pelos sucessos lançados com o Trio de Ouro, nas décadas de 1930 e 1940, ou em carreira solo, predominantemente na década de 1950, ou mesmo por dramas biográficos repercutidos na mídia da época, o nome de Dalva conseguiu atravessar tempos e gerações.

Em maio de 2025, parte do repertório da artista foi resgatado no lançamento do disco Uma Estrela para Dalva, de Alaíde Costa (Ferreira, 2025). Em março do ano seguinte, fragmentos da história da cantora deram corpo ao musical Minha Estrela Dalva, estreado no Teatro Sesi, na cidade de São Paulo (Artuni, 2026). Entre março e abril, cinco discos da artista foram subitamente disponibilizados nas plataformas de *streaming* (Dalva de Oliveira FC, 2026). Ainda em abril, a neta de Dalva de Oliveira, Paula Martins, alegou que o acervo pessoal da avó estaria em mãos indevidas, sofrendo danos graves: acusações

que levaram o nome da cantora de volta a alguns dos principais jornais do país (Krasilchik, 2026).

Antecedendo esses resgates e repercussões, o fã-clube @dalvadeoliveira.fc atua desde abril de 2020 no Instagram. Recuperando e revitalizando fotos, textos, vídeos e informações relacionados à artista, a página age em acordo com uma das características da cultura de fãs exploradas por Jenkins (2015, p. 63): "o *fandom* torna-se uma cultura participativa que transforma a experiência do consumo televisivo na produção de novos textos, ou ainda mais, de uma nova cultura e uma nova comunidade." Embora não seja um grupo de entusiastas do cinema e da televisão, como os estudados pelo autor, o fã-clube em questão se apropria de músicas, fotografias, reportagens e outros materiais já circulados, criando, a partir deles, novos materiais e uma comunidade própria.

Quando propõe um trabalho dedicado à memória de um ídolo, o @dalvadeoliveira.fc chama atenção no contexto da curadoria algorítmica da memória coletiva. Em síntese, Andrade e Gobbi (2025, p. 6) lembram que "a crescente adoção de algoritmos em processos curatoriais tem transformado radicalmente as práticas arquivísticas tradicionais, deslocando a centralidade dos critérios historiográficos, documentais e éticos em favor de lógicas automatizadas de visibilidade e performance." Nesse panorama, o fã-clube focalizado surge como uma das formas de resistência à hegemonia curatorial das plataformas digitais. Uma contraconduta que, certamente, enfrenta limitações, como "a tensão entre autonomia cultural e visibilidade pública" (Andrade & Gobbi, 2025, p. 16). Ainda assim, uma contraconduta possível, dentro e fora das plataformas.

Por se articular em uma rede social digital, também é possível localizar o fã-clube no cenário da midiatização. Isto é, "os processos pelos quais a cultura e a sociedade tornam-se cada vez mais dependentes dos meios de comunicação e sua lógica como mídia integra-se em práticas culturais e sociais em vários níveis" (Hjarvard, 2014, p. 26). Fãs que se reuniam nos estúdios

da Rádio Nacional, igualmente enquanto fã-clubes (Green, 2022), agora dão lugar a admiradores unidos em ambientes virtuais.

No que diz respeito à memória, reflexões sobre o patrimônio cultural imaterial apresentam desafios também aplicáveis a grupos de fãs interessados em preservação:

> Se, por um lado, as tecnologias digitais se apresentam como um arsenal de ferramentas potencialmente poderosas para o registro, a documentação e a disseminação do PCI, por outro, elas fazem emergir interrogações cruciais sobre questões como autenticidade, acesso universal, os riscos da descontextualização e a própria natureza da experiência cultural quando esta passa a ser mediada por interfaces tecnológicas. (Binda & Silva, 2026, p. 12)

Nesse cenário multifacetado, a presente pesquisa objetiva analisar as publicações feitas pelo @dalvadeoliveira.fc em março e abril de 2026, em função das movimentações geradas pela estreia do musical, pelos discos disponibilizados em *streaming* e pelas denúncias feitas por Paula Martins. Recorrendo à análise de conteúdo, é possível garantir a replicabilidade e confiabilidade da investigação (Lycarião et al., 2023). Seguindo as etapas de organização da análise, codificação, categorização e inferência (Bardin, 2016; Fonseca, 2005), busca-se compreender como o fã-clube trabalhou a memória de Dalva de Oliveira em um intervalo de consideráveis repercussões.

Referências

Andrade, T. de, & Gobbi, M. C. (2025). O algoritmo como arquivista: curadoria algorítmica, apagamentos estruturais e a luta pela memória coletiva no século XXI. *Memorare, 12*(1), 1-23. https://doi.org/10.59306/memorare.v12e12025e27026

Artuni, H. (2026, 26 de março). Dalva de Oliveira volta aos palcos como musa de Renato Borghi em musical onírico. *Folha de S.Paulo*. https://www1.

folha.uol.com.br/ilustrada/2026/03/dalva-de-oliveira-volta-aos-palcos-como-musa-de-renato-borghi-em-musical-onirico.shtml

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Binda, J. M. W. & Silva, L. C. da. (2026). A preservação do patrimônio cultural imaterial: uma revisão bibliográfica sobre dispositivos culturais e a memória coletiva. *Revista Brasileira De Preservação Digital, 7*(00), e026002. https://doi.org/10.20396/rebpred.v7i00.20802

Dalva de Oliveira FC [@dalvadeoliveira.fc]. (27 de março de 2026). *Este mês foram lançados no @spotifybrasil quatro discos de carreira de Dalva de Oliveira, com músicas remasterizadas e capas em* [Colagem de fotografias]. Instagram. https://www.instagram.com/p/DWZJ-cGjcf4/?igsh=MWhsazJ6bWpxYmdlcQ==

Faour, R. (2022). *História da música popular brasileira, sem preconceitos: dos primórdios, em 1500, aos explosivos anos 1970*. Record.

Ferreira, M. (2025, 7 de maio). Alaíde Costa canta a dramática sinfonia do desamor em álbum com o repertório menos conhecido de Dalva de Oliveira. *G1*. https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2025/05/07/alaide-costa-canta-a-dramatica-sinfonia-do-desamor-em-album-com-o-repertorio-menos-conhecido-de-dalva-de-oliveira.ghtml

Fonseca, W. C. da, Jr. (2005). Análise de conteúdo. In J. Duarte, & A. Barros (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (pp. 280-304). Atlas.

Green, J. N. (2022). *Além do carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil do século XX*. Editora Unesp.

Hjarvard, S. (2014). Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. *MATRIZes, 8*(1), 21-44. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44

Jenkins, H. (2015). *Invasores do texto: fãs e cultura participativa*. Marsupial Editora.

Krasilchik, D. G. (2026, 20 de abril) Neta de Dalva de Oliveira acusa fundação de estar se desfazendo de acervo da cantora. *Folha de S.Paulo*. https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2026/04/neta-de-dalva-de-oliveira-acusa-fundacao-de-estar-se-desfazendo-de-acervo-da-cantora.shtml

Lycarião, D., Roque, R. & Costa, D. (2023). Revisão Sistemática de Literatura e Análise de Conteúdo na Área da Comunicação e Informação: o problema da confiabilidade e como resolvê-lo. *Transinformação, 35*. https://periodicos.puc-campinas.edu.br/transinfo/article/view/10064

A reputação da comissão nacional de eleições em Moçambique baseada no discurso mediático: o caso do jornal "A Carta de Moçambique"

Manuela Guerra Jorge
manuela-guerra.jorge@unesp.br
Escola Superior de Jornalismo - Mocambique

Maria Teresa Miceli Kerbauy
teresa.kerbauy@gmail.com
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A compreensão do processo eleitoral em Moçambique passa necessariamente pela avaliação do desempenho da Comissão Nacional de Eleições (CNE) tomando como referência as suas atribuições e regulamentação que determina a efetivação da educação cívica, socialização do processo, exercício da cidadania, materialização da transparência e fiabilidade dos resultados eleitorais no país. Nesta ordem de ideias, podemos assumir que a sua importância ultrapassa a dimensão político-social na medida em que, as suas ações têm contribuído para o desenvolvimento de diversos fenómenos como: manifestações pós-eleitorais, abstenção dos eleitores, descrédito na democracia nacional, etc.

Considerando que a reputação organizacional pode ser influenciada por diferentes fatores; desde satisfação dos clientes e consumidores, políticas

motivacionais dos colaboradores, alinhamento do discurso, medias sociais, discursos veiculados sobre e pela organização, entre outros; propomos nesta pesquisa, construir argumentos que sustentam a ligação entre a reputação organizacional e discursos mediáticos no contexto eleitoral. Para o efeito, partimos da inferência de Miguel e Biroli (2010) sobre os enquadramentos dos jornalistas na representação e apresentação da realidade política, afirmando que, a media não apenas agenda nossas preocupações, mas também influi sobre como pensamos acerca dos temas políticos.

Tabela 1. *Relação de Notícias sobre CNE no período eleitoral*

Jornal	Notícia - Link
A carta de Moçambique	Redação (2024, Novembro 12). *Eleições 2024: CNE falha prazos para entrega de editais ao Conselho Constitucional.* https://cartamz.com/politica/770/eleicoes-2024-cne-falha-prazos-para-entrega-de-editais-ao-conselho-constitucional/ Redação (2024, Novembro 6). *Eleições 2024: Conselho Constitucional manda CNE clarificar discrepâncias no número de votantes*. https://cartamz.com/politica/814/eleicoes-2024-conselho-constitucional-manda-cne-clarificar-discrepancias-no-numero-de-votantes/ Redação (2024, Novembro 5). *Eleições 2024: PODEMOS denuncia falsificação de editais pelos órgãos eleitorais.* https://cartamz.com/politica/822/eleicoes-2024-podemos-denuncia-falsificacao-de-editais-pelos-orgaos-eleitorais/ Redação (2024, Outubro 28). *Eleições 2024: Resultados da CNE mostram 170 mil votos falsos para Frelimo e Chapo.* https://cartamz.com/politica/892/eleicoes-2024-resultados-da-cne-mostram-170-mil-votos-falsos-para-frelimo-e-chapo/ Redação (2024, Outubro 12). Eleições 2024: *DECIDE pede intervenção da Comissão Africana dos Direitos Humanos e dos Povos para anulação ou repetição das eleições*. https://cartamz.com/politica/996/eleicoes-2024-decide-pede-intervencao-da-comissao-africana-dos-direitos-humanos-e-dos-povos-para-anulacao-ou-repeticao-das-eleicoes/ Redação (2024, Outubro 14). *Eleições 2024: PODEMOS denuncia plano de viciar resultados em beneficio da Frelimo e Renamo*. https://cartamz.com/politica/1018/eleicoes-2024-podemos-denuncia-plano-de-viciacao-de-resultados-em-beneficio-da-frelimo-e-renamo/ Redação (2024, Outubro 7). *Eleições 2024: Órgãos eleitorais bloqueiam oposição e observação eleitoral na Zambézia.* https://cartamz.com/politica/1072/eleicoes-2024-orgaos-eleitorais-bloqueiam-oposicao-e-observacao-eleitoral-na-zambezia/

Elaborado pelas autoras.

Neste contexto, com objetivo de compreender de que forma os conteúdos produzidos e difundidos pela media (A carta de Moçambique) afetaram o posicionamento e reputação da CNE na sociedade moçambicana, o estudo baseou-se na análise do discurso (Charaudeau & Maingueneau, 2004) e de enquadramento noticioso (*news frame*) defendido por Morais et al. (2021). Os autores citam Correa (2016) para mostrar que o efeito do framing se refere a variações acerca do modo como a informação é apresentada ou enquadrada e percecionada no discurso público.

Cabe ao analista do discurso compreender e explicar como funciona a produção do sentido social, considerando as interpretações que levam ao debate social (Charaudeau & Maingueneau, 2004). Deste modo, mediante o levantamento de notícias ligadas a CNE no período das eleições gerais (outubro a dezembro de 2024), considerando as variáveis de transparência, irregularidade e satisfação, procuramos compreender que apropriações os leitores poderiam ter a partir das manchetes e conteúdos apresentados nas notícias, considerando o contexto sociopolítico.

Considerando as notícias apresentadas, é possível compreender que o processo eleitoral em Moçambique foi marcado por irregularidades que vão desde á partidarização da CNE, falta de transparência na contagem dos resultados, a inviabilização de participação da sociedade civil, entre outros aspetos que ao nosso ver comprometem a democracia, o exercício da cidadania e a reputação da CNE. Deste modo, evidenciam-se incoerências ás atribuições da CNE: incumprimento de prazos, denuncias de falsificação de resultados, subjetividade em relação ás reclamações da oposição, credibilidade do presidente da CNE, entre outros aspetos que mostram não só a insatisfação dos partidos e figuras políticas, como também da sociedade no geral.

Em linhas gerais, olhando para as variáveis: transparência, irregularidade e satisfação, compreende-se que o nível de insatisfação, a falta de transparência, credibilidade, as irregularidades processuais reportadas pela

media influenciam nas narrativas que a sociedade cria sobre o desempenho da CNE, colocando-a num posicionamento desfavorável que impacta de forma negativa na sua reputação. Portanto, pensar num processo democrático credível em Moçambique depende em grande medida da confiança e legitimidade que a sociedade tiver da CNE como um órgão capaz de conduzir o processo eleitoral de forma justa e transparente.

Referências

Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2004). *Dicionário de análise do discurso. Tradução e coordenação de Fabiana Komesu*. Contexto.

Miguel, L. F., & Birole, F. (2010). *Midia, Representação, Democracia.* Editora Hucitec.,

Morais, R., Naval, V. P., & Mangana, R. (2021). Os estudos de framing no contexto da investigação em comunicação: uma análise a partir das principais revistas científicas de Brasil e Portugal. *Media & Jornalismo, 21*(38), 241-260. https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_12

Algoritmos e a mediação das identidades no movimento tradwifes: um estudo de caso dos perfis Joice Scott e Luiza aciel

Lorrana Marino
lorrana.marino@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Maria Cristina Gobbi
cristina.gobbi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Enquanto parte essencial de uma sociedade, os indivíduos influenciam e são influenciados pelo meio em que desenvolvem suas atividades cotidianas. Um exemplo disso são interações familiares, onde os descendentes têm mais propensão a seguirem os valores que seus ascendentes reproduzem. Entretanto, o ser humano contemporâneo encontra, não somente mais em si próprio e nos outros ao seu redor suas influências, mas, agora, em um novo aspecto da sociedade tecnológica: a mídia. Segundo Christa Berger (2007), o resultado da produção dos meios de comunicação modela o comportamento social humano.

Isso não significa que a mídia é um instrumento de formatação, pelo contrário, ela arquiteta-se como um ecossistema inteiramente novo, com estruturas econômicas, linguagens, interações e desdobramentos muito próprios e que seguem uma lógica com influência direta na moldagem da nossa sociedade e percepção (Scolari, 2015). É exatamente por oferecer um ambiente rico

para os meios de comunicação que a mídia permite a convergência midiática, que Jenkins (2009) define como o fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos. Longe de ser apenas uma fusão de tecnologias, como um celular que une câmera e telefone, a convergência é um processo cultural e social. Nela, uma história aparece em múltiplas plataformas, ganhando força e escala a cada passo.

Um dos principais aspectos a ser ressaltado sobre a lógica do ecossistema midiático, é o sentimento de pertencimento que ele é capaz de gerar e que só ocorre quando o indivíduo compartilha com grupo o que lhe influenciou na mídia consumida em questão. Essa dinâmica de convergência midiática e sentimento de pertencimento impulsiona o que o autor chama de cultura participativa, onde o cidadão comum também é produtor de notícias e entretenimento, descentralizando o poder antes exclusivo dos meios tradicionais. No entanto, esse aspecto revela uma faca de dois gumes, afinal "quando as pessoas assumem o controle das mídias, os resultados podem ser maravilhosamente criativos; podem ser também uma má notícia para todos os envolvidos" (Jenkins, 2009, p. 44).

> Essas questões expressam o lugar que a mídia ocupa na constituição do poder simbólico em sociedades complexas. Consideramos que somente a partir desta localização poderemos compreender sua relação estruturante (utilizando aqui o conceito de poder simbólico do próprio Bourdieu) com os processos discursivos e de produção social de sentido de outros campos sociais, com estruturas construídas em períodos históricos mais largos (a política, a academia e outras esferas específicas da cultura). (Ferreira, 2005, p. 42)

Se, por um lado, esse poder estruturante da mídia abarca a ascensão de ideias revolucionárias sobre diversos papeis sociais que precisam ser questionados - como a posição da mulher na sociedade -, por outro, movimentos conservadores também ganham luz e potencialidade nas redes - ambiente comandado pela autoprodução -, como é o caso das *'tradwifes'*.

O termo *tradwife* mistura as palavras 'traditional' e 'wife' que, em inglês, referem-se respectivamente à tradicional e mulher. Combinadas, trazem a ideia de mulheres - em sua maioria casadas com homens - que vivem o estilo de vida 'tradicional', ou seja, comportam-se como mulheres recatadas, calmas, que cuidam do lar, cozinham, limpam e prezam pela sua aparência. (Capricho, 2024)

Segundo Eli Pariser (2012), a tecnologia tem o poder de se colocar entre nós e a realidade, como um filtro invisível, e decidir o que vai nos mostrar por meio de uma trama complexa de algoritmos que interpretam o nosso comportamento online e, a partir disso, criam bolhas de identidade. Portanto, o movimento tradwifes e seu pacote de comportamentos sugeridos, circula em um ambiente capaz de potencializar a sua influência nos indivíduos em um contexto onde de acordo com o Fórum Brasileiro de Segurança Pública, o número de vítimas de feminicídio registrou um aumento de 4,7% em 2025 em relação ao ano anterior, apontando que 8 em cada 10 casos do país têm como causa parceiros ou ex-companheiros (Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2026).

O presente artigo busca identificar os símbolos veiculados por dois perfis - Joice Scott e Luiza Maciel - e interpretá-los dentro da lógica algorítmica de construção e influência de identidades bem como refletir os impactos das tradiwifes dentro do cenário contemporâneo.

Referências

Berger, C. (2007). *Tensão entre os campos religioso e midiático*. Universidade Metodista de São Paulo.

Morales, J. (2024, abril 21). O que é o movimento 'tradwife' que cresce nas redes sociais? *Capricho*. https://capricho.abril.com.br/comportamento/o-que-e-o-movimento-tradwife-que-cresce-nas-redes-sociais

Ferreira, J. (2005). *Mídia, jornalismo e sociedade: a herança normalizada de Bourdieu.* Estudos em Jornalismo e Mídia.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. Aleph.

Pariser, E. (2012). *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Zahar.

Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.

Fórum Brasileiro de Segurança Pública. (2026, março 05). Feminicídios crescem 4,7% em 2025; pequenas cidades têm maiores taxas. *Senado Federal.* https://www12.senado.leg.br/institucional/procuradoria/noticias/feminicidios-crescem-4-7-em-2025-pequenas-cidades-tem-maiores-taxas

DISCURSO ANTI-IDADE E CORPO FEMININO NO INSTAGRAM: UMA ANÁLISE CRÍTICA DO REJUVENESCIMENTO ÍNTIMO NO PERFIL DA SKINTIMY

Marília Diógenes Moreira
madiogenes3@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Kauane Alves Menezes
kauanemenezes06@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Considerando a ação repressora da indústria da beleza e sua pressão estética sobre o corpo feminino, o presente artigo visa investigar como o discurso anti-idade é construído no Instagram da marca de cosméticos Skintimy (@skintimy) a partir da análise de uma rede de enunciações acerca do rejuvenescimento íntimo presente em quatro postagens selecionadas. A beleza do corpo já era retratada desde a antiguidade, porém, o desejo de perfeição, especialmente em relação à aparência física, ressurge de forma agressiva na contemporaneidade para satisfazer os anseios de uma sociedade que supervaloriza o olhar apreciativo do outro (Le Breton, 2012). Difunde-se o discurso anti-idade, encarregado de propagar que a velhice e suas características devem ser rejeitadas, disfarçadas e eliminadas (Moreira, 2021). Esse conceito, construído socialmente, prega a exaltação do corpo-capital (Goldenberg, 2015), o

qual tem grande valor na atualidade por atender às exigências do capitalismo e corresponder aos padrões de beleza ligados à aparência física.

Não há limites para a abrangência da indústria da beleza e seu controle sobre o corpo feminino, que oferece produtos que se estendem até aos cuidados e correções da região íntima, como por exemplo, a marca de cosméticos Skintimy. Consideramos que os seres humanos constroem suas percepções de si e de suas vidas com base nas produções midiáticas e nos ideais que elas promovem (Santaella, 2004). Nesse contexto, a mulher não possui o corpo, mas o incorpora, estando submissa e submersa nele (Beauvoir, 2019).

Metodologia

O método analítico adotado é o arquegenealógico, baseado nos Estudos Discursivos Foucaultianos, que contempla conceitos de discurso (Foucault, 2008, 2014) e subjetividade (Foucault, 2004). Selecionamos quatro postagens do perfil da @skintimy que reúnem uma série de enunciados responsáveis por materializar concepções sobre beleza e cuidados com o corpo no Instagram, sempre com o enfoque na articulação de um discurso anti-idade proposto pela marca em questão. Para a aplicação do conceito de interseccionalidade, utiliza-se a proposta metodológica da roleta interseccional (Carrera, 2021), admitindo que eixos como gênero, raça e classe são fundamentais para compreender a realidade de indivíduos subalternizados e as formas de comunicação que os cercam.

Resultados e discussão

Ao observar os dizeres ‘quer uma PPK firme & lisinha?’, podemos notar uma dinâmica que envolve desejo e sexualidade transcritos em busca por jovialidade. Os adjetivos ‘firme’ e ‘lisinha’ são diretamente relacionados à estrutura de uma pele jovem, dando a entender que o oposto disso, ou seja, a flacidez, é um fator não desejado. Ademais, a exigência de cuidado e vigilância

com o próprio corpo incita a insegurança corporal entre as mulheres, tratando a deterioração natural como angústia e imperfeição (Novaes, 2006; Wolf, 2020).

Outro ponto analisado é o discurso de saúde agregado à noção de beleza. Sem nenhum dado científico concreto que fundamente as afirmações, vemos um cosmético e suas ações sobre a pele colocados como sinônimo de saúde, o que acaba por potencializar ainda mais os discursos acerca da aparência ideal. Além disso, a marca utiliza com frequência o termo 'clareamento', performando o escurecimento natural como um problema a ser corrigido. Sob uma ótica interseccional, identifica-se a ausência de representatividade de mulheres negras e a seletividade dos critérios de consumo da marca através dos altos preços, o que hierarquiza e potencializa tais problemáticas (González, 2020).

Considerações finais

A pesquisa revela que a marca Skintimy enquadra a prática de cuidar do corpo como um merecimento, de modo que o autocuidado torna-se um mérito na esfera do empoderamento. Paradoxalmente, a marca emprega discursos empoderadores para vender a ideia de que a busca pelo rejuvenescimento íntimo é uma forma de a mulher se sentir poderosa, enquanto esconde a pressão para se conformar a padrões de beleza restritivos e inatingíveis. A luta contra o discurso anti-idade não é apenas uma questão de aceitação do envelhecimento, mas um ato de resistência contra a instrumentalização dos corpos e a imposição de padrões que limitam e silenciam a diversidade de experiências femininas.

Referências

Beauvoir, S. de. (2019). *O segundo sexo: a experiência vivida* (5a ed.). Nova Fronteira.

Carrera, F. (2021). Roleta interseccional: proposta metodológica para análises em Comunicação. *Compós, 24*. https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2198/2025

Foucault, M. (2004). Tecnologias de si. *Verve, 6*(1), 321-360.

Foucault, M. (2008). *A arqueologia do saber* (7a ed.). Forense Universitária.

Foucault, M. (2014). *A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970* (24a ed.). Edições Loyola.

Goldenberg, M. (2015). *Coroas: corpo, sexualidade e envelhecimento na cultura brasileira*. BestBolso.

González, L. (2020). Racismo e sexismo na cultura brasileira. Em F. Rios, & M. Lima (Eds.), *Por um feminismo afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogos* (pp. 75-93). Zahar. Le

Breton, D. (2012). *A sociologia do corpo* (6a ed.). Vozes.

Moreira, M. D. (2021). *O sonho da eterna beleza: corpo feminino e o discurso anti-idade na publicidade de cosméticos* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte].

Novaes, J. de V. (2006). *O intolerável peso da feiúra: sobre as mulheres e seus corpos*. Ed. PUC Rio; Garamond.

Santaella, L. (2004). *Corpo e comunicação: sintoma da cultura*. Paulus.

Wolf, N. (2020). *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres* (9a ed.). Rosa dos Tempos.

Discurso de ódio contra mulheres na política: o caso de Maria do Rosário em Porto Alegre

Isabella Dias
dias.isabella@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jules Matos
jules.matos@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Luiz Ademir
luizoli@ufsj.edu.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Diego Garcia
diegophelipe@yahoo.com.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Vanilda Cantarino
cantarinomagalhaes.vanilda@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

A presença de mulheres na política brasileira ainda enfrenta obstáculos estruturais e simbólicos, especialmente no que se refere à sua recepção no ambiente digital. Fundamentado na hipótese de que o discurso de ódio direcionado a mulheres que ocupam espaços de visibilidade política pode reforçar desigualdades de gênero e processos de deslegitimação nos espaços

de poder, este estudo analisa manifestações direcionadas a Maria do Rosário (PT). A investigação toma como objeto o vídeo "Por que atacam Maria do Rosário?", publicado em seu canal oficial no YouTube, que mobiliza elementos de sua trajetória política e atuação parlamentar. A partir desse material, são examinados os comentários publicados na plataforma, buscando compreender como elementos associados ao gênero aparecem nos processos de desqualificação de sua imagem pública.

A perspectiva adotada está ancorada nos estudos sobre discurso de ódio e violência simbólica, compreendendo as manifestações hostis no ambiente digital como práticas discursivas capazes de reforçar hierarquias e desigualdades sociais. Apoia-se também na teoria feminista interseccional (Crenshaw, s.d.; Collins & Bilge, 2021), considerando que diferentes marcadores sociais podem se articular na configuração das violências direcionadas às mulheres. A pesquisa incorpora ainda as discussões de Bucher (2018) sobre plataformas digitais e mediação algorítmica. A metodologia utilizada é a Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), aplicada aos comentários publicados no vídeo, com o objetivo de identificar recorrências discursivas relacionadas à inferiorização, aos estereótipos de gênero, à deslegitimação política e aos ataques à imagem pública de Maria do Rosário.

Em 2024, no contexto do mais recente pleito municipal brasileiro, observou-se um crescimento da presença feminina nas prefeituras em relação à eleição anterior. Foram eleitas 728 mulheres para o cargo de prefeita, número 7% superior ao registrado em 2020. Apesar do avanço, a representação feminina permanece significativamente inferior à masculina nos Executivos municipais, evidenciando a persistência de desigualdades no acesso aos espaços de poder. Em Porto Alegre, Maria do Rosário disputou a prefeitura em 2024 e chegou ao segundo turno. Sua trajetória permite observar como mulheres com atuação consolidada na política institucional permanecem submetidas a processos de contestação de sua legitimidade e de sua imagem pública.

Os comentários analisados evidenciam estratégias de desqualificação pessoal e política. Entre as manifestações identificadas estão expressões como "bruxa", "louca", "histérica", "descontrolada" e "barraqueira", que associam Maria do Rosário a estereótipos historicamente utilizados para representar mulheres como emocionalmente instáveis ou inadequadas para posições de autoridade. Também aparecem comentários relacionados ao espaço doméstico, como "Maria do Rosário não sabe lavar panela", mobilizando representações tradicionais sobre os papéis atribuídos às mulheres e deslocando simbolicamente a figura feminina do espaço político para a esfera doméstica.

Além dos estereótipos de gênero, foram identificadas formas de inferiorização e desumanização, bem como ataques destinados a questionar a capacidade, a trajetória e a legitimidade política de Maria do Rosário. Também aparecem manifestações de natureza político-partidária, associadas principalmente à sua vinculação ao Partido dos Trabalhadores, a Lula e às pautas defendidas ao longo de sua trajetória. Embora parte dos comentários esteja relacionada à divergência político-ideológica, determinadas manifestações articulam a contestação política a formas de inferiorização relacionadas à condição feminina. Ao mesmo tempo, o corpus apresenta manifestações de apoio, com expressões como "mulher de luta", "guerreira" e "Mulher de Fibra", evidenciando disputas em torno da construção de sua imagem pública.

Conclui-se que as manifestações hostis direcionadas a Maria do Rosário operam por diferentes mecanismos de deslegitimação. Referências à loucura, ao descontrole emocional, à domesticidade e à incapacidade política evidenciam como estereótipos de gênero podem ser mobilizados para questionar a legitimidade de mulheres nos espaços de poder. Ao lado de ataques político-partidários e pessoais, essas manifestações demonstram que a violência discursiva contra mulheres na política não se limita a insultos explicitamente sexistas, podendo assumir formas simbólicas e naturalizadas de inferiorização. Os resultados reforçam, assim, o caráter estrutural das desigualdades de gênero na política brasileira e sua manifestação também no ambiente digital.

Referências

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.

Collins, P. H., & Bilge, S. (2021). *Interseccionalidade*. São Paulo: Boitempo Editorial.

Crenshaw, K. (s.d.). Demarginalizing the intersection of race and sex: a black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *University of Chicago Legal Forum, 1989*(1), 139-167.

Maria do Rosário. (2024, 13 de setembro). *Por que atacam Maria do Rosário?* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=DjKKbOPX6WU

Tribunal Superior Eleitoral. (2024, 18 de dezembro). Estatística sobre eleitorado e participação feminina na política. https://www.cnj.jus.br/tse-mulheres-reune-dados-sobre-eleitorado-e-mulheres-na-politica/

O discurso antigênero no parlamento brasileiro: uma análise das narrativas da deputada Liziane Bayer no Twitter em 2019

Deborah Luísa Vieira dos Santos
deborah.santos@univale.br
Universidade Vale do Rio Doce

Luiz Ademir de Oliveira
luizoli@ufsj.edu.br
Universidade Federal de São João del Rei

Natália Lima Amaral
natalia.amaral@aluno.ufop.edu.br
Universidade Federal de Ouro Preto

As eleições de 2018 foram marcadas pela vitória de Jair Bolsonaro (então filiado ao PSL, que migrou para o PL em 2022), cuja campanha impulsionou a eleição de agentes políticos filiados à legenda e/ou alinhados aos mesmo discurso. O pleito também se destacou pelo crescimento da presença feminina na Câmara dos Deputados, cujo número de cadeiras ocupadas por mulheres saltou de 51 para 77. Esse crescimento numérico, contudo, não se traduziu em mudanças efetivas de postura e de pauta em favor das mulheres, uma vez que a bancada feminina marcada pelo conservadorismo (Santos, 2023), portadoras de discursos antigênero e antifeminista alinhados a partidos de extrema-direita. Entre elas, destaca-se a deputada federal Liziane Bayer.

Liziane Bayer, apesar de ter sido eleita pelo PSB, uma sigla de centro-esquerda, tinha posicionamentos mais próximos à extrema-direita. É pastora e política gaúcha, eleita para seu primeiro cargo político em 2018. Vinculada à "Bancada da Bíblia", destaca-se pela defesa de pautas "pró-vida", de valores familiares tradicionais e é, declaradamente, antifeminista. Em 2022, filiou-se ao Republicanos e foi eleita primeira suplente do senador Hamilton Mourão (Republicanos). Atualmente, Bayer integra a executiva nacional do partido, participando do movimento Mulheres Republicanas.

O movimento antigênero, alicerçado no neoconservadorismo, é observado em todo o mundo e utiliza a noção de "ideologia de gênero" como estratégia política para subverter o entendimento do gênero enquanto construção social, visando deslegitimar pautas de igualdade e diversidade sexual no sistema internacional dos direitos humanos (Biroli et al., 2020; Butler, 2024; Varela, 2019). Diante desse contexto de pânico moral e reação conservadora, este trabalho analisa as narrativas da deputada federal Liziane Bayer (Republicanos-RS) no *Twitter (atual X)* durante seu primeiro semestre de mandato, em 2019, investigando como o discurso antigênero e antifeminista permeia sua performance parlamentar.

Metodologicamente, o estudo baseia-se na Análise de Conteúdo Automatizada (Cervi, 2018), associada à análise lexical automatizada por meio do software *Iramuteq*. O *corpus* é composto pelas publicações de Bayer entre 1º de fevereiro e 31 de julho de 2019, totalizando 667 postagens. A análise é atravessada pela perspectiva interseccional e pelas teorias sobre dominação masculina e neoconservadorismo na América Latina.

As relações de gênero são aqui compreendidas como construções sociais e formas primárias de significar relações de poder. Observa-se, contudo, na política brasileira, uma reação organizada de atores religiosos e conservadores que utilizam o termo "ideologia de gênero" como estratégia política para subverter o conceito original de gênero e deslegitimar as pautas

feministas e LGBTQIAPN+ (Biroli et al., 2020). Liziane Bayer personifica essa guinada neoconservadora.

A análise dos dados revela que as principais narrativas da deputada giram em torno da "defesa da vida e da família", termos acionados sob uma lógica antigênero e antifeminista. Bayer posiciona-se enfaticamente contra o aborto, utilizando a pauta "pró-vida" para reforçar sua identidade cristã e angariar capital político junto ao eleitorado bolsonarista. Embora estivesse filiada a um partido de centro-esquerda (PSB) no período analisado, sua performance no *Twitter* demonstrou alinhamento total com a agenda de extrema-direita, votando favoravelmente à Reforma da Previdência e contrariamente à inclusão de minorias nos Direitos Humanos.

A representação de Bayer ancora-se no que se denomina pensamento maternal ou política do desvelo: a deputada associa a figura feminina quase exclusivamente ao cuidado, à maternidade e à proteção da família tradicional (Miguel & Biroli, 2014). Esse enquadramento limita a atuação política feminina ao âmbito do privado e do sensível, evitando o enfrentamento das estruturas de dominação masculina que produzem a própria violência contra a mulher. Suas postagens sobre direitos das mulheres restringem-se a questões de saúde e proteção física, sem o recorte interseccional de raça ou classe. Além disso, a deputada posicionou contínuas vezes enquanto antifeminista, como se o feminismo fosse uma oposição natural aos valores cristãos.

O caso de Liziane Bayer ilustra como o lugar de fala pode ser instrumentalizado para promover retrocessos democráticos e reforçar o machismo estrutural por meio de discursos antigênero. A análise das redes sociais de Bayer revela uma atuação como *token* da dominação masculina, em que a presença física feminina serve para validar agendas que combatem a autonomia e a diversidade de existência das mulheres brasileiras.

Referências

Biroli, F., Machado, M. D. C., & Vaggione, J. M. (2020). *Gênero, neoconservadorismo e democracia: disputas e retrocessos na América Latina*. Boitempo.

Butler, J. (2024). *Quem tem medo do gênero?*. Boitempo.

Cervi, E. U. (2018). *Análise de conteúdo automatizada para conversações em redes sociais online: uma proposta metodológica* [Trabalho apresentado em congresso]. 42º Encontro Anual da ANPOCS, Caxambu, MG, Brasil. https://anpocs.org.br/category/encontros-anteriores/

Miguel, L. F., & Biroli, F. (2014). *Feminismo e Política.* Boitempo.

Santos, D. L. V. (2023). *As brasileiras no poder: uma análise das narrativas de gênero de deputadas federais no Twitter em 2019* [Tese de Doutorado, Universidade Federal de Juiz de Fora].

Varela, N. (2019). *Feminismo 4.0: la cuarta ola.* Ediciones B.

O HETEROPESSIMISMO E A AFETIVIDADE CONTEMPORÂNEA: REFLEXÕES TEÓRICAS SOBRE O DESENCANTO NAS RELAÇÕES HETEROSSEXUAIS

Jordana Figueiredo Nery
jordana.nery@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Nas últimas décadas, as discussões sobre amor, sexualidade e gênero ganharam centralidade nos estudos de Comunicação e Cultura. Nesse contexto, observa-se a circulação de discursos marcados por frustração, ironia e cansaço diante das expectativas associadas à heterossexualidade. Asa Seresin (2019) denomina esse fenômeno de heteropessimismo, entendido como a expressão performática de insatisfação com a heterossexualidade acompanhada da crença de que tal insatisfação é inevitável. O conceito permite compreender a permanência de vínculos e desejos heterossexuais mesmo quando suas estruturas são criticadas, revelando a coexistência entre desencanto, apego e ironia.

A reflexão parte do ensaio *Notes on Heteropessimism*, de Seresin (2019), e dialoga com contribuições teóricas sobre amor, gênero, intimidade e sofrimento social. Para Eva Illouz (2011), o amor contemporâneo é mediado por dispositivos culturais que o transformam em mercadoria simbólica. A promessa de autenticidade emocional convive, assim, com racionalização, cálculo e avaliação constante, produzindo condições para o esgotamento afetivo. Sara Ahmed (2010), ao discutir as políticas da felicidade, demonstra como o ideal

romântico vincula a realização pessoal à conquista de uma vida conjugal heterossexual. Quando essa promessa não se concretiza, a ironia e a culpa funcionam como respostas à distância entre expectativa e experiência.

A noção de 'otimismo cruel', formulada por Lauren Berlant (2011), também contribui para a análise. O termo descreve o apego persistente a formas de vida que, embora prometam realização, podem impedir o florescimento individual. O heteropessimismo aproxima-se dessa dinâmica porque a consciência dos limites da heterossexualidade normativa não conduz necessariamente ao rompimento com ela. No contexto brasileiro, a contribuição de Valeska Zanello (2018; 2021) amplia o debate por meio da metáfora da 'prateleira do amor', que evidencia a hierarquização de corpos, idades e comportamentos no mercado afetivo-sexual. A convergência entre Zanello e Seresin está na identificação de um ideal amoroso que continua organizando o desejo mesmo quando é percebido como desigual e frustrante.

Como evidência contemporânea, destaca-se o artigo *Is Having a Boyfriend Embarrassing Now?*, da jornalista Chanté Joseph, publicado na Vogue Britânica em 2025. O texto questiona por que mulheres heterossexuais parecem evitar a exposição de seus parceiros nas redes sociais e sugere que "ser comprometida" deixou de funcionar como afirmação suficiente de identidade. O fenômeno não implica necessariamente rejeição do amor ou da relação, mas indica uma recusa em permitir que o vínculo defina a imagem pública da mulher. A repercussão do artigo nas plataformas digitais, por meio de vídeos, comentários e reações, demonstra como o tema se articula a experiências coletivas e se torna amplamente compartilhável.

Embora não se realize aqui uma análise empírica, é possível reconhecer manifestações do heteropessimismo em memes, publicações digitais, reality shows, músicas, comédias românticas e produções seriadas. Narrativas de fracasso amoroso, cinismo e desilusão convertem-se em formas de identificação coletiva, sobretudo quando representam a permanência de padrões

machistas, distanciamento emocional e dificuldades de comunicação nas relações heterossexuais.

Conclui-se que o heteropessimismo oferece uma ferramenta relevante para investigar como a mídia produz e dissemina imaginários afetivos nos quais o amor continua desejado, mas já não pode ser celebrado sem ressalvas. Estudos futuros poderão examinar sua materialização em formatos específicos, como programas televisivos, plataformas de streaming e redes sociais.

Referências

Ahmed, S. (2010). *The Promise of Happiness.* Duke University Press.

Berlant, L. (2011). *Cruel Optimism.* Duke University Press.

Illouz, E. (2011). *O Amor nos Tempos do Capitalismo.* Zahar.

Joseph, C. (2025, 29 octubre). Is Having a Boyfriend Embarrassing Now? *British Vogue.* http://vogue.com/article/is-having-a-boyfriend-embarrassing-now

Seresin, A. (2019, 9 octubre). On Heteropessimism. *The New Inquiry.* https://thenewinquiry.com/on-heteropessimism/

Zanello, V. (2018). *Saúde mental, gênero e dispositivos: cultura e processos de subjetivação*. Appris.

Zanello, V. (2021). *A prateleira do amor: saúde mental, gênero e a nova economia afetiva.* Editora UnB.

O JORNALISMO COMO ARMA DE COMBATE: VIOLÊNCIA E GÊNERO

Dante Zapparoli Camilo
dante.zapparoli@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Angela Maria Grossi
angela.grossi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Noticiar é uma forma de narrar (Oliveira & Rodrigues, 2021). As autoras abordam como o jornalismo discute o assunto do feminicídio: grande tabu social que a mídia trata levianamente, com a principal discussão do par sendo a culpabilização das vítimas e a reformulação das histórias, fazendo com que as mulheres que já foram mortas pelo simples status de serem mulheres, sejam manchadas como responsáveis pelas suas dores.

Existem jornais e revistas cujo o intuito é discorrer sobre violência e gênero, no entanto, ainda vemos pouca inserção de manuais de redação dentro dos grandes veículos que abordam a questão de forma humanizada e desestereotipada. O Manual Universa (Ferreira, 2020), da UOL, e o Instituto Patrícia Galvão (2017) trazem representações e colaboram quando se trata da divulgação e disponibilização de materiais que envolvam a discussão de feminicídio e outras violências de gênero que podem ser acometidas na sociedade.

Este artigo tem como objetivo discutir sobre violência e os problemas de gênero que possam surgir, com enfoque nos casos de feminicídio e problematizar sobre as possíveis diferentes formas do fazer jornalístico, desde a proposição da grande mídia até a estrutura do jornalismo social (Ijuim, 2017; Kellner, 2001; Moraes, 2022; Wilbert,2022).

A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste trabalho trata-se da pesquisa exploratória, com os procedimentos de pesquisa bibliográfica e documental, tendo como suporte para o estudo do objeto a Análise de Conteúdo (AC) desenvolvida, principalmente, por Laurence Bardin (1977) e revisada por pesquisadores como Cardoso et al. (2021). A partir de uma visão crítica e empírica, iremos verificar os manuais de redação do Universa (Ferreira, 2020) e do Instituto Patrícia Galvão (2017) e discorrer sobre como eles podem aprofundar o entendimento dos jornalistas em formação e em prática quanto a violência de gênero.

A produção deste estudo é primordial considerando a quantidade exorbitante de violências de gênero que existem ao redor da América Latina como um todo, ainda que o enfoque seja no Brasil; afinal, o feminicídio é a epítome da violência doméstica e de gênero, sendo classificado como um crime cometido por ex-cônjuges, parceiros atuais e familiares das vítimas.

Ao colocar luz sob a questão, contribuímos para uma visão crítica do jornalismo que nos ronda sendo ainda mais necessário a discussão sobre como podemos aprimorá-lo e fazer com que as minorias sociais - neste caso mulheres pretas, indígenas, com deficiência, lésbicas, bissexuais, trans, intersexo e *queers* - se sintam representadas, respeitadas e acolhidas na forma como as notícias são transmitidas.

A partir do foco de gênero e jornalismo, esperamos entender como podemos propor melhorias nas redações de grandes jornais - como, por exemplo, no *Folha de S. Paulo*. Bem como entender também a maneira como os jornalistas, detentores da informação, tratam de assuntos delicados em seus

manuais, vendo se estes prezam pela busca de representar grande parte da população afetada por problemas de violência de gênero. Além disso, o estudo tem o intuito de categorizar e discutir de forma direta os principais problemas que a mídia alternativa enfrenta na divulgação de seus manuais de notícias e reportagens com cunho social e de gênero.

Por fim, esperamos que a partir deste artigo, possamos entender melhor quais são os empecilhos que fazem com que existam ruídos entre a formação do jornalismo especializado e a grande mídia a qual estes estão inseridos. Uma das principais hipóteses que pode ser colocada, em um momento inicial da escrita deste resumo expandido, é a de que há uma *agenda setting,* a qual não permite que notícias com cunho social e especializado sejam divulgadas de maneira adequada quanto as da grande mídia tradicional.

Referências

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Cardoso, M., Oliveira, G., & Ghelli, K. (2021). Análise de conteúdo: uma metodologia de pesquisa qualitativa. *Cadernos da FUCAMP*. https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2347

Ferreira, L. (2020). *Manual Universa para jornalistas: Boas práticas na cobertura da violência contra a mulher*. UOL. https://download.uol.com.br/files/2020/11/4273738876_cartilha-universa-violencia-contra-mulher.pdf

Ijuim, J. K. (2017). Por que humanizar o jornalismo. *Verso e Reverso, 31*(78), 236-246. https://doi.org/10.4013/ver.2017.31.78.07

Kellner, D. (2001). *A cultura da mídia: Estudos culturais: Identidade e política entre o moderno e o pós-moderno* (I. C. Benedetti, Trad.). EDUSC.

Oliveira, N., & Rodrigues, V. (2021). *Histórias de morte matada contadas feito morte morrida: A narrativa de feminicídios na imprensa brasileira*. Drops Editora.

Wilbert, M. (2022). *Quando uma de nós morre: O feminicídio no portal G1 no contexto da pandemia de Covid-19* (Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina). https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/247454/PJOR0186-D.pdf?sequence=1&isAllowed=y

O que a TV ensina sobre feminicídio? Mediação jornalística e produção de sentidos no décimo aniversário da Lei nº 13.104/2015

Simone Cândida da Silva
silva.simone@estudante.ufjf.br
Universidade de Juiz de Fora

Laís Possani S. R. Guimarães
laís.possani@estudante.ufjf.br
Universidade de Juiz de Fora

Cláudia Thomé
claudia.thome@ufjf.br
Universidade de Juiz de Fora

A aprovação da Lei nº 13.104/2015, que tipificou o feminicídio como circunstância qualificadora do homicídio e o incluiu no rol dos crimes hediondos, representou um marco jurídico e simbólico no enfrentamento à violência contra as mulheres no Brasil. Dez anos após sua promulgação, a efeméride tornou-se um acontecimento jornalístico que mobiliza tanto a cobertura dos índices de violência, quanto os processos de interpretação pública sobre a própria lei, bem como seus significados sociais e sua importância para a garantia dos direitos das mulheres. Nesse contexto, o telejornalismo se posiciona como mediador entre o campo jurídico e a sociedade ao produzir narrativas que informam e atribuem sentidos ao problema público da violência de gênero.

Este trabalho analisa as coberturas do décimo aniversário da Lei do Feminicídio realizadas pelo *Jornal Nacional* (Rede Globo), pelo *Jornal da Record* (Record TV) e pelo *Jornal da Band* (TV Band), considerando as edições exibidas no período entre 7 e 11 de março de 2025. O objetivo é compreender que pedagogia é construída pelo telejornalismo sobre a violência de gênero e sobre a própria Lei do Feminicídio, investigando quais sentidos são produzidos, quais dimensões do problema recebem centralidade e quais as concepções de cidadania, direitos e enfrentamento à violência emergem dessas narrativas.

A pesquisa fundamenta-se na compreensão do telejornalismo como instituição social produtora de sentidos, cuja atuação extrapola a transmissão de informações para participar da construção das interpretações coletivas acerca dos acontecimentos públicos. Dialoga, nesse sentido, com os estudos sobre a função pedagógica do telejornalismo (Cerqueira, 2018; Vizeu, 2009; Vizeu & Cerqueira, 2016), articulando-os às contribuições de Hall (2016) sobre representação e produção de sentidos e às mediações propostas por Martín-Barbero (2015). Sob essa perspectiva, considera-se que explicar uma lei significa informar seu conteúdo jurídico e construir formas específicas de compreender a violência, identificando sujeitos legítimos para falar sobre ela e estabelecendo parâmetros de reconhecimento dos direitos das mulheres.

Como procedimento metodológico, adota-se a Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), proposta por Coutinho (2016), permitindo observar simultaneamente elementos verbais, sonoros, imagéticos e narrativos que estruturam a construção audiovisual das reportagens. A análise contempla aspectos como enquadramentos temáticos, organização narrativa, seleção das fontes, utilização de dados estatísticos, estratégias explicativas, recursos gráficos e audiovisuais, além das formas pelas quais a violência de gênero é contextualizada e interpretada pelos telejornais.

Um estudo anterior (Thomé et al., 2026) analisou a presença da função pedagógica do jornalismo nas narrativas e identificou que as três

emissoras acionam tal dimensão em suas coberturas, embora o façam por caminhos narrativos distintos (uma centrada na compreensão do ciclo da violência, outra voltada à problematização das estruturas socioculturais que sustentam a violência de gênero e uma terceira orientada pela explicação do funcionamento da legislação). Em comum, observa-se a utilização de dados produzidos por instituições como o Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP) e o Ministério da Justiça e Segurança Pública, conferindo legitimidade às reportagens e situando o feminicídio como problema estrutural da sociedade brasileira. Entretanto, as formas de mediação variam significativamente entre os telejornais.

A presente pesquisa fez ainda um mapeamento dos estudos sobre o tema no país. Em uma primeira busca pelo termo feminicídio no repositório de teses e dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), realizada no dia 16 de julho de 2026, ao refinar pela grande área de conhecimento Ciências Sociais Aplicadas, foram encontradas 160 pesquisas. Destas, 28 na Comunicação e duas no Jornalismo e Editoração. Essa quantidade (30) revela que a Comunicação está entre as áreas que mais produzem o interesse pelo tema.

Assim, o telejornalismo, para além da simples informação sobre a existência da lei, participa da produção de diferentes sentidos sobre o feminicídio, sobre os direitos das mulheres e sobre as formas socialmente legítimas de compreender e enfrentar esse fenômeno. Portanto, o estudo contribui para ampliar o debate sobre a função pedagógica do telejornalismo, evidenciando que sua atuação envolve processos de mediação simbólica que influenciam a construção da cidadania e da cultura democrática.

Referências

Cerqueira, L. (2018). *A função pedagógica do telejornalismo: os saberes de Paulo Freire na prática jornalística*. Editora Insular.

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom.

Fórum Brasileiro de Segurança Pública. (2026). Retrato dos feminicídios no Brasil. https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2026/03/nota-tecnica-dia-mulher-2026.pdf

Hall, S. (2016). *Cultura e representação* (D. Miranda & W. Oliveira, Trads.). Ed. PUC-Rio; Apicuri.

Jornal da Band. (2025, dia de mês). *Brasil registra 4 casos de feminicídio por dia* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=u3lhovkClLQ

Jornal da Record. (2025, dia de mês). *Lei do Feminicídio completa 10 anos em meio a alta de casos em todo o país* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=kLl33me5QQE

Jornal Nacional. (2025, dia de mês). *Mais de 20 milhões de mulheres sofreram algum tipo de violência nos últimos 12 meses no Brasil* [Vídeo]. Globoplay. https://globoplay.globo.com/v/13407974

Lei n. 13.104, de 9 de março de 2015. (2015). Altera o art. 121 do Decreto-Lei n. 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13104.htm

Martín-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia* (R. Polito & S. Alcides, Trads.). Editora UFRJ.

Thomé, C., Guimarães, L. P. S. R., Silva, S. C. da, & Oliveira, A. C. C. de. (2026). *Violência de gênero no telejornalismo: Análise da cobertura dos*

dez anos da Lei do Feminicídio [Trabalho apresentado]. Anais do IX Encontro Regional Sudeste de História da Mídia (Alcar Sudeste). Alcar.

Vizeu, A. (2009). O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. *Revista FAMECOS, 16*(40), 77-83. https://doi.org/10.15448/1980-3729.2009.40.6321

Vizeu, A. P., & Cerqueira da Silva, L. J. (2016). 65 anos de televisão: oconhecimento do telejornalismo e a função pedagógica. *Revista FAMECOS, 23*(3), Artigo ID22638. https://doi.org/10.15448/1980-3729.2016.3.22638

Relações de poder, masculinidade e contra-reivindicação: uma análise de 'FairPlay'

Maria Clara de Souza Rocha
mariaclararocha400@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Nas últimas décadas, tem-se observado o fortalecimento do discurso conservador, que frequentemente questiona direitos já conquistados pelas mulheres e intensifica o debate acerca de possíveis retrocessos na busca pela igualdade plena de direitos. Embora essas questões se manifestem em um contexto social mais amplo, elas também encontram expressão e materialidade em produtos culturais específicos. Dessa forma, nota-se sua presença em obras audiovisuais que incorporam tais tensões à própria narrativa, como o longa-metragem 'Fair Play'. A obra articula questões que dialogam diretamente com as discussões apresentadas ao acompanhar Emily e Luke, um casal que trabalha na mesma empresa do mercado financeiro e vê sua relação profundamente abalada quando Emily é promovida a uma posição superior à de seu companheiro. A partir dessa mudança, a narrativa explora as tensões produzidas pela inversão das expectativas tradicionais de gênero, evidenciando conflitos relacionados à masculinidade, ao poder e à ascensão profissional feminina. Observa-se, portanto, como determinados filmes podem ser entendidos como instâncias particulares de um fenômeno mais abrangente, convertendo em drama ficcional conflitos relacionados a gênero e poder.

Nesse contexto, busca-se compreender quais manifestações discursivas estão presentes nesses questionamentos e em que medida elas podem estar associadas a perspectivas masculinistas e misóginas. O problema de pesquisa emerge da necessidade de analisar os modos pelos quais os discursos misóginos são construídos, disseminados e ressignificados em distintos formatos, como nas plataformas digitais. Ao buscarmos compreender a natureza dessa possível 'contra-reivindicação' que atravessa a contemporaneidade, observamos que Simone de Beauvoir já identificava, em 1949, dinâmicas semelhantes em 'O Segundo Sexo', obra na qual discute as resistências históricas à emancipação das mulheres. Nesse sentido, buscou-se analisar como esse pensamento poderia ser identificado e compreendido dentro de um recorte de um objeto específico, como um longa-metragem.

A análise a partir de um filme justifica-se pelo fato de que as produções cinematográficas constituem espaços privilegiados de construção e circulação de sentidos sobre gênero e masculinidade. No audiovisual, de acordo com Rafael Conde, as percepções de relações de poder e estruturas impostas pela misoginia podem ser reveladas por meio da encenação e dos elementos visuais cinematográficos (Conde, 2019). Dessa forma, o filme poderá ser compreendido como um objeto que permite refletir sobre as tensões sociais e que também participa ativamente da produção e da disputa de narrativas acerca das relações entre homens, mulheres e poder.

Por meio da análise da relação entre o corpo e a câmera, buscaremos identificar elementos que evidenciem essa tensão e contribuam para a discussão das hipóteses apresentadas. Nota-se, por exemplo, o uso recorrente de enquadramentos que isolam os personagens ou os inserem em diferentes configurações de hierarquia espacial, bem como a repetição de cenas e planos ao longo do filme, estratégia utilizada para representar a progressiva deterioração emocional do relacionamento. Em diversos momentos, a mise-en-scène enfatiza a assimetria de poder por meio da composição dos enquadramentos,

nos quais Emily é posicionada em ângulos que a levam a olhar para cima durante as interações com Luke. Esse recurso contribui para a construção visual de uma dinâmica de subordinação e associa a figura masculina a uma posição de superioridade simbólica.

O protagonista, inicialmente caracterizado como um homem 'desconstruído' e emocionalmente equilibrado, passa a reconfigurar a própria identidade masculina após a revelação da notícia, à medida que assume uma posição interpretada por ele como de subordinação. Sua postura corporal, falta de desejo e até mesmo ofensas à parceira, chegando, inclusive, a questionar a legitimidade de sua promoção, podem ser interpretadas como possíveis aproximações de dinâmicas discutidas por Beauvoir. Tal mudança pode indicar a emergência de valores associados a uma possível lógica masculinista, na qual a identidade masculina é compreendida em termos de autoridade, controle e superioridade hierárquica.

Portanto, espera-se que a análise permita compreender como a narrativa visual constrói e reforça tensões de gênero ao longo do filme, contribuindo para a discussão das hipóteses propostas e para a reflexão sobre a recorrência contemporânea de discursos que colocam em disputa os avanços na luta pela igualdade de direitos.

Referências

Beauvoir, S. D. (2016). *O segundo sexo.* Nova Fronteira.

Conde, R. (2019). *O ator e a câmera: investigações sobre o encontro no jogo do filme.* Editora Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Ressignificando a Vênus: o corpo negro e a disputa de memória na canção Vénus Noir de Urias

Lucas Gonçalves de Oliveira
lucasgodeoli@gmail.com
Universidade Vale do Rio Doce

Ana Clara Novais Santana de Freitas
ana.novais@univale.br
Universidade Vale do Rio Doce

Deborah Luísa Vieira dos Santos
deborah.santos@univale.br
Universidade Vale do Rio Doce

A cultura pop, longe de ser um espaço de entretenimento banal, constitui-se como um artefato cultural legítimo e um ecossistema complexo de produção de sentidos (Soares et al., 2025). Este campo atua como uma estrutura de sentimentos que molda as subjetividades e as experiências cotidianas (Soares et al., 2025). Neste sentido, a pesquisa analisa a canção Vénus Noir, da artista brasileira Urias (mulher trans e negra), e investiga como a obra articula gênero, raça e imaginários históricos para construir uma crítica às estruturas contemporâneas de exclusão. O problema central reside em compreender como Urias ressignifica a figura histórica de Sarah Baartman, a "Vênus Hottentot", disputando as representações coloniais do corpo negro na cultura pop contemporânea. A hipótese defendida é que a canção disputa

a memória histórica de Baartman ao reinscrever os significados coloniais de seu corpo como um gesto de resistência simbólica e reconfiguração identitária.

Historicamente, o corpo negro foi submetido a processos de estereotipia e violência simbólica. Para analisar esse fenômeno, utiliza-se o conceito de representação de Stuart Hall (2016), que explica como significados são produzidos e fixados por meio de práticas discursivas. O caso de Baartman exemplifica o corpo transformado em espetáculo colonial e objeto de curiosidade científica na Europa do século XIX. A atuação de Urias é lida sob a ótica do poder simbólico de Pierre Bourdieu (2011), demonstrando que a definição do significado social do corpo é uma disputa política constante. Ao recuperar a memória de Baartman, Urias resgata o passado e utiliza a cultura da mídia, (Kellner, 2001), como um espaço de circulação e disputa de narrativas históricas.

Nesse contexto, a lente da interseccionalidade torna-se fundamental. Segundo Akotirene (2019), o conceito é uma sensibilidade analítica voltada para a inseparabilidade estrutural entre o racismo, o capitalismo e o cisheteropatriarcado, aparelhos coloniais que produzem avenidas identitárias onde a exclusão é multiplicada. Para o corpo trans e negro de Urias, essa ferramenta permite enxergar a colisão das estruturas e como as matrizes de opressão agem simultaneamente. Esse aporte dialoga com o pensamento de Lélia Gonzalez (2018), essencial para contextualizar a produção do corpo negro no Brasil sob o signo da colonialidade. A obra de Urias reivindica, assim, um lugar de fala (Ribeiro, 2017) que rompe com a narrativa dominante e reapropria a memória ancestral de mulheres negras.

A análise considera a canção como uma linguagem política integral, onde a voz, a performance e a estética são centrais. Através das epistemologias feministas em música (Rosa, 2019), a criação artística é vista como uma prática de conhecimento. A performance da "diva pop" (Soares et al., 2021) situa o corpo de Urias como elemento central da construção de sentido, desafiando as visões tradicionais sobre raça. Sob a ótica dos estudos de performance,

as ações da artista configuram roteiros performáticos que reativam dramas históricos para produzir novas subjetividades e agência política.

Metodologicamente, a pesquisa se ancora na análise cultural e discursiva, estruturando-se a partir da Análise de Discurso (Martino, 2018) e atributos relacionados ao *ethos* (Maingueneau, 2013). Utiliza-se o conceito de caráter e corporalidade para compreender os sujeitos presentes na letra da canção de Urias. Através desse percurso, demonstra-se como a cantora utiliza seu corpo, enquanto artista, para desafiar a colonialidade e reinscrever o corpo negro em um lugar de dignidade (hooks, 2019).

Referências

Akotirene, C. (2019). *Interseccionalidade.* Sueli Carneiro; Pólen.

Bourdieu, P. (2011). *O poder simbólico*. Bertrand Brasil.

Gonzalez, L. (2018). *Primavera para as rosas negras.* Diáspora Africana.

Hall, S. (2016). *Cultura e representação*. PUC-Rio.

hooks, b. (2019). *Olhares negros: raça e representação*. Elefante.

Kellner, D. (2001). *A cultura da mídia.* Edusc.

Maingueneau, D. (2013). *Análise de textos de comunicação.* Cortez.

Martino, L. (2018) *Métodos de pesquisa em Comunicação: projetos, ideias, práticas. Vozes.*

Ribeiro, D. (2017). *O que é lugar de fala?* Letramento.

Rosa, L. (2019). *Epistemologias feministas em música*. Editora UFBA.

Soares, T., Lins, M., & Mangabeira, A. (Orgs.). (2021). *Divas Pop: o corpo-som das cantoras na cultura midiática.* Selo PPGCOM/UFMG.

Soares, T., Lima, D. A., Rolim, M. A. O. M., Rodrigues, E., & Pereira, L. M. (2025). *Introdução aos estudos de cultura pop*. Selo PPGCOM/UFMG.

Tecnologias de soberania narrativa: mulheres indígenas e quilombolas na disputa comunicacional por territórios

Paulo Giraldi
paulo.giraldi@unesp.br
Universidade Federal do Amapá, UNIFAP
Ministério do Desenvolvimento Agrário, MDA

A intensificação de agendas extrativistas na América Latina, associada ao fortalecimento de governos autoritários e ultraliberais, tem ampliado conflitos envolvendo povos indígenas, comunidades quilombolas e demais populações tradicionais (*CIMI, 2026)*. Sob o discurso do desenvolvimento econômico, projetos de mineração, expansão do agronegócio, exploração hídrica e grandes obras de infraestrutura aprofundam processos históricos de expropriação territorial e desigualdade socioambiental. Nesse contexto, mulheres indígenas e quilombolas assumem papel central na defesa da terra, das águas, das florestas e dos saberes ancestrais, articulando práticas políticas que vinculam a proteção dos territórios à defesa da democracia e da justiça social coletiva (Dealdina, 2020).

O estudo analisa como essas mulheres enfrentam formas contemporâneas de silenciamento que ultrapassam a repressão estatal e a violência física, manifestando-se também pela invisibilização midiática, precarização da representação pública e pelas lógicas algorítmicas das plataformas digitais

(Figueiras, 2017, Castells, 2004). Embora apresentadas como espaços democráticos de participação, as redes sociais corporativas reproduzem hierarquias de visibilidade que tendem a marginalizar narrativas críticas ao modelo desenvolvimentista e às políticas de exploração dos territórios tradicionais.

Como estudo de caso, a pesquisa examina a mobilização desencadeada pelo *Decreto nº 12.600*/2025, que incorporou as hidrovias dos rios Madeira, Tocantins e Tapajós ao Programa Nacional de Desestatização, ampliando pressões sobre territórios indígenas, quilombolas e ribeirinhos na Amazônia (*Decreto nº 12.600*, 2025). A partir de uma abordagem qualitativa, baseada na observação discursiva de publicações no Instagram de coletivos de mulheres indígenas e quilombolas, investiga-se como essas organizações produziram narrativas de resistência, denunciaram os impactos socioambientais da medida e construíram redes de mobilização capazes de ampliar a visibilidade pública do conflito (Souza Filho, 1999; Vala, 2003).

A pesquisa traz como recorte analítico, as publicações realizadas entre agosto de 2025 e junho de 2026 por coletivos de mulheres indígenas e quilombolas atuantes na Amazônia brasileira, entre eles MMTIX, ANMIGA, Umiab Amazônia, CONAQ, Suraras do Tapajós, Casa Memória da Mulher Kalunga e Mulheres Quilombolas na Luta. O corpus contempla postagens, vídeos, campanhas digitais, hashtags e demais estratégias comunicacionais relacionadas à defesa dos territórios, à denúncia de violações socioambientais e à valorização de saberes ancestrais (Colferai, 2025; Recuero, 2017).

> Falamos a partir da vivência das mulheres indígenas do Tapajós, que enfrentam cotidianamente os impactos ambientais e as múltiplas formas de violência associadas a esses empreendimentos ilegais. Somos nós que sentimos os efeitos da contaminação da água no cuidado com nossas famílias e comunidades, e somos também alvo constante de ameaças quando nos colocamos na linha de frente da defesa do território (AMIST, 2026).

Os resultados parciais demonstram que as plataformas digitais têm sido apropriadas como territórios de disputa política e de construção de soberania narrativa (Fraser, 2006). Ao produzirem suas próprias representações, essas mulheres desafiam estruturas coloniais de invisibilização, fortalecem processos de participação democrática e articulam redes de solidariedade que conectam questões de gênero, território, justiça climática e comunicacional.

Referências

Associação de Mulheres Indígenas Suraras do Tapajós (AMIST). (2026). *Suraras do Tapajós: mulheres indígenas, a voz da resistência.*

Castells, M. (2004). *A galáxia internet: reflexões sobre a internet, negócios e sociedade*. Fundação Calouste Gulbenkian.

Conselho Indigenista Missionário. (2026, fevereiro). *Governo recua e revoga Decreto 12.600/2025*. CIMI. https://cimi.org.br/2026/02/governo-recuar-revogar-decreto-12-600-2025/

Colferai, S. A. (2025). Epistemologias indígenas e comunicação: para pensar o campo a partir da Amazônia. *Esferas, 3*(34). https://doi.org/10.31501/esf.v3i34.15874

Dealdina, S. dos S. (Org.). (2020). *Mulheres quilombolas: territórios de existências negras femininas.* Editora Jandaíra.

Decreto nº 12.600, de 28 de agosto de 2025: Dispõe sobre a inclusão de empreendimentos públicos federais do setor hidroviário no Programa Nacional de Desestatização.

Figueiras, R. (2017). *A mediatização da política na era das redes sociais*. Alêtheia Editores.

Fraser, N. (2006). Redistribuição, reconhecimento e participação: por uma concepção integrada de justiça. *Caderno CRH, 19*(45).

Recuero, R. (2017). *Introdução à análise de redes sociais online*. Edufba.

Souza Filho, C. F. M. (1999). *O renascer dos povos indígenas para o direito.* Juruá.

Vala, J. (2003). Análise de conteúdo. In A. S. Silva & J. M. Pinto (Orgs.), *Metodologia das ciências sociais* (12ª ed., pp. 101-128). Edições Afrontamento.

Actos de habla estatales como performatividades tácticas para las necropolíticas

Diego Cotta
diegocotta@gmail.com
Universidad del Estado de Río de Janeiro

"¿Por qué las muertes de las personas negras no provocan una crisis ética?", pregunta la filósofa Denise Ferreira da Silva (2016) en una presentación realizada en la Casa do Povo (São Paulo)[1]. El interrogante sigue perturbando a quienes se niegan a naturalizar las sucesivas masacres perpetradas por agentes estatales, especialmente en el estado de Río de Janeiro, donde los operativos policiales han sido instrumentalizados por distintos gobiernos como expresión de necropolíticas (Mbembe, 2018), frecuentemente movilizadas en disputas electorales, como si la pena de muerte fuera una práctica legalmente instituida en Brasil.

El 28 de octubre de 2025, un megaoperativo de la Policía Militar del Estado de Río de Janeiro, denominado "Contenção", estableció un nuevo récord de violencia letal en los complejos de favelas de Penha y Alemão. El operativo dejó más de 120 personas muertas, actualizando el trágico ranking de las masacres ocurridas en Brasil, encabezado hasta entonces por la masacre

1. Ver Ali do Espírito Santo. (2017).

de Jacarezinho, perpetrada en mayo de 2021, con 28 víctimas fatales; ambas operaciones fueron autorizadas por el entonces gobernador Cláudio Castro.

Como hemos venido investigando, a partir de las performatividades de políticos brasileños, los discursos de odio son responsables de la materialización de la violencia, especialmente cuando son propagados por el Estado (Cotta, 2025). Existe un peligro inminente cuando este se arroga la misión de delimitar los límites de lo decible y lo indecible, lo que ofrece indicios para comprender su responsabilidad en la cotidianidad mortífera en la que se encuentran inmersas miles de personas, especialmente negras y pardas que habitan territorios favelizados. La repetición y la mediatización de los discursos de odio van consolidando una vida cotidiana cada vez más estructurada sobre los cimientos de actos de habla profundamente violentos, que terminan propiciando arenas discursivas permisivas para la aniquilación de cuerpos racializados y de sus más diversas intersecciones, ya que operan sobre el imaginario de la subalternidad, la brutalidad y el exterminio de mayorías minorizadas.

Este trabajo busca reflexionar sobre estas cuestiones desde una mirada opositora (hooks, 2019), centrando la discusión en imágenes recientes que representan la brutalidad del racismo contemporáneo. Se destacan dos enunciados imagéticos que circularon por todo el mundo. El primero corresponde a una fotografía de cuerpos tendidos en el suelo de una plaza, dispuestos por la propia comunidad de los complejos de favelas de Penha y Alemão un día después de la masacre perpetrada por agentes del Estado, el 29 de octubre de 2025 (Imagen 1). El segundo consiste en una imagen generada mediante inteligencia artificial (IA) en el que Barack y Michelle Obama, expresidente y ex primera dama de Estados Unidos, son representados como monos en una publicación realizada por el actual presidente estadounidense, Donald Trump, en la red social Truth, el 5 de febrero de 2026 (Imagen 2).

Imagen 1. *Cuerpos tendidos en el suelo de la Plaza São Lucas Barack;*
Imagen 2. *Michelle Obama retratados como monos*





Quero e Barifouse (2025); Redação do G1 (2026).

Desde el campo de la cultura y de la representación, este trabajo pretende demostrar que las narrativas supremacistas, al incorporar discursos de odio (Butler, 2021), constituyen productoras directas de violencia y salvaguardas de la persistencia estructural del racismo, ya que configuran elementos centrales del dispositivo de racialidad (Carneiro, 2023), responsable de garantizar la hegemonía de la blanquitud. Asimismo, el trabajo pone de relieve los contraataques discursivos, protagonizados en su mayoría por mujeres negras, quienes, aun atravesadas por el duelo, reivindican la memoria, el derecho a no olvidar y la exigencia de justicia por la dignidad de sus hijos, nietos y sobrinos.

Referencias

Ali do Espírito Santo. (2017, novembro 25). *O Evento Racial, uma proposição de Denise Ferreira da Silva* [Vídeo]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=T_QBEPK7too

Butler, J. (2021). *Discurso de ódio: uma política do performativo*. Editora Unesp.

Carneiro, S. (2023). *Dispositivo de racialidade: A construção do outro como não ser como fundamento do ser*. Zahar.

Cotta, D. (2025). Linguagens da violência: Necropolítica, discursos de ódio e disputa simbólica. *Esferas, 1*(33). https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/15632

Ferreira da Silva, D. (2016). *O evento racial: uma proposição de Denise Ferreira da Silva* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=T_QBEPK7too

hooks, b. (2019). *Olhares negros: raça e representação*. Elefante.

Mbembe, A. (2018). *Necropolítica*. n-1 edições.

Quero, C. & Barifouse, R. (2025, outurbor 29). MPF pede dados da perícia dos corpos de vítimas de megaoperação no RJ e STF também cobra explicações do governo estadual. BBC. https://www.bbc.com/portuguese/articles/cg510jy1lzlo

Redação do G1. (2026, fevererio 06). Governo Trump diz que errou ao postar montagem de casal Obama como macacos e derruba publicação após 12 horas no ar. *g1*. https://g1.globo.com/mundo/noticia/2026/02/06/governo-trump-diz-que-errou-ao-postar-montagem-de-casal-obama-como-macacos-e-derruba-publicacao.ghtml

Mesa 9: Ativismo midiático, inclusão, cultura e cidadania

Mesa 9: Activismo mediático, inclusión, cultura y ciudadanía

Dra. Caroline Luvizotto
Dra. Katarini Miguel
Dra. Vivianne Lindsay Cardoso
Coordenadoras

Coerções algorítmicas: um estudo discursivo-medialógico do jornalismo no ambiente digital

Fellipe de Souza Gualberto Leite
fellipe.g.leite@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Érika de Moraes
erika.moraes@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

O presente trabalho tem como objetivo contribuir para o avanço do campo da Análise do Discurso de linha francesa, propondo bases teóricas que levem em conta a dimensão algorítmica dos enunciados nativos digitais e o impacto dos códigos na construção e na configuração desses enunciados. Para isso, serão levados em consideração os conceitos de hipergênero e cenas da enunciação (Maingueneau, 2017), bem como as reflexões sobre uma visão discursivo-medialógica, proposta por Luciana Salgado e Clares (2017), que podem ser lidas como um "refinamento da proposta descritivo-interpretativa característica dos estudos do discurso, na medida em que importa investigar o que se chamou até aqui 'suporte' na sua relação direta com os modos de circulação" (p. 31).

A pesquisa está situada na base teórico-metodológica da Análise do Discurso de linha francesa proposta por Pêcheux, que se baseia na intersecção

entre língua, sujeito e ideologia e entende que o enunciado emerge de um "já dito", ou seja, seria "impossível analisar um discurso como um texto, isto é, como uma sequência linguística fechada sobre si mesma, mas que é necessário referi-lo ao conjunto de discursos possíveis a partir de um estado definido das condições de produção" (Pêcheux, 2014, p. 78). Somam-se a isso, no presente trabalho, as recentes reflexões no campo elencadas por Maingueneau a respeito do impacto do mídium nos enunciados e da necessidade de "reservar um lugar importante ao modo de manifestação material dos discursos, ao seu suporte, bem como ao seu modo de difusão: enunciados orais, no papel, radiofônicos, na tela do computador etc." (2004, p. 71).

O trabalho irá analisar enunciados nativos digitais do tipo discursivo (Maingueneau, 2017) jornalístico e buscar marcas que demonstrem adequação ao SEO (*Search Engine Optimization*), um conjunto de recomendações e práticas que visam modelar enunciados para que estes tenham um melhor desempenho em mecanismos de busca, como o Google (Enge et al., 2010). Serão buscados indicadores como a presença de palavras-chave no título e no primeiro parágrafo, práticas recomendadas em manuais de SEO que ajudam o enunciado a ser melhor ranqueado em buscadores digitais.

O corpus é composto por duas notícias jornalísticas publicadas no portal g1, que tratam da aprovação de cinco novos medicamentos à base de semaglutida no Brasil, e por uma matéria veiculada no jornal impresso O Globo sobre o mesmo tema. Com base nas análises, será possível demonstrar que, devido às coerções promovidas pela gestão do mídium digital, matérias jornalísticas sobre o mesmo tema publicadas em jornais impressos e digitais se apresentarão de forma distinta. Propomos, dessa forma, que futuros pesquisadores levem em conta os algoritmos e os considerem como mais uma das dimensões que devem ser analisadas ao se optar por um corpus constituído por enunciados nativos digitais e trabalhar com a base teórico-metodológica da Análise do Discurso de linha francesa.

Referências

Enge, E., Spencer, S., Fishkin, R., & Stricchiola, J. C. (2010). *A arte do SEO: Dominando a Otimização dos Mecanismos de Busca* (1. ed.). Novatec.

Maingueneau, D. (2004). *Análise de Textos de Comunicação*. Cortez.

Maingueneau, D. (2017). Gêneros do discurso e web: existem os gêneros web? *Revista da ABRALIN, 15*(3). https://revista.abralin.org/index.php/abralin/article/view/1274

Pêcheux, M. (2014). Análise automática do discurso (AAD-69). Em F. Gadet, & T. Hak (Eds.), *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux* (5. ed.). Editora Unicamp.

Salazar Salgado, L., & Moreira Clares, L. (2017). Mediação editorial em artigos científicos: um estudo de injunções e apagamentos nas humanidades. *Revista do GEL, 14*(3), 29-58. https://doi.org/10.21165/gel.v14i3.1886

Comunicação e articulação de estratégias midiáticas: convocações ao debate da pauta do fim da escala 6x1[1]

José Roberto Escarabello Junior
jose.escarabello@acad.espm.br
Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)

Roseane Andrelo
roseane.andrelo@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

O trabalho tem como objetivo analisar como foram articuladas as estratégias midiáticas, via comunicação, no perfil Gov.br para convocar a população ao debate do fim da escala 6x1. A metodologia, além da fundamentação teórica sobre Comunicação Pública (Associação Brasileira de Comunicação Pública), enquadramento de mundo (Prado, 2011) e mobilização (Henriques, 2004, 2012), contou com pesquisa de campo, com análise de publicações do governo no Instagram. Para organização e análise dos dados utilizou-se a análise temática (Souza, 2019).

A comunicação é um fenômeno estruturante das dinâmicas sociais (Alves, 2022) e uma das principais esferas de poder, especialmente a comunicação organizacional. Na era digital, as organizações, entendidas como um

1. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

termo guarda-chuva para diversos tipos de instituições com funções sociais diferentes (Kunsch, 2003), conseguem ampliar sua participação, envolver indivíduos na sua dinâmica e convocar ações/pautas, tendo o diálogo como um meio para se atingir resultados comunicacionais mais justos e legítimos (Mainieri et al., 2018), essencialmente se considerarmos as organizações governamentais. Assim, a comunicação pública ganha destaque.

A Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABC Pública) a define como "a comunicação que assume a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo. Diz respeito ao diálogo, à informação e ao relacionamento cotidiano das instituições públicas com o cidadão" (Guia de Comunicação Pública, 2021, p. 11), possuindo doze princípios. Os mais relevantes para este trabalho são: 1. Garantir o acesso amplo à informação, condizente com o Direito de acesso à informação garantido na Constituição Federal (1988, Art. 3º), 2. Fomentar o diálogo, 4. Promover os direitos e a democracia, 6. Ouvir a Sociedade e 7. Focar no cidadão.

Dessa forma, é essencial entender as estratégias da Comunicação Pública para convocar os cidadãos a participação nas pautas públicas.

Toda convocação implica pensar em palavras de ordem, sendo palavras que desenham a forma como vemos o mundo, ou seja, nosso enquadramento de mundo (Prado, 2011). Consequentemente, se tratando de uma comunicação pública o enquadramento deve ser voltado ao interesse público, sendo muitas vezes revelado por mobilização social, entendida como a "reunião de sujeitos que definem objetivos e compartilham sentimentos, conhecimentos e responsabilidades para a transformação de uma dada realidade, movidos por um acordo em relação a determinada causa de interesse público" (Henriques et al., 2004, p. 36). A comunicação é responsável pela "manutenção de estruturas mobilizadoras horizontais, isto é, pela criação das condições de ação em rede e de coesão entre os atores mobilizados" (Henriques, 2012, p. 6) e a visibilidade da causa frente a diversos atores sociais (Henriques, 2011, p. 6). A afetação é

outro aspecto relevante para mobilização, sendo a junção de todos os públicos que se veem afetados e com interesse em comum. Logo, é relevante analisar a comunicação pública com foco no seu papel de formar públicos mobilizados para uma causa.

Considerando o objetivo do trabalho, o percurso metodológico contou com pesquisas bibliográfica e de campo, com análise de publicações do perfil oficial do governo no Instagram, sendo mobilizados os conceitos de Comunicação Pública (ABC Pública), enquadramento e palavra de ordem (Prado, 2011) e Afetação (Henriques, 2012). O período selecionado para análise foi a semana anterior ao Dia do Trabalho de 2026. Para organização e análise dos dados utilizou-se a análise temática (Souza, 2019). A pesquisa se justifica pelo crescimento das discussões de redução da jornada de trabalho no Brasil, seus impactos econômicos e sociais e a comunicação pública como meio de informar e criar públicos.

Os principais resultados e considerações foram de que o foco da articulação é o engajamento e posicionamento do público para a pauta com o objetivo de adesão simbólica do que a redução da jornada trará, como direito ao próprio tempo e dignidade no trabalho, sendo os principais elementos mobilizadores da comunicação que utiliza uma pauta trabalhista transformando-a em narrativa afetiva. Logo, a construção da cidadania através das publicações se dá na medida em que a comunicação utiliza de tom humorado e acessível para informar sobre pautas sociais, ações do governo de benefício da população ao mesmo tempo que mostra a desigualdade e incongruência da escala 6x1 em relação à vida contemporânea, ao tempo, ao nível tecnológico e aos posicionamentos contrários a redução, impulsionando o posicionamento do público e cobrando pressão social de apoio à pauta na mídia e nas ruas.

Referências

Alves, M. C. (2022). *A influência da lógica discursiva das organizações empresariais na construção da sociedade: um olhar dos profissionais*

brasileiros e portugueses de comunicação diante do contexto em midiatização [Tese de doutorado, Universidade Estadual Paulista (UNESP)]. http://hdl.handle.net/11449/234533

Associação Brasileira de Comunicação Pública. (2021). Princípios da comunicação pública. In A. Medeiros & L. Chirnev (Orgs.), *Guia de comunicação pública*. Associação Brasileira de Comunicação Pública. https://abcpublica.org.br/wp-content/uploads/2023/03/GUIA-DE-COMUNICACAO-PUBLICA.pdf

Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Presidência da República. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm

Henriques, M. S. (Org.). (2004). *Comunicação e estratégias de mobilização social* (2ª ed.). Autêntica.

Henriques, M. S. (2012). A comunicação e a condição pública dos processos de mobilização social. *Ação Midiática - Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura*. https://doi.org/10.5380/am.v1i3.29000

Kunsch, M. M. K.. (2003) *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. Summus.

Mainieri, T., Marques, Â. C. S., Lima, F., & Henriques, M. S. (2018). Comunicação e poder organizacional. In T. Mainieri & Â. Marques (Orgs.), *Comunicação e poder organizacional: Enfrentamentos discursivos, políticos e estratégicos* (pp. 12-21). Gráfica UFG.

Prado, J. L. A. (2011). Convocação nas revistas e construção do "a mais" nos dispositivos midiáticos. *MATRIZES, 3*(2), 63-78. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v3i2p63-78

Souza, L. K. (2019). Pesquisa com análise qualitativa de dados: Conhecendo a análise temática. *Arquivos Brasileiros de Psicologia, 71*(2), 51-67. https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/245380/001129530.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Comunicação na fronteira entre o público e o privado: cozinhas solidárias na disputa pelos sentidos da fome

Maria Morena Felippe Guimarães Gomes
mmorenaf@gmail.com
Fundação Oswaldo Cruz

Maria Aguiar Vilhena de Carvalho
mariaguiarvc2706@gmail.com
Fundação Oswaldo Cruz

Jamilly Lobo de Freitas Francisco
jamillylobo12@gmail.com
Fundação Oswaldo Cruz

Sandro Tôrres de Azevedo
sandro.torres@eco.ufrj.br
Universidade Federal do Rio de Janeiro
Fundação Oswaldo Cruz

Este trabalho integra uma pesquisa em desenvolvimento no Grupo de Pesquisa Publicidade, Saúde e Sociedade (PESSOA-UFRJ/CNPq) acerca da produção de sentido sobre fome e insegurança alimentar em intervenções propostas por organizações do Terceiro Setor.

As organizações do Terceiro Setor possuem um longo percurso na saúde, contando com cerca de 25 mil organizações (IPEA, 2025) que disputam sentidos sobre saúde, enquanto conferem ao Sistema Único de Saúde

(SUS) capilaridade e sustentabilidade financeira (Paim, 2009). De múltiplas intervenções, são aqui recortadas aquelas que atuam no combate à fome e à insegurança alimentar, sendo, portanto, mais de seis mil organizações que alimentam territórios marginalizados e vulnerabilizados (IPEA, 2025). De forma a configurar uma contradição ontológica: ainda que oriundos da sociedade civil e dos movimentos sociais, as Organizações não-governamentais (ONGs) funcionam sob modelos de gestão e financiamento privados (Albuquerque, 2006), o que pode resultar em uma promiscuidade discursiva (Araújo, 2015) na comunicação, já que, ainda que defendam o interesse público, o fazem a partir da ótica privada.

Nesse sentido, propomos compreender, à luz das prerrogativas do campo da Comunicação e Saúde (Araújo & Cardoso, 2007) de que maneira iniciativas de combate à fome desenvolvidas por ONGs constroem discursivamente a problemática da fome e suas formas de enfrentamento, enfocando, como estudo de caso, as cozinhas solidárias (https://cozinhasolidaria.com) do Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto (MTST). Para tanto, nos valemos do arcabouço teórico-metodológico da Semiótica Discursiva (Courtés & Greimas, 2008), especificamente do nível discursivo do percurso gerativo de sentido, sistematizado por Fiorin (2013), e da Sociossemiótica (Semprini, 2010).

A escolha do projeto Cozinhas Solidárias do MTST se torna pertinente na medida em que, por natureza, se enquadra como ONG e, por isso, se constitui na imbricação entre o investimento público e o privado (Azevedo, 2026), não apenas no enfrentamento à fome, mas por ser atualmente o maior movimento social urbano do Brasil, principalmente no tocante à luta pelo direito constitucional à moradia (MTST, s.d). Ademais, por se tratar de uma iniciativa que veio a ser incorporada pelo Governo Federal (Brasil, 2023), possibilita observar as tensões e articulações entre Estado, mercado e terceiro setor na produção discursiva sobre o direito à Comunicação e à Saúde.

O objeto da pesquisa é composto pelos conteúdos disponibilizados no site oficial do projeto Cozinhas Solidárias do MTST (2026) e pela página oficial da iniciativa no Instagram (MTST, 2026), selecionada por constituir o único perfil em rede social dedicado especificamente ao projeto. A escolha dessas plataformas decorre de seu papel como principal instância enunciadora (Semprini, 2010) da comunicação institucional e de circulação pública de sentidos sobre a iniciativa. A partir de um levantamento no Zeeschuimer (Stijn Peeters, 2026) das últimas 200 postagens no Instagram, foram selecionadas as 10 publicações com maiores taxas de engajamento, posteriormente foram excluídas aquelas que eram vídeos ou parcerias com outros perfis, de forma que conseguíssemos entender de que maneira a organização tematiza e figurativiza a questão enfatizada aqui na sua comunicação institucional. Assim, três publicações compõem o corpus analisado (Cozinhas Solidárias MTST, 2026a, 2026b, 2026c). A análise articula os conteúdos publicados em ambas as plataformas, buscando identificar os principais enquadramentos discursivos mobilizados na construção dos sentidos sobre a fome e seu enfrentamento.

Isso nos faculta compreender como a atuação contemporânea de iniciativas do terceiro setor ultrapassa as ações desenvolvidas nos territórios e passa a depender, também, de sua inserção nos ambientes digitais. Nesse contexto, o projeto se configura como espaços de disputa de sentidos, produção de visibilidade e legitimação pública. Ao mesmo tempo, a comunicação deixa de assumir um papel meramente instrumental para constituir parte da própria intervenção social, mobilizando processos de interlocução, circulação e apropriação de sentidos (Araújo & Cardoso, 2007), no tocante a atividades de responsabilidade estatal (*Emenda Constitucional nº 64*, 2010).

Os manejos da pesquisa em andamento focam em utilizar o arcabouço teórico-metodológico da Semiótica para compreender como o problema da fome é construído discursivamente no ambiente digital e a importância da comunicação para a visibilidade e legitimação de iniciativas do terceiro setor,

em um campo de disputa de sentidos. Ademais, a discussão gerada visa enriquecer o debate sobre as tensões e articulações entre o Estado e o Terceiro Setor, de modo a abrir margem para discussões sobre outros temas de interesse da saúde pública além da insegurança alimentar.

Referências

Albuquerque, A. C. C. (2006). *Terceiro Setor: história e gestão de organizações*. Summus Editorial.

Araújo, I. S. (2015). Tensões e sinergias entre o público e o privado em um campo em movimento: anotações para uma pauta de pesquisa em Comunicação e Saúde. Em P. C. Castro (Org.), *Dicotomia público/privado: estamos no caminho certo?* (1ª ed., pp. 167-186). EDUFAL.

Araújo, I. S., & Cardoso, J. M. (2007). *Comunicação e saúde*. Editora Fiocruz.

Azevedo, S. T. (no prelo). Notas propedêuticas sobre o campo científico da Publicidade e Saúde. *Signos do Consumo*.

Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Presidência da República. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8080.htm.

Cozinhas Solidárias MTST [@cozinhassolidariasmtst]. (2026a, 27 de maio). "*Os que comem bem, dormem bem e têm boas casas, acham que se gasta demais em política social*." 🍽️✊🏽 [Fotografia]. Instagram. https://www.instagram.com/p/DY2FuqQqG6T

Cozinhas Solidárias MTST [@cozinhassolidariasmtst]. (2026b, 22 de junho). *Toda refeição compartilhada é uma forma de mudar o mundo.* ❤️🍲 *É isso que acontece todos os dias nas* [Fotografia]. Instagram. https://www.instagram.com/p/DZ6As9HtECs

Cozinhas Solidárias MTST [@cozinhassolidariasmtst]. (2026c, 25 de junho). *Falam do "mercado" e da sua "mão invisível", mas ela aparece muito bem na fome, nas famílias sem comida* [Fotografia]. Instagram. https://www.instagram.com/p/DaBie7nvdWw

Emenda Constitucional nº 64, de 4 de fevereiro de 2010: altera o art. 6º da Constituição Federal, para introduzir a alimentação como direito social. Presidência da República. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc64.htm

Fiorin, J. L. (2013). *Elementos de Análise do Discurso.* Contexto.

Greimas, A. J., & Courtés, J. (2008). *Dicionário de Semiótica*. Cultrix.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). (2025). *Mapa das Organizações da Sociedade Civil: o perfil das organizações da sociedade civil no Brasil (2016-2025)*. https://bookdown.org/mosc_ipea/relatorio-estatistico-MOSC-2025

Paim, J. (2009). *O que é o SUS?* Editora Fiocruz.

Semprini, A. (2006). *A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea.* Estação das Letras.

Stijn Peeters. (2026). Zeeschuimer (Version v1.14.2) [Computer software]. Zenodo. https://doi.org/10.5281/zenodo.21064944

Conectividade significativa na Amazônia: sistematização do processo formativo da Rede Conexão Povos da Floresta

Tatiana Delgado Gadelha de Souza
tatiana.gadelha@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Angela Maria Grossi
angela.grossi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Tendo em vista a centralidade atual da conectividade digital no funcionamento da sociedade humana, nos parece urgente discutir como políticas públicas devem garantir a universalização do acesso à Internet, para que todos os cidadãos possam exercer plenamente sua cidadania, obtendo benefícios sociais que lhes são de direito e tendo acesso ao conhecimento construído e compartilhado na rede. É preciso, ainda, que a universalização seja marcada por um acesso significativo (Comitê Gestor da Internet no Brasil - CGI.br, 2024), de qualidade, associado à apropriação crítica das ferramentas digitais por parte dos usuários.

Com relação às comunidades tradicionais que vivem na Amazônia brasileira, a garantia de um acesso significativo está diretamente relacionada à manutenção de seus territórios e à preservação da floresta. Tais populações são as guardiãs da biodiversidade amazônica, reduzindo a atuação predatória

da agropecuária nos territórios onde estão localizadas e contribuindo para que a floresta permaneça viva, de pé. Tendo em vista os desafios climáticos atuais, garantir os direitos dessas populações, fortalecendo sua cultura, seus territórios e modos de vida, é uma ação importante na mitigação dos efeitos das catástrofes climáticas que, inevitavelmente, enfrentaremos. De acordo com uma pesquisa do Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia (IPAM Amazônia, 2021), apenas 1,6% da perda de florestas no Brasil - entre 1985 e 2022 - aconteceu em territórios ocupados por povos tradicionais.

Acreditamos que, com a presença de uma conectividade significativa de Internet em seus territórios, tais comunidades estariam ainda mais fortalecidas, ampliando sua capacidade de participação política e cidadã. No entanto, para que isso ocorra, é preciso que a relação com a Internet e as ferramentas digitais seja construída de forma crítica e consciente, em diálogo com a realidade das comunidades - com sua cultura, rotina e tradições. Para isso, em contraposição às empresas provedoras de Internet, pautadas por uma lógica individual e comercial, vemos a implantação de redes comunitárias como um modelo promissor, que valoriza a apropriação coletiva - tanto da infraestrutura de conectividade quanto das ferramentas digitais - a autogestão e a utilização da Internet a partir de combinados que respeitem a comunidade local e fomentem um uso vinculado à transformação social e à cidadania. As redes comunitárias

> crean su propia infraestructura en territorios y poblaciones sin cobertura o donde los servicios del modelo comercial de las telecomunicaciones no son asequibles. Más allá de la diversidad de experiencias, comparten entre sus principios la propiedad y gestión de la infraestructura por parte de la propia comunidad sin fin de lucro. (Baladrón, 2020, p. 60)

A Rede Conexão Povos da Floresta (https://conexaopovosdafloresta.org.br/) é uma iniciativa inédita no Brasil, que possibilita a criação de redes comunitárias na Amazônia a partir de uma estrutura de parcerias, articulando setor público, privado e terceiro setor. Com a força dessa rede, o projeto tem

apresentado resultados importantes para o cenário de conectividade no Brasil. A cada semana, novas comunidades são conectadas e os números crescem constantemente. Atualmente, o projeto alcançou o marco de 2.641 comunidades conectadas, com a estimativa de cerca de 202.000 pessoas beneficiadas[1].

Para garantir uma conectividade significativa, é importante que, além do acesso à infraestrutura de qualidade, sejam desenvolvidas competências digitais através de um processo educativo continuado. Ao longo de três anos de atuação, a Rede Conexão Povos da Floresta, através do Grupo de Trabalho de Educação - do qual a autora é integrante - elaborou um processo formativo específico para o desenvolvimento de tais competências na realidade amazônida. Este trabalho busca sistematizar o processo de construção da formação atual, consolidando reflexões em um modelo replicável e adaptável à projetos semelhantes, a partir da pergunta mobilizadora: quais experiências e percepções justificam as escolhas metodológicas e os conteúdos abordados como prioritários no processo formativo das comunidades?

Para responder à essa pergunta, nos pautamos na metodologia proposta por Oscar Jara Holliday, de sistematização em cinco tempos (Holliday, 2006), tendo como principal fonte de dados a análise documental de materiais institucionais, pedagógicos e diários de campo da autora desenvolvidos ao longo dos últimos anos. Organizado em quatro seções (Redes Comunitárias e Inclusão Digital; Processos Formativos como Pilar Essencial; Sistematização das Experiências Pedagógicas da Rede Conexão Povos da Floresta; e Conclusão) o trabalho espera contribuir com o debate e a sistematização de conhecimentos sobre o desenvolvimento das competências digitais no contexto da Amazônia e dos povos originários.

Referências

Baladrón, M. (2020). Apropiación de tecnologías en las redes comunitarias de internet latinoamericanas. *Trípodos, 46*, 59-76.

1. Dados retirados do site do projeto no dia 11/07/2026.

Comitê Gestor da Internet no Brasil - CGI.br. (2024). *Conectividade significativa: propostas para medição e o retrato da população no Brasil*. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR.

IPAM Amazônia. (2021, agosto 27). Terras indígenas são as áreas mais preservadas no Brasil. https://ipam.org.br/imagens-de-satelite-comprovam-que-terras-indigenas-sao-as-areas-mais-preservadas-do-brasil-nas-ultimas-decadas/

A CONSTRUÇÃO MIDIÁTICA DA REPUTAÇÃO DO AGRONEGÓCIO COMO VARIÁVEL FINANCEIRA E FATOR SOCIAL

Larissa Placca Amurim
lariplacca@gmail.com
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Milena Carolina de Almeida
milena.almeida@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Paradoxalmente, algumas transformações ocorrem em ritmo tão acelerado que se tornam quase imperceptíveis. Assim se configura a nova dinâmica de mercado que hoje orienta tanto a comunicação organizacional quanto a própria vida em sociedade. Nesse cenário, as estratégias de mercado se tornaram, necessariamente, estratégias comunicacionais, na medida em que o peso do discurso em torno de uma organização é capaz de inclinar simultaneamente a balança econômica (fluxo de capitais) e o curso de decisões políticas (formulação de leis e políticas públicas), afetando a vida social cotidiana. Diante disso, argumenta-se que a reputação é um resultado comunicacional que atua, com igual relevância, como variável financeira e fator de ordenamento social.

A importação do conceito agribusiness para o Brasil foi resultado de um processo proativo a partir de investimentos do governo brasileiro e norte-americano, e organizações privadas nacionais e internacionais (Pompeia, 2021).

No mesmo sentido, narrativas que destacam o processo e potencial econômico-produtivo, desde os seus primórdios até a atual campanha "Agro é Pop, Agro é Tech, Agro é Tudo" desenvolvida pela Rede Globo, permeiam a comunicação do setor. Dessa forma, de maneira simbiótica, a comunicação apoia o econômico e o econômico apoia o financeiro. Como o paradoxo do ovo e a galinha, não sabe-se quem surgiu primeiro. Segundo o Cepea e CNA (2026), a participação do agronegócio no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil foi de 25,13% em 2025, e as exportações do setor representaram 48,5% do total exportado em 2025 (Mapa, 2026).

Nesse contexto, um setor de tal peso econômico torna-se, consequentemente, central na organização social através do seu impacto nas relações de trabalho, classe e poder, além de passar a ser objeto de pautas na mídia e na esfera pública (Gaiger, 2021). Há, ainda, uma interdependência profunda nessa dinâmica entre economia e relações sociais, evoluindo para uma economia que só funciona e adquire significado através dos padrões de interação social, da cultura e das instituições criadas pelas próprias pessoas (Paula, 2022).

É nesse cenário que a mídia se constitui processo de produção coletiva de significados, do qual participam produtores, espectadores e instituições (Silverstone, 1999, 2002), impondo suas próprias lógicas aos demais campos sociais (Hjarvard, 2015). É nessa mediação que se forma a reputação, conceito que se refere ao conjunto de percepções que públicos internos e externos têm sobre uma organização (Fombrun, 2018, p. 125). Derivado desse efeito, o Reputation Economy se torna um novo paradigma socioeconômico impulsionado pela revolução digital, onde o valor é gerado e trocado com base na atenção, percepção e confiança (Fombrun, 2018).

Sendo a reputação um ativo resultado de uma comunicação mediada, sua formação não é neutra. Conforme o Modelo da Comunicação como Mercado Simbólico (Araújo, 2004), a comunicação — institucional, midiática ou pública — configura-se como espaço de disputa simbólica, no qual diferentes

atores negociam sentidos para conquistar influência, legitimidade e poder. Naturalmente, a comunicação é um campo de negociação constante de significados (Martins, 2002). A escolha lexical que ora associa o agronegócio à modernidade e à riqueza, ora à tradição, é sintoma da disputa simbólica que constitui — ou corrói — o ativo reputacional. Dessa forma, o simbólico (Araújo, 2004) é o mecanismo pelo qual se produz ou se destrói o capital reputacional (Fombrun, 2018), evidenciando efeitos financeiros mensuráveis que extrapolam o campo comunicacional. Enquanto o registro discursivo altera o valor financeiro, este reconfigura a sociedade, impactando emprego, políticas públicas e relações de poder. Como via de mão dupla, esse próprio valor financeiro só se sustenta porque é socialmente legitimado, visto que a economia só funciona e adquire significado através dos padrões de interação social.

Dessa forma, este trabalho adota um estudo de caso ilustrativo exploratório, a partir de uma matéria veiculada por um portal nativo digital especializado em mercado financeiro, Valor Investe (Larghi, 2026), resultado sintomático dessa transformação: o público que antes recebia a imagem do agronegócio via mídia institucional ou generalista passa receber, informação de caráter diretamente decisório, não apenas interpretativa. Para tanto, será utilizada a metodologia de Framing Analysis proposta por Entman (1993) buscando identificar as quatro funções do frame — definição do problema, diagnóstico das causas, julgamento moral/avaliativo e recomendação de tratamento —, categorizar cada função como disputa simbólica (A) ou conversão em variável de mercado (B) e determinado o frame dominante com base na função mais consistente ao longo do texto. Ao mapear essa convergência, o núcleo analítico incorpora o impacto social (C). Por fim, evidencia-se que o simbólico é o mecanismo pelo qual se produz o capital reputacional, gerando dois efeitos indissociáveis: um financeiro (conversão em valor de mercado e atração de investimentos) e um social (legitimação de relações de poder, formulação de políticas públicas e estruturação de classes).

Referências

Araújo, I. S. de. (2002). *Mercado simbólico: interlocução, luta, poder - um modelo de comunicação para políticas públicas* [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio de Janeiro]. https://bvsms.saude.gov.br/bvs/ct/PDF/Tese%20doutorado_Inesita%20Araujo.pdf

Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA) & Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA). (2025). *Boletim Mercado de Trabalho do Agronegócio Brasileiro: 4º trimestre 2025. CEPEA/ESALQ/USP*; CNA.

Entman, R. M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication, 43*(4), 51-58.

Fombrun, C. J. (2018). *Reputation: realizing value from the corporate image* (Edição comemorativa). Reputation Institute. Recuperado em 2025, novembro 20, de https://ri.reptrak.com/hubfs/_PDF/RLN/Reputation_Book.pdf

Gaiger, L. I. (2021). Exploração social e estrutura de classes: a atualidade de um quadro de análise. *Sociologias, 23*(57), 268-298. https://doi.org/10.1590/15174522-105087

Hjarvard, S. (2015). Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias. *Parágrafo, 2*(3), 51-62.

Larghi, N. (2026, 15 de junho). O agro não era pop? Setor passa por crise e teme "Super El Niño", mas ainda guarda oportunidades. *Valor Investe.* https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/noticia/2026/06/15/o-agro-nao-era-pop-setor-passa-por-crise-e-teme-super-el-nino-mas-ainda-guarda-oportunidades.ghtml

Martins, M. de L. (2002). *A linguagem, a verdade e o poder*. Paulus.

Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA). (2026, 7 de janeiro). Agronegócio brasileiro fecha 2025 com recorde em exportações de US$ 169 bilhões e superávit de US$ 149,07 bilhões. *AMIPA*. https://amipa.com.br/noticias/agronegocio-brasileiro-fecha-2025-com-recorde-em-exportacoes-de-us-169-bilhoes-e-superavit-de-us-14907-bilhoes/

Paula, J. S. de. (2022). Entre a sociologia e a economia: a inserção da economia na vida social. *Diversitas Journal, 7*(4), 3391-3408. https://doi.org/10.48017/dj.v7i4.2351

Pompeia, C. (2018). *Formação política do agronegócio* [Tese de doutorado, Universidade Estadual de Campinas]. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, UNICAMP.

Scheiner, A., & Menezes, J. de. (2019). *Gestão da marca e da reputação corporativa.* FGV.

Silverstone, R. (1999). *Why study the media?* SAGE Publications.

A DIVERSIDADE CULTURAL E OS DIREITOS HUMANOS NA COBERTURA JORNALÍSTICA DO CINEMA BRASILEIRO

Marina Longhitano Campos
marina.longhitano@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Vivianne Lindsay Cardoso
vl.cardoso@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A produção audiovisual brasileira alcançou projeção internacional entre 2024 e 2025, devido à indicações e premiações internacionais, como Motel Destino, de Karim Aïnouz, em Cannes 2024, Ainda Estou Aqui, de Walter Salles, no Oscar 2025, e Agente Secreto, de Kleber Mendonça Filho, em Cannes 2025. Ao observar as temáticas dessas produções, identifica-se a representação da diversidade cultural e dos direitos humanos. A discussão em torno das temáticas pode ser compreendida como um ato político de resistência, que busca a garantia de respeito, representatividade e conscientização.

A pesquisa busca compreender como o jornalismo contempla e/ou valoriza obras lançadas de cinema de longa metragem nacionais com temáticas de diversidade cultural e direitos humanos. A percepção da diversidade cultural como fator relevante está relacionada ao potencial do cinema de representar a diversidade humana de forma sensível e cativante. O estudo adota a perspectiva

da Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural, que entende a diversidade como patrimônio humano essencialmente ligado aos direitos humanos e estabelece sua defesa como "um imperativo ético, inseparável do respeito à dignidade humana" (Unesco, 2001, artigo 4º).

A comunicação é compreendida como um processo no qual a seleção de pautas e os enquadramentos realizados pelos jornais são atravessados por características editoriais e, portanto, não sendo neutros. Ao discutir Adorno, Martino (2003, p. 70) considera que a produção de conhecimento é "intrinsecamente determinada pelo conflito de interesses sociais" e que o conhecimento é "uma extensão e um desdobramento dos interesses aí presentes". As notícias são produzidas em contextos históricos, culturais e editoriais que influenciam os sentidos atribuídos à realidade.

O jornalismo constrói sentidos baseado em características editoriais, nota-se que o cinema, quando noticiado, integra o processo de produção de conhecimento ao representar cultura e sociedade. O audiovisual constitui uma mediação cultural ao ocupar um espaço além do entretenimento, conforme Martín-Barbero (2008, p. 232), "o cinema vai ligar-se à fome das massas por se fazerem visíveis socialmente", assim, percebe-se que o cinema representado pela imprensa pode atingir novas pessoas e estimular debates.

A pesquisa parte do levantamento de obras nacionais no Painel da Produção Audiovisual Brasileira, painel interativo do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA), no portal da Agência Nacional do Cinema (ANCINE), para listar os títulos de longa-metragem lançados entre 1º de maio de 2024 e 31 de maio de 2025, período que integra um ciclo de veiculação entre duas edições do Festival de Cannes. Foram identificados os filmes que abordam as temáticas de diversidade cultural, entendida como as diversas formas de ser e existir, e as características únicas do Brasil; e direitos humanos, compreendidos como fundamentais e universais para garantir o bem-estar social. As sinopses de conteúdo foram pesquisadas nos portais

culturais mais recorrentes IMDb (https://www.imdb.com/pt), AdoroCinema (https://www.adorocinema.com), Filme B (https://www.filmeb.com.br) e Omelete (https://www.omelete.com.br) a partir das palavras-chave com os títulos das obras. Na sequência, foi analisado se tais obras receberam cobertura jornalística em dois portais de notícias: Nexo (https://www.nexojornal.com.br) e Estadão (https://www.estadao.com.br), veículos jornalísticos de linhas editoriais distintas, buscando também por palavras-chave com os títulos das obras identificadas na etapa anterior.

O levantamento de obras coletou 166 filmes de longa-metragem, 85 deles abordam temáticas de direitos humanos e diversidade cultural. Optou-se por relacionar os temas, diante da familiaridade e aderência de conteúdos apresentados. Dos 85 filmes selecionados, 57 não foram pautados em nenhum dos veículos jornalísticos, restando 28 obras noticiadas em maior parte como gêneros opinativos, conteúdo tipo *Web Stories* e breves notas no fim de textos. Das 28 obras noticiadas, foram encontradas 446 matérias e reportagens nos dois veículos, sendo 21 no portal Nexo e 425 no portal do Estadão. Identifica-se uma lacuna na cobertura jornalística informativa, especialmente em obras independentes e de menor repercussão. Esses resultados reforçam a necessidade de discutir critérios de noticiabilidade e seus impactos na visibilidade de produções relevantes para a sociedade, já que a discussão em torno das temáticas pode ser compreendida como um ato político de resistência, que busca a garantia de respeito, representatividade e conscientização

A análise da cobertura jornalística não se limita apenas à presença ou ausência dos filmes nos veículos escolhidos, é fundamental considerar que as escolhas editoriais envolvem processos de seleção e hierarquização de materiais de acordo com as características próprias dos portais. O entendimento de que o jornalismo não cumpre apenas o papel de informar, mas também o de produzir sentidos sobre a realidade através da seleção de pautas, permite compreender que a cobertura jornalística pode influenciar os debates sobre diversidade cultural e direitos humanos.

Referências

Martín-Barbero, J. (2008). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia* (5ª ed.). Editora UFRJ.

Martino, L. C. (2003). As epistemologias contemporâneas e o lugar da comunicação. Em M. I. V. Lopes (Ed.), *Epistemologia da comunicação* (pp. 69-101). Loyola.

UNESCO. (2001). Universal Declaration on Cultural Diversity. https://www.unesco.org/en/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity

A integridade da informação climática no Antropoceno: tecnologias e discursos socioambientais

Simão Farias Almeida
simaofariasfarias@gmail.com
Universidade Federal de Roraima

A integridade da informação é constituída por paradigmas históricos e contemporâneos, científicos e sociais, gerais e segmentados. As ciências humanas são pautadas na cultura política das diferenças e nas tecnologias interativas na atualidade. A comunicação como ciência social aplicada interdisciplinar, num contexto de emergências, frequências, intensidades e de extremos dos fatos das mudanças climáticas, pode colaborar e provisionar estratégias no combate a ações e discursos dos poderes hegemônicos. Além dos paradigmas da verdade, do testemunho, da factualidade, do perspectivismo e do balanceamento, a informação climática de grupos sociais e comunidades conta com outros de resiliência, pluralidade, responsabilidade e transparência para mitigar impactos (Governo Federal do Brasil, 2025; Organização das Nações Unidas, 2025; Painel Internacional de Informação Ambiental, 2025; Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas, 2021; União Europeia, 2025).

Partindo de estudos historicistas, de formas desinformacionais, discursivos e tecnológicos do Antropoceno caracterizado pelas interferências humanas na natureza e no meio ambiente, estudos esses advindos de uma

epistemologia da integridade informacional pós-colonial que defende a urgência da contrariedade de vulnerabilidades da natureza e das minorias sociais e étnicas, apontaremos a preeminência de culturas políticas e tecnologias sociais enquanto necessária na legitimidade co-cultural de soluções de contenção e subversão dos impactos climáticos. Diante disso, nossas discussões partem de problema de pesquisa a respeito de paradigmas da integridade da informação climática no campo da comunicação necessários à mitigação dos efeitos das mentiras e especulações enganosas deliberadas.

O objetivo geral investiga a acumulação e atualização das proposições paradigmáticas diante da desinformação no século XXI. O objetivo específico pretende tratar da convergência delas com epistemologias das ciências humanas em favor de tecnologias sociais preservacionistas e conservacionistas engendradas por povos indígenas, quilombolas, assentados, ribeirinhos, sitiantes para resolver problemas sintomáticos (fome, insegurança alimentar, pobreza, epidemias, secas etc), regionais e nacionais de demandas sustentáveis, de bioma a bioma, de ecossistema a ecossistema.

Desta forma, a partir do método da veridição pós-fenomenológica (Bhabha, 1998, p. 86), além de perspectivas sensoriais fenomenológicas individuais, de excedentes discursivos e do perspectivismo dos fatos, sentidos socioambientais transitam e são circulados nas intersubjetividades e co-culturalmente com vieses de verdade e balanceamento, delimitando a pluralidade e a diversidade de enfrentamentos climáticos. Os interstícios pós-fenomenológicos consolidados entre sujeitos e grupos sociais são delimitados nas práticas discursivas em que o disjuntivo, termo mais complexo para o recorte de percepção a um outro excedente, se constitui em um espaço intermediário além dos limites dos poderes hegemônicos onde os subalternizados podem operar.

Os resultados esperados incluem estratégias de enfrentar a problemática por parte de pesquisadores, cientistas e da comunicação das organizações sociais em manuais, cartilhas, guias contra os impactos e as vulnerabilidades.

Não é suficiente preservar e conservar valores de veracidade informacional num panorama de distrações deliberadas, inverdades, negacionismos e realidades paralelas, daí a necessidade de gerar soluções climáticas através de tecnologias sociais a serem compartilhadas co-culturalmente. Soluções encontradas em sites de ONGs que operam nos diversos biomas brasileiros, são logotecnias discursivas pautadas na responsabilidade social da informação.

As opções socio-tecnológicas são legitimadas em estratégias de contenção e subversão das hegemonias políticas e econômicas, as maiores responsáveis pelas causas, pelos impactos e pela desinformação da socio-biodiversidade. As tecnologias de manejo, reflorestamento, agroecologia, preservação e conservação, portanto, cumprem a valoração sustentável e comunitária íntegra de saídas da precarização da vida e dos recursos naturais impactados pelo homem no Antropoceno.

Referências

Bhabha, H. (1998). *O local da cultura*. Ed. UFMG, 1998.

Governo Federal do Brasil. (2025). Declaração sobre a Integridade da Informação sobre Mudança do Clima. https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/iniciativa-global/declaracao-sobre-a-integridade-da-informacao-sobre-mudanca-do-clima

Intergovernmental Panel of Climate Change (IPCC). (2021). Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Cambridge University Press. https://www.ipcc.ch/report/sixth-assessment-report-working-group-i

International Panel on the Information Environment. (2025). Information Integrity about Climate Science: a systematic review. https://cdn.prod.website-files.com/643ecb10be528d2c1da863cb/68541b1613026bbfd94181b9_SR2025.1%20-%20Information%20Integrity%20about%20Climate%20Science.pdf

Organização das Nações Unidas (ONU). (2025). Princípios Globais das Nações Unidas para a Integridade da Informação: recomendações para ação de múltiplas partes interessadas. https://brasil.un.org/sites/default/files/2024-07/ONU_PrincipiosGlobais_IntegridadeDaInformacao_20240624.pdf

Serviço Diplomático da União Europeia. (2025). Integridade da informação e combate à manipulação e interferência de informação estrangeira (FIMI). https://www.eeas.europa.eu/eeas/information-integrity-and-countering-foreign-information-manipulation-interference-fimi_en

A REPRESENTATIVIDADE NIPO-BRASILEIRA NA LITERATURA INFANTIL: CONSIDERAÇÕES SOBRE O LIVRO *AMANHÃ*

Tiffany Yassuda Taira
tiffany.yassuda@unesp.br
Universidade Estadual Paulista - UNESP

Cassia Leticia Carrara Domiciano
cassia.carrara@unesp.br
Universidade Estadual Paulista - UNESP

No gênero da literatura infantil, o livro ilustrado destaca-se por apresentar uma dinâmica que combina duas linguagens indissociáveis: verbal e visual. Além das contribuições educacionais, o livro ilustrado permite uma visão mais ampla sobre o mundo, que de acordo com Mendes (2016), estimula experiências estéticas e interpretações imagéticas por caminhos mais lúdicos. Van der Linden (2011) reforça que é a leitura conjunta dessas duas linguagens - texto e imagem - que permite a apreensão completa da narrativa.

Os livros infantis podem ser uma porta de entrada para abordar questões de diversidade étnico-racial. No entanto, percebe-se que no Brasil ainda existe uma sub-representatividade de personagens asiáticos que raramente têm espaço nas narrativas, e na maior parte das vezes, estão ligados a estereótipos e estigmas pré-determinados. Diferente desse contexto, a autora Lúcia Hiratsuka se sobressai ao criar obras ilustradas com foco em sua infância

enquanto nipo-brasileira. Obras essas que refletem suas memórias, vivências familiares e particularidades do cotidiano, mesclando texto e imagem, com técnicas artísticas que criam uma identidade autêntica. As produções da autora contribuem com a propagação de um olhar positivo que foge dos estereótipos típicos atrelados aos asiáticos, construindo uma imagem mais próxima da realidade.

Diante dos apontamentos, o objetivo deste artigo é analisar a obra *Amanhã*, de Lúcia Hiratsuka, para verificar como ela faz o resgate da memória e identidade através da construção de narrativas que provém de suas experiências enquanto asiática brasileira com ascendência japonesa. O interesse na pesquisa parte da questão: como as obras da autora representam a infância dos descendentes de japoneses e quais elementos reforçam o acolhimento, o pertencimento e a identidade dessas crianças?

A fundamentação teórica baseia-se em conceitos discutidos por Stuart Hall, como o de representação, que segundo o autor seria o ato de expressar algo utilizando alguma forma de linguagem, resultando na criação de significados (Hall, 2016). Já no âmbito da perspectiva sobre identidade, Hall (2006) aponta que sua concepção não está relacionada a algo estático, mas sim a uma eterna transformação, isto é, um mesmo indivíduo pode assumir diversas identidades em momentos e situações diferentes, de acordo com as relações e as formas de representação que nos cercam dentro dos sistemas culturais em que vivemos. Além disso, o artigo também reúne estudos sobre os princípios da linguagem visual, como nas obras clássicas de Dondis (1997), Horn (1998) e Twyman (1979), assim como as contribuições do design inclusivo e social de Braga (2011) e dos Margolin (2004) para destacar a relação entre produção gráfica, ilustração e demandas sociais em projetos literários.

As discussões no cenário nacional sobre representatividade não branca e diversidade cultural, étnica e racial são recentes. Por isso, em termos acadêmicos e científicos, espera-se que este estudo contribua com futuras pesquisas

no ramo da literatura infantil brasileira, ampliando os debates sobre inclusão em um país tão multicultural como o nosso e fortalecendo o papel essencial dos livros na construção identitária. Dessa forma, é essencial dar voz a pessoas que contribuem com a representatividade asiática em espaços pouco valorizados.

Referências

Braga, M. da C. (2011). *O papel social do design gráfico: História, conceitos e atuação profissional.* Senac São Paulo.

Dondis, D. A. (1997). *Sintaxe da linguagem visual.* Martins Fontes.

Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. DP&A.

Hall, S. (2016). *Cultura e representação*. Apicuri.

Horn, R. E. (1998). *Visual Language: Global communication for the 21st Century.* Macro VU, Inc.

Margolin, V., & Margolin, S. (2004). Um modelo social de design: questões de prática e pesquisa. *Revista Design em Foco, 1*(1), 43-48.

Mendes, C. (2016). *A descolonização das imagens: O livro ilustrado infantil no contexto brasileiro contemporâneo* [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio de Janeiro].

Twyman, M. (1979). A schema for the study of graphic language. In P. A. Kolers, M. E. Wrolstad, & H. Bouma (Eds.), *Processing of visible language* (Vol. 1, pp. 117-150). Plenum Press.

Van der Linden, S. (2011). *Para ler o livro ilustrado*. Cosac Naify.

Ativismo digital, juventude e gênero em Moçambique: o caso de Quitéria Guirengane no Facebook

Júnior Rafael
junior.rafael@acad.ufsm.br
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

A expansão das tecnologias digitais reconfigurou profundamente as formas de participação política, produção de informação e interação social, convertendo as plataformas digitais em espaços privilegiados de circulação de discursos, mobilização cidadã e disputa simbólica. Em sociedades marcadas por desigualdades estruturais, como Moçambique, esses ambientes assumem importância ainda maior ao ampliarem as possibilidades de visibilidade para grupos historicamente sub-representados, especialmente mulheres e jovens. Nesse contexto, o ativismo digital feminino emerge como prática de resistência política capaz de tensionar estruturas patriarcais, promover debates públicos e construir novas formas de participação democrática. Entretanto, apesar do crescimento dessas experiências no continente africano, ainda são escassos os estudos que analisam, sob a perspectiva da comunicação e da midiatização, como lideranças femininas utilizam as redes sociais para produzir mobilização política e ampliar a participação cidadã.

Objetivo

Este estudo analisa como o ativismo digital desenvolvido por Quitéria Guirengane no Facebook contribui para a mobilização política juvenil e para o fortalecimento da participação feminina no debate público moçambicano. Busca-se compreender de que maneira as práticas comunicacionais desenvolvidas pela ativista transformam a plataforma em espaço de articulação política, circulação de contra-narrativas e construção de legitimidade pública, evidenciando as potencialidades e os limites das redes sociais na constituição de novas formas de ação coletiva.

Fundamentação teórica

A pesquisa fundamenta-se nas contribuições da sociedade em rede de Castells (2013), da ação conectiva de Bennett e Segerberg (2012) e da concepção de contra-esferas públicas subalternas formulada por Fraser (1992), articuladas às discussões sobre gênero desenvolvidas por Scott (1995), Butler (2003), Walby (1990) e Oyěwùmí (1997). Esses referenciais permitem compreender o ativismo digital feminino como prática comunicacional inserida em disputas por reconhecimento, visibilidade e poder. Dialoga-se ainda com Papacharissi (2010) acerca das transformações da esfera pública digital, bem como com Van Dijck (2013), Zuboff (2021) e Couldry e Mejias (2019) para problematizar o papel das plataformas digitais como infraestruturas sociotécnicas atravessadas por algoritmos, capitalismo de vigilância e colonialismo de dados. Sob essa perspectiva, o Facebook deixa de ser compreendido apenas como meio tecnológico e passa a ser interpretado como ambiente de produção de sentidos, mediação política e reorganização das relações entre comunicação, cidadania e participação social.

Metodologia

Esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa, exploratória e descritiva, estruturada pelo método de estudo de caso. O corpus empírico é composto

por duas dimensões complementares da página oficial de Quitéria Guirengane no Facebook: por um lado, as publicações autorais da ativista, que funcionam como o dispositivo gerador de sua performance visual e identitária; por outro, um conjunto de 5.811 comentários da audiência, coletados via ferramenta de extração de dados públicos entre outubro de 2023 e dezembro de 2024. Após etapas de limpeza e preparação do banco de dados, os comentários foram processados por meio da Análise de Conteúdo de Bardin (2000), cruzando categorias dedutivas (derivadas da teoria sobre espaço cívico digital e gênero) com categorias indutivas (emergentes da escuta empírica do campo que são os comentários)

Principais resultados

Os resultados empíricos demonstram que a página de Quitéria Guirengane opera como uma autêntica contra-esfera pública subalterna, propiciando espaços de fala e escuta para atores historicamente marginalizados em Moçambique, como jovens e mulheres. A análise dos 5.811 comentários revelou que a interação da audiência não é passiva, mas estruturada em quatro dinâmicas discursivas claras: a crítica política direta aos abusos de poder; o apelo à ação coletiva como via de mudança social; a religiosidade como refúgio simbólico e validação moral das lutas cotidianas; e a expressão de uma profunda frustração social diante da exclusão econômica. Essas manifestações convertem o espaço cívico digital em uma arena de deliberação informal e solidariedade comunitária.

Contudo, essa agência política ocorre em meio às tensões impostas pelo capitalismo de vigilância e pelo colonialismo de dados, uma vez que a resistência digital moçambicana depende de infraestruturas proprietárias estrangeiras que comercializam a atenção e moldam o alcance dos discursos por meio de seus algoritmos corporativos. É nesse cenário de disputa desigual que emerge a estética política da resistência digital feminina. Esta categoria

analítica sintetiza como Guirengane converte intencionalmente sua corporalidade, marcadores identitários de gênero, memória coletiva e discursos de denúncia em recursos estéticos e políticos que rompem com o silenciamento patriarcal e geram legitimidade simbólica no debate público moçambicano.

Considerações finais

Este estudo conclui que o ativismo digital de Quitéria Guirengane no Facebook constitui um espaço sociotécnica crucial para a circulação de contra-narrativas e para o fortalecimento da participação de mulheres e jovens na política moçambicana. Ao propor o conceito de estética política da resistência digital feminina, o trabalho oferece um modelo analítico para compreender como recursos visuais e identitários podem ser convertidos em ferramentas eficazes de mobilização e disputa de poder em contextos marcados por assimetrias estruturais.

Como limitação, reconhece-se que as dinâmicas de resistência digital aqui analisadas estão restritas aos usuários com acesso efetivo à internet, enfrentando as barreiras da exclusão digital e da desigual infraestrutura tecnológica que ainda caracteriza Moçambique. Sugere-se que pesquisas futuras investiguem de que forma esses discursos digitais transbordam para as práticas políticas cotidianas fora das telas, mapeando o impacto concreto dessas contra-esferas na reconfiguração democrática do país.

Referencias

Bardin, L. (2000). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action. *Information, Communication & Society, 15*(5), 739-768.

Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade*. Civilização Brasileira.

Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet*. Zahar.

Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press.

Fraser, N. (1992). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. In C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere* (pp. 109-142). MIT Press.

Guirengane, Q. (2024). *Página oficial no Facebook*. https://www.facebook.com/GuirenganeQ

Oyěwùmí, O. (1997). *The invention of women: making an African sense of western gender discourses.* University of Minnesota Press.

Papacharissi, Z. (2010*). A private sphere: democracy in a digital age*. Polity Press.

Scott, J. W. (1995). Gênero: Uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade, 20*(2), 71-99.

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: a critical history of social media.* Oxford University Press.

Walby, S. (1990). *Theorizing patriarchy*. Basil Blackwell. https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/21680/1/1990_Walby_Theorising_Patriarchy_book_Blackwell.pdf

Zuboff, S. (2021). *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder.* Intrínseca.

Barreiras cognitivas enfrentadas pelos excluídos digitais nas interfaces de serviços essenciais no Brasil

Roberto Henrique de Andrade
roberto.h.andrade@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Vânia Cristina Pires Nogueira Valente
vania.valente@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A migração de serviços públicos e financeiros para o ambiente digital no Brasil consolidou uma desigualdade tecnológica conhecida como barreira cognitiva. Para as pessoas excluídas digitalmente, a interface deixa de ser uma conveniência para tornar-se uma engrenagem de inacessibilidade. Fluxos complexos de navegação e uma burocracia digital bloqueiam o acesso a direitos essenciais, desde a saúde primária à autonomia financeira. Sob a lente das Humanidades Digitais e da Interação Humano-Computador, este trabalho propõe que a exclusão digital não é falha do usuário, mas subproduto de interfaces criadas sob purismo técnico. Esse modelo ignora a sociologia do uso, o contexto de inserção e a diversidade cognitiva da população brasileira.

Barreiras de entrada no setor bancário

Na expansão dos bancos digitais, geralmente, a interface atua como o único mediador entre o indivíduo e a economia formal. Analisando as

inovações financeiras atuais, constata-se que "a capacidade das fintechs de operarem digitalmente, sem dependerem de uma infraestrutura física, permite a redução de tarifas e dos custos operacionais, tornando seus serviços acessíveis a uma parcela mais ampla da população" (Ginese, 2025, p. 29). Contudo, a marginalização é reforçada quando a navegação não respeita o modelo mental de quem possui baixo letramento tecnológico. Isso causa um afastamento crônico do protagonismo financeiro, prejudicando os indivíduos digitalmente excluídos.

Barreiras de entrada no âmbito governamental

Na esfera pública, plataformas como o portal Gov.br, o Meu INSS e a Carteira de Trabalho Digital visavam desburocratizar o Estado, mas acabaram por digitalizar as barreiras de acesso. A exigência de navegação em múltiplos níveis de validação, como os selos de confiabilidade bronze, prata e ouro, a validação biométrica sem retornos claros sobre erros e a recuperação de credenciais baseada em e-mails e SMS criam um bloqueio institucional. A burocracia opaca é traduzida em menus aninhados e termos jurídicos/administrativos que desconhecem o modelo mental do cidadão comum. A incapacidade de transitar por esses fluxos impede a solicitação de benefícios como o CadÚnico ou o BPC, empurrando o indivíduo para a dependência de intermediários informais ou despachantes, o que compromete sua privacidade e o exercício da cidadania plena.

Barreiras de entrada no setor da saúde

No ecossistema da saúde pública, sistemas como o Meu SUS Digital e plataformas municipais de agendamento de consultas transferiram o atendimento primário para as telas sem considerar a diversidade sensorial e cognitiva da população. A prevalência de iconografias ambíguas, formulários extensos e ausência de suporte audiovisual afasta principalmente idosos e pessoas com

baixo letramento funcional. Diferente de outros setores, na saúde a falha de usabilidade gera consequências diretas sobre a integridade física do usuário. Mensagens de erro vagas ou a perda de prazos de agendamento por ruídos na interface resultam no abandono do acompanhamento médico. O sistema digital, que deveria mitigar as filas físicas nas Unidades Básicas de Saúde (UBS), acaba por criar uma "fila invisível" para quem não domina os fluxos do aplicativo, perpetuando o atraso em diagnósticos e na medicina preventiva.

Disnte do exposto, o núcleo do problema investigado reside nas barreiras técnicas e cognitivas que anulam o protagonismo dos usuários, rebaixando-os à dependência constante de terceiros para a gestão de suas vidas cotidianas. Essa dinâmica impõe a necessidade de um mapeamento detalhado e de um diagnóstico preciso dos pontos de fricção tecnológica que minam a autonomia de indivíduos afetados por idade avançada, baixa renda ou analfabetismo digital. Ao consolidar tais evidências, a pode ser estabelecida uma base científica para a formulação de diretrizes de design, servindo como alicerce técnico para o desenvolvimento futuro de interfaces mediadoras inclusivas.

Referências

Ginese, G. M. (2025). *Inovação tecnológica e financial deepening no setor bancário brasileiro: Estudo de caso do Nubank* [Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP. https://teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12142/tde-23022026-142105/en.html

Jogos analógicos brasileiros para transformação social

Thais Marcuz Taldivo
thais.marcuz@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Adriana Yumi Sato Duarte
ays.duarte@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Fernanda Henriques
fernanda.henriques@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Jogos são objetos culturais, e podem refletir aspectos cotidianos pelo lúdico. Segundo Huizinga (2000) todo jogo significa e exerce uma função cultural. Assim, é possível afirmar que podem ser utilizados como ferramentas comunicacionais, utilizando do lúdico para expressar ideais.

Conforme Piacentini (2011), designers de jogos atuam como facilitadores para adquirir conhecimento, conscientemente ou não, pois jogos são artefatos que possibilitam experiências significativas, criando repositórios de conhecimento potencial. Assim, graças ao caráter lúdico e estado de Flow, qualquer jogo poder ser projetado visando transmitir mensagens.

O artigo tem como objetivo principal identificar diferentes formas de utilizar jogos analógicos brasileiros como mídias ativistas, comunicando diferentes pautas sociais sem a necessidade do digital, através de estudos de caso.

Metodologia

A pesquisa se utiliza de estudos de caso, a fim de demonstrar diferentes formas de como o design de jogos analógicos pode utilizar do lúdico para a transformação social. O método utiliza a seguinte ordem: 1) Definição de design ativismo, identificando características de projetos ativistas; 2) Análise de casos voltados a criação de jogos analógicos e a transformação social; e 3) Resultados da análise, na qual será verificada se as propostas realmente funcionam como mídias de transformação social.

Definição de design ativismo

Conforme Magro Junior et al. (2020), design ativismo é a atividade que explora tópicos ativistas através do design contemporâneo. Busca uma percepção sobre as diferenças entre as ações que o design pode assumir com objetivo de enfrentar uma situação. Portanto, para um projeto ser considerado uma prática de design ativismo, deve comunicar, em alguma esfera, mobilização de ações sociais, políticas etc., com objetivo de resolução e melhora.

Análise de casos

Foram selecionadas três propostas nacionais que afirmam trabalhar temas de transformação social em seus projetos lúdicos analógicos.

1. Tijolo Estúdio (https://tijoloestudio.com.br): possui como objetivo construir jogos de tabuleiro com temáticas reais, que transmitam mensagens sobre como o mundo funciona de forma a provocar o pensamento reflexivo. Atualmente, possui dois projetos: *Imperialismo América,* jogo de tabuleiro, que aborda a influência dos EUA na América Latina durante a Guerra Fria*;* e *Censura,* jogo de cartas sobre a luta contra a ditadura militar brasileira. Ambos foram construídos em parceria com o canal do Youtube *História em Meia-hora,* com conteúdo focado em história. Além dos projetos, o estúdio pretende passar seus ideais através de seu modelo de trabalho, atuando de forma cooperativa e livre do mercado, buscando uma visão mais artística do que mercadológica.

2. Universo Simulado: Editora de livros e RPGs, focada em promover pluralidade, brasilidade e diversão. Em todo livro, são adicionados contatos para grupos de apoio, como ação para melhorar o bem-estar dos leitores. Entre seus projetos, é possível destacar *Sinistros & Monstros* (Gonçalves, s.d.), que trata temáticas como depressão, ansiedade e preservação a vida; e RADIO, que traz como protagonistas pacientes com câncer. Ambos abordam suas temáticas através de narrativas ficcionais. Adicionalmente, em alguns financiamentos coletivos, parte era destinada a ONGs.

3. Imaginário Cariri: jogo de tabuleiro que aborda a cultura da Chapada do Araripe desenvolvido coletivamente com crianças da Fundação Casa Grande - Memorial do Homem Kariri (ONG de formação social e cultural). Realizaram-se oficinas, então, as contribuições das crianças foram utilizadas para a construção do jogo, que depois foi testado por elas. Assim, as crianças não apenas participaram como inspiração, mas como autoras. O projeto também implementou ferramentas de acessibilidade para jogadores com deficiências visuais.

Resultados da análise

Todos os casos abordam tópicos ativistas tematicamente, porém, também encontraram diferentes formas de trabalhar as temáticas pela construção projetual:

1. Tijolo Estúdio: incorporou suas mensagens não apenas aos produtos, mas também na produção, conduzindo seu trabalho fora de ideais mercadológicos.

2. Universo Simulado: aborda os tópicos ativamente, publicando contatos de grupos de apoio e com a destinação de parte dos financiamentos coletivos para ONGs.

3. Imaginário Cariri: traz a coautoria de crianças que vivem a temática do jogo, assim, não apenas comunica, mas sim constrói com as pessoas abordadas.

Conclusão

Ao final, foi possível identificar diferentes formas do lúdico atuar como transformador social, revelando como o analógico consegue incorporar

tópicos ativistas, não apenas tematicamente, mas projetualmente. Os casos provaram-se atividades de design de jogos e design ativismo, atuando não somente como mídias conscientizadoras, mas ativamente para a transformação.

Referências

Editora Universo Simulado (s.d.). *Editora Universo Simulado*. Catarse. https://www.catarse.com.br/universosimulado/about

Editora Universo Simulado (2026). *RADIO: REDE DE AÇÃO E DEFESA DE INTERVENÇÃO OCULTA* [Campanha de financiamento coletivo]. Catarse. https://www.catarse.com.br/radiorpg?ref=ctrse_profile_campaigns_finished_project_card

Editora Universo Simulado (2021). *Sinistros & Monstros* [Campanha de financiamento coletivo]. Catarse. https://www.catarse.com.br/sinistrosemonstros

Fundação Casa Grande (s.d.). *A Fundação Casa Grande*. Fundação Casa Grande. https://blogfundacaocasagrande.wordpress.com

Gonçalves, L. C. (s.d.). *Sinistros & Monstros (Módulo Básico RPG)*. Universo Simulado. https://universosimulado.com.br/produto/sinistros-monstros-modulo-basico-rpg-2/

Imaginário Cariri [@imaginariocariri] (s.d.). *Posts* [Perfil do Instagram]. Instagram. Recuperado em 24 de julho de 2026, de https://www.instagram.com/imaginariocariri/

Ludopedia (s.d.). *Sinistros & Monstros.* Ludopedia. https://ludopedia.com.br/jogo/sinistros-monstros

Magro Junior, J. C., Moura, M. C. D., & Guimarães, M. J. S. (2020). Design ativismo como prática cidadã contemporânea. *Colóquio Internacional de Design*, *8*(5), 465-477.

Piacentini, M. T. (2011). *Jogo eletrônico, flow e cognição* [Dissertação de mestrado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo]

Tijolo Estúdio (2025). *Censura.* Tijolo Estúdio. https://tijoloestudio.com.br/censura-a-luta-contra-a-ditadura

Tijolo Estúdio (s.d.). *Imperialismo: América*. Tijolo Estúdio. https://tijoloestudio.com.br/imperialismo-america

La disputa cultural por «América»: ciudadanía mediática en la Super Bowl de Bad Bunny

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

Sevie Pastrana-Crespillo
seviepc@uma.es
Universidad de Málaga

Andrés Navarro-Garrido
andresnavarrogarrido@uma.es
Universidad de Málaga

El objeto de esta investigación es la actuación de Bad Bunny durante el intermedio de la Super Bowl LX. En sus trece minutos, el espectáculo situó la cultura puertorriqueña en el centro de un ritual televisivo estadounidense y otorgó al español el dominio de la banda sonora. El estudio aborda la relación entre espectáculo y pertenencia nacional en un acontecimiento seguido por una audiencia masiva. La Super Bowl ofrece una imagen de la comunidad congregada ante la pantalla y concede a la elección del intérprete un alcance público (Dayan & Katz, 1992). El precedente de Shakira y Jennifer López en 2020 confirma que el descanso permite negociar la visibilidad latina dentro de la televisión estadounidense (Van Bauwel & Krijnen, 2021).

El objetivo principal consiste en explicar cómo la puesta en escena transforma la presencia de Bad Bunny en una afirmación de ciudadanía mediática. El análisis examina asimismo qué significa «América» cuando la experiencia puertorriqueña ocupa el centro del relato. La ciudadanía cultural permite comprender esta reclamación del derecho a intervenir en la definición pública de la comunidad (Flores & Benmayor, 1997; Amaya, 2013). En Puerto Rico, sus habitantes poseen ciudadanía estadounidense, aunque la isla permanece bajo un régimen territorial que restringe su soberanía (Duany, 2017; Negrón-Muntaner, 2004). La obra reciente del artista ha incorporado esa historia colonial a una carrera de circulación global (Díaz & Rivera-Rideau, 2026).

La investigación adopta una metodología cualitativa de análisis textual audiovisual. El corpus principal está formado por la grabación oficial difundida por Apple Music tras el directo. El procedimiento divide la actuación según sus cambios de espacio y relaciona cada secuencia con el repertorio. La composición del plano se estudia junto con el montaje, de acuerdo con el análisis formal de la televisión (Butler, 2018). Las crónicas de prensa confirman hechos concretos de la puesta en escena, mientras la bibliografía académica fundamenta la interpretación histórica. El estudio se concentra en el texto audiovisual y deja la recepción en prensa o plataformas para una futura ampliación.

La hipótesis sostiene que el espectáculo formula una ciudadanía mediática latina desde una voz puertorriqueña definida. El relato reconoce la historia colonial de la isla y afirma la continuidad de su vida comunitaria. La emoción festiva introduce este argumento en el ceremonial televisivo y responde al discurso nativista que presenta a la población latina como una amenaza para la nación (Chávez, 2008). La historia del reguetón añade la memoria de un género caribeño marcado por disputas sobre la raza y la legitimidad cultural (Rivera-Rideau, 2015).

Los resultados muestran una progresión que parte del pasado colonial y culmina en una redefinición continental de «América». El cañaveral inicial

remite a la economía de plantación y sitúa la fiesta sobre la memoria del trabajo esclavizado (Scarano, 1984). Después, la casita puertorriqueña traslada al estadio una escena vecinal donde las celebridades entran como invitadas. El español conserva su autoridad durante el recorrido musical, mientras la adaptación salsera de Lady Gaga invierte la exigencia de que el artista latino modifique sus códigos para acceder al mercado generalista. «Lo que le pasó a Hawaii» incorpora la relación colonial contemporánea. «El Apagón» recuerda la fragilidad de la red eléctrica tras una catástrofe agravada por el abandono institucional (Bonilla & LeBrón, 2019). En el cierre, Bad Bunny nombra los países del continente después de pronunciar «God bless America» y reserva la última afirmación a Puerto Rico. «América» pasa a designar una comunidad panamericana articulada desde el Caribe.

Las conclusiones confirman la convivencia entre la emoción integradora del ritual y una modificación del sujeto de esa integración. El amor funciona como fórmula de consenso, pero la puesta en escena identifica quién habla y desde dónde. La actuación reclama para Puerto Rico un lugar central en la imagen pública de «América» y presenta la latinidad como parte constitutiva de la nación televisada. Su dependencia de la infraestructura comercial de la NFL y Apple Music delimita el alcance político de la intervención. Aun bajo esa tensión, durante el directo la voz puertorriqueña transformó la ceremonia en una afirmación de pertenencia y continuidad.

Referencias

Amaya, H. (2013). *Citizenship excess: Latino/as, media, and the nation*. New York University Press. https://doi.org/10.18574/nyu/9780814708453.001.0001

Bonilla, Y., & LeBrón, M. (Eds.). (2019). *Aftershocks of disaster: Puerto Rico before and after the storm*. Haymarket Books.

Butler, J. G. (2018). *Television: Visual storytelling and screen culture* (5th ed.). Routledge.

Chávez, L. R. (2008). *The Latino threat: Constructing immigrants, citizens, and the nation*. Stanford University Press.

Dayan, D., & Katz, E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. Harvard University Press.

Díaz, V., & Rivera-Rideau, P. R. (2026). *P FKN R: How Bad Bunny became the global voice of Puerto Rican resistance*. Duke University Press. https://doi.org/10.1215/9781478062097

Duany, J. (2017). *Puerto Rico: What everyone needs to know* (2nd ed.). Oxford University Press.

Flores, W. V., & Benmayor, R. (Eds.). (1997). *Latino cultural citizenship: Claiming identity, space, and rights*. Beacon Press.

Negrón-Muntaner, F. (2004). *Boricua pop: Puerto Ricans and the Latinization of American culture*. New York University Press.

Rivera-Rideau, P. R. (2015). *Remixing reggaetón: The cultural politics of race in Puerto Rico*. Duke University Press.

Scarano, F. A. (1984). *Sugar and slavery in Puerto Rico: The plantation economy of Ponce, 1800-1850*. University of Wisconsin Press.

Van Bauwel, S., & Krijnen, T. (2021). Let's get loud: Intersectionally studying the Super Bowl's halftime show. *Media and Communication, 9*(3), 209-217. https://doi.org/10.17645/mac.v9i3.4152

Mobilizações políticas contemporâneas: dinâmicas e repertórios antifeministas

Carla Negrim Fernandes de Paiva
carla.negrim@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Isadora da Silva Prestes
isadora.prestes@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Caroline Kraus Luvizotto
caroline.luvizotto@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A relação entre as formas de participação e os meios de comunicação é amplamente estudada para aprofundar a compreensão da influência da cobertura midiática e suas lógicas sobre as estratégias de ação de atores políticos e sociais. Com a ascensão das tecnologias digitais, as formas de participação em rede se potencializaram, fazendo com que diferentes atores, como ativistas e movimentos sociais, passassem a desfrutar dos ambientes digitais como canais estratégicos (Castells, 2013). Com a expansão significativa dos horizontes da comunicação online e suas possibilidades de interação, plataformas como X e Instagram se consolidaram como espaços importantes para o engajamento político-social e para a construção e disseminação de pautas e demandas sociais.

De acordo com Thompson (2005), a internet introduziu benefícios que a diferenciam dos meios de comunicação tradicionais, especialmente no que diz respeito à visibilidade, anteriormente restrita a um grupo limitado responsável pela produção de conteúdo. Diferentes atores passaram a utilizar esses canais para expressar demandas e mobilizar interlocutores, tornando a busca por visibilidade e apoio social permeada por negociações e disputas simbólicas que moldam a esfera pública. Embora essas plataformas e tecnologias tenham ampliado o acesso à informação e dado voz a grupos historicamente marginalizados, também favoreceram contranarrativas que contestam essas agendas no espaço público.

Essa dinâmica é particularmente evidente no contexto dos feminismos, que, nas últimas décadas, conquistaram crescente visibilidade e espaço nas redes sociais. No entanto, em decorrência da onda conservadora que se difundiu e se consolidou por diversas partes do mundo na última década, observou-se uma resistência crescente ao avanço de agendas progressistas. Movimentos feministas se tornaram alvo de ataques conservadores fundamentados em valores tradicionais e na preservação de normas patriarcais, configurando-se como uma reação direta às reivindicações feministas por igualdade de gênero, autonomia e direitos reprodutivos, por exemplo. Nesse sentido, observa-se que movimentos sociais progressistas não são os únicos a disputar o espaço público de visibilidade, grupos antagônicos também organizam suas próprias redes de mobilização para expressar suas insatisfações e, por meio da relação interacional e de influência mútua que se estabelece entre esses atores (Silva & Pereira, 2020), definem suas estratégias a partir da mobilização e visibilidade conquistados, tensionando o cenário social (Chagas & Massuchin, 2022).

As práticas de ambos os atores adquirem novos contornos ao se articularem ao ambiente midiático marcado pelo alto fluxo informacional e pela circulação difusa do conhecimento, consolidando um novo modo de mobilização de públicos e de atuação estratégica por meio da combinação de repertórios tradicionais e digitais com suportes algorítmicos que hoje participam

da própria reorganização das condições de mobilização e circulação política. Diante desse cenário, este estudo tem como objetivo compreender as formas de organização do movimento antifeminista a partir de suas agendas, dinâmicas de comunicação e repertórios de ação construídos em relação simbiótica com os movimentos feministas, bem como os impactos da dimensão tecnopolítica nas formas de participação contemporâneas.

Para atingir esse objetivo, adota-se uma metodologia híbrida que combina pesquisa exploratória e bibliográfica. A pesquisa conta com entrevistas em profundidade realizadas com quatro pesquisadoras internacionais especialistas no tema, com o intuito de obter informações sobre os estudos e a atuação do contramovimento antifeminista, seus atores e os impactos nas práticas cidadãs. Portanto, uma vez que o trabalho não se baseia diretamente em atores vinculados ao campo antifeminista, o texto analisa interpretações qualificadas sobre o objeto que são também amparadas pela literatura acessada. Dessa forma, a etapa bibliográfica permite sustentar as visões das pesquisadoras e comparar a realidade descrita às novas formas de organização desse movimento em nível internacional. Os resultados apontam que feminismos e antifeminismos não podem ser compreendidos isoladamente, pois se constituem relacionalmente por meio da apropriação, ressignificação e disputa de repertórios de ação e discursos em circulação. Essa dinâmica evidencia que as mediações digitais reconfiguram a ação coletiva e ampliam a articulação e o alcance do antifeminismo, com efeitos sobre a participação cidadã, as disputas em torno do gênero e a democracia.

Referências

Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Zahar.

Chagas, V., & Massuchin, M. G. (2022). Repertórios e estratégias do ativismo digital de direita. En Tatagiba, L., Almeida, D. R., Lavalle, A. G., & Silva,

M. K. (Orgs.), *Participação e ativismos: entre retrocessos e resistências* (pp. 207-231). Zouk.

Silva, M. K., & Pereira, M. M. (2020). Movimentos e contramovimentos sociais: o caráter relacional da conflitualidade social. *Revista Brasileira de Sociologia*, *08*(20). https://doi.org/10.20336/rbs.647

Thompson, J. B. (2005). The new visibility. *Theory, culture & society*, *22*(6), 31-51.

Políticos influencers: a comunicação política na lógica das redes sociais

Alice Gonsalez
alice.gonsalez@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

As redes sociais, definidas como a união indissociável entre os atores, pessoas, instituições ou grupos, e suas conexões, interações ou laços sociais (Recuero, 2009), reconfiguraram as dinâmicas da comunicação política contemporânea ao transformarem o ambiente de circulação de mensagens em uma arena contínua de disputas simbólicas e performances estéticas. Se, na perspectiva clássica proposta por Arendt (2002), a política nasce do "intra-espaço" e da convivência entre os diferentes em um cenário de deliberação coletiva, o ecossistema digital contemporâneo desloca essa experiência para as plataformas de redes sociais. Nesses ambientes, a legitimidade pública é constantemente negociada por meio do compartilhamento de imagens, narrativas audiovisuais e construções identitárias.

Esse cenário favorece o surgimento dos chamados políticos influencers, atores políticos que incorporam estratégias comunicacionais típicas dos influenciadores digitais para fortalecer sua presença pública e ampliar o engajamento com os eleitores. Conforme demonstram Montesso Júnior e Terra (2025), os gestores e representantes políticos adaptam-se aos formatos algorítmicos vigentes e empregam "características de influencers, como a busca da

proximidade, do carisma e da autenticidade para manter uma imagem positiva junto aos cidadãos" (Montesso Júnior & Terra, 2025, p. 1). Trata-se de uma estratégia inserida na lógica da campanha permanente, em que os políticos buscam construir e manter uma base de apoio popular, tendo como estratégia o uso de meios de comunicação (Montesso Júnior & Terra, 2025, p.34).

A transformação desse espaço político pode ser compreendida a partir do conceito de midiatização. Para Sodré (2006, p. 16), a comunicação contemporânea é marcada pela constituição de um "bios virtual", entendido como a "articulação das instituições com as mídias", no qual a experiência social passa a ser reorganizada por processos comunicacionais mediados tecnologicamente. Trata-se de um "novo tipo de ordem social" (Sodré, 2006, p. 101), em que as formas de interação, visibilidade e participação são reconfiguradas pelas lógicas midiáticas. Nesse contexto, a política também é transformada. Segundo o autor, a tecnointeração toma o lugar da mediação, deslocando os atores políticos da prática representativa para a "performance imagética", convertendo o espetáculo em relação social (Sodré, 2006, p. 161). Como consequência, a articulação da mídia com as instituições da sociedade tradicional faz com que faz com que "a imagem (e não o conteúdo, o discurso argumentativo das promessas e projetos)" ocupe posição central na condução do processo político (Sodré, 2006, p. 164). A representação política, portanto, deixa de se sustentar apenas por programas e propostas, passando a depender cada vez mais da capacidade de produzir visibilidade, reconhecimento e engajamento nas plataformas digitais.

Nesse ambiente, a dimensão estética da comunicação assume papel central na construção da visibilidade política. As plataformas digitais privilegiam linguagens marcadas pela imagem, pelo vídeo e por recursos audiovisuais que organizam a atenção dos usuários e influenciam a forma como os candidatos constroem sua presença pública. A comunicação político-eleitoral passa, assim, a incorporar estratégias que articulam elementos visuais, narrativos

e performáticos, aproximando-se das lógicas comunicacionais próprias das redes sociais.

Compreender essas dinâmicas torna-se, portanto, fundamental para analisar as transformações contemporâneas da comunicação política eleitoral e as formas pelas quais as redes sociais reconfiguram a construção da imagem pública, a disputa por atenção e as estratégias de aproximação entre candidatos e eleitores.

Referências

Arendt, H. (2002). *O que é política?* Bertrand Brasil.

Montesso Júnior, J. A., & Terra, C. F. (2025). Políticos influencers? Análise a partir da atuação de prefeitos no TikTok. *Lumina*. https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/003252189.pdf

Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Sulina.

Sodré, M. (2006). *As estratégias sensíveis: Afeto, mídia e política*. Vozes.

Museo de memes venezolano: Nawará Memezuela

Luis Alfonso Briceño Montilla
ciudadbohemia1@gmail.com
Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (Unermb)

Jhonatan Mata Alves Pereira
jhonatan.mata@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

En Venezuela se produjo una explosión memética a partir del 3 de enero del presente año como un fenómeno cultural exponencialmente notorio. Ese evento geopolítico de gran impacto mediático precipitó una diversidad de manifestaciones simbólicas digitales como expresiones de diversos matices y tensiones. En un contexto donde los tradicionales modos de preservación documental promovidos por la UNESCO (2003), se encuentran constantemente amenazados por la posibilidad de su desaparición, pensar al meme como una extensión de objetos culturales no convencionales es una tarea de nuestro presente. Como lo afirma Giovine y Romero (2022), el artefacto memético ha adquirido un valor potencial como patrimonio cultural acorde a su esencia documental.

Antecedentes: panorama venezolano y brasileño

En Brasil, el antecedente directo se sitúa sobre el Museu do Memes de la (Universidade Federal Fluminense, s.f.), creado en el año 2015 y coordinado

por el profesor e investigador Viktor Chagas como uno de los primeros museos de memes en el país (Chagas, 2024). El proyecto articula la preservación memética, extensión e investigación académica, generando actividades de exposiciones tanto virtuales como presenciales.

Marco teórico: patrimonio digital y mediatización memética

Esta propuesta se inscribe en la intersección entre los estudios de memes y la preservación del patrimonio digital. En el plano disciplinar, el campo ha desplazado su eje fundacional desde el plano de la memética evolutiva de Dawkins (1993) hacia una comprensión cultural y situada del fenómeno, consolidada por Shifman (2014), quien define el meme de internet como unidad de imitación, creación y transformación colectiva en la cultura digital contemporánea. Tal perspectiva es retomada y expandida por (Chagas & Stefano, 2024), cuyo trabajo se enmarca sobre los aspectos estéticos y semióticos casualmente publicado en un dossier dedicado a las transformaciones de la mediatización en la cultura digital.

El Museo de Memes Venezolano en clave memefágica

El caso venezolano reconfigura al meme como archivo vivo, apropiación o forma de resistencia cultural a través de la adopción acrítica, el rechazo, la ironía y la memoria colectiva, compartido entre productores y audiencias. A partir del 3 de enero de 2026, la publicación de Donald Trump en *Truth Social* sobre el apresamiento del Presidente Nicolás Maduro, posteriormente la colocación de la bandera norteamericana sobre diferentes territorios de América y la afirmación de un eventual "Estado 51" para Venezuela, desataron una ola inmediata de respuestas meméticas, documentando en tiempo real cómo el sujeto mediático venezolano construye y disputa sentido frente al discurso imperial. Así, el diseño metodológico completo de recolección, tipología y catalogación del corpus se desarrolla en un trabajo aparte. Entre los artefactos

más representativos de ese corpus se observa la adopción irónica de figuras y símbolos estadounidenses en sustitución de referentes propios, así como la naturalización estética de la injerencia como forma de autodevoración cultural

Conclusión

La creación del Museo de Memes Venezolano constituye una respuesta necesaria a la fragilidad estructural del patrimonio digital en el país. Este corpus inicial demuestra que los memes son archivos vivos, capaces de condensar narrativas colectivas y operar como dispositivos de activismo mediático y disputa simbólica. Como proyecto experimental, más no en la idea del museo memético ya validada por el precedente brasileño, exige una aplicación distinta dado el contexto político venezolano y la carencia de antecedentes. Lo cual exige un registro de diversas capas, niveles y tipificaciones en un escenario de censura estatal y propia disputa simbólica generada a partir del dispositivo memético. Por tanto, el museo se proyecta como espacio de memoria de las subjetividades digitales venezolanas y la posibilidad de construir un puente académico entre ambos países.

Referencias

Chagas, V., & Stefano, L. (2024). A linguagem dos memes: aspectos estéticos e semióticos dos conteúdos digitais. *Designis, 41*, 143-154. https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2024/10/designis-i41p143-154.pdf

Dawkins, R. (1993). *El gen egoísta Las bases biológicas de nuestra conducta.* Salvat.

Giovine, M., & Romero, M. (2022). Los memes y su valor potencial como patrimonio cultural en el contexto del giro icontextual. Nierika. *Revista de Arte Ibero,* (21), pp. 22-43. https://doi.org/10.48102/nierika.vi21.63

Universidade Federal de Fluminense. (s.f.). Museu do Memes. https://museudememes.com.br/sobre

Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture.* MIT Press.

Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2003, 15 de octubre). Carta de la UNSECO para la Preservación del Patrimonio Digital. https://www.unesco.org/es/legal-affairs/charter-preservation-digital-heritage

O espetáculo do laudo tardio: performance, diálogo e volatilidade identitária no Instagram

Viviane Euclydes da Silva
vieuclydes@id.uff.br
Universidade Federal Fluminense

Alexandre Farbiarz
alexandrefarbiarz@id.uff.br
Universidade Federal Fluminense

O aumento de diagnósticos de Transtorno do Espectro Autista (TEA) em adultos tem impulsionado a formação de redes de ativismo digital nas mídias contemporâneas, especialmente no Instagram, onde sujeitos diagnosticados tardiamente utilizam recursos técnicos e visuais para estruturar suas trajetórias biográficas. Diante da tensão entre a invisibilidade histórica e a exposição digital, este resumo objetiva descrever de que maneira adultos diagnosticados tardiamente com autismo utilizam as dinâmicas de visibilidade do Instagram para transitar do esgotamento provocado pela camuflagem social (*masking*) para a construção de uma identidade coletiva de inclusão. Nossa hipótese de trabalho sustenta que a plataforma atua como um espaço de transição identitária onde o sujeito neurodivergente subverte a lógica da fachada massificada. O Instagram funciona como um dispositivo de exteriorização da linguagem e de ressignificação dialógica, permitindo que o sofrimento psíquico decorrente do diagnóstico tardio se converta em ativismo digital e letramento coletivo.

Para a consecução deste estudo, buscamos, inicialmente, mapear os recursos multimodais utilizados pelos criadores para expor a transição entre os bastidores do esgotamento e a fachada pública. Subsequentemente, propomos discutir como a interação dialógica nos comentários e a performance biográfica transformam o relato individual em um ecossistema de ativismo midiático, apoio e emancipação que promove a cidadania e desafia o estigma social.

Nossa estrutura metodológica adota uma abordagem qualitativa pautada no mapeamento algoritmicamente mediado. Diante do vasto volume de dados, utilizamos o agente digital Manus AI para realizar uma varredura através de hashtags estratégicas como #DiagnosticoTardio e #MascaramentoAutista, otimizando a triagem e a categorização semântica preliminar. A amostragem intencional resultou em um *corpus* definitivo de quatro perfis ativos de relevância no cenário nacional: @sabriineti (766K seguidores), @leodotaxirj (763K seguidores), @nadimexx (91K seguidores) e @kelllamare (45K seguidores). O estudo integra a perda de perfis anteriormente mapeados, como o @viagem_atipica, como um dado científico que demonstra a volatilidade ética e a exaustão do trabalho digital neurodivergente. A amostra final, composta por 50% de mulheres, 25% de homens e 25% de pessoas não-binárias, reflete criticamente as barreiras de gênero no acesso ao laudo clínico. Esta análise multimodal dialoga diretamente com o estudo de Lucena e Oliveira (2023), que demonstra como o compartilhamento de narrativas autobiográficas no Instagram permite que sujeitos autistas transitem da condição de objetos do discurso médico para a posição de autores de suas próprias biografias, utilizando a rede para ressignificar o sofrimento e reconstruir identidades coletivas.

Nossa fundamentação teórica encontra ancoragem na microssociologia de Erving Goffman, especificamente no conceito de gerenciamento de impressões. Conforme o autor, a fachada “é o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação” (Goffman, 1975, p. 29). No contexto do autismo

adulto, a fachada manifesta-se no *masking*, um esforço exaustivo de mimetizar comportamentos neurotípicos para evitar o estigma. Os resultados revelam que o Instagram funciona como uma arena de negociação entre essa fachada pública de sociabilidade e os bastidores domésticos da exaustão autista. É nesse espaço de refúgio digital que o ator busca "abandonar sua fachada, deixar de dizer suas falas e sair de seu papel" (Goffman, 1975, p. 107). Perfis como @nadimexx e @sabriineti evidenciam essa dinâmica ao descreverem como o 'ensaio milimétrico' de interações servia como ferramenta de idealização social antes do diagnóstico. Criadores como @leodotaxirj e @kelllamare utilizam *Reels* confessionais e esquetes de humor para politizar suas dores, transformando a estranheza da infância em pauta de cidadania.

Essa performance estabelece uma relação direta com uma linguagem essencialmente dialógica. À luz da teoria de Bakhtin (2016), as narrativas ultrapassam o caráter de relatos confessionais e passam a constituir enunciados em constante diálogo com o outro. É na interação dialógica dos comentários, onde a audiência responde, valida e compartilha vivências análogas, que o discurso do laudo tardio perde o caráter de inadequação individual e passa a integrar uma voz social coletiva sob o lema 'agora tudo faz sentido'. Concluímos que a performance do laudo tardio constitui um ato político de despatologização, no qual a subversão das normas de interação fundamenta uma rede de inclusão, acolhimento e letramento sobre a neurodiversidade, consolidando práticas de cidadania na cultura digital.

Referências

Alves, S. [@sabriineti]. (s.d.). *Publicações* [Perfil do Instagram]. Instagram. https://www.instagram.com/sabriineti

Bakhtin, M. (2016). *Os gêneros do discurso* (P. Bezerra, Trad.). Editora 34.

Borges, J. [@viagematipica]. (s.d.). *Publicações* [Perfil do Instagram]. Instagram. https://www.instagram.com/viagematipica

Goffman, E. (1975). *A representação do eu na vida cotidiana*. Vozes.

Lamare, K. [@kelllamare]. (s.d.). *Publicações* [Perfil do Instagram]. Instagram. https://www.instagram.com/kelllamare

Lucena, L. C. de, & Oliveira, I. C. G. de. (2023). O transtorno de espectro autista e as experiências narrativas de mulheres no Instagram. *Interface - Comunicação, Saúde, Educação, 27*, e220305. https://doi.org/10.1590/interface.220305

Manus AI. (2026). *Manus.space* (Versão 1.0) [Agente de inteligência artificial]. manus.space.

Nadime. [@nadimexx]. (s.d.). *Publicações* [Perfil do Instagram]. Instagram. https://www.instagram.com/nadimexx/

Silva, L. [@leodotaxirj]. (s.d.). *Publicações* [Perfil do Instagram]. Instagram. https://www.instagram.com/leodotaxirj/

O OBSCURECIMENTO DA DIVERSIDADE CULTURAL PARA AS MENTES MIDIATIZADAS

Vivianne Lindsay Cardoso
vl.cardoso@unesp.br
Universidade Estadua Paulista (UNESP)

Em meio a Era da Informação e Tecnologia o ser humano vive uma crise de humanidade. Permeado por crises climáticas, altos índices de adoecimentos mental e emocional, suicídios, violências e escassez de tempo, o que foi ofertado pelo sistema capitalista como uma era de facilidades, encontra-se imersa em uma dependência tecnológica das mentes que buscam - a todo instante nas tecnologias - respostas, relações, prazeres, sentido, descanso, entre outros princípios essenciais do ser humano. O que seria uma era de amplo acesso e conhecimento, tornou-se uma era de obscurecimento e escassez. A ausência de tempo e clareza se amplifica diante do outro, do diverso, do que não lhe é familiar ou compreendido, mas também diante de sua própria cultura, de sua identidade, de suas singularidades e, por fim, de sua própria humanidade.

Objetiva-se nesta pesquisa compreender como as mudanças tecnológicas midiáticas têm atuado nas relações humanas para um cenário social capitalista de obscurecimento da diversidade cultural. De abordagem qualitativa, esta pesquisa utiliza o método do materialismo histórico-dialético. São utilizadas também as pesquisas bibliográfica e documental. A partir do conceito *human fracking*, são considerados na análise os elementos: tempo,

dados, algoritmos, engajamento emocional, solidão, *deep work* (concentração sem distração), desaceleração, contemplação, descanso e pensamento crítico.

Compreende-se obscurecimento como "ato ou efeito de obscurecer(--se); atitude pouco precisa; escassez ou ausência de luz; escuridão" (Michaelis, 2026, s.d.). Já a diversidade cultural é fundamentada na Convenção Sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais para o Brasil, regulamentada por meio do *Decreto nº 6.177*, de 2007: "Diversidade cultural" refere-se à multiplicidade de formas pelas quais as culturas dos grupos e sociedades encontram sua expressão. (Convenção, 2007, p. 5). O conceito *human fracking* surge entre o final de 2025 e início de 2026, sendo fundamentado na obra "Attensity!: A manifesto of the attention liberation movement" (Friends & Schimidt, 2026). Ele define o processo pelo qual as plataformas de tecnologia e os algoritmos comportamentais, impulsionados pelo uso de inteligência artificial, são capazes de aplicar métodos de extração de alta pressão sobre a psique humana para retirar recursos cognitivos que sejam monetizáveis, assim como a extração de petróleo é feita da Terra.

O resultado da extração de alta pressão envolve a fragmentação da atenção humana com quebra de foco contínuo; a desregulação do cérebro por meio de gatilhos dopaminérgicos com alta intensidade que condicionam o comportamento de reação e não reflexão; a redução da capacidade de reflexão profunda gerando uma atenção difusa, reativa e superficial impulsionadas pelo consumo contínuo de conteúdos; reações emocionais involuntárias por meio da sobrecarga informacional e o limite neurológico. Criam-se, assim, resíduos compreendidos como tóxicos que são gradualmente absorvidos pelo indivíduo e refletidos na sociedade. Entre eles: sobrecarga cognitiva; fadiga crônica; ansiedade; desregulação do sistema dopaminérgico; desestruturação das dinâmica de convívio social; polarização; e conflitos (Friends & Schimidt, 2026).

Por meio das tecnologias informacionais, criam-se bolhas algorítmicas de consumo voltadas aos interesses segmentados. A realidade torna-se

fragmentada e as desregulações geradas impactam diretamente no obscurecimento diante de temáticas da vida e da sociedade que sejam diversas aos interesses pré estabelecidos e conhecidos de cada indivíduo. A segmentação de visão e compreensão de mundo impacta diretamente nas possibilidades reflexivas, entre elas curiosidades, análises críticas, aquisição de novas perspectivas sociais e criativas que são estruturantes nas dinâmicas presentes nos escopos que envolvem a diversidade cultural. O diverso, o singular, o estranho, o novo, são gradualmente apagados da presença ou sequer existem possibilidades de acesso pelas mentes midiatizadas. Dessa forma, tornam-se presentes nas mentes midiatizadas os elementos que integram a diversidade cultural apenas quando puderem ser monetizados.

Como medida de restauração da soberania mental Friends & Schimidt (2026) propõem uma transição do consumo passivo para uma autonomia da atenção por meio da reconstrução da densidade cognitiva, bloqueios de meios de extração e rejeição de designs e arquiteturas de engajamento sustentados na pressão dopaminérgica. Dessa forma, as questões ligadas ao tempo, a concentração, a desaceleração, a contemplação, ao descanso e ao pensamento crítico voltam à presença do ser humano, ao ser social. Com o rompimento da alienação hiperconectada, o desobscurecimento diante da diversidade cultural se torna possível.

A restauração da soberania mental envolve a reconstrução de uma autonomia e, para isso, tornam-se necessárias ações e hábitos que sejam diversos aos do sistema social condicionado. Oportuniza-se, assim, a diversidade cultural. Krenak (2020) defende que há condições diversas de vida que hoje o sistema social instaurado as ignora ou as considera subumanidades, mas que devem ser vistas, respeitadas e valorizadas. Tal diversidade, quando vista e compreendida, inclusive com suas peculiaridades e singularidades históricas, como é o caso dos povos indígenas, podem conter sabedorias essenciais para a reconstrução da humanidade do ser social.

Referências

Dicionário Brasileiro de Língua Portuguesa. (2026). https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro

Krenak, A. (2020). *A vida não é útil*. Cia das Letras.

The Friends of Attention; Schimidt, Peter Schmidt. (2026). *Attensity!: a manifesto of the attention liberation movement*. Audiobook.Convenção (2006). *Convenção Sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais para o Brasil*. Unesco. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000150224

Performatividade digital dos técnicos de extensão agrária: mediações comunicacionais da aquacultura nas redes sociais em Gondola, Moçambique

Vánia Tembe
vania.tembe@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Este artigo apresenta a performatividade digital dos técnicos de extensão agrária do no Projecto de Desenvolvimento da Aquacultura de Pequena Escala (PRODAPE), no Distrito de Gondola, na Província de Manica, no centro de Moçambique. Entende-se que a comunicação ocupa um lugar central nos processos de desenvolvimento rural, pois a difusão de conhecimentos técnicos, a partilha de experiências produtivas e a construção de relações de confiança entre técnicos e comunidades dependem de processos comunicacionais capazes de promover o diálogo, a participação e a aprendizagem colectiva.

A expansão das plataformas digitais tem transformado profundamente as práticas comunicacionais em contextos organizacionais e comunitários, criando novas formas de circulação de informação e de produção de sentidos sociais. Observa-se actualmente uma crescente presença de práticas comunicacionais espontâneas protagonizadas por actores directamente envolvidos nas actividades sociais.

Segundo Mendes (2025), a Agenda 2030 tem um objectivo simultaneamente simples e complexo: "não deixar ninguém para trás. Todos podem participar da implementação dos Objectivos de Desenvolvimento Sustentável, assim, é pensando nos ODS. Assim, este estudo articula-se a partir de um processo participativo.

A partir de um levantamento teórico e empírico, pretende-se investigar como a Comunicação e a Extensão pensada por Freire podem ser utilizadas para legitimar acções de comunicação que garantam um modelo dialógico de relacionamento e em que medida as práticas digitais espontâneas contribuem para a construção da comunicação institucional e fortalecimento de processos comunicacionais associados à cidadania mediática?

O corpus empírico é constituído por conteúdos digitais publicados por técnicos de extensão agrária do PRODAPE em Grupos e stories da plataforma WhatsApp. A estratégia analítica baseia-se na técnica de análise de conteúdo, inspirada nos contributos de Bardin(2016), articulada com a perspectiva de pesquisa qualitativa desenvolvida por Minayo (2014), tem como objectivo geral compreender de que forma a comunicação espontânea realizada pelos técnicos de extensão agrária nas plataformas digitais contribui para a construção simbólica e operacional da comunicação institucional do PRODAPE mas e especificamente: a) identificar os principais tipos de conteúdos audiovisuais partilhados pelos técnicos; b) analisar as características narrativas, culturais e comunicacionais presentes nessas publicações; c) discutir o potencial dessas práticas como estratégia emergente de comunicação institucional e de promoção da cidadania mediática em contextos de desenvolvimento rural.

A discussão teórica dialoga, principalmente com Paulo Freire nos preceitos da comunicação e extensão. Para Freire(1983), a extensão rural não deve ser compreendida como simples transferência de conhecimentos técnicos, mas como processo dialógico de construção colectiva. A presença activa dos técnicos de extensão e dos aquacultores nas narrativas digitais observadas

nesta investigação aproxima-se dessa perspectiva freiriana, na medida em que evidencia processos comunicacionais baseados na partilhas na proximidade e na valorização das experiências locais, mas também são apresentadas discussões de comunicação relacional por Marchiori (2014) e performatividade aliada a comunicação participativa com Volpato, Paiva & Luvizotto (2025).

Leeker (2017, p. 22) refere a performatividade como poder mágico que determina, portanto, que o reconhecimento seja suspenso e substituído pela fusão dos agentes humanos com seu ambiente tecnológico.

Embora o PRODAPE possua meios formais de comunicação, verifica-se que parte significativa da visibilidade do cotidiado do projecto, no distrito de Gondola é produzida, executada e divulgada por técnicos de extensão agrária, documentando diversas etapas do processo produtivo da aquacultura. Mas entende - se que a performativiadde deve ter alinhamento comunicacional institucional e formal para que se configure como um processo de comunicação participativa.

Referências

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Freire, P. (1983). *Extensão ou comunicação?* (7ª ed.). Paz e Terra.

Leeker, M. (2017). Performing (the) digital. HISTORICIZING Positions of critique in digital cultures Leeker, M. Schipper, I. Beyes (Eds.), *Performing the Digital Performativity and Performance Studies in Digital Culture* (pp 21-59). Transcript Digital Society.

Marchiori, M. (2014). *Comunicação organizacional: perspectivas e processos*. Difusão.

Minayo, M. C. S.(2014*). O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde.* Hucitec editora Lda.

Mendes, D. F. (2025). *Desafios, oportunidades e lições aprendidas na preparação das RLVs no distrito e município de Gondola*. Governo do Distrito de Gondola.

Volpato, A. N., Paiva C. N. F., & Luvizotto C. K. (2025). *Relações públicas e movimentos sociais: dilemas da visibilidade em plataformas digitais.* Revista Internacional de Relaciones Públicas.

Ruralidades em conflito: Amazônia como faroeste e indigenização midiática em *O Território*

Caio Dayrell Santos
caiosantoscomunica@gmail.com
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

No alto de uma árvore, uma arara se alimenta enquanto, do chão, um sapo coaxa. Um sagui observa atentamente, e o ambiente mistura cantos de pássaros, chiados de macacos e o som persistente de um motor. Com uma motosserra, posseiros derrubam a floresta e ateiam fogo nos troncos caídos. Quando o incêndio ganha força, montam em suas motos e partem, deixando que as chamas façam o resto do trabalho.

Vencedor de um Emmy e premiado em Sundance, *O Território* acompanha, ao longo de três anos, um conflito fundiário na Terra Indígena Uru-Eu-Wau-Wau, em Rondônia — uma das regiões mais pressionadas pela expansão da fronteira agrícola no Brasil. A comunidade indígena organiza vigilância para proteger o território, enquanto pequenos produtores rurais avançam sobre a terra na tentativa de ocupá-la. O documentário de Alex Pritz registra os dois lados do embate.

O conflito se situa no contexto da eleição e do governo de Jair Bolsonaro, evidenciando como a ascensão da extrema direita em Brasília repercutiu numa região remota, na fronteira com a Bolívia. Bitaté Uru-Eu-Wau-Wau,

de 18 anos, assume a liderança de seu povo enquanto assiste, no celular, à palestra em que Bolsonaro promete acabar com as reservas indígenas e quilombolas; já o grileiro Sérgio Antônio, à frente da associação que tenta ocupar a terra indígena, ouve pelo rádio a cobertura da eleição.

O Território revela o choque entre visões de mundo radicalmente distintas, num cenário de desigualdade histórica no acesso à terra e de fragilidade das instituições estatais. Os Uru-Eu-Wau-Wau defendem um modo de vida enraizado no território, combinando saberes tradicionais e tecnologias digitais; os colonos reivindicam posse e cultivo em nome da produtividade, sustentados por discursos que deslegitimam direitos indígenas. A câmera de Pritz conecta a violência local aos discursos em Brasília e às lógicas globais do extrativismo.

Ao situar o filme no campo da comunicação rural contemporânea, este artigo investiga como diferentes concepções de ruralidade se confrontam na Amazônia. Há uma "ruralidade legítima" (Maia, 2022), associada ao agronegócio e a uma lógica metrópole-colônia, marcada pela expansão produtiva e por ideais nacionais de desenvolvimento — modelo que muitas vezes se sustenta em práticas de violência e expropriação (desmatamento ilegal, grilagem, expulsão de comunidades tradicionais) validadas pelos discursos modernizadores. De outro, emerge uma "ruralidade improdutiva", forma contemporânea do que Chambouleyron et al. (2020) chamaram de "ruralidade indígena", baseada na preservação de modos de vida tradicionais e no cuidado com os ecossistemas. Essas ruralidades não coexistem de forma neutra: a imposição da primeira atualiza a violência colonial histórica, enquanto a segunda é constantemente sub-representada nos discursos oficiais.

O conceito de agonismo, de Chantal Mouffe (2000), ajuda a interpretar o que está em jogo. Diferentemente da ideia de consenso racional, o agonismo reconhece a permanência do conflito nas sociedades democráticas: não como guerra destrutiva, mas como disputa entre adversários que compartilham um

compromisso mínimo de convivência, em que antagonismos são reinscritos em formas que tornam possível o dissenso sem a aniquilação do outro. A disputa retratada no filme — entre indígenas e colonos, ambos vulneráveis, mas em posições desiguais — ilustra os limites dessa dinâmica: evidencia assimetrias brutais, mas mostra como o conflito permanece estruturante e inevitável, reafirmando a pertinência de um pluralismo agonístico.

O documentário atua como material empírico privilegiado para investigar mudanças na comunicação rural na interseção entre processos socioambientais e digitalização. Os Uru-Eu-Wau-Wau mobilizam drones, redes sociais e registros audiovisuais para registrar invasões e divulgar sua perspectiva ao público. Há, como propõe Pereira (2010), uma "indigenização" das mídias: os dispositivos tecnológicos são apropriados a partir das cosmologias desses povos, e essas "mídias nativas" operam como vetores de multiplicação de vozes, desestabilizando a lógica unívoca da história ocidental — arena de disputa entre modelos de desenvolvimento, modos de vida tradicionais e formas de resistência socioambiental.

Referências

Chambouleyron, R., Arenz, K. H., & Melo, V. S. D. (2020). Ruralidades indígenas na Amazônia colonial. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. *Ciências Humanas, 15*(1), e20190027. https://doi.org/10.1590/2178-2547-bgoeldi-2019-0027

Maia, J. F. S. (2022). *"Tem que sair da Selva!" - Ruralidade Legítima e Estereotipificação de indígenas no centro do Maranhão* [Trabalho apresentado]. ST58: Ruralidades contemporâneas: desafios teóricos e metodológicos para análise das transformações socioterritoriais.

Mouffe, C (2000). *The democratic paradox.* Verso.

Pereira, E. (2010). Mídias Nativas: a comunicação audiovisual indígena - o caso do projeto Vídeo nas Aldeias. *Revista Ciberlegenda*, (23).

Saberes silenciados: caminhos de um discurso outro sobre o fazer jornalístico

Marina Lopes de Souza
lopes.marina@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Wedencley Alves
wedencley.alves@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

A história do jornalismo negro no Brasil se aproxima de dois séculos, mais precisamente 193 anos, como um espaço de tentativas de viabilização de pautas inerentes à população negra em contraponto à imprensa hegemônica. Dos jornais e revistas à TV e ao rádio, até chegar à era das redes, não faltaram iniciativas - por vezes duradouras, por vezes efêmeras, dadas as próprias condições materiais de produção e circulação - de se produzir um jornalismo que fizesse circular contradiscursos em relação à constituição, formulação e circulação de sentidos dominantes e veementemente negativos, sobre as comunidades negras.

A presente pesquisa põe em exame o jornalismo negro, ao se perguntar em que medida esses veículos almejam e realizam-se como espaços de discursos outros do ponto de vista ético-político e ético-epistemológico.

Para isso mobilizamos a Análise de Discurso, de Pêcheux (2015) e Orlandi (2023), em diálogo com estudos histórico-sociais das populações

negras no Brasil com Carneiro (2023), Nascimento (2002), Martins (2021), Bento (2022), da Comunicação com (Sodré, 1999). e do jornalismo com Pinto (2010), entre outros.

Em relação ao aspecto ético-político, o jornalismo hegemônico desde o século XIX vem sendo um relevante espaço simbólico de reprodução e amplificação de sentidos sociais sobre as comunidades negras como classes perigosas, tanto do ponto de vista da segurança, quanto do ponto de vista sanitário. Neste sentido, os discursos sobre favelas e periferias se estabilizaram na imprensa como imagens inerentes à periculosidade e à violência, ou seja, como territórios de medo, como tão bem relata Batista (2003), e as comunidades negras como empecilhos à higienização das cidades - nos referimos aqui como exemplo ao caso "Cabeça de Porco", ponto inicial da reforma urbana carioca, a partir do pânico moral na imprensa tão bem narrado por Chalhoub em Cidade Febril.

Do ponto de vista ético-epistemológico, o jornalismo hegemônico contribuiu sobremaneira para uma espécie de racismo intelectual, ou seja, a constituição de um discurso de desvaloração pelo apagamento não só dos intelectuais negros voltados aos saberes legitimados socialmente pela academia, pelo pensamento jurídico, pelos espaços de produção estética, etc; mas também, e principalmente, pelo não reconhecimento de outros saberes provenientes destas comunidades.

Esses dois níveis de exames éticos, no entanto, não são dissociados em nossa pesquisa, porque partimos do pressuposto de que a desvaloração discursiva de territórios de saber submete as populações destes territórios a processos de desumanização, a corpos sob abjeção (Bento, 2024)

Essa desvaloração é antes parte dos processos de silenciamento de sujeitos de discurso, e sujeitos cujos discursos a que se filiam são vistos como fragmentos de irracionalidade, de pouco valor jornalístico-epistêmico, são corporificados como não-humanos, ou não-ser, na expressão de Carneiro (2023), que denuncia o epistemicídio próprio ao racismo brasileiro.

Portanto, o estudo parte de duas premissas: (1) que o jornalismo hegemônico pereniza aquilo que Bento nomeia como "pacto narcísico da branquitude" (2022), a partir de um processo discursivo de valoração de pessoas e intelectuais brancos, em detrimento de vozes negras, mesmo que aderentes aos saberes socialmente mais aceitos; (2) que este mesmo jornalismo hegemônico não reconhece outros saberes, como principalmente, as tradições de terreiro e seus líderes e intelectuais; 3) que é (ou seria) papel do jornalismo negro romper com os paradigmas ético-político-epistemológicos do jornalismo hegemônico, visto que aparentemente se encontraria em outra posição discursiva.

Partimos da hipótese de que o modelo canônico do jornalismo não seria o mais adequado para dar conta de outros modos de olhar, de outras epistemes, de outros sujeitos do discurso. É preciso um olhar interseccional sobre o jornalismo brasileiro e talvez propor um outro modelo, distinto da pretensão objetivista, que como diz Alves (2001), é uma formação discursiva que tem em sua genealogia o mito neopositivista da neutralidade científica. Em seu lugar, pode-se pensar o que Moraes (2023) nomeia de jornalismo de subjetividades, das escutas, da capacidade de humanização dos que em geral são desumanizados.

Referências

Alves W. (2002). *O discurso da notícia: o objetivismo jornalístico e seus efeitos* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal Fluminense]

Batista, V. M. (2003). *O medo na cidade do Rio de Janeiro: Dois tempos de uma história*. Revan.

Bento, B. (2024). *Abjeção: a construção histórica do racismo*. Cult Editora

Bento, M. A. S. (2022). *O pacto da branquitude* (3ª ed.). Companhia das Letras.

Carneiro, S. (2023). *Dispositivo de racialidade: a construção do outro como não-ser como fundamento do ser*. Zahar

Chalhoub, S. (1996). *Cidade febril: cortiços e epidemias na corte imperial.* Companhia das Letras.

Martins, L. M. (2021). *Performances do tempo espiralar: Poéticas do corpo-tela*. Cobogó.

Moraes, F. (2023). Sobre que militantes engajados estão falando: Um olhar sobre a imprensa comercial brasileira e o posicionamento como estratégia jornalística. *Brazilian Journalism Research, 19*(3). https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1609

Nascimento, A. (2002). *O quilombismo: Documentos de uma militância pan-africanista* (2ª ed.). Fundação Cultural Palmares; OR Editor Produtor.

Orlandi, E. P. (2023). *Argumentação e análise de discurso: conceito e análises*. Pontes Editores

Pêcheux, M. (2015). *O discurso: estrutura ou acontecimento* (E. P. Orlandi, Trad.; 7a ed.). Pontes Editores. (Obra original publicada em 1983)

Pinto, A. F. M. (2010). *Imprensa negra no Brasil do século XIX*. Selo Negro.

Sodré, M. (1999). *Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil*. Editora Vozes; Sodré, M. (1988). *O terreiro e a cidade: a forma social negro-brasileira*. Editora Vozes.

Cultura algorítmica e percepção de identidade - reflexões para a subjetividade e cidadania

Érika de Moraes
erika.moraes@unesp.br
Universidade Estadual Paulista - UNESP

Partimos da cultura algorítmica para tratar de uma questão envolvendo identidade, subjetividade e práticas de cidadania. Para tanto, propomos uma reflexão ensaística, pautada inicialmente em uma percepção pessoal (de um nível micro para o macro), conectada a percursos teóricos que temos desenvolvido, bem como ao tema geral do 9º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies, "Mentes midiatizadas".

Sabemos que a comunicação, nas últimas décadas, convergiu exponencialmente para a digitalização e as sociedades em redes, com destaque imperioso para as redes sociais, por onde circulam as notícias do cotidiano, memes, e também se desenvolvem os relacionamentos. As pessoas, mesmo quando conectadas na "vida real" (com relações de amizade ou trabalho, por exemplo), complementam seus contatos por meio de mensagens em aplicativos populares como o WhatsApp ou o Instagram (com a Direct Message), além de interagirem a partir dessas mesmas redes (curtidas de posts, comentários etc.). Em contrapartida, cada vez mais, redes como o Instagram (tomamos o exemplo por sua popularidade) movimentam o acesso de seus usuários a conteúdos a partir de uma nebulosidade algorítmica, fazendo com que anúncios

ou posts patrocinados sejam mais visualizados em detrimento da interação, efetivamente, com "amigos" ("reais ou virtuais"). Desse modo, cada vez mais oscilando entre estímulos de naturezas diversas e contato entre "seguidores", passa-se em média muito tempo nas telas, com destaque acentuado no Brasil.

Além dos já conhecidos aspectos extenuantes da vida digital (Sibília & Galindo, 2021), somos afetados por "escolhas" artificiais. O estudo da cultura algorítmica é bastante desafiador, uma vez que pouco se divulga a respeito de como são moldados pelos grandes desenvolvedores (sobretudo as Big Techs), visto que a propaganda generalizada é a de fazer chegar conteúdos de interesse do destinatário.

Recuero (2020) demonstra que as redes de conectividade digitais podem ser estudadas a partir de fundamentação relacionada ao funcionamento de redes pré-digitais. A autora apresenta a teoria de Granovetter (1973, p. 1.361, citado por Recuero, 2020, p. 41) sobre laços fortes e fracos nas redes. Enquanto os laços fortes se caracterizam por mais intimidade e qualidade na conexão entre as pessoas, os laços fracos representam relações mais esparsas e distantes. Porém, como demonstram os autores, esses laços fracos também são impulsionadores das redes sociais, conectando os chamados clusters (ou conjuntos de redes interligadas), e são justamente esses laços que impulsionam os vínculos mantidos entre perfis distantes, fazem a comunicação ganhar escala, alimentando a interconexão da rede e permitem que as informações atinjam diferentes pontos.

Feitas essas considerações, explicitamos que o campo teórico-metodológico a partir do qual situamos nossas reflexões é a Análise do Discurso francesa em correlação com a psicanálise (Lacan, 2020). Dada a própria natureza etérea e heterogênea do funcionamento algorítmico, a percepção pessoal funciona como ponto de partida, pretendendo-a como um primeiro passo para uma compreensão social, coletiva. Afinal, as relações de cidadania, na atualidade, são atravessadas sobremaneira por essa conexão entre laços, fortes e fracos.

Como proposta metodológica, operamos uma análise por amostragem qualitativa de circulação de postagens visualizadas no Instagram a partir de estímulos exteriores à rede pessoal, compreendidas como postagens "mostradas" de perfis não originalmente seguidos pelo perfil da autora, delineando algumas conexões com postagens e interações da própria autora. Assumimos que se trata de uma abordagem de alto teor subjetivo, cujo enfrentamento propomos justamente por afetar uma questão de identidade e subjetividade, para o que os estudos discursivos e psicanalíticos nos trazem um respaldo fundamentado, mas, justamente, não menosprezam essa percepção. Entendemos que o enfrentamento e entendimento dessa dinâmica pautada em "interpretações" do que a máquina (a inteligência artificial algorítmica) percebe sobre o destinatário seja relevante.

Entre os resultados iniciais, podemos recuperar estratégias de "conexão emocional" do funcionamento algorítmico com o perfil pessoal de usuário da rede. Como apontou Morozov (2018), tais conexões extrapolam as relações digitais, podendo afetar decisões que são muito concretas, a exemplo de uma pessoa optar ou não pelo vegetarianismo ou outro recorte de modo de vida. Por mais invisibilizada que seja a atuação do algoritmo, entendemos que ela deva ser interpretada à luz das ferramentas disponíveis pelas ciências humanas e sociais (e não somente por seu funcionamento supostamente matemático), tendo em vista o fortalecimento da subjetividade individual e das consequentes relações cidadãs.

Referências

Lacan, J. (2020). *Escritos* (V. Ribeiro, Trad.). Zahar. (Trabalho original publicado em 1966).

Morozov, E. (2018). Big tech: *a ascensão dos dados e a morte da política*. Ubu Editora.

Recuero, R. (2020). *Redes sociais na internet* (2ª ed.). Sulina. (Trabalho original publicado em 2009).

Sibilia, P., & Galindo, M. A. (2021). Correndo para não perder nada: Temporalidade ansiosa e a frustração do (i)limitado. *Civitas: Revista de Ciências Sociais, 21*(2), 203-213. https://doi.org/10.15448/1984-7289.2021.2.39950

Da ágora virtual às sociedades de controle: plataformas, (in)dividualismo e contração do comum

Lucas Santos Silva de Souza
lucassantos.silva@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jonathan Alves Pereira Mata
jhonatan.mata@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Carlos Pernisa Júnior
carlos.pernisa@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

A promessa da Internet, outrora concebida como espaço de ampliação da participação democrática e de construção de uma "Ágora Virtual" (Cândido, 1996), foi progressivamente tensionada pela consolidação da plataformização, marcada pela concentração das infraestruturas digitais em grandes corporações e por modelos econômicos baseados na coleta, no processamento e na monetização de dados. Nesse contexto, a lógica das plataformas reorganiza práticas comunicacionais e formas de sociabilidade a partir de mecanismos contínuos de monitoramento, personalização e modulação dos comportamentos de seus usuários, deslocando a comunicação de um espaço de encontro para uma lógica centrada na captura da atenção e na extração de valor.

A noção de sociedade de controle (Deleuze, 1990), em diálogo com a tradição foucaultiana, oferece rico suporte para compreender tal transformação, na qual os sujeitos individuais transformam-se em seres dividuais. Nesse processo, pessoas são constituídas como perfis, métricas e fluxos de dados permanentemente avaliados. As plataformas digitais tornam-se, assim, dispositivos que articulam vigilância, produção de subjetividades e exploração econômica, apropriando-se de práticas historicamente vinculadas à cultura livre, ao compartilhamento e à descentralização (D'Andrea, 2020; Foletto, 2021). Por fim, tal processo também pode incidir sobre as formas de constituição do sujeito, favorecendo dinâmicas de autoexposição, busca por constante validação e organização da comunicação em torno da performance individual (Leitzke & Rigo, 2020).

Em contraponto às questões apresentadas, este artigo propõe retomar a compreensão da comunicação para além da mera circulação de informações, à luz da perspectiva de Muniz Sodré (2014). Nessa direção, apoia-se, aqui, no autor para evidenciar a dimensão relacional, vinculativa e comunitária da comunicação, associada à produção do comum, ao pertencimento e às práticas de partilha. Com isso, experiências contra-hegemônicas, sobretudo em redes comunitárias de comunicação, aparecem como possibilidades de reapropriação tecnológica, fundamentadas na descentralização das infraestruturas, na gestão coletiva e na valorização dos territórios e de saberes locais. Como exemplo, pode ser destacada a "Nhandeflix".

Essa plataforma indígena, que atua no Brasil, tornou-se estratégica para enfrentar a expansão da digitalização global e o avanço das plataformas sobre os territórios indígenas. Por meio dela foi desenvolvido um servidor de conteúdo local capaz de reunir produções audiovisuais próprias, no qual filmes, *podcasts* e vídeos são veiculados e administrados pela própria população, com o objetivo de fortalecer a autonomia digital e a circulação de saberes e narrativas indígenas (Gutiérrez, 2026).

Portanto, experiências dessa natureza reafirmam a necessidade de propor soluções não ortodoxas e não universais para enfrentar as fissuras evidentes do modelo hegemônico de plataformização. Essas iniciativas evidenciam a possibilidade de construir ecossistemas digitais orientados pelo comum, pela autonomia, pela cooperação e pelo fortalecimento dos vínculos sociais, promovendo a capacidade de ação da população. Assim, a transformação dos ambientes digitais não dependerá somente de soluções tecnológicas, mas da adoção desses princípios na concepção e na gestão de suas infraestruturas comunicacionais.

Referências

Cândido, C. (1996). *Ágora virtual*. https://www.caosmose.net/pierrelevy/agoravirtual.html

D'Andréa, C. (2020). *Pesquisando plataformas online: Conceitos e métodos*. EDUFBA. https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/32043

Deleuze, G. (1992). Post-scriptum sobre as sociedades de controle. In *Conversações: 1990* (P. P. Pelbart, Trad., pp. 219-226). Editora 34.

Foletto, L. (2021). Cultura livre na internet: do software livre aos comuns. *Revista do Centro de Pesquisa e Formação*, (12), 181-198.

Foucault, M. (1966). *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas* (5ª ed.). Martins Fontes.

Foucault, M. (1984). *Vigiar e punir*. Vozes.

Gutiérrez, B. (2026, 10 de julho). Nhandeflix, una plataforma guaraní para luchar contra la colonización de las aplicaciones digitales globales. *El País*. https://elpais.com/america-futura/2026-07-10/nhandeflix-una-plataforma-

guarani-para-luchar-contra-la-colonizacion-de-las-aplicaciones-digitales-globales.html

Leitzke, A. T. da S., & Rigo, L. C. (2020). Sociedade de controle e redes sociais na internet: #saúde e #corpo no Instagram. *Movimento*, *26*, e26062. https://doi.org/10.22456/1982-8918.100688

Sodré, M. (2014). *A ciência do comum: notas para o método comunicacional*. Vozes.

Desenhando novas mobilizações para enfrentamento à violência de gênero a partir da #ExposedCG

Ariadna Thalia Zortéa Braz
ariadna.t.braz@ufms.br
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Katarini Giroldo Miguel
katarini.miguel@ufms.br
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

A divulgação de relatos pessoais em primeira pessoa por meio das tecnologias digitais integra uma estratégia comunicativa dos feminismos contemporâneos capaz de incentivar a participação em mobilizações voltadas para o compartilhamento de experiências na internet. Esse é o caso da *#ExposedCG*, que reuniu milhares de histórias sobre relacionamentos abusivos e relatos de assédio sexual sofridos por campo-grandenses. A *hashtag* alcançou o *Trending Topics* da rede social X em 2 de junho de 2020 e é objeto de estudo de uma ampla pesquisa de mestrado que mapeou os aspectos presentes nestas mobilizações que favorecem o engajamento de mulheres de Mato Grosso do Sul, um dos estados com a maior taxa de feminicídio no Brasil segundo as últimas edições do Anuário Brasileiro de Segurança Pública (2019, 2022, 2025).

Apesar dos interesses mercadológicos e neoliberais, que pretendemos debater no artigo completo, a internet não só acarreta uma gama de

possibilidades de transformação das formas de organização política e articulação dos movimentos sociais, como também verificamos certa apropriação das redes sociais enquanto espaços públicos. Posto isso, nossa proposta busca compilar os resultados obtidos, concentrando-nos nas sugestões que podem colaborar para o desenvolvimento de uma cultura ativista de impacto, no que se refere a criação de mobilizações com a perspectiva de gênero, amparada por teorias e empirias feministas.

A primeira sugestão, por exemplo, indica a necessidade de criação de narrativas para além dos dados estatísticos, de forma a humanizar a história e gerar empatia a partir da publicação de narrativas mais densas. Percebemos com a *#ExposedCG* que as campanhas que utilizam-se de relatos em primeira pessoa e que prezam pela sensibilidade, tendem a apresentar de forma mais complexa as sujeitas e sua relação com o mundo, gerando comoção e/ou identificação com outras participantes. Inclusive, este é o tema da segunda sugestão que iremos desenvolver: gerar emoções e afetações. Pesquisas como as de Castells (2013) e de Miguel (2015) explicitam que os marcos emocionais, como a frustração, alegria, indignação e a raiva, são imprescindíveis para a conquista de apoio em uma mobilização. Do mesmo modo, identificamos na *hashtag* estudada que a conexão emocional entre as mobilizadoras as fizeram compartilhar momentos de vulnerabilidade, independente da distância física.

Para gerarmos essas conexões, é preciso conhecer o universo referencial do nosso público, ou seja, conhecer as histórias de mulheres que passaram por algum tipo de violência de gênero. A comunicação ativista poderá alcançá-las somente quando entendermos quais aspectos estruturais perpassam suas vidas e geram desconfiança diante às instituições. Além disso, é preciso disposição para apoiá-las e acolhê-las. Além de informar os caminhos de denúncia, a comunicação ativista tem o papel de incentivar o companheirismo entre atrizes sociais, algo que podemos perceber pela incidência de frases como “Você não está sozinha!” e “Estamos juntas!”.

A interação entre as pessoas é uma das formas elencadas pelo Caderno de Comunicação para o Ativismo (2013) para agregar valor à experiência dos participantes. Sendo assim, aventamos o uso de verbos no interativo, tais como "Participe!", "Envie seu relato!", "Denuncie!".

É importante ainda conectar as vítimas de violência com a agenda das políticas públicas. Esse aumento da visibilidade de uma causa pode ocorrer com o apoio de organizações relacionadas a essa temática e por meio de um debate qualificado com especialistas desta área. Sobretudo, o agendamento de pautas na imprensa e o uso de influenciadores pode ser emblemático para amplificar os casos e torná-lo um processo político. Outra recomendação envolve o uso de memes; indicação de séries, filmes, livros, podcasts e outros materiais audiovisuais que possam auxiliar na compreensão da temática; e o envio de releases para os jornais.

A partir da entrevista em profundidade[1] com uma das mobilizadoras, compreendemos que quaisquer produtos comunicativos que busquem o enfrentamento da violência contra mulher devem evitar a romantização dos atos, a individualização dos casos ou o uso da voz passiva. Isto é, deve-se dar nome ao crime, contextualizar o episódio e incentivar as denúncias.

Por fim, como um diferencial dessa pesquisa, foram utilizadas lentes analíticas interseccionais (Collins & Bilge, 2021; Crenshaw, 2002), evidenciando uma das limitações dessas mobilizações. Neste sentido, refletimos sobre a interseccionalidade para que haja multiplicidade de vozes e de experiências, incluindo recortes de raça, geração, sexualidade e classe social diferentes dos considerados universais.

1. Um dos métodos empregados durante a realização da pesquisa de mestrado foi a realização de entrevistas com duas mobilizadoras para compreensão dos aspectos comunicativos presentes na #ExposedCG. Os resultados obtidos deverão ser ampliados no artigo completo.

Referências

Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet* (C. A. Medeiros, Trad.). Zahar. (Obra original publicada em 2012)

Collins, P. H., & Bilge, S. (2021). *Interseccionalidade* (R. Souza, Trad.). Boitempo.

Crenshaw, K. W. (2002). Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. *Revista Estudos Feministas, 10*(1), 171-188.

Escola do Ativismo. (2013). *Caderno de comunicação para o ativismo*. https://escoladeativismo.org.br/wp-content/uploads/2015/07/Caderno-de-comunicacao-para-o-ativismo.pdf

Fórum Brasileiro de Segurança Pública. (Org.). (2019). *13º Anuário brasileiro de segurança pública*. Fórum Brasileiro de Segurança Pública. http://forumseguranca.org.br/publicacoes_posts/13-anuario-brasileiro-de-seguranca-publica/

Fórum Brasileiro de Segurança Pública. (Org.). (2022). *16º Anuário brasileiro de segurança pública*. Fórum Brasileiro de Segurança Pública. https://forumseguranca.org.br/anuario-brasileiro-seguranca-publica/

Fórum Brasileiro de Segurança Pública. (2025). *19º Anuário brasileiro de segurança pública*. Fórum Brasileiro de Segurança Pública. https://publicacoes.forumseguranca.org.br/handle/123456789/279

Miguel, K. (2015). Entendendo a participação no movimento ambiental: ser ou não ser ativista do Greenpeace. In W. da C. Bueno (Org.), *Comunicação empresarial e sustentabilidade* (pp. 99-112). Manole.

Design de jogos digitais e sustentabilidade: uma análise comparativa de Beyond Blue, Dave the Diver e Pokémon Go para as ODS e a Agenda ESG

Marina Jugue Chinem
marina.chinem@online.uscs.edu.br
Universidade Municipal de São Caetano do Sul

Missila Loures Cardozo
missila.cardozo@online.uscs.edu.br
Universidade Municipal de São Caetano do Sul

A utilização de jogos digitais como ferramentas de conscientização social e corporativa consolida-se sob a ótica do design voltado à sustentabilidade; sob esse prisma, os jogos ultrapassam o mero entretenimento para se tornarem plataformas capazes de transmitir mensagens ecológicas, sociais e de governança. A partir de análises individuais já realizadas sobre *Beyond Blue* (E-Line Media, 2020), *Dave the Diver* (Mintrocket, 2023) e *Pokémon Go* (Niantic, 2016), este estudo realiza uma análise comparativa direta entre os títulos. O objetivo é examinar como suas mecânicas e estratégias de engajamento operam em conjunto para alinhar-se aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU, 2015) e refletir os três pilares da agenda ESG (*Environmental, Social, and Governance*).

Metodologia

O estudo adota uma abordagem qualitativa e analítica baseada no método comparativo de estudos de caso aplicados ao design de jogos. A metodologia cruzou imersão, gênero lúdico, regras de interação e a ação exigida do jogador para compreender a assimilação dos conceitos socioambientais. A estruturação baseia-se em uma matriz de análise de jogos sustentáveis, que categorizou as propriedades estruturais das obras sob dimensões padronizadas, integrando os ODS e a matriz ESG (Tabela 1):

Tabela 1. *Matriz de análise comparativa de jogos sustentáveis e alinhamento ESG/ODS*

Dimensão / Categoria	Beyond Blue	Dave the Diver	Pokémon GO
Objetivo Primário	Simulação / Educação	Aventura / Gestão comercial	Social / Geolocalização em Realidade Aumentada
Mecânica Sustentável	Catalogação não-invasiva	Escassez de inventário e ecossistema finito	Tarefas físicas reais atreladas ao GPS
Gatilho Psicológico	Empatia visual e estética	Retórica processual (causa/efeito)	Sentimento de comunidade e coletividade
Alinhamento ODS	ODS 14	ODS 8, 10, 14, 16	ODS 13, 15 (Ação climática local)
Dimensão ESG Predominante	E (Environmental)	E & G (Environmental / Governance)	S (Social)
Conversão no Mundo Real	Conhecimento científico profundo	Internalização da cadeia de consumo e gestão	Limpeza de praias / Voluntariado

Nota. Tabela gerada com o auxílio do NotebookLM para a sintetização e categorização dos dados das pesquisas anteriores das autoras.

Resultados e discussão

Beyond Blue: imersão e preservação marinha (pilar Environmental)

Focado no ODS 14 (vida na água), o jogo manifesta diretamente o pilar *Environmental* (E) do ESG (E-Line Media, 2020). Sua estratégia de imersão científica documental utiliza a jogabilidade para demonstrar que estudar e mapear o ecossistema sem causar danos recompensa a expansão da narrativa (*lore*); o que exige observação e resiliência, estimulando uma relação contemplativa e empática com a biodiversidade marinha.

Dave the Diver: gestão e governança corporativa (pilares E e G)

Esse título se caracteriza na simulação de gestão econômica, o jogo alinha-se aos ODS 8, 10, 14 e 16, equilibrando as dimensões *Environmental* (E) e *Governance* (G) (Mintrocket, 2023). Sua mecânica impõe que a escassez de recursos force a diversificação de coleta (Bogost, 2007), exigindo do jogador ética comercial e planejamento sistêmico, essa relação conecta a exploração ambiental à tomada de decisões de governança responsável no comércio local.

Pokémon Go: espaço físico e impacto social (pilar Social)

Baseado em realidade aumentada, o jogo destaca-se no pilar *Social* (S) do ESG ao focar na comunidade e no clima (ODS 13 e 15) (Niantic, 2016). Ao converter deslocamento físico em recompensas digitais, a experiência estimula a mobilidade urbana sustentável, o bem-estar e a apropriação coletiva dos espaços públicos.

Considerações

A análise comparativa evidencia que a educação socioambiental por meio do design lúdico opera em múltiplas frequências. Enquanto *Beyond Blue* (E-Line Media, 2020) foca no pilar ambiental pela imersão contemplativa, *Dave the Diver* (Mintrocket, 2023) trabalha a ética na gestão de recursos

(governança) e *Pokémon Go* (Niantic, 2016) promove o engajamento comunitário (social). Essa diversidade metodológica demonstra a versatilidade dos jogos digitais para difundir a Agenda 2030 (ONU, 2015) e os valores da sustentabilidade corporativa e cidadã.

Referências

Bogost, I. (2007). *Persuasive games: The expressive power of videogames*. MIT Press. E-Line Media. (2020). *Beyond Blue* [Jogo de videogame]. E-Line Media.

Mintrocket. (2023). *Dave the Diver* [Jogo de videogame]. Nexon; Mintrocket. Niantic. (2016). *Pokémon Go* [Jogo mobile]. Niantic; The Pokémon Company.

Organização das Nações Unidas. (2015). *Transformando nosso mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*. ONU.

Desinformação e criminalização póstuma: enquadramento centrado em entidades na cobertura jornalística de mortes decorrentes de intervenção policial no Brasil (2022-2023)

Pedro Santos Freire
pedro.s.freire@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Angela Maria Grossi
angela.grossi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

O Brasil registrou 6.393 mortes decorrentes de intervenção policial (MDIP) em 2023, marca que consolida o país como líder mundial em letalidade policial (Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2024). A seletividade racial do fenômeno é inequívoca: 82,7% das vítimas são pessoas negras (Rede de Observatórios da Segurança, 2024). Paralelamente à violência letal, opera um processo sistemático de deslegitimação simbólica das vítimas, aqui denominado criminalização póstuma: a conversão do morto em 'suspeito' mediante o vazamento seletivo de antecedentes criminais, a descontextualização dos fatos e a reprodução acrítica de versões policiais pela imprensa.

Este trabalho faz parte da pesquisa de iniciação científica em desenvolvimento com financiamento da Fapesp e a pergunta que orienta a investigação

é: como se dá, na cobertura jornalística brasileira, a deslegitimação de vítimas de violência policial letal e de seus familiares? O objetivo é analisar os mecanismos de desinformação mobilizados nesse processo, examinando as narrativas produzidas por fontes institucionais e sua reprodução pelo sistema midiático.

Três eixos sustentam a análise. O primeiro é a desordem informacional (Wardle & Derakhshan, 2017), cuja taxonomia distingue *misinformation*, *disinformation* e *malinformation*. Sustenta-se que, no caso das MDIP, predomina a última modalidade — informação factualmente verdadeira, porém descontextualizada ou vazada seletivamente —, cuja ambiguidade dificulta a responsabilização: as instituições podem alegar que a informação não era falsa, apenas 'mal interpretada'. O segundo eixo é o enquadramento noticioso (Entman, 1993), articulado à distinção entre enquadramento episódico e temático (Iyengar, 1991), que permite examinar tanto o que a matéria afirma quanto o que ela silencia. O terceiro situa o fenômeno no racismo estrutural (Almeida, 2019) e naquilo que French (2013) nomeia 'segredo público' racial da violência policial brasileira: a seletividade racial é sabida, mas permanece não reconhecida no discurso oficial e midiático. A omissão do marcador racial nas matérias configura, nesses termos, *malinformation* por subtração. Mobiliza-se ainda a injustiça epistêmica (Fricker, 2007) para compreender o excesso de credibilidade conferido ao testemunho policial. O corpus reúne matérias publicadas entre 2022 e 2023 em 35 veículos jornalísticos, distribuídos entre os maiores portais de audiência nacional e veículos especializados em segurança pública e direitos humanos. A coleta emprega um sistema computacional que combina quatro estratégias independentes de descoberta: bases de indexação jornalística, buscadores, consultas dirigidas por domínio e repositórios de arquivamento, seguidas de deduplicação por similaridade textual. O desenho responde a um problema recorrente na construção de corpus: buscadores privilegiam portais de grande circulação e sub-representam veículos locais e independentes, justamente aqueles que tendem a produzir contra narrativas.

O corpus é validado contra listas de casos documentados por observatórios, o que permite quantificar a taxa de cobertura e explicitar vieses residuais.

A análise combina codificação manual e processamento computacional. O livro de códigos adapta ao contexto brasileiro o enquadramento centrado em entidades proposto por Ziems e Yang (2021), que codifica separadamente os atributos conferidos à vítima e ao agente policial. A distinção é decisiva: uma mesma matéria pode humanizar a vítima e, simultaneamente, proteger o policial por meio de construções passivas sem agente, como 'foi baleado' ou 'acabou morrendo'. Acrescentam-se variáveis sem equivalente na literatura estadunidense, como o território enquanto marcador de suspeição e a distinção entre termos criminalizantes enunciados pelo veículo e aqueles apenas atribuídos a fontes oficiais — separação que discrimina a desinformação produzida daquela amplificada pelo jornalismo. A confiabilidade entre codificadores é aferida pelo alfa de Krippendorff. Embora exista literatura consolidada sobre a cobertura de criminalidade e segurança no Brasil (Ramos & Paiva, 2007), não há estudos que operacionalizem computacionalmente o enquadramento da violência policial em língua portuguesa, uma vez que a infraestrutura desse campo foi construída em inglês. Esperam-se dois resultados: evidências empíricas sobre os mecanismos de deslegitimação das vítimas, comparando veículos de grande circulação e veículos independentes, e um livro de códigos anotado em português, disponibilizado como recurso público. A hipótese de trabalho é que a desinformação institucional, amplificada por enquadramentos midiáticos legitimadores em um contexto de racismo estrutural, constitui mecanismo central de manutenção da impunidade policial no Brasil.

Referências

Almeida, S. L. (2019). *Racismo estrutural.* Pólen Livros.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication, 43*(4), 51-58.

Fórum Brasileiro de Segurança Pública. (2024). *Anuário brasileiro de segurança pública 2024*. FBSP. https://forumseguranca.org.br/anuario-brasileiro-seguranca-publica/

French, J. H. (2013). Rethinking police violence in Brazil: Unmasking the public secret of race. *Latin American Politics and Society, 55*(4), 161-181.

Fricker, M. (2007). *Epistemic injustice: Power and the ethics of knowing.* Oxford University Press.

Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues.* University of Chicago Press.

Ramos, S., & Paiva, A. (2007). *Mídia e violência: novas tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil.* IUPERJ.

Rede de Observatórios da Segurança. (2024). *Pele alvo: mortes que revelam um padrão* (5a ed.). CESeC.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking.* Council of Europe.

Ziems, C., & Yang, D. (2021). To protect and to serve? Analyzing entity-centric framing of police violence. *Findings of the Association for Computational Linguistics: EMNLP 2021*, 957-976. https://doi.org/10.18653/v1/2021.findings-emnlp.82

Mesa 10: Internet, Tecnologia e Comunicação

Mesa 10: Internet, Tecnología y Comunicación

Dra. Jacqueline Oyarce
Dr. Juliano Maurício de Carvalho
Dra. Vivian Corneti de Lima
Coordenadores

Del aire a la nube. Un estudio del posicionamiento y evolucion de las radios evangélicas *on line* en Lima, Perú

Jacqueline Oyarce Cruz
moyarcec@unmsm.edu.pe
Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Esta investigación estudia el posicionamiento y evolución de las radios evangélicas que transmiten *on line* en Lima Metropolitana. Se presenta un avance de un estudio mayor que abarca a todas las regiones del Perú. Se postula que, ante el relativo declive de la radio tradicional y el aumento del consumo digital, las emisoras tienden a migrar a plataformas de *streaming*, redes sociales y aplicaciones móviles, resignificando sus estrategias comunicacionales.

En cuanto a los antecedentes podemos precisar que las primeras emisoras de tipo religioso en el Perú fueron católicas. En 1958 la congregación *Maryknoll* fundó en el sur andino, en Puno, la radio *Onda Azul*. Su carácter fue y es, hasta hoy, educativo -evangelizador. El mismo año en Lima, la congregación católica dominica fundó Radio Santa Rosa. Ambas emisoras católicas continúan irradiando su mensaje a través de la frecuencia modulada y también del *streaming*.

La década del noventa surge en Puno la primera experiencia de radio evangélica adventista. Específicamente en 1993 y nace en la amplitud modulada siendo precisamente impulsada por los fieles adventistas a través de una

campaña de recaudación denominada *Diez kilovatios de fe*. En 1995 se marcó el inicio institucional de esta primera estación radial adventista en el país (Iberico, 2026, p. 90). Actualmente esa misma emisora es denominada Radio Nuevo Tiempo y se ha convertido en un espacio en el aire considerado estratégico donde se encuentran la fe, la cultura y la sociedad (Iberico, 2026, p. 69).

Partimos de la premisa de que las radios de carácter religioso no solo difunden fe, sino que también ingresan a un campo de lucha por posicionarse dentro del campo religioso limeño usando el campo mediático como estrategia de acumulación de capital simbólico reconocido con las categorías prestigio, legitimidad, reconocimiento (Bourdieu, 1987). Asimismo, cuando precisamos en el título de esta investigación *Del aire a la nube*, nos referimos a una migración tecnológica que les permite no solo ampliar su alcance, sino que también sus acciones se acomodan al campo digital, el mismo que tiene sus propias lógicas (algoritmos, *engagement*, viralización), lo que transforma de una manera irreversible su discurso religioso.

Se trata de una investigación básica, descriptiva-explicativa con enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) secuencial. En una primera fase se realiza un mapeo y cuantificación del posicionamiento digital y en una segunda fase se analizan las estrategias de evolución mediante un análisis cualitativo que incluyen entrevistas semiestructuradas a gestores de comunicación, analizando el contenido de sus principales redes mediante categorías de formato, discurso e interacción. No se juzga la calidad teológica de los contenidos. Se trata de un análisis comunicacional, no doctrinal.

El universo se compone de 18 emisoras de radio con identidad cristiana/evangélica que operan *on line* con presencia en 8 plataformas digitales y tienen sede o cobertura en Lima Metropolitana la capital del Perú que alberga una población de 11 millones 157 mil habitantes de un total poblacional de 34 millones, 157 mil 732 habitantes (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2026).

La integración de las fases cuantitativa y cualitativa permite establecer una tipología de estrategias de posicionamiento digital, siendo esta una de las contribuciones del estudio. El paso del aire a la nube se constituye como fundamental para entender la resignificación de sus estrategias comunicacionales.

Referencias

Bourdieu, P. (1987). *Cosas dichas*. Gedisa.

Iberico, P. (1 de julio de 2026). *Historia de la radiodifusión de la Iglesia Adventista del Séptimo día en el Perú: Nuevo tiempo*. Repositorio institucional UPeU. https://repositorio.upeu.edu.pe/items/fee46e73-8a94-4f9a-aa75-b338a18691d1

Instituto Nacional de Estadística e Informática (10 de julio de 2026). Una mirada al Perú en cifras. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/10366194/8419951-una-mirada-al-peru-en-cifras.pdf?v=1784921550

Do veredito à partilha de gosto: a seção de comentários do TikTok como extensão da crítica musical do g1 sobre "The Life of a Showgirl" de Taylor Swift

Tairine Raquel Santos Martins
tairinersm@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jhonatan Mata
jhonatan.mata@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

No campo da música popular, a crítica musical não se limita ao desafio de tradução da experiência auditiva, mas conecta o ouvinte a obras polissêmicas que articulam dimensões tecnológicas, estéticas, comerciais e sociais, que exigem abordagens críticas capazes de abarcar sua complexidade (Berger, 1995, p. 2). Assim, em 1967 a revista Rolling Stone consolidou esse formato (Sikes, 2017, p. 5), e mesmo com mudanças mercadológicas e editoriais, se adaptou sem rupturas. Entretanto, com a popularização da internet, a crítica deixou de estar centralizada em revistas especializadas e se espalhou pela web, tornando-se mais instantânea e audiovisual, incorporando aspectos típicos das redes (Alberto & Pilz, 2022, p. 47).

Neste cenário, a crítica musical vem sendo tensionada no audiovisual vertical, popularizado em plataformas como o TikTok. No contexto participativo, a crítica passa a atuar como uma mediação horizontal e imediata, onde a

distância entre crítico e público diminui, e com ela parte da autoridade analítica que antes era exclusiva do especialista, transformando hierarquia em partilha de gosto (Alberto & Pilz, 2022, p. 36).

O encurtamento das distâncias digitais aproxima fãs e artistas, fazendo com que a crítica musical seja atravessada pelas subjetividades de um público que consome obra e vida pública. Tal fenômeno tem como um de seus bastiões contemporâneos personificados na cantora Taylor Swift, dona de uma legião de fãs e milhões de seguidores (Ribeiro, 2024, p. 4). A postura incisiva dos Swifties em defesa de sua ídola contrasta com a postura da crítica especializada em 2020. Com o lançamento do oitavo álbum da artista, a jornalista Jill Mapes, do site Pitchfork, atribuiu nota 8 de 10, desencadeando uma reação hostil orquestrada pelos fãs, que mobilizaram ataques virtuais, alegando que o rage bait se ancorava nas injustiças avaliativas da obra (Tavares, 2021, p. 67).

Sob essa perspectiva, o artigo tem como questão central: como os comentários geram debates analíticos e operam como extensão da crítica especializada?". Para isso, o corpus compreende os comentários do vídeo de crítica do portal G1 do TikTok. A escolha do veículo se justifica por sua adaptação estratégica aos formatos verticais e à linguagem das redes sociais, e o foco se dá nas interações contidas na crítica do 12º álbum de Taylor Swift - "The Life Of A Showgirl".

Unindo a Análise de Conteúdo (Bardin, 2016) e o referencial teórico, foram estabelecidas cinco categorias analíticas que representam extensões dos eixos avaliativos da crítica musical, a serem aplicados no corpus composto por 142 comentários sistematizados a partir de regras de homogeneidade e pertinência.

Quadro 1. *Categorias de análise*

Categoria analítica	Operacionalização
1 - Interpretação Lírica e Metalinguagem da Composição	Como os usuários debatem a qualidade técnica da escrita, utilizando termos específicos do universo da artista para classificar as letras?
2 - Genealogia da Obra (Análise Comparativa Intratextual)	Como os comentários operam como uma curadoria que situa o novo álbum dentro da discografia completa, estabelecendo hierarquias de qualidade?
3 - Detalhamento da Microestrutura Musical	Como elementos da produção, arranjos, timbres e na materialidade sonora do objeto crítico são abordados nos comentários?
4 - Comparação com referências e Intertextualidade (Curadoria Externa)	Como os usuários estabelecem uma comparação do objeto com o mercado contemporâneo e influências externas para validar sua perspectiva?
5 - Referencial Histórico e Contexto Biográfico	Como os comentários mobilizam a vida do artista e suas intenções pessoais para interpretar o resultado estético da obra?

Elaborado pela autora.

Os resultados respondem à questão ao revelar que os comentários operam como uma extensão da crítica especializada ao constituírem um espaço de inteligência coletiva, onde os juízos do crítico são tensionados e revisados através de interpretações dos usuários baseadas em um repertório técnico e cultural compartilhado, mobilizando categorias próprias do fandom, comparações entre álbuns, discussões sobre lirismo, produção, gênero musical, referências externas e contexto biográfico da artista, que pode ser considerada uma das maiores "showgirls contemporâneas do mainstreaming", por marcadores como volume de vendas e engajamento em plataformas e redes sociais. Esse movimento indica que, nas plataformas digitais, a crítica musical deixa de ser uma atividade restrita aos especialistas e passa a ser construída de forma colaborativa e negociada com a audiência.

Referências

Alberto, T., P., & Pilz, J. (2022). *A crítica de rock repaginada e despaginada: da autoridade no jornalismo cultural à plataformização e performance de gosto*. Todas as Artes, 5(3).

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Almedina Brasil.

Berger, A., A. (1995). *Cultural Criticism: a primer of key concepts*. Sage Publications, Inc.

Dos Santos, A., M. (2025). *Crítica de arte-música I*. Editora Pascal.

g1 [@g1] (2025). '*The Life of a Showgirl' - este texto é uma resenha crítica, por Braulio Lorentz* [Vídeo]. TikTok. https://www.tiktok.com/@g1/video/7557036290378616076

Sikes,. (2017). *In the groove: American rock criticism, 1966-1978*. University of Rochester.

Tavares, J., E. (2021). *A crítica musical na era do consumo digital: um estudo sobre os sentidos da crítica à música popular*. Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

A criança como destinatária ou argumento? Uma análise das campanhas da Leiturinha

Susana Azevedo Reis
susanareisacademico@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Débora Oliveira
deboraom2@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

No Brasil, foi no final do século XIX, e início do XX, que começaram a surgir as primeiras publicações destinadas ao público infantil, juntamente com revistas em quadrinhos e seriados. A revista O Tico-Tico (1905-1962) foi uma importante publicação infanto juvenil, trazendo quadrinhos e diversos outros conteúdos para as crianças (Lajolo & Zilberman, 2019). Também foi lançada a coleção de livros infantis escritos em português, por Alberto Figueiredo Pimental. Contos da Carochina foi publicado em 1894, Histórias da avozinha e Histórias da baratinha, em 1896, adaptadas de Andersen, Grimm e Perrault, e Meus brinquedos, Theatrinho infantil e Álbum de criança (Hallewell, 2017).

Hoje, percebemos que, além dos livros, os clubes de assinatura voltados para as crianças têm ganhado cada vez mais destaque. Esses clubes vendem, juntamente com o livro, uma experiência integrada, contemplando epitextos que contribuem para a compreensão da obra, a participação de uma comunidade de leitores, e os valores envoltos nas ideias de personalização e

ludicidade na leitura. A Leiturinha é um clube de assinatura de livros infantis que oferece uma experiência de leitura personalizada para crianças, com curadoria especializada baseada na faixa etária e no desenvolvimento leitor. Mensalmente, os assinantes recebem um ou dois livros selecionados para a faixa etária da criança cadastrada, podendo incluir itens complementares que ampliam a experiência da leitura. Além dos kits físicos, a assinatura dá acesso a um aplicativo com biblioteca digital, audiobooks, e-books e conteúdos de apoio para pais e responsáveis, incentivando a formação de leitores e a construção do hábito da leitura desde a primeira infância.

Nesse sentido, John B. Thompson (2021) entende que as editoras devem desempenhar quatro funções em um mercado literário: criação e curadoria de conteúdo; produção e projeto; investimento financeiro e tomada de risco; e publicidade e divulgação. Porém, ele destaca que "embora seja o autor quem de fato escreve o livro, a criação de um livro é, muitas vezes, um processo muito mais colaborativo, que envolve editores, leitores e, em alguns casos, agentes" (Thompson, 2021, p. 497).

Por isso, surge o interesse de compreender, dentro do contexto da publicidade, como as campanhas da Leiturinha constroem estratégias de comunicação para divulgar um clube de assinatura de livros infantis, considerando as restrições impostas à publicidade infantil no país desde 1990, definindo como abusiva qualquer comunicação mercadológica direcionada ao público infantil, e que as adaptações acontecem com a criação de comunicações veladas ao direcionamento para uma nova audiência presumida composta por adultos (pais ou responsáveis).

Para entendermos essas estratégias direcionadas para a publicização do Clube Leiturinha recorreremos a autores como Vizeu (2005), para alinhar a compreensão de audiência presumida para a qual as publicidades estão se direcionando; Guedes e Alcântara (2017) e Craveiro e Bragaglia (2017) norteando as relações entre publicidade e infância a partir da perspectiva da comunicação,

bem como Sampaio e Cavalcante (2009) com a perspectiva direcionada para publicidade infantil no espaço digital. Quanto ao conceito de "adultocêntrico" no apoiamos em Marôpo (2011), associando ao entendimento de imaginário social da infância, ancorados em Pacheco (1995) e Sarmento (2003).

Como metodologia, recorreremos à análise de conteúdo (Bardin), buscando analisar o Instagram do clube do livro infantil (@leiturinha), abarcando uma análise quali-quanti. Para isso, iremos tomar como recorte os posts dos meses de abril, maio e junho, no total de 99 postagens, analisando três categorias principais: (1) Formato, que identifica se o post é um vídeo, reels, carrossel ou postagem de slide única; (2) Marketing ostensivo ou velado, que verifica se a promoção do clube ocorre de forma explícita, por meio de chamadas para assinatura, ou de maneira indireta, integrada a conteúdos informativos, educativos ou de entretenimento; e (3) Direcionamento de público e narrativa de identificação, que analisa se a comunicação se dirige prioritariamente às crianças ou aos adultos responsáveis pela compra.

Acredita-se que, apesar de promover um produto destinado às crianças, a comunicação da Leiturinha direciona seus discursos e estratégias de persuasão aos adultos responsáveis pela assinatura, utilizando o universo infantil como recurso narrativo e simbólico em uma campanha adultocêntrica, que tem como objetivo legitimar a oferta do clube, além de recorrer à influencers digitais que possuem uma ligação direta com a ideia de maternidade e não necessariamente a aplicação para um público infantil

Referências

Craveiro, P. S. U., & Bragaglia, A. P. (2017). Regulação da publicidade infantil no Brasil: A publicidade após a Resolução 163 do Conanda. In A. Alcântara, & B. Guedes (Eds.), *Comunicação e infância: Processos em perspectiva* (pp. 62-94). Pimenta Cultural.

Hallewell, L. (2017). *O livro no Brasil: sua história*. Editora da Universidade de São Paulo.

Lajolo, M., & Zilberman, R. (2019). *A formação da leitura no Brasil*. Editora Unesp.

Marôpo, L. (2011). Jornalistas e fontes de informação: Constrangimentos e oportunidades para o agendamento dos direitos das crianças em Portugal e no Brasil. *Estudos em Comunicação*, (9), 81-102.

Pacheco, E. D. (1995). Das representações da infância, no imaginário social, à criação de uma linguagem mítica. *Linha D'Água*, (número especial), 161-167.

Sampaio, I. S. V., & Cavalcante, A. P. P. (Coords.). (2016). *Publicidade infantil em tempos de convergência: relatório final*. Universidade Federal do Ceará; Secretaria Nacional do Consumidor, Ministério da Justiça.

Sarmento, M. J. (2003). Imaginário e culturas da infância. *Cadernos de Educação,* (21), 51-69

Thompson, J. B (2021). *As guerra dos livros: a revolução digital no mundo editorial*. Editora da Universidade de São Paulo.

Vizeu, A. E. P. (2005). *Os jornalistas e a audiência: A hipótese da audiência presumida* [Trabalho apresentado]. Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

A evolução histórica da personalização política: da televisão ao YouTube nas campanhas de Margarida Salomão em Juiz de Fora - MG (2012-2024)

Samuel Sol Santos
202591009@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Paulo Roberto Figueira Leal
pabeto.figueira@uol.com.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

A relação entre a esfera política e os meios de comunicação tem passado por mutações estruturais nas últimas décadas. Uma das consequências mais notórias dessa dinâmica é a chamada 'nova ambiência eleitoral' (Leal, 2002, como citado em Leal et al., 2012), contexto em que o eleitor mediano, diante da desagregação partidária, passa a recorrer a atalhos informacionais focados quase exclusivamente na imagem dos candidatos. A política afasta-se do debate ideológico profundo para centrar-se na personalização, estruturando um verdadeiro espetáculo midiático. No Brasil, esse fenômeno foi historicamente balizado pela televisão, com destaque para o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) (Cervi, 2011; Peths & Leal, s.d.). Contudo, o advento das mídias digitais, notadamente o YouTube, deslocou parte dessa disputa narrativa para a internet, reconfigurando a memória e as táticas de convencimento.

Para compreender a evolução histórica dessa transformação em âmbito local, este artigo analisa a trajetória de campanhas de Margarida Salomão (PT) à Prefeitura de Juiz de Fora (Minas Gerais). Em 2012, disputando a prefeitura em um cenário de forte 'antipetismo', a candidata utilizou o HGPE televisivo para tentar aglutinar sua imagem à de figuras nacionais do partido, enquanto, simultaneamente, introduzia elementos de humanização de sua persona (Leal et al., 2012). Doze anos depois, no pleito de 2024, já como prefeita buscando a reeleição, sua campanha migrou fortemente para o YouTube. Diante dessa transição temporal e de suporte midiático, o presente estudo formula o seguinte problema de pesquisa: como a estratégia de personalização política de Margarida Salomão evoluiu historicamente, comparando-se os discursos de sua campanha televisiva de 2012 com os vídeos digitais de reeleição no YouTube em 2024?

O objetivo central deste trabalho é realizar uma análise histórico-comparativa da construção discursiva, semântica e imagética da candidata, contrastando a sua campanha televisiva de 2012 com a sua digital de 2024. Especificamente, busca-se resgatar a literatura sobre o seu comportamento comunicacional no HGPE de 2012 e mapear, por meio de decupagem, a presença ou ausência de identificação ideológica nos discursos de 2024. A pesquisa adota uma abordagem híbrida, qualitativa e quantitativa. Para 2012, utiliza-se a revisão bibliográfica baseada em Leal et al. (2012). Para 2024, o instrumento consiste em uma adaptação da tipologia de Cervi (2011) aplicada a um corpus dos cinco vídeos de campanha mais visualizados no canal da candidata no YouTube.

A comparação revela uma profunda transformação. O estudo de Leal et al. (2012) demonstra que, em 2012, a candidata buscou uma simbiose de sua persona com figuras nacionais como Lula e Dilma Rousseff. Contudo, o embrião da personalização já se fazia presente para contornar a rejeição ideológica regional, inserindo traços de humanização como revelar gostos

musicais e tocar flauta doce. Doze anos depois, os dados de 2024 revelam o ápice desse processo histórico: há uma supressão total da identidade partidária. Não foi registrada uma única menção verbal ou simbólica à sigla do Partido dos Trabalhadores (PT) ou a figuras nacionais nos vídeos mais assistidos, substituídos por testemunhos de populares e foco na competência administrativa em obras urbanas sob o slogan 'Tudo é para todos!'.

A comparação histórica ilustra a marcha da política rumo ao espetáculo. Conclui-se que o silenciamento das bandeiras partidárias, que em 2012 dividiam espaço com a candidata, tornou-se absoluto no YouTube em 2024. A evolução da estratégia de Margarida Salomão comprova que, diante de ambientes eleitorais complexos, a supressão ideológica e a exaltação da capacidade gerencial pragmática consolidam-se como táticas de viabilidade eleitoral, tornando o ambiente digital o arquivo de uma política centrada em candidatos.

Referências

Cervi, E. U. (2011). O uso do HGPE como recurso partidário em eleições proporcionais no Brasil: um instrumento de análise de conteúdo. *Opinião Pública*, *17*(1), 106-136.

Leal, P. R. F., Rossini, P. G. C., & Werneck, V. (2012). As eleições municipais de Juiz de Fora em 2012 e a estratégia da personalização. *Libertas*, *12*(2), 1-26.

Peths, L. L., & Leal, P. R. F. (s.d.). Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral e Propaganda Partidária Gratuita: do surgimento à personalização na televisão brasileira. *Revista Parágrafo*.

A FORMAÇÃO DE COMUNIDADES VIRTUAIS NO TIKTOK

Ana Vitória Machado de Oliveira
avm.oliveira@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Célia Maria Retz Godoy dos Santos
celia.retz @unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Na atual "sociedade da informação", o espaço existente no mundo da comunicação sem a presença física do homem para constituir relacionamentos dá ênfase ao ato da imaginação, da criação de uma imagem anônima e de um ambiente virtual que surge da interconexão das redes de dispositivos digitais interligados no planeta.

O presente trabalho tem como objetivo discutir a contribuição do TikTok na formação de comunidades virtuais.

Este debate foi levantado a partir da revisão narrativa de literatura acerca de conceitos como Ciberespaço (Lévy, 1993), Cibercultura (Lévy, 1999), Comunidades virtuais (Recuero, 2001) e Cultura participativa (Jenkins, 2009).

A revisão narrativa de literatura permitiu que entendessemos que o espaço virtual é capaz de se ampliar a cada dia e de oferecer uma comunicação de todos e para todos e entre grupos e que, desse modo, o ciberespaço intensificou transformações sociais nos mais diversos campos da atividade humana, despertando um movimento de virtualização da informação e da comunicação (Lévy, 1993).

Pensando nessa interação permitida pela rede de computadores, Lévy (1999) define a cibercultura como sinônimo de comunicação universal, que é responsável pela consequente formação de comunidades virtuais, surgidas a partir de interesses comuns entre usuários do ciberespaço.

Bauman (2003) diz que a palavra "comunidade" é sinônimo de um lugar aconchegante, seguro e relaxante, onde pode-se contar com a solicitude dos demais. Dessa maneira, compreende-se uma comunidade virtual como um agregado cultural construído a partir do encontro virtual de um grupo de pessoas que compartilham dos mesmos interesses (Recuero, 2002) e se relacionam com as mídias sociais digitais a partir da criação de conteúdos (Jenkins, 2009).

O TikTok chegou ao Brasil em 2019 e se popularizou durante a pandemia de Covid-19, que implicou no distanciamento social e fez com que as pessoas tivessem que lidar com a tecnologia com mais regularidade, fosse para estudar, trabalhar, se conectar com amigos e familiares, adquirir informações do cotidiano ou para, simplesmente, se entreter (Kotler et al., 2021).

O TikTok tem como missão "inspirar criatividade e trazer alegria" e é apresentada como "o principal destino para vídeo móvel no formato curto" (TikTok, online) e, ao logar no aplicativo, o usuário vê as abas "A Seguir" e "Para Você", nas quais poderá assistir, respectivamente, os vídeos criados por pessoas que ele segue ou os vídeos recomendados pelo algoritmo da rede (Quiroz, 2020).

A rede social digital em questão não incentiva que as pessoas sigam outras, pelo contrário, as comunidades virtuais se estabelecem ali por meio do estímulo ao uso da página que sugere conteúdos que estão além do conhecimento do consumidor, mas que, mesmo assim, estão imersos nos interesses dele. Esse algoritmo é uma ferramenta de recomendação que nutre o TikTok a partir do reconhecimento das ações dos usuários: cliques, pausas, curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos. Desse modo, o algoritmo é

encarregado de classificar os conteúdos produzidos e entregá-los aos espectadores. Assim, os indivíduos descobriram no TikTok um espaço propício para a expressão e a conexão com pessoas que compartilham dos mesmos interesses (O'Brien, 2021).

Referências

Bauman, Z. (2003). *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Zahar.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. Aleph.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: tecnologia para a humanidade*. Sextante.

Lévy, P. (1993). *O futuro do pensamento na era da informática.* Editora 34.

Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. Editora 34.

O'Brien, J. M. (2021, 7 outubro). Welcome to the TikTok economy. *Fortune*. https://fortune.com/longform/tiktok-economy-monetization-business-social-media-platforms-creators

Quiroz, N. T. (2020). TikTok. *Revista Argentina de Estudios de Juventud, 14*(14), e044. https://doi.org/10.24215/18524907e044

Recuero, R. (2002). *Comunidades virtuais: uma abordagem teórica* [Artigo apresentado] V seminário Internacional de Comunicação.

Análise fílmica de imagens droneanas em reels turísticos: uma proposta metodológica para o estudo da paisagem no audiovisual contemporâneo

Brenno Anderson Azevedo Rodrigues
b-ander@hotmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

Vicente Gosciola
vicente.gosciola@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

A incorporação de drones à produção audiovisual ampliou significativamente as possibilidades de representação da paisagem e consolidou novas formas de construção visual dos destinos turísticos em filmes, vídeos promocionais e, sobretudo, em reels publicados em plataformas digitais. A mobilidade tridimensional da câmera, associada à circulação intensiva dessas imagens nas redes sociais, transformou a experiência estética do espaço e potencializou formas de contemplação, imersão e espetacularização dos territórios. Apesar dessa ampla difusão, permanecem escassas propostas metodológicas voltadas à análise sistemática da linguagem droneana aplicada aos reels turísticos.

Nesse contexto, Penafria (2009) compreende a análise fílmica como um processo de decomposição e interpretação dos elementos da obra audiovisual, enquanto Bordwell e Thompson (2013) defendem que a linguagem

cinematográfica deve ser examinada pela articulação entre enquadramento, movimentos de câmera, montagem, som e organização narrativa. Esses referenciais oferecem bases consistentes para a análise audiovisual, mas ainda não contemplam, de forma sistemática, as especificidades estéticas e narrativas das imagens droneanas produzidas e difundidas em plataformas digitais.

Diante desse cenário, o artigo tem como objetivo apresentar uma proposta metodológica para a análise fílmica de reels turísticos produzidos com imagens captadas por drones, oferecendo uma matriz analítica destinada a investigar como os movimentos da câmera aérea reorganizam a percepção da paisagem, estruturam a narrativa e participam da construção do imaginário turístico contemporâneo.

A fundamentação teórica articula contribuições complementares para a construção da proposta metodológica. Penafria (2009) compreende a análise fílmica como um processo de decomposição e reconstrução dos sentidos da obra audiovisual. Bordwell e Thompson (2013) entendem o estilo cinematográfico como um sistema organizado de escolhas formais, enquanto Aumont (2004) contribui para a compreensão da mobilidade do olhar proporcionada pelo drone. Xavier (2005) fundamenta a imagem cinematográfica como construção discursiva e, por fim, Schier (2003) e Silveira (2018) sustentam, respectivamente, a concepção de paisagem e as relações entre audiovisual, turismo e imaginário.

Metodologicamente, a investigação caracteriza-se como qualitativa, exploratória, descritiva, interpretativa e elaborada para uma realização comparativa, desenvolvida por meio da análise fílmica de reels publicados no Instagram que utilizam imagens droneanas na representação de espaços turísticos. O caráter exploratório decorre da recente consolidação do drone como linguagem audiovisual, enquanto a dimensão interpretativa considera que os sentidos dos movimentos droneanos dependem de sua articulação com enquadramento, ponto de vista e montagem. A comparação entre o Delta do Parnaíba e o Jalapão busca identificar como repertórios semelhantes de captação

aérea são adaptados às especificidades de cada território. O corpus compreende reels públicos publicados entre 2023 e 2026, sendo o reel a unidade de análise e o plano audiovisual a unidade mínima de observação.

A principal contribuição do estudo consiste na proposição de uma matriz analítica voltada à investigação da estética droneana, estruturada em cinco dimensões analíticas articuladas — estética visual, mobilidade droneana e percepção sensorial, espetacularização da paisagem, processos de midiatização e turismo e imaginário visual. A matriz integra a análise de enquadramentos, movimentos, montagem, narrativa e construção discursiva da paisagem, compreendendo o drone como dispositivo de organização do olhar. Para operacionalizar essa abordagem, articula três níveis complementares de interpretação, correspondentes à materialidade formal da imagem, à construção audiovisual da paisagem e aos efeitos estéticos e discursivos produzidos pelas imagens, permitindo examinar como os deslocamentos do drone reorganizam a percepção do espaço e contribuem para a construção de novas significações dos territórios turísticos.

No campo da comunicação, o estudo contribui ao oferecer um protocolo metodológico capaz de aproximar a análise fílmica das especificidades do audiovisual contemporâneo produzido para plataformas digitais. A matriz proposta amplia as possibilidades de investigação sobre estética audiovisual, cultura digital, turismo e produção de imaginários, podendo ser aplicada a estudos sobre cinema, publicidade, documentário, comunicação turística e outros produtos audiovisuais que utilizam imagens captadas por drones, contribuindo para suprir uma lacuna metodológica identificada na literatura.

Referências

Aumont, J. (2004). *O olho interminável*: cinema e pintura. Cosac Naify.

Bordwell, D., & Thompson, K. (2013). *A arte do cinema*: uma introdução. Editora da Unicamp, Edusp.

Penafria, M. (2009, abril). *Análise de filmes: conceitos e metodologia(s)* [Trabalho apresentado]. VI Congresso SOPCOM. BOCC - Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação.

Schier, R. A. (2003). Trajetórias do conceito de paisagem na geografia. *RA'E GA - O Espaço Geográfico em Análise, 7*, 79-85.

Silveira, V. P. (2018). *Garibaldi: destino cinematográfico! Um estudo sobre a relação entre cinema e turismo no município de Garibaldi/RS* [Dissertação de mestrado, Universidade de Caxias do Sul].

Xavier, I. (2005). *O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência* (3ª ed. rev. e ampl.). Paz e Terra.

BBB, K-Pop e literacia do fã: uma análise da ação colaborativa entre fandoms do BTS e da Ana Paula Renault

Gustavo Furtuoso
gfurtuoso@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Samara Angela Teixeira
samara.angela123@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Júlia Garcia
julia.ggaa@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

O Big Brother Brasil (BBB) apresentou, em 2026, um modelo de participação que contava com pipocas (anônimos), camarotes (celebridades) e veteranos de edições anteriores, incluindo a jornalista Ana Paula Renault. Diferentemente de sua primeira participação, Ana Paula foi apontada como a favorita da edição desde os primeiros dias de confinamento, participando de momentos decisivos do jogo e acumulando números expressivos nas plataformas de mídias sociais (Capitani, 2026). Com 75,94% dos votos, tornou-se campeã do BBB 26, resultado que se deve à organização de votações a partir de orientações não apenas dos administradores do perfil oficial da participante, mas também de seus fã-clubes (Faggiani, 2026). O *@qganapaula* pode ser

considerado um dos agentes principais nesse contexto. Com 25,1 mil seguidores no *X*[1] (antigo *Twitter*), organizou um mutirão com auxílio de outros *fandoms* em votação que bateu recordes do programa.

Dentre esses *fandoms* estava o *Army*, fãs do grupo de *K-Pop BTS* com reconhecimento na mídia geral por sua organização, produção de conteúdos e presença massiva nas plataformas de mídias sociais (Santana & Santos, 2019). As reapropriações de fãs geram novas significações, comunidades e identidades em contato com produtos midiáticos (Martino & Marques, 2022). Logo, há uma variedade de práticas que eles desempenham, desde as mais consolidadas e que resultam em algum tipo de produto, como as *fanfics*, até as mobilizações (Amaral et al., 2015), caso da ação a ser analisada neste trabalho. Tais competências estão associadas à literacia do fã, definida como um "conjunto de habilidades críticas e criativas envolvendo a capacidade de avaliar, produzir, participar, ressignificar e distribuir um conteúdo midiático a partir do seu universo de referência" (Sigiliano & Borges, 2024, p. 83). Para as autoras, essas habilidades abrangem competências multissensoriais, que operam a partir de elementos como a ampliação e a ressignificação da trama e o domínio da arquitetura informacional da plataforma utilizada. Nesse contexto, pode ser entendida segundo três dimensões: universo de referência, arquitetura informacional e pedagogia do pop (Sigiliano et al., 2025a; Sigiliano et al., 2025b). O presente trabalho tem como objetivo analisar, com enfoque na arquitetura informacional, como os fãs de Ana Paula Renault e BTS mobilizaram recursos da plataforma para atingir seus respectivos objetivos. No contexto do X, os parâmetros de análise incluem a temporalidade *always on*, o foco da interação social, a indexação e os recursos multimodais.

A amostra escolhida compreende as ações feitas no X a partir dos perfis *@qganapaula* e *@btsprojectbr* entre os dias 22 e 24 de fevereiro - intervalo relativo à primeira votação após o estabelecimento da parceria entre os

1. Informação coletada em 27 de jul. 2026.

fandoms. O propósito da ação era fazer os fãs de BTS cadastrarem seu voto único por CPF no site do BBB para eliminar a participante Maxiane - rival de Ana Paula. Em contrapartida, os fãs de Ana Paula deveriam realizar o pré-save do álbum *ARIGANG* na plataforma Spotify para impulsionar os números do grupo. Ao fim das ações, o paredão em questão quebrou recordes do programa por ter sido a votação com o maior número de CPFs registrados até aquela data (Henrique, 2026). Embora tenha repercutido em outras redes sociais, a escolha do X como plataforma de análise justifica-se por elementos de sua arquitetura informacional que fizeram dela o principal ambiente usado pelos fandoms para registro e acompanhamento dos objetivos cumpridos.

A análise evidencia como os fãs, a partir de um engajamento informal e espontâneo, foram capazes de utilizar recursos nativos da plataforma para ampliar o alcance da ação, organizar links e tutoriais para instrução de outros usuários acerca da participação, assim como realizar e mensurar esforços de forma simultânea e sincronizada. Iniciativas como essa evidenciam o potencial dos fandoms em pautar discussões relevantes para a democracia ao mobilizar grandes grupos em torno de decisões e objetivos coletivos (Borges et al., 2024). Além das dinâmicas próprias da cultura de fãs, os fandoms foram capazes de desenvolver e exercitar habilidades relacionadas à produção criativa de conteúdos e às lógicas algorítmicas das plataformas. Esta análise busca contribuir com os estudos da área ao discutir possibilidades de interação entre fandoms em relações de mutualismo com procedimentos e objetivos negociados que podem extrapolar esferas do entretenimento e ter repercussões em contextos culturais, econômicos e políticos.

Referências

Amaral, A., Souza, R. V., & Monteiro, C. (2015). De Westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira: ativismo de fãs, conceitos, resistências e práticas na cultura digital. *Galáxia, 29*, 141-154. https://doi.org/10.1590/1982-25542015120250

Borges, G., Sigiliano, D., & Lima, C. A. R. (2024). #FandomsPeloVoto: Activismo de los fans para la participación de los votantes jóvenes en las elecciones brasileñas de 2022. *Palabra Clave, 26*(4), Article e2644. https://doi.org/10.5294/pacla.2023.26.4.4

Capitani, L. (2026, April 14). Como o BBB transforma atenção em consumo e influencia. *Meio & Mensagem*. https://bit.ly/4hFmYe6

Faggiani, I. (2026, April 22). BBB 26: Ana Paula Renault confirma favoritismo e vence dez anos após sua primeira edição. *F5*. https://f5.folha.uol.com.br/televisao/bbb26/2026/04/bbb-26-ana-paula-renault-confirma-favoritismo-e-vence-dez-anos-apos-sua-primeira-edicao.shtml

Henrique, E. (2026, February 25). 'BBB 26': Eliminação de Maxiane bate recorde de votos; entenda. *Terra*. http://bit.ly/4vPKiJH

Martino, L. M. S., & Marques, A. C. S. (2022). Definindo a cultura pop: Uma trilha política. In L. M. S. Martino & A. C. S. Marques, *Política, cultura pop e entretenimento: o improvável encontro que está transformando a democracia contemporânea* (pp. 25-45). Sulina.

Santana, A. G., & Santos, M. S. T. (2019). *Práticas culturais urbanas: Análise do comportamento das Armys - fãs do grupo de K-pop BTS* [Trabalho apresentado]. Anais do XLII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom. https://bit.ly/4wxmFHe

Sigiliano, D., & Borges, G. (2024). Literacia dos fãs da série brasileira *As Five* na rede social X. *Journal of Digital Media & Interaction, 7*(17), 77-92. https://doi.org/10.34624/JDMI.V7I17.38017

Sigiliano, D., Garcia, J., & Furtuoso, G. (2025a). *Literacia do fã em animês: a ressignificação do cânone de Shingeki no Kyojin no YouTube* [Trabalho apresentado]. Anais do 34º Encontro Anual da Compós (pp. 1-26). UFPR.

Sigiliano, D., Lima, C. A. R., & Borges, G. (2025b). Telenovelas brasileñas, literacidad de fandom y negociación en TikTok: un análisis del remake de *Vale Tudo*. *Razón y Palabra, 29*(124), 55-68. https://doi.org/10.26807/rp.v29i124.2335.

Comunicação digital e performance política: uma análise de Alexandre Kalil pelo Governo de Minas Gerais

Jules Matos
jules.matos@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Isabella Dias
dias.isabella@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Luiz Ademir
luizoli@ufsj.edu.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Diego Garcia
diegophelipe@yahoo.com.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Vanilda Cantarino
cantarinomagalhaes.vanilda@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Após a redemocratização, o sistema político brasileiro passou por transformações, intensificadas a partir das eleições de 2016 e, sobretudo, de 2018, quando as redes sociais passaram a ocupar posição central nas estratégias de comunicação eleitoral. A redução do tempo destinado ao Horário Gratuito

de Propaganda Eleitoral (HGPE) e a crescente influência das plataformas digitais favoreceram a ascensão de novas lideranças políticas, especialmente vinculadas à direita e à extrema direita. Conforme argumenta Oliveira e Chaves (2023), esse contexto impulsionou a emergência de candidaturas identificadas como *outsiders*, que passaram a construir sua imagem pública por meio de estratégias de personalização, proximidade com o eleitorado e oposição à política tradicional.

Em Minas Gerais, Alexandre Kalil (PDT) tornou-se um dos principais representantes desse movimento ao ingressar na política após consolidar sua trajetória como dirigente esportivo. Sua eleição para a Prefeitura de Belo Horizonte, em 2016, foi marcada pela forte presença nas plataformas digitais e pela construção de uma imagem associada à identidade outsider (Oliveira & Chaves, 2023). Após a oficialização de sua candidatura ao governo de Minas Gerais, este estudo analisa cinco vídeos publicados em seu perfil oficial no Instagram entre 20 de julho e 5 de agosto de 2026, período que compreende as convenções partidárias e antecede o início oficial da campanha eleitoral, buscando compreender como sua comunicação contribui para a construção de sua imagem pública e para a mobilização de elementos associados à identidade outsider.

A metodologia fundamenta-se na Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), articulada às discussões sobre plataformização (Van Dijck et al., 2018), performance social (Goffman, 2011) e comunicação política (Gomes, 2004). A análise considera tanto os repertórios discursivos mobilizados pelo candidato quanto as especificidades do ambiente digital, marcado pela centralidade da visibilidade, da personalização e da interação entre representantes políticos e públicos.

Os resultados preliminares indicam que Alexandre Kalil constrói sua imagem política por meio da recorrência de estratégias discursivas que articulam autenticidade, proximidade e personalização. Nos vídeos analisados

predominam linguagem coloquial, referências à trajetória pessoal, interação direta com o eleitorado e narrativas voltadas à valorização da experiência política e da identificação com o cidadão comum. Ainda que ocupe posição consolidada no cenário político mineiro, sua comunicação mobiliza elementos tradicionalmente associados à identidade outsider, reforçando uma imagem de independência em relação à política tradicional e de proximidade com a população.

Conforme argumenta Gomes (2004), a política contemporânea é atravessada pela busca por visibilidade e pelo protagonismo das performances públicas. Nesse sentido, observa-se que o Instagram não apenas amplia o alcance das mensagens, mas condiciona formas específicas de construção da imagem política, privilegiando conteúdos personalizados, emocionalmente mobilizadores e voltados à interação com a audiência. Mais do que divulgar posicionamentos, a plataforma contribui para produzir reconhecimento e fortalecer vínculos simbólicos entre o candidato e seus seguidores.

Diante disso, considera-se que a comunicação desenvolvida por Alexandre Kalil no Instagram evidencia como lideranças inicialmente associadas ao fenômeno dos outsiders podem mobilizar estratégias de performance e personalização para construir e negociar sua imagem pública nas plataformas digitais. O estudo contribui para compreender como as dinâmicas da comunicação digital influenciam a construção da imagem política e a disputa por legitimidade no contexto eleitoral.

Referências

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Goffman, E. (2011). *A representação do eu na vida cotidiana* (M. C. S. Raposo, Trad., 10ª ed.). Vozes.

Gomes, W. (2004). *As transformações da política na era da comunicação de massa*. Paulus.

Oliveira, L. A., & Chaves, F. de R. (2023). Da retórica antipolítica à adesão ao establishment: A acomodação do ex-prefeito de Belo Horizonte, Alexandre Kalil (PSD), ao sistema político pela ótica da comunicação eleitoral. *Revista Lumen, 8*(15), 7-33. https://doi.org/10.32459/2447-8717e237

Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: public values in a connective world*. Oxford University Press.

Cuando el algoritmo entra en casa: diseño de información y mediación parental en los ecosistemas digitales de la primera infancia

Guillermo Sánchez-Borrero
grsanchez@puce.edu.ec
Pontificia Universidad Católica del Ecuador

César Huertas
cdhuertas@puce.edu.ec
Pontificia Universidad Católica del Ecuador

La incorporación de plataformas digitales en la vida cotidiana ha modificado las formas de comunicación dentro del hogar. Durante la primera infancia, el acceso a contenidos digitales depende tanto de madres, padres y cuidadores como de sistemas algorítmicos que seleccionan, recomiendan y jerarquizan información de manera permanente, organizando la circulación de contenidos de forma poco visible para quien la habita (Gillespie, 2018). El algoritmo, por lo tanto, deja de ser un componente técnico invisible para convertirse en un agente que ejerce una forma de poder no siempre perceptible (Bucher, 2018) y que participa en la organización de las experiencias familiares y en la construcción de nuevas formas de interacción entre adultos, niños y tecnologías.

Este estudio se fundamenta en la Ecología de los Medios, que entiende las tecnologías como ambientes capaces de transformar las relaciones sociales

y culturales (McLuhan, 1964; Postman, 1970), y dialoga con las ecologías mediáticas y narrativas transmedia de Scolari (2015). A esta base se incorpora la perspectiva de los estudios de plataformas, en particular Van Dijck et al. (2018) sobre la reorganización de la vida social a partir de las lógicas de las plataformas, lo que permite leer el hogar como parte de esa reorganización, junto con los aportes de Livingstone y Helsper (2008) sobre mediación parental y estudios en otros países como el de Wu et al. (2022) sobre el uso prolongado de pantallas en la primera infancia.

El objetivo del estudio es analizar cómo las ecologías digitales influyen en la mediación parental y de qué manera el diseño de información puede fortalecer procesos de alfabetización mediática, tomando como referencia el marco general de la UNESCO (2021) y las dimensiones de competencia mediática propuestas por Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce (2012), para su posterior adaptación al contexto de familias con niños de 0 a 4 años. Más que cuestionar el uso de las pantallas, el estudio busca comprender las dinámicas comunicacionales del entorno doméstico y proponer estrategias que favorezcan decisiones más conscientes por parte de madres, padres y cuidadores frente a la creciente automatización de la circulación de contenidos.

La metodología tiene un enfoque mixto y alcance descriptivo-proyectual: revisión bibliográfica, observación contextual, encuestas a madres, padres y cuidadores de diferentes centros de desarrollo infantil de Quito y Santo Domingo de los Tsáchilas (n=350), así como un análisis comparativo de experiencias en mediación parental.

La investigación parte de la reflexión de que los dispositivos móviles se han instalado como herramienta de cuidado e incluso de crianza: madres, padres y cuidadores recurren a ellos de manera rutinaria para entretener, tranquilizar o facilitar actividades domésticas, un uso instrumental que antecede otras formas de mediación y que, en esta investigación, se conceptualiza metafóricamente como ‘chupete digital’. Sobre esa base ya naturalizada se superpone un conocimiento limitado del funcionamiento de los algoritmos

de recomendación y de la manera en que estos organizan el consumo de contenidos durante la primera infancia.

Desde esta perspectiva, se propone comprender la crianza contemporánea como un fenómeno comunicacional inscrito en lo que se denomina Ecologías Digitales del Cuidado: los entornos donde convergen plataformas, dispositivos, algoritmos, prácticas culturales y decisiones parentales. A partir de este marco se plantea una segunda categoría analítica, Narrativas Algorítmicas del Cuidado, definida como el conjunto de decisiones, rutinas y prácticas familiares que se configuran a partir de la interacción cotidiana con sistemas de recomendación digital. Estas narrativas no son producidas únicamente por los cuidadores, sino que emergen de la relación constante entre personas, plataformas y algoritmos que condicionan el acceso a la información y al entretenimiento infantil.

La principal contribución del estudio consiste en desplazar el debate desde el tiempo de exposición a las pantallas hacia el análisis de las relaciones comunicacionales que emergen en la cultura algorítmica. Las ecologías digitales del cuidado y las narrativas algorítmicas del cuidado ofrecen un marco conceptual para comprender cómo las plataformas participan en la configuración de las prácticas familiares, y cómo el diseño de información puede fortalecer la alfabetización mediática y promover crianzas más conscientes.

Referencias

Bucher, T. (2018). *If…then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780190493028.001.0001

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media.* Yale University Press.

Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2008). *Parental mediation of children's internet use. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 52*(4), 581-599. https://doi.org/10.1080/08838150802437396

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.

Pérez-Rodríguez, M. A., & Delgado-Ponce, Á. (2012). *De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: Dimensiones e indicadores. Comunicar, 20*(39), 25-34. https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-02

Postman, N. (1970). The reformed English curriculum. In A. C. Eurich (Ed.), *High school 1980: The shape of the future in American secondary education* (pp. 160-168). Pitman.

Scolari, C. A. (Ed.). (2015). *Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones.* Gedisa.

UNESCO. (2021). Media and information literate citizens: Think critically, click wisely! Media and information literacy curriculum for educators and learners. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377068

van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world.* Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001.

Wu, Z., Yu, J., & Xu, C. (2023). Does screen exposure necessarily relate to behavior problems? The buffering roles of emotion regulation and caregiver companionship. *Early Childhood Research Quarterly, 63,* 424-433. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2023.01.008

Da carta ao enquadramento: a construção de sentidos sobre o tarifaço de Trump no *G1* e na *Folha de S. Paulo*

Diego Felipe Garcia
diegophelipe@yahoo.com.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Luiz Ademir de Oliveira
luizoli@ufsj.edu.br
Universidade Federal de São João del-Rei

Isabella Mudesto Dias Costa
dias.isabella@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jules Strogoff de Castro Matos
julesstrogoffufjf@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Vanilda Gomes Cantarino de Magalhães
cantarinomagalhaes.vanilda@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

A presente pesquisa propõe uma problematização discursiva das notícias veiculadas no *G1* e na *Folha de S. Paulo* acerca do tarifaço de Donald Trump ao Brasil. Nesse contexto, o então presidente dos Estados Unidos anunciou, em 09 de julho de 2025, o envio de uma carta a Luiz Inácio Lula da Silva

(PT), na qual comunicava a imposição de uma taxação de 50% sobre produtos brasileiros comercializados em solo americano. Parte-se da concepção que, embora se trate de duas mídias hegemônicas no cenário midiático brasileiro, *G1* e *Folha de S. Paulo* mobilizam arquiteturas textuais distintas, que são materializadas em formas de argumentação, modos de representação discursiva e na apropriação de discursos de naturezas distintas para construir sentidos sobre o tarifaço. Nessa conjuntura, a notícia é compreendida como um espaço de construção social, rearticulando fontes, vozes e organizando discursos das ordens econômicas, internacionais, jurídicas e jornalísticas.

Sendo assim, o objetivo principal é problematizar como as notícias publicadas no *G1* e na *Folha de S. Paulo* na versão web atribuem sentidos ao tarifaço de Donald Trump ao Brasil. De forma mais específica, busca-se identificar os atributos discursivos mobilizados por cada veículo, bem como compreender a reorganiza**ção** das vozes dos atores sociais e políticos ao longo das notícias analisadas. Para isso, o objeto dessa pesquisa são duas notícias (uma de cada veículo), cuja finalidade é realizar uma análise comparativa entre tais textos sobre o evento específico em relação ao tarifaço. Pelas notícias serão problematizados os sentidos e os significados das palavras e das frases, considerando o contexto de produção como elemento fundamental para a materialização desses discursos.

Para isso, têm-se como contribuições teóricas as discussões sobre visibilidade pública e midiatização. Além disso, destaca-se as principais características do webjornalismo e suas especificidades. Segundo Thompson (2008), o desenvolvimento das mídias comunicacionais fez nascer assim um novo tipo de visibilidade desespacializada, a qual possibilitou uma forma íntima de apresentação pessoal e livre das amarras da co-presença. Silva (2018) destaca que, com a incorporação da internet no dia a dia das pessoas, o jornalismo também adentrou nesse mundo e passou a utilizar as possibilidades da internet para produção e divulgação dos produtos jornalísticos. Nesse sentido, um dos

importantes meios que surgiu a partir da relação entre web e comunicação foi o webjornalismo.

Sendo assim, o curso e a velocidade da informação se destacam num mundo altamente globalizado, visto que o anúncio da taxação de Trump ao Brasil causou reações imediatas no jornalismo. Com o passar das horas e dos dias, as empresas de mídia se organizaram para discutir os impactos dessas tarifas no mercado e na sociedade brasileira. Quais são os setores mais afetados? Como os produtores vão suprir o prejuízo? O governo brasileiro vai negociar essa taxação ou vai procurar novos mercados? Dessa forma, o webjornalismo dispõe de recursos comunicacionais e tecnológicos que ajudam na compreensão e na interpretação da notícia, tais como: a hipertextualidade, os infográficos e os conteúdos audiovisuais.

Para analisar essa conjuntura, utilizar-se-á, como aporte teórico-metodológico, a Análise Crítica do Discurso (ACD), que é uma teoria transdisciplinar que considera a relação dialética entre linguagem e sociedade. Os estudos de Fairclough (2016), pela perspectiva tridimensional do discurso, serão a base da análise. O autor considera que todo discurso é composto por texto, prática discursiva e prática social. Os textos jornalísticos serão analisados por duas categorias analíticas da ACD: ordem do discurso e representação do discurso. A primeira observa como as vozes dos atores sociais e políticos estão disponíveis na notícia, já a segunda problematiza a combinação entre de diferentes ordens discursivas.

Os resultados parciais apontam que, enquanto a *Folha de São Paulo* tem a opção por construir a reportagem pautando apenas o conteúdo da carta e os argumentos políticos de Trump, o *G1* amplia o campo de atuação apresentando a voz do governo brasileiro como resistência ao tarifaço. Nesse sentido, a mídia não está posicionada como o espelho da realidade, visto que ela é um espaço de disputas discursivas com abordagens, autonomias e escolhas distintas.

Referências

Fairclough, N. (2016). *Discurso e mudança social* (I. Magalhães, Trad.; 2ª ed.). Editora Universidade de Brasília.

Silva, A. M. da. (2018). *As dimensões convergentes no webjornalismo regional: Uma análise dos sites do Jornal do Tocantins e O Estado do Maranhão* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Tocantins].

Thompson, J. B. (2008). A nova visibilidade. *MATRIZes, 1*(2), 15-38. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p15-38

Entre a performance e o fracasso: como as redes sociais ressignificam a imagem pública de Shakira e Gerard Piqué

Talison Pires Vardiero
talison.vardiero@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Karolaine Ferraz
karolaine.ferraz@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

O fim do relacionamento entre a cantora colombiana Shakira e o ex-jogador de futebol espanhol Gerard Piqué, anunciado publicamente em 2022, deixou de ser um acontecimento (França, 2012) restrito à esfera privada para se tornar, por meio da circulação em plataformas digitais, descrita por Hjarvard (2014), um fenômeno midiático continuamente atualizado por músicas, entrevistas e comentários de interatores. O caso é particularmente relevante por articular dois campos de grande visibilidade cultural, a música pop e o futebol, permitindo observar como a imagem pública de uma celebridade é reconstruída a partir de acontecimentos privados e das interpretações produzidas pelos públicos nas plataformas digitais, conforme apontado por Jenkins (2009). Este trabalho tem como objetivo analisar a circulação de conteúdos sobre Shakira e Piqué no Instagram, buscando compreender por

que os dois sujeitos, apesar de protagonizarem o mesmo acontecimento, são representados de forma assimétrica pelos públicos.

Metodologia

Para observar esse processo, foi realizado um levantamento no Instagram por meio das hashtags '#Shakira' e '#Piqué', com a seleção das cinco publicações mais curtidas associadas a cada um dos sujeitos, publicadas no dia seguinte à final da Copa do Mundo. O procedimento dialoga com os pressupostos da análise de conteúdo (Bardin, 2011), organizada em etapas de seleção, categorização e interpretação do material. Considerando as mediações algorítmicas de Winques (2024) que atravessam os resultados de busca, a amostra não representa a totalidade das interpretações em circulação, mas os discursos que alcançaram maior engajamento dentro do recorte temporal estabelecido.

Resultados e Discussão

A análise evidencia uma assimetria significativa entre as duas representações. As publicações associadas a Shakira concentram-se na valorização de sua performance artística e de sua autonomia profissional; em três das cinco publicações, o relacionamento com Piqué aparece apenas como informação contextual, o que confirma a leitura de Turner (2004) sobre a autonomia que certas trajetórias de celebridade sustentam mesmo diante de escândalos pessoais. Já as publicações associadas a Piqué, com exceção de uma, estabelecem relação direta com Shakira, associando o ex-jogador àquilo que teria 'perdido' após a separação.

De acordo com Bordieu (1989), essa diferença evidencia como a circulação de discursos participa da construção de hierarquias simbólicas entre os sujeitos representados: enquanto a cantora é lida como produtora de sentidos sobre sua própria trajetória, o ex-jogador é reduzido à condição de

personagem de uma narrativa que tem Shakira como centro, processo descrito por Driessens (2013) como efeito colateral da celebritização de sua própria carreira esportiva.

Ainda nesse sentido, Van Zoonen (1994) defende que essa inversão adquire relevância particular em uma sociedade marcada por estruturas historicamente machistas, nas quais a visibilidade das mulheres costuma ser mediada por sua relação com figuras masculinas; no caso analisado, ocorre o movimento inverso, sem que isso represente uma ruptura completa com essa lógica, já que o discurso que reduz Piqué a 'ex de Shakira' também mantém a separação como principal chave de leitura da vida privada de ambos.

Considerações Finais

Assim como defendido por Primo (2007), o caso demonstra que a visibilidade nas plataformas digitais é construída de forma relacional: a imagem de uma celebridade pode ser fortalecida pela circulação de determinados discursos, enquanto a de outra é reduzida a uma narrativa específica. Mais do que comentar uma separação, os públicos participam ativamente da disputa sobre quem sai fortalecido e quem é prejudicado por ela. Como desdobramento, sugere-se investigar se esse padrão de assimetria se repete em outros casos de separação entre celebridades de campos distintos.

Referências

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Bertrand Brasil.

Driessens, O. (2013). The celebritization of society and culture: understanding the structural dynamics of celebrity culture. *Communication Theory, 23*(3), 641-664.

Hjarvard, S. (2014). *A midiatização da cultura e da sociedade*. Editora Unisinos.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência* (2a ed.). Aleph.

Primo, A. (2007). *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição.* Sulina.

Turner, G. (2004). *Understanding celebrity*. Sage.

Van Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. Sage.

Winques, K. (2024). *Mediações algorítmicas: articulação entre as dimensões simbólicas e materiais das tecnologias digitais*. Editora Insular.

Fãs brasileiros de animês e mangás no TikTok: uma análise de vídeos sobre O Verão em que Hikaru Morreu

Júlia Garcia
julia.ggaa@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Hsu Ya Ya
fhernandayaya@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

As mídias se apresentam como parte fundamental da vida contemporânea, perpassando as dimensões cultural, econômica, política e pessoal, o que torna cada vez mais importante que os indivíduos apresentem uma atitude autônoma, competente e crítica em relação ao uso dessas mídias (Buckingham, 2022). Isso se relaciona às discussões sobre literacia midiática, entendida como "conhecimentos, competências e habilidades de vida necessários para participar na sociedade contemporânea por meio do acesso, análise, avaliação e criação de mensagens midiáticas em uma ampla variedade de formas" (Hobbs, 2019, p. 1). Embora, como destaca Buckingham (2022), a educação midiática em ambientes formais de aprendizagem seja fundamental para a cidadania contemporânea, há inúmeras formas pelas quais tais habilidades críticas e criativas podem ser desenvolvidas em espaços de aprendizagem informal.

Scolari (2018) utiliza o termo literacia transmídia para complementar as noções tradicionais de literacia midiática, enfatizando o potencial da partilha e da criação de conteúdo pelos jovens fora das escolas. O que o autor denomina capacidades transmidiáticas envolve a criação e o compartilhamento de conteúdo em plataformas digitais, a resolução de problemas em jogos e a produção de fãs, por exemplo. Essa perspectiva vai ao encontro do entendimento de Jenkins (2012), que defende que a alfabetização midiática deve levar em conta as mudanças da cultura participativa. Nesse contexto, aponta que a escrita de fanfics representa uma ação vívida de leitura crítica e criativa, o que deve ser encorajado nas escolas. Desse modo, articulando cultura de fãs e literacia midiática, Sigiliano e Borges (2024) cunham o termo literacia do fã para referenciar um conjunto de habilidades críticas e criativas mobilizadas pelos fãs ao avaliar, ressignificar, debater e distribuir conteúdo a partir de um universo de referência.

Como exemplo do papel da ludicidade em processos de aprendizagem, Jenkins et al. (2009) citam o caso de uma adolescente estadunidense, fã de cultura pop japonesa, que necessita se engajar em uma análise minuciosa de textos canônicos, convenções de gênero e códigos linguísticos para fazer *cosplay*, atividade na qual fãs assumem a vestimenta e a identidade de personagens fictícios. Loriguillo-López e Sorolla-Romero (2025) também associam atividades da comunidade *otaku* - como são denominados os aficionados por animês, mangás e produções afins - a habilidades da alfabetização midiática e informacional, enfatizando a participação crítica, criativa e proativa desses fãs nas economias e nos sistemas de intercâmbio de informação e conteúdo. Nesse sentido, considerando a importância de se discutir a literacia midiática e o papel ativo dos fãs na interpretação crítica e na produção criativa de conteúdos, em especial dos fãs de cultura pop japonesa, o presente trabalho tem como objetivo analisar a literacia dos fãs brasileiros do animê e mangá *O Verão em que Hikaru Morreu* no TikTok.

O *corpus* constitui-se por 10 vídeos, levantados a partir de pesquisa feita em 28 de julho de 2026 no buscador do TikTok com os termos "o verão que Hikaru morreu", sendo os resultados organizados pela categoria "melhores" da própria plataforma. Foram selecionados os 10 primeiros vídeos retornados, excluídas duas publicações que continham apenas fotos. A metodologia de análise segue a proposta teórico-metodológica de Sigiliano et al. (2025), que analisam a literacia dos fãs do *remake* da novela *Vale Tudo* no TikTok a partir de três dimensões, cada uma com respectivas habilidades: Universo de Referência, Arquitetura Informacional e Pedagogia do Pop. Os resultados iniciais indicam que predominam os vídeos em formato de *edit*, com a articulação de trilha sonora, diálogos e cenas do animê para ressaltar o caráter romântico da relação entre os protagonistas Yoshiki e Hikaru, ainda que tal relação seja, à princípio, ambígua na obra. Nesse sentido, os fãs mobilizam técnicas de edição de vídeo para repercutir suas percepções sobre o cânone, com ênfase na representação LGBTQIAPN+, o que se relaciona às três dimensões da literacia do fã.

Referências

Buckingham, D. (2022). *Manifesto pela educação midiática*. Edições Sesc São Paulo.

Hobbs, R. (2019). Media literacy foundations. In R. Hobbs & P. Mihailidis (Orgs.), *The International Encyclopedia of Media Literacy* (pp. 1-19). John Wiley & Sons. https://doi.org/10.1002/9781118978238.ieml0063

Jenkins, H. (2012). Lendo criticamente e lendo criativamente. *MATRIZes, 6*(1), 11-24. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v6i1-2p11-24

Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. The MIT Press.

Loriguillo-López, A., & Sorolla-Romero, T. (2025). Cartografías otaku. Prácticas comunicativas y competencias mediáticas del turismo anime. In J. Marzal-Felici et al. (Orgs.), *El análisis fílmico y el desafío de la educación mediática* (pp. 319-335). Tirant Humanidades.

Scolari, C. (2018). *Literacia transmedia na nova ecologia mediática - Livro Branco*. European Union Funding for Research.

Sigiliano, D., & Borges, G. (2024). Literacia dos fãs da série brasileira *As Five* na rede social X. *Journal of Digital Media & Interaction, 7*(17), 77-92. https://doi.org/10.34624/JDMI.V7I17.38017

Sigiliano, D., Lima, C. A. R., & Borges, G. (2025). Telenovelas brasileñas, literacidad de fandom y negociación en TikTok: Un análisis del remake de *Vale Tudo*. *Razón y Palabra, 29*(124), 55-68. https://doi.org/10.26807/rp.v29i124.2335

Fortune Tiger e a arquitetura da dominação: a desapropriação da plasticidade humana nas bets virtuais e o caso de Cleber Zufo

Anna Luíza de Souza Guimarães
luiza.guimaraes@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Ao se projetar uma interface digital em uma era a qual a difusão das plataformas digitais de apostas se torna progressivamente emergente, é necessário que haja o constante questionamento sociopolítico de onde termina a usabilidade e se começa a indução comportamental (Lourenço & Amorim, 2025). Assim, esse cenário causa uma metamorfose profunda na relação entre tecnologia, economia e subjetividade. Nessa holocenose, dados hodiernos revelam que o envolvimento da população com apostas financeiras transladou dezenas de bilhões de reais em um período efêmero, o que evidencia a colisão socioeconômico dessa usabilidade (Mesquita, 2024). Logo, o objetivo desse trabalho consiste em delineiar as silhuetas dramáticas do UX/UI Design dessas plataformas e suas consequências, em especial, no fato do influenciador Cleber Zuffo, ex-participante de *reality show*, o qual tornou pública a destroços de seu patrimônio particular decorrente da dependência em jogos virtuais. Sob este prisma, o infortúnio individual do influenciador expõe o sintoma de um mecanismo projetual predatória, engendrada para converter a agonia e a vulnerabilidade humana em métricas de lucro algorítmico (Safatle, 2015).

Nesta trajetória, o UX/UI Design e a captologia do aplicativo *Fortune Tiger*, conhecido trivialmente como "Jogo do Tigrinho", manuseia uma interface visual hiperestimulante que subleva a deliberação racional do usuário (Fogg, 2003; Lourenço & Amorim, 2025). Logo, o uso de paletas quentes e vibrantes, relativo à presença de um mascote sedutor, efetua diretamente no nível visceral do desenvolvimento emocional (Norman, 2008). Ademais, a plataforma provoca o velamento nos dados de perdas e institui fricções propositais no processo de saque, o que qualifica a aplicação metódica de *dark patterns* (Brignull, 2010; Gray et al., 2018; Lourenço & Amorim, 2025). À vista disso, essa arquitetura de aprisionamento dissimulam o risco financeiro e geram uma sensação fraudulenta de domínio mediante botões potencializados de aposta ágil, como os sistemas "automáticos" e "turbo" (Lourenço & Amorim, 2025).

Em sequência, o âmbito neurocognitivo, o aplicativo examina o circuito mesolímbico de recompensa pelo ambiente de reforço intermitente. Logo, os sistemas de "quase-vitórias" (*near-wins*) geram uma ilusão de upgrade iminente, a qual atua o mecanismo do *reward prediction error* no núcleo *accumbens* e na área tegmental ventral (Schultz, 2016). Desse modo, esse fomento dopaminérgico ininterrupto enfraquece o manuseio coibitivo do córtex pré-frontal e tonifica marcadores somáticos congruentes à inspeção compulsiva pelo ganho (Damasio, 1996). Assim, o design cede atmosfera a uma subordinação comportamental que embarga a atenção e suprime o lapso indispensável para a contemplação crítica.

Ademais, pelo viés sociopolítico, a técnica explicita seu caráter ambivalente de *pharmakon*, em que o entretenimento virtual se transforma em veneno psíquico e despojo financeiro (Stiegler, 2010). Assim, ao operacionalizar a aflição e a expectativa do indivíduo, a razão neoliberal manuseia uma gestão perversa dos afetos (Safatle, 2015). Nesse quadro, a plasticidade neuronal do indivíduo, em particular a sua aptidão de dar forma à própria vivência, padece a coação e se limita a uma flexibilidade servil às imposições do mercado algorítmico (Malabou, 2004).

Por conseguinte, o caso do influenciador Cleber Zufo evidencia o colapso ético e social, torna-se imediato extrapola a ilusão da neutralidade do design (Harris, 2016). Desse modo, a salvaguarda da dignidade humana preceitua a nutrição da neuroética e a estipulação de diretrizes regulatórias sistemáticas que coíbem a aplicação de padrões obscuros e a indagação de vieses cognitivos nas interfaces virtuais (Nielsen, 1994). Assim, o UX/UI design deve proclamar seu comprometimento sociotécnico para se concretizar como artefato de emancipação e ressalva da autonomia individual.

Referências

Brignull, H. (2010). *Dark patterns: deception vs. honesty in UI design*. DarkPatterns.org.

Damasio, A. R. (1996). *Descartes' error: emotion, reason, and the human brain*. Avon Books.

Fogg, B. J. (2003). *Persuasive technology: using computers to change what we think and do*. Morgan Kaufmann.

Gray, C. M., Kou, Y., Battles, B., Hoggatt, J., & Toombs, A. (2018). The dark (patterns) side of UX design. *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1-14. https://doi.org/10.1145/3173574.3174108

Harris, T. (2016). *How technology hijacks people's minds*. Medium.

Lourenço, G. G., & Amorim, P. (2025). Fortune Tiger no alvo: design de interface, experiência do usuário e vício em jogos de azar online. *Infodesign, 22*(3), 1-8.

Malabou, C. (2004). *Que faire de notre cerveau?* Éditions Bayard.

Mesquita, M. (2024, 13 de agosto). *Macro visão: apostas on-line*. Itaú Unibanco. https://macroattachment.cloud.itau.com.br/attachments/a77e92d9-319f-45ca-b657-6c721241804b/13082024_MACRO_VISAO_Apostas_on-line.pdf

Nielsen, J. (1994). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann.

Norman, D. A. (2008). *Design emocional: Por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia*. Rocco.

Safatle, V. (2015). *O circuito dos afetos: Corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo*. Cosac Naify.

Schultz, W. (2016). Dopamine reward prediction-error signalling. *Nature Reviews Neuroscience, 17*(3), 183-195. https://doi.org/10.1038/nrn.2015.26

Stiegler, B. (2010). *For a new critique of political economy*. Polity Press.

Comunicação eleitoral e visibilidade midiática: análise das estratégias dos candidatos ao Governo de Minas no *Instagram*

Luiz Ademir de Oliveira
luizoli@ufsj.edu.br
Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ)

Mayra Regina Coimbra
mayrarcoimbra@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Fernando de Resende Chaves
chavesfernandorc@gmail.com
Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG)

Diego Felipe Garcia
diegophelipe@yahoo.com.br
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

O artigo analisa as estratégias de comunicação eleitoral dos principais candidatos ao governo de Minas Gerais nas eleições de 2026, tomando como corpus as postagens publicadas no Instagram durante a primeira semana oficial de campanha, iniciada em 15 de agosto de 2026. O estudo considera os candidatos que tiverem mais de 5% das intenções de voto nas pesquisas eleitorais. O cenário eleitoral mineiro permanece indefinido até o encerramento das convenções partidárias. Foram homologadas 11 candidaturas ao governo

de Minas Gerais. O senador Cleitinho Azevedo (Republicanos), líder das pesquisas desde 2025, gerou polêmicas com uma série de reviravoltas na sua candidatura. No início de agosto, chegou a declarar que não seria candidato. Somente no dia 7 de agosto anunciou oficialmente a sua candidatura. A indefinição do senador fez com que outros candidatos da direita entrassem na disputa, como o empresário Flávio Roscoe (PL). Outro nome da direita, anunciado há bastante tempo, é do atual governador, Matheus Simões (PSD), sucessor de Romeu Zema. Também figuram como concorrentes no espectro de centro ou centro-esquerda - Gabriel Azevedo (MDB), Patrus Ananias (PT), Alexandre Kalil (PDT). Os outros nomes são de partidos sem representação no Congresso ou na Assembleia Legislativa: Bem Mendes (Missão), Henrique Áreas (PCO), Indira Xavier (UP), Rafael Duda (PSTU), Túlio Lopes (PCB). Desde 2016, as eleições brasileiras passaram por profundas transformações, tanto na correlação de forças políticas quanto na comunicação eleitoral. A polarização entre lulismo e bolsonarismo redefiniu o sistema partidário, enquanto a expansão das plataformas digitais modificou as estratégias de campanha e as formas de interação entre candidatos e eleitores. Essas mudanças também envolveram a ascensão de lideranças *outsiders*, o fortalecimento de discursos antipolítica (Chaves, 2023; Elias & Scotson, 2000; Picussa et al., 2023) e o crescimento das forças de direita (Miguel, 2021), embora elementos tradicionais da política brasileira, como o papel do Centrão, permaneçam relevantes. Em Minas Gerais, até 2014 predominavam forças políticas de centro, especialmente PMDB e PSDB. O quadro foi alterado em 2018 com a eleição de Romeu Zema, empresário e *outsider* que utilizou intensamente as mídias digitais e um discurso antipolítica. Entretanto, sinais dessa mudança já haviam surgido em 2016, com a eleição de Alexandre Kalil à Prefeitura de Belo Horizonte, cuja campanha privilegiou as redes sociais diante do reduzido tempo no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral. Em 2020, Kalil foi reeleito adotando uma retórica de valorização da gestão. Em 2022, na disputa pelo governo estadual,

Zema e Kalil, ambos inicialmente identificados como outsiders, apresentaram estratégias distintas: Kalil abandonou o discurso antipolítica ao se alinhar a Lula, enquanto Zema preservou essa retórica e reforçou sua imagem de gestor eficiente (Chaves, 2023), conquistando ampla vitória. Nas eleições municipais de Belo Horizonte, em 2024, a direita manteve forte competitividade, embora a vitória tenha ficado com o candidato moderado Fuad Noman (PSD). Diante desse contexto de reconfiguração da representação política e da centralidade das plataformas digitais, o artigo investiga como os candidatos constroem suas estratégias comunicacionais no Instagram durante a fase inicial da campanha. Busca identificar os principais temas mobilizados, as estratégias de construção da imagem pública, a presença de processos de federalização da disputa e as adaptações dos discursos à lógica das mídias digitais. Metodologicamente, a pesquisa utiliza a Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), articulada aos estudos sobre propaganda eleitoral (Cervi & Panke, 2011).

Referências

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Chaves, F. de R. (2023). *A acomodação dos outsiders Alexandre Kalil e Romeu Zema ao establishment em Minas Gerais: Uma análise das estratégias retóricas e das narrativas antipolíticas na propaganda eleitoral dos líderes mineiros pelo Facebook* [Tese de doutorado, Universidade Federal de Minas Gerais].

Elias, N., & Scotson, J. L. (2000). *Os estabelecidos e os outsiders: Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade*. Zahar.

Miguel, L. F. (2021). Despolitização e antipolítica: A extrema-direita na crise da democracia. *Argumentum, 13*(2), 8-20.

Panke, L., & Cervi, E. U. (2011). Análise da comunicação eleitoral: uma proposta metodológica para os estudos de HGPE. *Contemporânea - Revista de Comunicação e Cultura, 9*(3), 390- 404.

Picussa, R., Souza, R. A., & Codato, A. (2023). Estabelecidos, outsiders e renovadores: Mensurando a lealdade partidária dos deputados federais eleitos em 2018. *Revista Brasileira de Ciência Política, 41*, 1-31.

Identidades móveis dos torcedores: um estudo sobre os torcedores africanos contrários às seleções de Marrocos e África do Sul na Copa do Mundo de 2026

Julian Andrey Muniz de Medeiros
julian.muniz@acad.ufsm.br
Universidade Federal de Santa Maria

Júnior Rafael
juniorrafaelrafael92@gmail.com
Universidade Federal de Santa Maria

Luciana Mendes Fonseca
luciana.mendes@acad.ufsm.br
Universidade Federal de Santa Maria

Os megaeventos esportivos, em especial, o futebol, possuem uma grande importância econômica e social. Isso se deve ao fato de gerar receita e mobilização social a partir da popularidade e ampla cobertura midiática. De acordo com a pesquisa realizada pela agência brasileira de marketing Sports Value, a edição de 2026 que acontece nos Estados Unidos, México e Canadá deve ser a mais rentável da história, com um faturamento que ultrapassa 10,9 bilhões de dólares, em especial pelos direitos de transmissão, chegando a 4,3 bilhões (Lent, 2026).

Os megaeventos podem atuar como um meio de aproximação de culturas, trazendo a democratização do público, assim como diferentes movimentos de recepção a partir da cobertura midiática. Nesse sentido, foi percebido uma determinada rejeição online de torcedores de vários países africanos contra as seleções da África do Sul e Marrocos na Copa do Mundo de 2026. Esse aspecto pode refletir divisões políticas e sociais no continente, por motivos diferentes, indo além das rivalidades esportivas.

Este estudo teve por objetivo abordar a identidade do torcedor como elemento flexível socialmente, por um recorte de um megaevento esportivo. A metodologia se fez por meio de um estudo de caso apoiado em uma análise observacional virtual não participativa, entre os dias 01 de junho a 19 de julho de 2026, de torcedores africanos no *Facebook* e *Instagram* que se manifestaram contra as seleções da África do Sul e Marrocos durante a participação na Copa do Mundo de 2026. A escolha dessas redes sociais digitais se deu por serem as mais utilizadas nos países africanos.

Além disso, a análise observacional dos materiais se deu pela utilização da análise de conteúdo (ADC) de Bardin (1977) em pesquisas qualitativas, a partir de uma pré-análise. Logo após, a criação de categorias e a inferência dos dados. A pesquisa se justifica ao recortar um fenômeno contemporâneo, em que a figura do torcedor gera o debate de temas complexos sócio-políticos no âmbito do esporte e busca mudanças na sociedade.

Com a pesquisa, identificou-se características do futebol africano como um campo de produção e disputa de significados sociais. A análise sugere uma identidade dos torcedores africanos que se manifestavam contrários às seleções da África do Sul e Marrocos durante a Copa do Mundo de 2026, está em constante reconstrução, como sugere Hall (2006) ao pensar a identidade como uma categoria móvel.

Nessa perspectiva, o apoio ou a rejeição a uma seleção nacional ultrapassa a lógica competitiva do esporte, tornando-se também uma manifestação

de posicionamentos identitários, memórias coletivas e percepções sobre reconhecimento, pertencimento e legitimidade. O artigo propõe inovação para os rstudos do esporte e identidade, pois traz a ideia de que os torcedores reconhecem no futebol espaços de signficados sociais que vão além das disputas.

Referências

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo.* Edições 70.

Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. DP&A.

Lent, E. (2026, 12 janeiro). Stats Perform como a primeira distribuidora oficial mundial de dados e direitos de transmissão de apostas da Fifa, incluindo direitos exclusivos da Copa do Mundo da Fifa 2026. *Stats Perform.* https://www.statsperform.com/pt-br/insights/fifa-betting-data-and-betting-streaming-rights-distributor/

Uso de inteligência artificial em veículos de comunicação do Brasil: uma análise comparativa das diretrizes dos grupos Globo, Estado e Folha[1]

Rone Fabio Carvalho Junior
rone.junior@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Juliano Maurício de Carvalho
juliano.mauricio@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

As ferramentas de inteligência artificial (IA) generativa se popularizaram nos últimos anos. No Brasil, ganharam notoriedade em 2022, com o lançamento do ChatGPT pela OpenAI, que permitiu aos usuários interagir com a IA como se estivessem conversando com um ser humano. Em 2023, o terno ChatGPT foi o mais pesquisado na Wikimedia, com 52,5 milhões de buscas (Wikimedia Foundation, 2023).

No jornalismo, a IA generativa é cada vez mais utilizada. Para os leitores, aparece de forma explícita por meio da ferramenta "resumo por IA", incorporada em portais jornalísticos para gerar resumos de reportagens

1. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) - Código de Financiamento 001, e está vinculado a projeto apoiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

em tópicos. Porém, antes de o texto chegar ao leitor, o jornalista já pode ter integrado a IA generativa em diversas etapas de seu fluxo de trabalho.

Cools e Diakopoulos (2024) apontam que a utilização começa na etapa de coleta de notícias (pauta), quando as ferramentas podem ser usadas para reunir informações capazes de prever (ou tentar) o que pode ser noticiável e ter maior audiência. A IA generativa também pode ser aplicada nas etapas de apuração, redação e edição.

Um exemplo desse uso ocorreu em 2024, quando o portal G1, do Grupo Globo, usou IA para publicar 5.569 reportagens sobre os resultados das eleições municipais, cruzando textos-base com dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) via prompts pré-estabelecidos.

Esse uso massivo de IA forçou grupos de comunicação a rever seus manuais de redação e princípios editoriais. No Brasil, os grupos Globo, Estado e Folha já criaram diretrizes: o Grupo Estado publicou sua Política de uso de ferramentas de Inteligência Artificial em 22 de novembro de 2023 (Estadão, 2023); o Grupo Folha incluiu o verbete ‘inteligência artificial’ em seu Manual de Redação em 26 de março de 2024 (Folha de S. Paulo, 2024); e o Grupo Globo atualizou seus princípios editorais em 27 de junho de 2024 (Grupo Globo, 2024).

A partir desse cenário, essa pesquisa parte da seguinte questão-problema: quais são as orientações dos grupos Globo, Estado e Folha para o uso de sistemas generativos nas rotinas de produção jornalística? O objetivo geral é analisar comparativamente os documentos de orientação sobre IA generativas publicados pelos três grupos, identificando convergências em seis dimensões: produção de textos, produção de imagens, compartilhamento de dados, práticas de transparência ao leitor, direitos autorais e supervisão humana e responsabilidade editorial.

Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter bibliográfico, com base em livros e artigos acadêmicos; e documental, ao se

basear nos documentos institucionais de orientação sobre o uso de IA publicado pelos grupos Estado (Estadão, 2023), Folha (Folha de S. Paulo, 2024) e Globo (Grupo Globo, 2024). A escolha desses três grupos se justifica por serem os primeiros conglomerados de comunicação do Brasil a formalizar diretrizes específicas sobre o uso de IA em suas redações.

A técnica empregada foi a análise documental. Para isso, as seis categorias de análise foram criadas pelo próprio autor, com base no Relatório de Recomendação sobre a Ética da Inteligência Artificial da Unesco (2022). Cada documento foi lido na íntegra e os trechos relativos a cada categoria extraídos e organizados em uma tabela. Quando um documento não tratava do tema, essa ausência foi registrada como tal, para não a confundir com autorização ou proibição.

Tabela 1. *Mapeamento das diretrizes de uso de Inteligência Artificial nos grupos Globo, Estado e Folha*

	Grupo Estado	Grupo Folha	Grupo Globo
Data de lançamento	22 de novembro de 2023	26 de março de 2024	27 de junho de 2024
Produção de textos	Não diz explicitamente sobre produção de textos. Autoriza o uso da IA para criação de conteúdo	Não diz explicitamente sobre produção de textos. Salienta indiretamente a permissão da IA para aumentar eficiência da produção jornalística	Não diz explicitamente sobre produção de textos, mas permite ao ressaltar que a IA não pode ser usada apenas para redigir textos opinativos ou editoriais
Produção de imagens	Autoriza o uso em conteúdos jornalísticos não factuais (soft news). Mas destaca que deve ser evitado para gerar ilustruções de conteúdos factuais (hard news), especialmente nas editorais de política, economia, internacional, cidades e esportes	Autoriza apenas para ilustrações. Proíbe imitar fotografias, exceto se o fotorrealismo for o objeto da notícia. Neste caso, deve haver indicação obrigatória de autoria	Permitida se não confundir com a realidade; se parecer real, deve-se informar que é reconstituição/ simulação produzida por IA. Também permite o uso de IA para pequenas correções técnicas na imagem, desde que não alterem a realidade retratada

Compartilhamento de dados	Vedado inserir dados empresariais, segredos de negócio, ou dados de clientes, colaboradores, fornecedores ou de terceiros nas ferramentas de IA	Não há diretriz explícita sobre proteção de dados	Destaca que jornalistas devem analisar o tipo de informação inserida para evitar vazamento de dados sigilosos, protegidos ou que firam a propriedade intelectual
Práticas de transparência ao leitor	Obrigatória a indicação ao leitor quando IA for utilizada na criação ou edição de conteúdos, com avisos específicos para conteúdos com ou sem revisão humana	Não estabelece uma regra geral de transparência sobre o uso de IA. Há apenas indicação obrigatória de autoria no caso específico de imagens. Segundo a diretriz do Grupo Folha, conteúdos produzidos por IA e que imitem fotografias não podem ser publicados pela Folha, a menos que o fotorrealismo em si seja objeto da notícia. Nesse caso, a autoria da imagem deve ser informada com destaque	O grupo se compromete a informar o público sobre o uso de IA em conteúdos jornalísticos sempre que contribuir para a compreensão das circunstâncias da produção
Direitos autorais	Proíbe criar imagens e vídeos com IA fazendo menção ou referência a artistas e personalidades conhecidas; personagens fictícios protegidos por direitos autorais; obras criativas protegidas, como filmes, quadros, esculturas e fotografias; e produtos e marcas registradas com símbolos de empresas e instituições, salvo aprovação do Comitê de IA do Grupo Estado	Destaca que plágios e vieses devem ser evitados a partir da supervisão humana, sendo que exceções devem ser levadas para Secretaria de Redação do Grupo Folha avaliar	A utilização deve observar e respeitar rigorosamente os direitos autorais e a propriedade intelectual, tanto de terceiros quanto do próprio grupo
Supervisão humana e responsabilidade editorial	Exige supervisão e revisão humana sempre que a IA for utilizada na produção de conteúdo	Revisão humana é obrigatória para todo conteúdo voltado à publicação, sejam eles parciais ou integrais	Uso de inteligência artificial deve sempre ser supervisionado por um humano, e nenhum conteúdo produzido com a tecnologia deve ser veiculado sem essa supervisão

Nota. Elaborado pelo autor (2026), com base em Estadão (2023), Folha de S. Paulo (2024) e Grupo Globo (2024)

Os três grupos autorizam o uso da inteligência artificial em diversos fluxos de trabalho dos jornalistas, mas todos impõem a obrigatoriedade de supervisão humana antes da publicação. Além disso, observa-se que o uso de inteligência artificial para produção de textos foi o tema mais controverso: nenhuma diretriz autoriza explicitamente esse uso, mas todas ressaltam que a IA pode ser utilizada para produzir conteúdo, o que abrange um grande escopo de atividades. Isso sugere um desencorajamento dos veículos para que profissionais usem a IA na escrita, reservando a ferramenta, sobretudo, para automação de tarefas repetitivas, como destaca a diretriz do Grupo Folha.

Os resultados evidenciam a importância das diretrizes de uso de IA como instrumentos norteadores do trabalho jornalístico, mostrando que as transformações digitais impactam diretamente o fazer jornalístico contemporâneo. Além disso, reforça que o jornalista continua sendo peça indispensável na engrenagem de produção de notícias, cabendo a ele guiar as ferramentas de IA - e não o contrário.

Referências

Cools, H., & Diakopoulos, N. (2024). Uses of Generative AI in the Newsroom: Mapping Journalists' Perceptions of Perils and Possibilities. *Journalism Practice*, *20*, 878-896. https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2394558

Estadão. (2023, 22 de novembro). *Estadão define política de uso de ferramentas* de inteligência artificial por seus jornalistas; veja. https://www.estadao.com.br/link/estadao-define-politica-de-uso-de-ferramentas-de-inteligencia-artificial-por-seus-jornalistas-veja/

Folha de S.Paulo. (2024, 26 de março). *Inteligência artificial*. Manual de Redação. https://temas.folha.uol.com.br/folha-projeto-editorial/manual-de-redacao-conduta/inteligencia-artificial.shtml

Grupo Globo. (2024, 27 de junho). *Grupo Globo atualiza princípios editoriais para incluir orientações sobre inteligência artificial*. G1. https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2024/06/27/grupo-globo-atualiza-principios-editoriais-para-incluir-orientacoes-sobre-inteligencia-artificial.ghtml

Unesco. (2022). *Recomendação sobre a ética da inteligência artificial*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_por

Wikimedia Foundation. (2023, 5 de dezembro). *Announcing Wikipedia's most popular articles of 2023*. Wikimedia Foundation News. https://wikimediafoundation.org/news/2023/12/05/announcing-wikipedias-most-popular-articles-of-2023/

La red social X como espacio de mediación simbólica: narrativas sobre el manejo de escombros en el post-terremoto venezolano de 2026

Mixzaida Yelitza Peña Zerpa
mixzaidap@gmail.com
Universidad Nacional Experimental de la Gran Caracas

Claritza Arlenet Peña Zerpa
cpenazer@ucab.edu.ve
Universidad Católica Andrés Bello

Los desastres naturales, específicamente los terremotos, generan volúmenes masivos de escombros que pueden colapsar la infraestructura de gestión de residuos convencional, lo que obliga a buscar enfoques innovadores para la recuperación y el reciclaje de materiales (fluorescencia de rayos X portátil (XRF), imágenes hiperespectrales, y red neuronal poco profunda) (Bonifazi et al.,2026).

Los terremotos ocurridos en Venezuela el 24 de junio de 2026 han sido mostrados por redes sociales así como plataformas digitales. Precisamente, los residuos de los terremotos ascienden a 2,1 millones de toneladas (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo-PNUD, 2026). Sin embargo, en la era de las mentes midiatizadas, su manejo no ocurre en un vacío técnico; está inmerso en una nueva ecología de los medios donde las plataformas digitales

como X (anteriormente Twitter) reconfiguran la percepción pública y la confianza (desconfianza) en los contenidos en redes sociales ya que generan una actitud de ver para creer (Bauer et al.,2024). Como señala la teoría, el medio es el mensaje, no es canal neutro, sino en cómo el propio medio estructura nuestra interacción, moldea el entorno y altera nuestra percepción de la realidad (Fingerhut, 2021; Laskowska & Marcyński, 2019), y en situaciones de catástrofe, la visibilidad de los escombros y su tratamiento se convierten en representaciones simbólicas de la eficiencia o negligencia estatal.

La lógica de la comunicación en red normalmente se distingue por la producción y distribución de contenido barato por parte de aficionados. Aquí ya no se está ante ninguna función de control centralizado, sino que la difusión depende de las recomendaciones individuales, pudiendo semejarse a veces a la circulación de mensajes en cadena. Las redes sociales pueden establecer foros públicos y privados, pero no se caracterizan por establecer una comunicación colectiva para toda la sociedad, sino que más bien crean asociaciones de personas que comparten intereses u opiniones comunes (Hjarvard, 2016, párr. 17).

Específicamente las autoras se concentraron en: Analizar cómo la red social X media la representación del manejo y uso de los escombros derivados de los terremotos ocurridos en Venezuela del año 2026, examinando los posts y comentarios con mayor número de visualizaciones. Para ello se adoptó un enfoque cualitativo con diseño no experimental, transversal y descriptivo-interpretativo, centrado en la identificación de narrativas, patrones discursivos y niveles de interacción asociados a la gestión de escombros en escenarios post-desastre. La selección de la muestra se realizó considerando como criterio el mayor número de visualizaciones registrado en los posts y comentarios analizados.

El análisis identificó las siguientes dimensiones: 1) El alcance no depende solo del contenido temático sino del capital simbólico del emisor,

2) la audiencia procesa la información mediante esquemas heurísticos rápidos antes que analíticos, y 3) los comentarios evidenciaron patrones de afrontamiento emocional, verificación reactiva con violencia discursiva, tribalismo político y dispersión temática.

Referencias

Bauer, M. W., Falade, B. A., & Bunt, H. L. (2024). *Images of science in a new media ecology*. LSE Research Online. https://researchonline.lse.ac.uk/id/eprint/130232/

Bonifazi, G., Gasbarrone, R., Gattabria, D., Palmieri, R., & Serranti, S. (2026). Earthquake-generated construction and demolition waste recovery using hyperspectral imaging aided by shallow neural networks technique. *Spectrochimica Acta Part A: Molecular and Biomolecular.*

Fingerhut, J. (2021). Enacting media: An embodied account of enculturation between neuromediality and new cognitive media theory. *Frontiers in Psychology, 12*, 635993. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.635993

Hjarvard, Stig. (2016). Mediatización: La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social. *La trama de la comunicación*, *20*(1), 235-252. Recuperado en 26 de julio de 2026, de https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-56282016000100013

Laskowska, M., & Marcyński, K. (2019). Media ecology - (Un)necessary research perspective in communication and media studies. *Mediatization Studies, 3*, 53-68. https://doi.org/10.17951/ms.2019.3.53-68

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo- PNUD. (2026, 24 de julio). Los residuos de los terremotos en Venezuela ascienden a 2,1 millones de toneladas, casi el doble de la estimación inicial. https://www.undp.org/es/venezuela/comunicados-de-prensa/los-residuos-de-los-terremotos-en-venezuela-ascienden-21-millones-de-toneladas-casi-el-doble-de-la-estimacion-inicial

Mediação algorítmica e debate público sobre saúde: atravessamentos e interferências na comunicação digital

Daniel Lyra Pinto de Queiroz
dan97lyra@gmail.com
Fundação Oswaldo Cruz

Sandro Tôrres de Azevedo
sandro.torres@eco.ufrj.br
Universidade Federal do Rio de Janeiro
Fundação Oswaldo Cruz

Neste texto, propomos compreender a "mediação algorítmica" nas mídias digitais como um conceito guarda-chuva que designa o conjunto de processos pelos quais sistemas algorítmicos modulam a circulação de conteúdos, sentidos e interações nas plataformas digitais. Partimos da constatação de que essas plataformas mediam o acesso à informação, as relações sociais e a produção de sentidos. Embora esse fenômeno seja amplamente reconhecido, ainda é necessário aprofundar pesquisas capazes de distinguir os diferentes níveis pelos quais a mediação algorítmica produz efeitos sobre o debate público e sobre princípios do interesse público, como o direito à saúde.

Nesse contexto, propomos uma sistematização conceitual na qual "atravessamento algorítmico" diz respeito aos efeitos da mediação algorítmica sobre discursos, práticas e produções simbólicas, enquanto "interferência

algorítmica" refere-se às situações em que essa modulação tensiona, limita ou reconfigura princípios relacionados ao interesse público, produzindo impactos sobre direitos, políticas públicas e processos democráticos. Essa distinção busca ampliar a capacidade analítica para compreender a atuação dos sistemas algorítmicos na sociedade contemporânea.

Nossa reflexão parte do entendimento de que a sociabilidade é crescentemente mediada por plataformas digitais - e estas são estruturadas por códigos computacionais que organizam a circulação de informações segundo interesses econômicos baseados na coleta, processamento e monetização de dados pessoais (Santini et al., 2025; Sodré, 2021). Embora os sistemas de recomendação tenham sido apresentados como mecanismos destinados a personalizar conteúdos e aprimorar a experiência dos usuários, sua lógica de funcionamento transforma informações produzidas pelas próprias pessoas em ativos econômicos utilizados para direcionar publicidade, serviços e conteúdos personalizados. Em 2025, estimava-se a existência de aproximadamente 5,66 bilhões de identidades de usuários de redes sociais, que utilizavam, em média, quase sete plataformas diferentes por mês (DataReportal, 2025). Considerando que praticamente todas as funcionalidades desses ambientes são organizadas por sistemas algorítmicos (Alves & Andrade, 2022), defendemos que a Mediação Algorítmica constitui um fenômeno central na comunicação contemporânea.

Para desenvolver essa proposta, realizamos uma pesquisa bibliográfica interdisciplinar que articula contribuições da Ciência da Computação (Dodig-Crnkovic, 2011; Minsky, 1967; Tobore, 2019; Turing, 1937), da Semiótica (Landowski, 2021; Teixeira & Coutinho, 2024), da Análise do Discurso (Maingueneau, 2020) e da Saúde Coletiva (Almeida-Filho, 2011). Nosso objetivo não é explicar o funcionamento técnico dos algoritmos, mas contribuir apontamentos que propiciem ou auxiliem na compreensão de como sistemas computacionais participam da produção, circulação e disputa de sentidos em ambientes digitais.

Como contribuição teórico-metodológica, apresentamos a Metáfora do Outdoor, elaborada a partir das reflexões de Santini et al. (2025) e Azevedo (2012). A metáfora parte de uma situação hipotética em que três pessoas, com as mesmas condições de acuidade visual, observam um mesmo *outdoor*. No espaço público tradicional, embora cada uma interprete a mensagem de maneira distinta, todas compartilham um mesmo referente comunicacional. Em um ambiente orientado por sistemas algorítmicos personalizados, entretanto, essas mesmas pessoas poderiam visualizar mensagens diferentes, adaptadas aos seus históricos de navegação, preferências e perfis comportamentais. A metáfora evidencia como a personalização algorítmica fragmenta referenciais comuns de comunicação, reorganizando as condições de produção de sentidos e de construção do debate público.

Nossa hipótese é que a mediação algorítmica não apenas personaliza a experiência comunicacional, mas modifica as condições de circulação dos discursos, fragmentando referências compartilhadas e produzindo implicações para políticas públicas que dependem da construção coletiva de sentidos, como aquelas relacionadas ao direito à saúde. Esperamos contribuir para o fortalecimento das pesquisas em Comunicação e Saúde e Saúde Coletiva, oferecendo uma lente analítica para compreender os efeitos sociais da mediação algorítmica e subsidiar o desenvolvimento de políticas públicas e iniciativas de regulação das plataformas digitais.

Referências

Almeida Filho, N. (2011). *O que é saúde* (Coleção Temas em saúde). Editora Fiocruz.

Alves, M., & Andrade, O. (2022). Autonomia individual em risco? Governamentalidade algorítmica e a constituição do sujeito. *Cadernos Metrópole, 24*, 1007-1024.

Azevedo, S. T. (2012). *A ciberpublicidade como novo modelo de fazer publicitário: análise da campanha "Quem faz nossa história é você"* [Trabalho apresentado]. Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom.

DataReportal. (2025). Digital 2025: Global overview report. https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report

Dodig-Crnkovic, G. (2011). Significance of models of computation. *Minds and Machines, 21*(2), 301-322.

Landowski, E. (2021). *Interações arriscadas*. Estação das Letras e Cores.

Maingueneau, D. (2020). *Variações sobre o ethos*. Parábola.

Minsky, M. L. (1967). *Computation: Finite and infinite machines*. Central Book.

Santini, R. M., Salles, D., Mattos, B., Sanchotene, N., & Belin, L. (Orgs.). (2025). *Atingidos pelas redes sociais*. Sulina.

Sodré, M. (2021). *A sociedade incivil*. Vozes.

Teixeira, L., & Coutinho, M. (2024). Redes sociais, algoritmos e responsabilidade social. *EntreLetras, 15*(Número especial), 34-49. https://doi.org/10.70860/ufnt.entreletras.e19229

Tobore, I., Li, J., Yuhang, L., Al-Handarish, Y., Kandwal, A., Nie, Z., Wang, L. (2019). Deep learning intervention for health care challenges. *JMIR*

mHealth and uHealth, 7(8), e11966. https://mhealth.jmir.org/2019/8/e11966/

Turing, A. M. (1937). On computable numbers. *Proceedings of the London Mathematical Society, 42*.

O Brasil em disputa no *feed:* narrativas políticas e estratégias discursivas no Instagram de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Flávio Bolsonaro (PL)

Mayra Regina Coimbra
mayrarcoimbra@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Luiz Ademir de Oliveira
luizoli@ufsj.edu.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Em contextos pré-eleitorais, a comunicação política nas redes sociais ultrapassa a divulgação de ações institucionais e passa a constituir um espaço de disputa pela construção de sentidos sobre governo, oposição e projeto de país. Nesse cenário, diferentes atores políticos mobilizam estratégias discursivas capazes de produzir identificação, fortalecer vínculos com seus públicos e projetar interpretações concorrentes da realidade política. Inseridas na lógica da campanha permanente, plataformas como o Instagram tornam-se ambientes privilegiados para observar como essas narrativas são construídas e disputadas (Carreon & Baronas, 2020; Ituassu, 2024; Nunes & Traumann, 2023). Partindo dessa perspectiva, este estudo tem como objetivo analisar comparativamente as estratégias discursivas presentes nas postagens publicadas nos perfis oficiais do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e do senador Flávio Bolsonaro (PL)

no Instagram durante o mês de junho de 2026. Busca-se compreender como representantes situados em posições distintas no campo político (governo e oposição) organizam narrativas capazes de produzir legitimidade, mobilizar identidades políticas e projetar diferentes perspectivas sobre o Brasil em um contexto pré-eleitoral.

A escolha do Instagram justifica-se por sua centralidade na comunicação política digital contemporânea. A plataforma combina recursos textuais, imagéticos e audiovisuais que favorecem a construção planejada de narrativas políticas, permitindo observar como lideranças estruturam sua comunicação cotidiana, selecionam acontecimentos, constroem enquadramentos interpretativos e desenvolvem sua *persona* política digital. Nesse sentido, o Instagram constitui um espaço privilegiado para investigar estratégias discursivas que ultrapassam a divulgação de ações políticas e contribuem para a formação de identidades coletivas e projetos políticos.

A pesquisa possui abordagem qualitativa, apoiada por técnicas de análise lexical automatizada. O corpus é composto pelas postagens publicadas nos perfis oficiais de Luiz Inácio Lula da Silva e Flávio Bolsonaro no Instagram durante o mês de junho de 2026. A análise textual é realizada por meio da plataforma LABBIA-Lex, desenvolvida pelo Laboratório Brasileiro de Linguística, Inteligência Artificial e Análise de Dados (Sampaio, 2026), destinada à análise estatística de corpora textuais. São empregadas técnicas como a Classificação Hierárquica Descendente (CHD), a Análise Fatorial de Correspondência (AFC), a análise de similitude e a nuvem de palavras, permitindo identificar padrões lexicais, agrupamentos temáticos, relações de coocorrência e estruturas discursivas presentes nos dois corpora.

A discussão fundamenta-se nos estudos sobre comunicação política digital, sistema híbrido de mídia e construção da *persona* política em ambientes digitais (Carreon & Baronas, 2020; Goffman, 1985; Ituassu, 2024). Parte-se da compreensão de que as plataformas digitais constituem espaços privilegiados

para a disputa simbólica em torno da interpretação dos acontecimentos políticos, permitindo que diferentes atores organizem narrativas capazes de construir legitimidade, produzir identificação e fortalecer projetos políticos em circulação na esfera pública.

As análises encontram-se em fase de consolidação, mas os resultados preliminares indicam diferenças significativas entre as estratégias discursivas dos dois perfis analisados. Enquanto a comunicação presidencial tende a organizar-se em torno de narrativas relacionadas às políticas públicas, ao desenvolvimento nacional e à atuação institucional do Estado, a comunicação da oposição evidencia maior centralidade de elementos identitários, valores políticos, antagonismos e mobilização de apoiadores. Espera-se que a pesquisa contribua para compreender como governo e oposição estruturam narrativas distintas no Instagram, oferecendo subsídios para os estudos sobre comunicação política, campanhas permanentes, construção de legitimidade e estratégias discursivas em plataformas digitais.

Referências

Carreon, R., & Baronas, R. (2020). Lives presidenciais: Reflexões iniciais sobre o discurso político digital. *Revista da ABRALIN, 19*(3), 541-561.

Goffman, E. (1985). *A representação do eu na vida cotidiana* (M. C. S. Raposo, Trad.). Vozes.

Ituassu, A. (2024). *As mídias digitais e a democracia no Brasil contemporâneo*. Tribunal Superior Eleitoral. Biblioteca Digital do TSE.

Nunes, F., & Traumann, T. (2023). *Biografia do abismo: Como a polarização divide famílias, desafia empresas e compromete o futuro do Brasil*. HarperCollins Brasil.

Sampaio, R. (2026, 17 de junho). <labiia_lex>, um software para análise textual para todos os pesquisadores. *labiia_lab*. https://labiialab.com.br/labbia_lex/

O FOMENTO DAS SUBJETIVIDADES NEGRAS PARA A SOBERANIA TECNOLÓGICA BRASILEIRA

Laís Tiemi Saito
lais.tiemi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Juarez Tadeu de Paula Xavier
juarez.xavier@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Pensar a formação da subjetividade no cotidiano contemporâneo, na perspectiva étnico-racial é uma forma de enfrentar as práticas do aniquilamento racial. Nas periferias, favelas e comunidades urbanas, residem majoritariamente pessoas pretas (Goes et al., 2021) e estas são quem têm sido alvos de violências tanto do próprio Estado, como de indivíduos na sociedade, por fatos dos homicídios causados por agentes da polícia militar, o encarceramento em massa e o racismo. Ao analisar os dados do que ocorre na vida real sendo digitalizados para as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC's), pode-se compreender o que tem sido chamado de racismo algorítmico (Faustino & Lippold, 2023) e ao incluir problemas estruturais, culturais, políticos e econômicos como um conjunto de fatores que promovem consequências perversas para as camadas mais vulneráveis, poderá ser favorável para pensar em diretrizes de políticas públicas que possam reverter cenários que mantém a desigualdade social.

Grandes Corporações Digitais (GCD's) têm sido hegemônicas no poder econômico, político e cultural ao reunir um conjunto de sistemas de informações, de circulação financeira e de induções do comportamento humano. Isto contribui para a formação de subjetividades. Estando no Brasil, fruto de heranças coloniais (Fanon, 1965), coloca-se em contraponto, os dados de letalidade da população negra, o racismo algorítmico e as possibilidades de reescrita da própria história (Mbembe, 2014). Este estudo, de natureza qualitativa, objetiva compreender as contradições e possibilidades entre um histórico nacional violento, realidades "aparthadas" e caminhos disruptivos a partir de novos arranjos autônomos e colaborativos da sociedade periférica, majoritariamente preta, vindos das periferias, em interação urbana e ciberespacial.

Com base na revisão bibliográfica, pode-se fazer o exercício de observar o cotidiano com análises a partir dos conceitos aprofundados. A partir disto, a autoetnografia contribui na análise entre vivências no Estado de São Paulo, com observação e categorização entre questões universais, singulares e particulares (Lukács, 2018) nos territórios periféricos.

Em meio ao neoliberalismo, marcado como uma fase dominada pelas indústrias do silício e pelas tecnologias digitais, a privatização do mundo se fortalece enquanto os processos se digitalizam. Mbembe reúne esta visão alinhada à junção do capitalismo com o animismo, em uma "transformação dos seres humanos em coisas animadas, em dados digitais e em códigos" (Mbembe, 2014, p.18), um caráter descartável e solúvel que chamará de devir-negro no mundo. A constituição da raça é interrogada ao passo que uma pessoa é transformada em mercadoria.

Nemer (2021) traça um estudo interessante sobre a tecnologia do oprimido, por meio da etnografia, identifica como as apropriações acontecem em um contexto em meio à favela, entre centros tecnológicos e *lan houses*. O autor aborda conceitos que associam tecnologias mundanas, do cotidiano, sociais e de resistência.

Contrapor a alta tecnologia vinculada aos gestores das GCD's e suas riquezas, frente aos usuários e consumidores destes aparatos e dispositivos, revela a manutenção da desigualdade social e econômica, do poder concentrado com as influências políticas. Observar como o diálogo nas classes subalternas acontece e elege novos representantes, criando tecnologias sociais disruptivas, é colocado como possibilidade para um caminho antirracista rumo ao sentido da soberania tecnológica brasileira.

Referências

Fanon, F. (1965). *Os condenados da terra.* Editora Ulisseia.

Faustino, D., & Lippold, W. (2023). *Colonialismo digital: por uma crítica hacker-fanoniana.* Boitempo.

Goes, F. L., Lunelli, I. C., Reis, T. R., & Oliveira, F. A. P. de. (2021). *Atlas das periferias no Brasil: aspectos raciais de infraestrutura nos aglomerados subnormais.* Ipea.

Lukács, G. (2018). *Para uma ontologia do ser social I.* Boitempo.

Mbembe, A. (2014). *Crítica da razão negra.* Antígona Editores Refractários.

Nemer, D. (2021). *Tecnologia do Oprimido.* Editora Milfontes.

Repensar los riesgos digitales en niños, niñas y adolescentes. Una perspectiva desde la alfabetización mediática e informacional

Verónica Yépez-Reyes
vyepezr@puce.edu.ec
Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Mikaela Gallegos Andrade
emgallegos@puce.edu.ec
Pontificia Universidad Católica del Ecuador

La ubicuidad del internet, las plataformas digitales y, más recientemente, los sistemas basados en inteligencia artificial han transformado profundamente las formas en que niños, niñas y adolescentes (NNA) acceden a la información, aprenden, se comunican, participan y ejercen sus derechos en los espacios digitales. Paralelamente, los riesgos asociados a estos entornos se han diversificado y complejizado, superando las categorías tradicionalmente utilizadas para describir fenómenos como ciberacoso, *grooming*, sextorsión, *sharenting* o exposición a contenidos perjudiciales. En este contexto, el concepto de riesgos digitales requiere una revisión a la luz de las transformaciones tecnológicas y socioculturales que caracterizan a los ecosistemas digitales contemporáneos.

La investigación sobre riesgos digitales desde la popularización del internet se ha modificado a lo largo de los años, pudiéndose identificar esencialmente tres momentos:

1. Hasta 2010: Enfoque en la protección de los NNA en torno a la emergente tecnología, como lo muestra la investigación de EU Kids Online que categoriza la naturaleza de los riesgos a partir de la acción de los NNA en relación con el contenido (receptor), contacto (participante) y conducta (actor) (Livingstone & Haddon, 2009). En este momento, el mayor riesgo detectado ha sido entregar información personal.

2. Desarrollo de instrumentos como el del Marco Europeo de Competencias Digitales para la Ciudadanía, DigComp 2.2, (Vuorikari et al., 2022), que desplaza la discusión hacia las competencias digitales necesarias para desenvolverse de manera segura y crítica en la sociedad digital, incorporando la tecnología móvil como un elemento de cambio y cercanía con los medios (Smahel et al., 2020). Para este momento, el mayor riesgo detectado ha sido la exposición a mensajes de odio en plataformas digitales.

3. Recientemente, organismos como la UNESCO (2023, 2026) y la UNICEF (2025) han ampliado el debate al incorporar perspectivas relacionadas con derechos de la infancia, inteligencia artificial, gobernanza de plataformas, protección de datos y bienestar digital. El mayor riesgo, quizás, sea la incomprensión de la dimensión de las tecnologías en la vida de los NNA.

En Ecuador, esta discusión adquiere una relevancia particular debido al incremento del acceso de NNA a dispositivos conectados. Una última publicación de la ONG ChildFund Ecuador (2025) advierte que el 90 % de NNA se conecta desde celulares, que 3 de cada 10 han sufrido intimidación o agresión en línea y que persisten riesgos como grooming, ciberacoso y extorsión digital. Por su parte, la Agenda Educativa Digital 2021-2025 (Minedec, 2021) reconoce la necesidad de desarrollar capacidades para el uso responsable de las tecnologías; sin embargo, estas orientaciones suelen abordar los riesgos desde una perspectiva predominantemente preventiva y normativa.

A partir de este escenario, este estudio se pregunta: ¿siguen siendo suficientes las categorías tradicionales para comprender los riesgos digitales que enfrentan los NNA en los ecosistemas digitales contemporáneos y de qué

manera la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) puede contribuir a articular una comprensión más integral de este fenómeno?

Este trabajo constituye la primera fase de un proyecto de investigación orientado al diseño de estrategias educomunicacionales para la prevención de riesgos digitales en el contexto ecuatoriano. Metodológicamente, desarrolla un análisis comparativo de categorización de riesgos. El corpus comprende los modelos desarrollados por EU Kids Online (2009, 2020), el DigComp 2.2 (2022), UNESCO (2023, 2026) sobre AMI, los currículos y guías para docentes, madres y padres elaborados por la Red Alfamed (González Fernández et al., 2023), los informes de UNICEF (2025) sobre infancia y entorno digital, la Observación General n.º 25 del Comité de los Derechos del Niño (2021) y los lineamientos del Ministerio de Educación del Ecuador (Minedec, 2021). Se comparan categorías de riesgo priorizadas, los supuestos educativos que sustentan cada propuesta y su pertinencia actual frente a la inteligencia artificial, los algoritmos y las plataformas digitales.

Los resultados preliminares evidencian que los riesgos digitales no pueden reducirse a problemas tecnológicos, sino que deben comprenderse en relación con el desarrollo integral de NNA. Más que proponer una nueva clasificación, este trabajo plantea una complementariedad entre marcos conceptuales y a la AMI como un espacio de articulación para comprender los riesgos digitales como desafíos educativos vinculados al desarrollo del pensamiento crítico, la autonomía y la participación responsable en entornos digitales.

Referencias

ChildFund International. (2025). *Investigación sobre el uso de internet y las violencias digitales que afectan a niñas, niños adolescentes en Ecuador.* https://www.childfund.ec/wp-content/uploads/2025/06/Investigacion-USI-OSEAC.pdf

Comité de los Derechos del Niño. (2021). *Observación general núm. 25 (2021) sobre los derechos de los niños en relación con el entorno digital.* Naciones Unidas. https://www.ohchr.org/es/documents/general-comments-and-recommendations/general-comment-no-25-2021-childrens-rights-relation

González Fernández, N., Salcines Talledo, I., Ramírez García, A., García Rojas, A. D., & Gutiérrez Arenas, M. P. (2023). *Guías educativas para familias.* Junta de Andalucía. Grupo Comunicar Ediciones. https://www.observatoriodelainfancia.es/oia/esp/guias_educomunicativas.aspx

Livingstone, S., & Haddon, L. (2009). *EU Kids Online: Final report.* LSE, London: EU Kids Online. (EC Safer Internet Plus Programme Deliverable D6.5). https://eucpn.org/sites/default/files/document/files/5._eu_kids_online_-_final_report.pdf

Minedec. (2021). *Agenda Educativa Digital 2021-2025.* Ministerio de Educación, Deporte y Cultura del Ecuador. https://recursos.educacion.gob.ec/red/agenda-educativa-digital/

Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S., & Hasebrink, U. (2020). *EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries.* EU Kids Online. https://doi.org/10.21953/lse.47fdeqj01ofo

UNESCO. (2023). *Ciudadanía alfabetizada en medios e información: Pensar críticamente, hacer clic sabiamente.* UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385119

UNESCO. (2026). *Crecer en un mundo conectado, ¡se aprende! Guía práctica.* UNESCO/Réseau Canopé/CLEMI. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000398462

UNICEF Innocenti. (2025). *Childhood in a Digital World*. UNICEF Office of Research - Innocenti. https://www.unicef.org/innocenti/reports/childhood-digital-world

Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). *DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens.* Publications Office of the European Union. https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC128415

Intimidade e experiência na promoção de procedimentos estéticos por influenciadores digitais

Gabriel Marcus de Barros Lobo
gabrielmarcus41@gmail.com
Fundação Oswaldo Cruz

Millena Lopes Costa
millenalc11@gmail.com
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Sandro Tôrres de Azevedo
sandro.torres@eco.ufrj.br
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Neste trabalho, refletimos sobre elementos publicitários presentes nas comunicações de influenciadores digitais que abordam a realização de procedimentos estéticos, bem como suas repercussões para a saúde coletiva. De forma indutiva, realizamos um estudo de caso (Yin, 2001) sobre o perfil da influenciadora Triz Hermano, a partir da metodologia de Análise da Materialidade Audiovisual (AMA) (Coutinho, 2016).

Da intimidade à persuasão: experiência pessoal como ferramenta de promoção

A atuação de influenciadores digitais, embora análoga, difere daquela das celebridades. Como defende Primo et al. (2021), influenciadores constroem

sua relevância a partir da proximidade com fãs, ao contrário do distanciamento e reclusão cultivados pelas celebridades tradicionais (Primo, 2009). Um marco fundamental dessa diferença é a maior abertura dos influenciadores a que o público acesse fragmentos - filtrados e editados - de suas vidas pessoais (Primo et al. 2015).

É a partir dessa relação de pretensa intimidade que esses produtores de conteúdo digital se tornam peças fundamentais no tabuleiro publicitário contemporâneo, orientado pela ciberpublicidade, a publicidade da era digital, marcada pela ascensão dos prossumidores: consumidores que coproduzem os discursos publicitários (Azevedo, 2012) e pela camuflagem dos discursos mercadológicos na cultura cotidiana (Atem, 2016). Esses elementos encontram nas linhas editoriais dos influenciadores um terreno fértil, em um fenômeno batizado de "publicidade de experiência" (Monteiro, 2020).

Sendo o Brasil o país que mais realiza cirurgias plásticas no mundo (Maraccini, 2025), é natural que a temática dos procedimentos estéticos seja recorrente nos conteúdos de influenciadores digitais. Segundo Jardi et al. (2025), a abordagem é constantemente vinculada a sentimentos de realização de sonhos e satisfação pessoal, promovendo os procedimentos estéticos e reforçando um ideal de que "o bem-estar está diretamente relacionado à obtenção de um corpo idealizado" (Jardim et al., 2025, p. 19).

Assim, esse cenário se apresenta como uma questão de saúde coletiva, especialmente quando entendemos a saúde para além da ausência de doença, como "um conceito positivo, que enfatiza os recursos sociais e pessoais, bem como as capacidades físicas" (Ministério da Saúde, 2002, p. 19).

Estudo de caso da influenciadora digital Triz Hermano

Feito esse percurso teórico, decidimos analisar o fenômeno a partir de um estudo de caso (Yin, 2001), selecionando como objeto a publicação de um vídeo da influenciadora digital Triz Hermano, que soma mais de 500 mil

seguidores no Instagram, TikTok e YouTube, e aborda temas como beleza, autocuidado e *lifestyle* em meio ao compartilhamento de uma narrativa da própria vida (Triz Hermano, s.d.).

Como técnica de análise, selecionamos a Análise de Materialidade Audiovisual, proposta por Coutinho (2016) para avaliação de obras audiovisuais para além de seus elementos textuais, permitindo análise de "elementos que são anteriores ou que circulam fora da obra" (Coutinho, 2016, p. 10).

A seguir, apresentamos a ficha técnica do vídeo analisado, no qual a influenciadora relata sua experiência com rinomodelação um ano após o procedimento.

Tabela 1. *Ficha técnica*

URL do vídeo: Triz Hermano [@trizhermano]. (16 de abril de 2026). *quem diz que eu não nasci com esse narizinho? 🙂✨✨eu fiz com a @dra.alinesales #autocuidado #girls #explorepage✨ #trizhermano #rinomodelacao* [Vídeo]. Instagram. https://www.instagram.com/p/DXNP4w-J1uL		**Duração:** 2'36"
Data da publicação: 16/04/2026	**Número de visualizações:** 53,6 mil	**Número de comentários:** 82

Elaboração dos autores.

A análise permite inferir que Triz Hermano fomenta uma relação de intimidade com seu público, evidenciada quando a influenciadora diz que será sincera sobre os resultados do procedimento, e no cenário do vídeo, que parece ser seu próprio quarto.

A influenciadora reverbera a noção de proximidade ao reconhecer a importância das opiniões das seguidoras a quem chama de "amigas", tanto para o mal - afirmando que comentários negativos impactaram sua percepção -,

como para o bem - pedindo para o público avaliar o resultado do procedimento. A intimidade incentiva a interatividade, que, por sua vez, impulsiona o engajamento da influenciadora em uma lógica ciberpublicitária (Azevedo, 2012).

Um dos efeitos evidentes nos comentários da publicação é o fomento do desejo do público por procedimentos semelhantes, encorajado pelo relato pessoal positivo de Triz Hermano, que também tece elogios à profissional responsável pelo procedimento. A potência persuasiva reside justamente no fato de que o discurso não se apresenta como publicidade (Atem, 2016) e se encaixa perfeitamente na linha editorial da influenciadora (Monteiro, 2020).

Referências

Atem, G. N. (2016). A estética da ciberpublicidade. In E. Trindade, C. Perez, & L. Souza (Orgs.), *Façamos uma publicidade viva: VI Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda* (pp. 274-288). INM OD/ABP2/PPGCOM-ECA-USP.

Azevedo, S. T. (2012). *A ciberpublicidade como novo modelo de fazer publicitário: Análise da campanha "Quem faz nossa história é você"* [Trabalho apresentado]. Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom.

Carta de Ottawa: Primeira Conferência Internacional sobre Promoção da Saúde. (2002). In Ministério da Saúde (Org.), *As cartas da promoção da saúde* (pp. 19-28). Editora MS.

Coutinho, I. M. S. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom.

Jardim, M. C., Lala, N. S., & Di Pires, L. E. (2025). Mercado da cirurgia plástica estética na rede social digital Instagram: emoção, bem-estar e

intimidade. *Revista TOMO, 44*, e21768. https://periodicos.ufs.br/tomo/article/view/21768

Maraccini, G. (17 de julho de 2025). Brasil é o país que mais realiza cirurgia plástica no mundo, diz relatório. *CNN Brasil*. https://www.cnnbrasil.com.br/saude/brasil-e-o-pais-que-mais-realiza-cirurgia-plastica-no-mundo-diz-relatorio/

Monteiro, M. C. de S. (2020). Publicidade de experiência: O desafio de identificar a publicidade mesclada ao entretenimento em vídeos de YouTubers. *Revista FAMECOS, 27*(1), e37995.

Primo, A. (2009). Existem celebridades da e na blogosfera? Reputação e renome em blogs. *Líbero, 12*(24), 107-116.

Primo, A., Lupinacci, L., Valiati, V., & Barros, L. (2015). Comunicação privada na internet: Da invenção do particular na Idade Média à hiperexposição na rede. *Intexto, 34*, 513-534.

Primo, A., Matos, L., & Monteiro, M. C. (2021). *Dimensões para o estudo dos influenciadores digitais*. EDUFBA.

Triz Hermano [@trizhermano]. (s.d.). *Posts* [Perfil do Instagram]. Instagram. Obtido em 23 de agosto de 2026 de https://www.instagram.com/trizhermano/?hl=pt-br

Triz Hermano [@trizhermano]. (s.d.). *Vídeos* [Perfil do TikTok]. TikTok. Obtido em 23 de agosto de 2026 de https://www.tiktok.com/@trizhermano

Triz Hermano. (s.d.). *Home* [Canal do YouTube]. YouTube. Obtido em 23 de agosto de 2026 de http://youtube.com/@TrizHermano

Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: Planejamento e métodos* (2ª ed., D. Grassi, Trad.). Bookman.

Tecnopolítica da comunicação digital em Moçambique: algoritmos, plataformas e poder nas estratégias comunicacionais de instituições públicas

Nelson Domingos João Lino
nelson-domingos.lino@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Maria Teresa Miceli Kerbauy
teresa.kerbauy@gmail.com
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A transição dos fluxos informacionais governamentais das mídias analógicas tradicionais para os ecossistemas digitais privados representa uma transformação estrutural na arquitetura política contemporânea. A comunicação pública passa a operar sob redes sociotécnicas cuja governança é exercida por corporações transnacionais. No contexto do Sul Global, e especificamente em Moçambique, essa mutação técnico-estrutural ocorre de forma concomitante a assimetrias históricas de conectividade e carências de infraestrutura de rede que redefinem a interface comunicativa entre as instâncias estatais e a população. A internacionalização do fenômeno da plataformização implica a subordinação de atividades governamentais aos códigos operacionais de monopólios tecnológicos, operando uma redistribuição do poder simbólico na esfera pública. Diante deste cenário, este estudo analisa de que maneira as

dimensões tecnopolíticas subjacentes às plataformas digitais moldam e desafiam as estratégias comunicacionais de instituições públicas moçambicanas. Para responder a isso, examinou-se a atuação no Facebook de três instituições com atribuições setoriais distintas e complementares na arquitetura do Estado: o Ministério da Saúde (MISAU), o Conselho Municipal de Maputo (CMM) e a Polícia da República de Moçambique (PRM).

O enquadramento teórico articula o conceito de tecnopolítica, onde o controle sobre os canais de circulação de informação deixa de ser uma prerrogativa estritamente soberana do Estado e passa a ser mediado por dinâmicas de poder materializadas na própria infraestrutura técnica (Couldry & Mejias, 2019). Sob a lógica da sociedade em rede desenvolvida por Castells (2015), o exercício do poder contemporâneo reside na capacidade de modelar e reconfigurar os fluxos que atravessam as redes globais, enfraquecendo as hierarquias tradicionais da burocracia estatal. Ao transpor suas frentes comunicativas para o interior desses ecossistemas, as agências públicas submetem-se a regras de circulação orientadas pela economia da atenção (Fuchs, 2021). Ocorre, portanto, uma fricção inerente entre as funções fundamentais da comunicação pública que visam à universalidade do acesso e ao fortalecimento democrático (Brandão, 2012; Zémor, 2009) e os algoritmos comerciais que operam como instâncias de poder invisível e mediadores sociotécnicos (Bucher, 2018; Gillespie, 2018). Essa governança algorítmica instaura um regime de infocracia, em que os estímulos emocionais substituem os ritos da deliberação racional na esfera pública (Han, 2022). Em Moçambique e no contexto africano, essas dinâmicas são atravessadas por fraturas digitais profundas e pelo uso de pacotes promocionais de redes sociais gratuitas que aprisionam a comunicação pública dentro dessas arquiteturas comerciais monopolistas (Mutsvairo, 2018; Nyabola, 2018).

A abordagem metodológica adotada caracteriza-se como qualitativa, descritiva e exploratória, operacionalizada mediante o método do estudo

comparativo de casos múltiplos (Yin, 2018). O corpus empírico constitui-se pelas publicações veiculadas nas páginas oficiais das três instituições no Facebook durante o primeiro semestre de 2026. A coleta de dados estruturou-se por meio de pesquisa documental em ambiente digital, extraindo métricas públicas de desempenho via Meta Business Suite. O procedimento analítico foi conduzido por meio da técnica de Análise de Conteúdo (Bardin, 2016), examinando cinco dimensões transversais: tecnopolítica, plataformização, governança algorítmica, comunicação pública digital e poder digital.

Os resultados evidenciam que a visibilidade institucional na rede não decorre da autoridade formal do Estado, mas da capacidade das organizações públicas de produzir conteúdos compatíveis com as afordâncias da plataforma (Van Dijck et al., 2018). O nível de engajamento obtido por uma publicação não guarda relação direta com sua relevância jurídica ou social. Enquanto conteúdos de transparência administrativa ativa permanecem marginalizados, as publicações estruturadas sob narrativas de apelo emocional, utilidade transacional imediata e espetacularização da novidade obtiveram índices substancialmente maiores de alcance orgânico e engajamento. Conclui-se que a dependência das infraestruturas corporativas transnacionais gera assimetrias tecnopolíticas que tensionam a soberania comunicacional do Estado moçambicano, forçando as instituições a hibridizar seus discursos para sobreviver digitalmente. A pesquisa contribui para ampliar o debate sobre a soberania tecnológica no Sul Global, indicando a necessidade de infraestruturas públicas digitais independentes.

Referências

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Brandão, E. P. (2012). Conceito de comunicação pública. Em J. Duarte (Org.), *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público* (pp. 1-12). Atlas.

Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.

Castells, M. (2015). *O poder da comunicação*. Paz e Terra.

Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and tracking it for capitalism*. Stanford University Press.

Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction*. Sage.

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.

Han, B.-C. (2022). *Infocracia: digitalização e a crise da democracia*. Editora Vozes.

Mutsvairo, B. (Ed.). (2018). *Digital activism in the social media era: Critical reflections on African perspectives*. Palgrave Macmillan.

Nyabola, N. (2018). *Digital democracy, analogue politics: How the Internet era is transforming politics in Kenya*. Zed Books.

Van Dijck, J., Poell, Thomas., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.

Yin, R. K. (2018). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Bookman.

Zémor, P. (2009). *A comunicação pública*. Casa das Musas

Tecnopolítica e descredibilização da educação pública: a enemização da Unesp em vídeos do YouTube e Instagram durante greves estudantis (2018-2026)

Guilherme Milhomem Domene
guilherme.domene@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Vitória Caregnato Nunes
vitoria.caregnato@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Desde o dia 05 de maio de 2026 a Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filhos (Unesp) foi palco de paralisações estudantis, em uma greve iniciada em 14 de abril de 2026 pelos discentes da Universidade de São Paulo (USP) (Estadão, 2026). A motivação foi o cortes de gastos públicos na educação de nível superior do Estado (Celina, 2026).

Parlamentares e influenciadores alinhados a movimentos de direita, objetivando a descredibilização e desfinanciamento das universidades públicas, invadiram os *campi* aderiram a greve e postaram vídeos em redes sociais reproduzindo narrativas que segundo Leher (2019) partem de "duas nervuras principais: 1) a crítica ideológica e 2) a acusação de que gastam demais e não estão reconhecidas como universidades de excelência" (p. 30).

Rocha (2021) aponta que, no cenário de guerra cultural bolsonarista, a prática realizada por agentes da direita de editar suas aparições em debates para publicar vídeos com títulos como "A destrói B", servem a uma lógica da refutação infantilizada, eles contém um arcabouço argumentativo que se estrutura a partir da retórica do ódio — uma técnica discursiva que visa desumanizar e reduzir o outro ao papel de um inimigo a ser eliminado simbolicamente (Rocha, 2021).

Para entender a construção da universidade enquanto inimiga imaginária e o impacto das plataformas na produção dessas narrativas, foram selecionadas duas produções audiovisuais publicadas em plataformas por pré-candidatos à deputado estadual no estado de São Paulo alinhados à direita política durante greves estudantis no *campus* da Unesp de São José do Rio Preto: um de formato longo veiculado no YouTube por Arthur do Val (Mamaefalei, 2018); e um vídeo de formato curto (*Reels*) publicado no Instagram por Stella Braga (2026). A seleção deste corpus justifica-se pela possibilidade de observar as continuidades e rupturas nas estratégias de deslegitimação simbólica da universidade pública em duas greves estudantis entre 2018 e 2026 e sua cooptação para ganho eleitoral, evidenciando como a transição das *affordances* tecnodiscursivas de cada plataforma altera a retórica anti-universitária

Essas personalidades utilizaram da autocominicação de massa para criar um novo espaço para compartilhar cultura, trabalho e socializar no espaço digital (Castells, 2015), criando conexões acerca de temas entre diferentes pessoas.

Diante disso, as plataformas implementaram a personalização na distribuição de conteúdos, a partir da troca de informações entre usuário e a rede que usufruem assim entrega as preferências e prevê o que cada pessoa quer consumir (Gillespie, 2018).

Sob a mediação algorítmica dessas redes, as bolhas de informação organizam-se em Formações Algorítmicas (FA), que determinam "tudo aquilo que

pode e deve ser digitado, pesquisado, clicado, consultado, compartilhado, falado, escutado, assistido e/ou lido pelo digital" (Pereira & Ferragut, 2023, p. 132).

Para analisar os discursos produzidos nessas plataformas, este artigo ancora-se metodologicamente na Análise do Discurso Digital (ADD), assumindo a premissa de que a própria infraestrutura tecnológica atua como coautora nos processos de construção de sentido (Paveau, 2021). Apoiando-se em pressupostos de Orlandi (2005), Dias (2023) propõe que no ambiente digital a circulação rege a formulação dos discursos.

Diante desse paradigma, conclui-se que as *affordances* de cada plataforma atuam como co-autoras da deslegitimação simbólica do movimento estudantil e da universidade pública. No YouTube, a *affordance* de vídeo longo é usada por Arthur do Val (2018) para formular uma narrativa que gere raiva contra o ensino superior público, por meio de edições manipuladas.

Já no Instagram, Stella Braga (2026) adapta-se à velocidade do *Reels*, para isso recorre a táticas de silenciamento técnico e recursos estéticos-dinâmicos de forte apelo que forçam um fechamento interpretativo imediato que criminaliza os estudantes de forma imediata.

Em ambos os casos, os discursos mobilizam de forma articulada as matrizes moral (doutrinação), neoliberal (oposição entre o contribuinte e universitários privilegiados) e criminal (equiparar atos políticos de greve a crimes) (Del-Valle, 2021).

Dessa forma, atesta-se que esse ecossistema técnico atua diretamente na canalização do ressentimento do público, que segundo Brown (1995) produz uma identidade reativa baseada na adesão ferida. Essa identidade é construída em oposição à universidade, que é eleita como o agente culpado, direcionando a indignação gerada pela precarização neoliberal para uma reação moralista e de vingança simbólica contra a instituição pública (Brown, 1995). Portanto, os candidatos objetivam converter, a partir das plataformas, esse sentimento em votos e financiamento de campanha.

Referências

Braga, S. [@stellabraga.sp]. (2026, maio 7). *Ampliando a batalha do parceiro @victorruizsp*. [Vídeo]. Instagram. https://www.instagram.com/p/DYDU7HsxyIa/

Brown, W. (1995). *States of injury: Power and freedom in late modernity*. Princeton University Press.

Castells, M. (2015). *O poder da comunicação*. Paz e Terra.

Celina, W. (2026, maio 22). *Greve de alunos cobra políticas de permanência e atinge 264 cursos da USP, Unicamp e Unesp*. Agência Pública. https://apublica.org/2026/05/greve-de-estudantes-atinge-264-cursos-da-usp-unicamp-e-unesp/

Dias, C. C. (2023). Análise do discurso digital: A questão da memória. Em R. O. Carreon, M. A. A. Ruiz, & L. M. B. M. de Araujo (Orgs.), *Análise do discurso digital: Perspectivas teóricas e metodológicas* (pp. 12-30). Letraria.

Del Valle, C. (2021). *La construcción mediática del enemigo: Cultura indígena y guerra informativa en Chile*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Estadão. (2026, maio 6). *Greve na Unesp e na Unicamp: Veja situação nas outras universidades após paralisação na USP*. *UOL*. https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2026/05/06/greve-na-unesp-e-na-unicamp-veja-situacao-nas-outras-universidades-apos-paralisacao-na-usp.htm

Gillespie, T. (2018). A relevância dos algoritmos. *Parágrafo*, *6*(1), 95-121.

Leher, R. (2019). *Autoritarismo contra a universidade: o desafio de popularizar a defesa da educação pública*. Fundação Rosa Luxemburgo; Expressão Popular.

Mamaefalei. (2018, junho 10). *Greve de Estudantes - UNESP Rio Preto - Agredi-los-ei com perguntas* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=YUJkc83CmlI

Orlandi, E. P. (2005). *Discurso e texto: Formulação e circulação dos sentidos* (2. ed.). Pontes Editores.

Paveau, M.-A. (2021). *Análise do discurso digital: Dicionário das formas e das práticas* (J. L. Costa & R. L. Baronas, Trads.). Pontes Editores.

Pereira, D., & Ferragut, G. (2023). A língua de vidro: Uma proposta de leitura do digital. Em R. O. Carreon, M. A. A. Ruiz, & L. M. B. M. de Araujo (Orgs.), *Análise do discurso digital: Perspectivas teóricas e metodológicas* (pp. 139-155). Letraria.

Rocha, J. C. de C. (2021). *Guerra cultural e retórica do ódio: crônicas de um Brasil pós-político*. Caminhos.

Tribunal *on-line* de *true crimes*: pré-juízos sem provas em postagens no Instagram

Matheus Domith
matheus.domith@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Carlos Pernisa Jr.
carlos.pernisa@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

No início dos anos 2000, os estudos de Internet e cibercultura eram otimistas em relação à chegada de novos serviços *on-line* com a Web 2.0. Segundo D'Andréa (2020, p. 13), acreditava-se que a Internet iria "'democratizar', 'horizontalizar' ou 'descentralizar' as relações interpessoais, a política e a economia". Porém, escândalos desestabilizaram o discurso a favor das plataformas e expuseram "influências em processos eleitorais, uso irrestrito de dados pessoais para fins comerciais e uso de algoritmos e bases de dados para perpetuar preconceitos e desigualdades" (D'Andréa, 2020, p. 13). Os estudos de plataforma deram a virada de chave no debate e problematizaram as dimensões política, econômica e técnica dos serviços.

Percebeu-se que os serviços *on-line* se vendiam como "intermediários" neutros, horizontais e acessíveis, os quais "permitiriam uma circulação mais aberta e democrática de informação e serviços" (D'Andréa, 2020, p. 19). De acordo com Gillespie (2010), trata-se de uma tática discursiva que dificultava

a identificação das intervenções dos provedores. D'Andréa (2020, p. 17) chama atenção para a influência das plataformas "no modo como compreendemos e gerimos nossas relações interpessoais, profissionais, com a vizinhança etc." Quando as plataformas são reduzidas a redes sociais, são deixadas de lado as lógicas material, política e econômica delas.

Diante disso, D'Andréa (2020) aponta que a relação entre as plataformas e os usuários delas é assimétrica. Todavia, "deve-se reconhecer que é a partir dos usos e ações cotidianas que os jogos de poder são estabelecidos" (D'Andréa, 2020, p. 47). Por isso, D'Andréa (2020, p. 47) resgata o conceito de *affordance* e explica que ele constitui-se "nas relações estabelecidas entre um usuário e as materialidades disponíveis". Quanto às plataformas, "as *affordances* estão diretamente relacionadas ao modo como as ações podem ser datificadas ou modularizadas, o que resulta na implementação de processos e recursos altamente padronizados" (D'Andréa, 2020, p. 48).

Desse modo, a possibilidade de os internautas reagirem, compartilharem e comentarem em postagens deveria transformar as plataformas de mídia social em espaços de "discussão e de trocas de ideias" (Lorusso, 2023, p. 243). Porém, na prática, acabou por torná-las um "espaço de sanção e julgamento" (Lorusso, 2023, p. 243). Para a autora, a perspectiva de que a Internet seria um ambiente democrático não passou de uma ilusão, pois o que se vê é um tribunal *on-line*.

Devido à abordagem de crimes reais, inquéritos policiais e decisões judiciais, o *true crime* detém destaque na discussão do tribunal *on-line*. Conforme Dye (2026, p. 241), "a explosão das novas plataformas de comunicação on-line elevou a popularidade do gênero *true crime* ao nível mais alto de todos os tempos". Embora os crimes reais sejam explorados como fonte de informação e entretenimento há séculos, a Internet trouxe novas possibilidades de produção, distribuição e consumo para o subgênero. Em torno disso, o estudo recorre à reportagem da revista estadunidense *Time* que denuncia como

o consumo em massa de *true crimes* transformou a Internet em um tribunal *on-line* no caso do assassinato de quatro estudantes da Universidade de Idaho.

À medida que isso ocorre, é preciso problematizar: em que medida perfis que trabalham *true crimes* no Instagram instigam um tribunal *on-line* dos casos? Diante dessa pergunta, o estudo analisou duas publicações do perfil de *true crimes Unsolved Mysteries* no Instagram. O recorte se baseia na: (a) longevidade do programa, que está no ar desde 1987, em diferentes distribuidoras; (b) relevância do perfil, que acumula 76,5 mil seguidores; (c) agenda editorial do perfil, que publica conteúdos audiovisuais de *true crime*. Para isso, foi empregado o método da Análise da Materialidade Audiovisual (AMA). O objetivo da pesquisa foi compreender a abordagem dada aos crimes reais nas postagens, bem como os comentários publicados em ambas.

A análise detectou que as duas publicações dão abertura para julgamentos desprovidos de lógica probatória e baseados em especulação. Foram identificados pelo menos quatro comentários que expressam juízos de valor e sugestão de punição, apesar de os redatores deles não terem legitimidade para proferir tais veredictos. Embora as publicações estejam com a aba de comentários ativada, o que permite aos usuários publicarem mensagens, entendeu-se que o perfil *Unsolved Mysteries* instiga os usuários a formularem e propagarem teorias e pré-juízos dos *true crimes* nas postagens analisadas, estabelecendo um tribunal *on-line* nelas.

Referências

D'Andréa, C. (2020). *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. EDUFBA.

Dye, M. F. (2026). Victim's Rights or the Public's Right to Know: rethinking the Boundaries of the Right of Publicity in True Crime. *Journal of Intellectual Property Law*, *33*(1), 1-23. https://digitalcommons.law.uga.edu/jipl/vol33/iss1/8/

Gillespie, T. (2010). The politics of 'plataforms'. *New Media & Society*, *12*(3), 347-364. https://doi.org/10.1177/1461444809342738

Lorusso, A. M. (2023). O Tribunal da Internet: Redes Sociais, Cultura de Cancelamento e Discurso de ódio (F. K. Ribeiro, e G. H. R. Castro, Trad.). *Casa, 16*(1), 242-261. https://doi.org/10.21709/casa.v16i1.17832

Burga, S. (2023, 25 de janeiro). The University of Idaho Murders Show the Hidden Cost of America's True Crime Addiction. *Time*. https://time.com/6250031/idaho-murders-true-crime-addiction

Eventos climáticos extremos no YouTube: mapeamento exploratório e análise audiovisual comparativa das enchentes de 2024 no Rio Grande do Sul

Caio Dayrell Santos
caiosantoscomunica@gmail.com
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Caroline Kraus Luvizotto
caroline.luvizotto@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

"Vou vivenciar em primeira mão como é viver em meio a um desastre ambiental." Com essa promessa, um YouTuber brasileiro de 19 anos gravou um vídeo nas áreas afetadas pelas enchentes de 2024 no Rio Grande do Sul, imitando o papel de testemunha do jornalismo — sem suas normas profissionais e protocolos de verificação. Ele entrevista moradores e se posiciona como mediador entre o sofrimento local e o público nacional, combinando legendas em estilo manchete, animações por IA e efeitos que imitam a estética do telejornalismo policial brasileiro — o espetáculo como estratégia de credibilidade.

Apesar do tom documental, o vídeo não menciona as mudanças climáticas: o desastre é apresentado como evento isolado, enquanto alegações não verificadas sobre a inércia do governo circulam livremente, ecoando narrativas ultraliberais e de extrema direita (Mendes et al., 2025). Ainda assim,

alcançou um público maior do que a maioria das reportagens de organizações de notícias estabelecidas.

A partir de abril de 2024, eventos climáticos extremos devastaram o Rio Grande do Sul no pior desastre ambiental da história do Brasil, e o YouTube emergiu como espaço central para a circulação de imagens, narrativas e informações práticas. Este estudo investiga como os significados da crise climática se constroem em conteúdos audiovisuais no YouTube, entre a disseminação de conhecimento útil e a suscetibilidade à desinformação e ao negacionismo (Yesilada & Lewandowsky, 2022). Em vez de classificar o conteúdo como "verdadeiro" ou "falso", adota-se abordagem contextual que entende a verdade como cultural e politicamente situada, examinando como as narrativas ganham poder de persuasão na "plataformização" brasileira e nos conflitos socioambientais, numa perspectiva do Sul Global (Santini & Barros, 2022).

A pesquisa tem duas etapas: mapeamento exploratório com o YouTube Data Tools, coletando vídeos de alto impacto sobre as enchentes e incêndios de 2024 por palavras-chave, para construir um corpus revelador dos marcos interpretativos dominantes; e análise qualitativa por leitura difrativa (Barad, 2007), examinando como estratégias audiovisuais, autoridades epistêmicas e lógicas das plataformas produzem regimes distintos de visibilidade.

O estudo analisa vídeos de grande audiência publicados após as enchentes. A comparação revela três modos de mediação: o testemunho de influenciadores prioriza intensidade afetiva e imediatismo, negligenciando precisão informacional; o videocast enfatiza mudanças climáticas e alfabetização científica, com menos apelo visual; e o jornalismo mantém protocolos de verificação, mas raramente situa o desastre em dinâmicas climáticas amplas — surgindo, em todos os casos, uma disjunção entre engajamento e robustez epistêmica.

Os resultados são interpretados por um marco neomaterialista que enfatiza a coprodução da realidade por agentes humanos e não humanos (Coole & Frost, 2010; Lemos & Bitencourt, 2020): eventos climáticos, infraestruturas digitais, algoritmos e práticas sociais são mutuamente constitutivos. Com base em cartografias do afeto (Passos et al., 2015; Rolnik, 2014), a subjetividade é entendida como constituída por encontros afetivos, e o significado se estabiliza em aparatos materiais-discursivos (Barad, 2007), historicamente situados e atravessados por relações de poder (D'Andréa, 2020).

O YouTube se mostra profundamente ambivalente: amplia o acesso à informação científica e, ao mesmo tempo, funciona como vetor de desinformação e discurso antiambiental, privilegiando conteúdos polarizadores que contribuem para bolhas informacionais (Dündar & Ranaivoson, 2022; Yesilada & Lewandowsky, 2022).

Referências

Barad, K. (2007). *Meeting the universe halfway.* Duke University Press.

Coole, D., & Frost, S. (2010). *New materialisms: Ontology, agency, and politics.* Duke University Press.

D'Andréa, C. (2020). *Pesquisando plataformas online.* Edufba.

Dündar, P., & Ranaivoson, H. (2022). Science by YouTube: An analysis of YouTube's recommendations on the climate change issue. *Observatorio (OBS*), 16*(3).

Lemos, A., & Bitencourt, E. (2021). Sete pontos para compreender o neomaterialismo. *Galáxia: Revista Interdisciplinar de Comunicação e Cultura*, (46), 1-10.

Mendes, C. M., Almeida, C. G. D., & Mattos, M. Â. (2025). Ecossistema desinformacional em canais de extrema-direita no Telegram sobre as enchentes no RS em 2024: Abordagem semiótico-interacional. *Texto Livre, 18*, e58644. https://doi.org/10.1590/1983-3652.2025.58644

Passos, E., Kastrup, V., & Da Escóssia, L. (2015). *Pistas do método da cartografi*a. Sulina.

Rolnik, S. (2014). *Cartografia sentimental* (2nd ed.). UFRGS.

Santini, R. M., & Barros, C. E. (2022). Negacionismo climático e desinformação online: Uma revisão de escopo. *Liinc em Revista, 18*(1), e5948. https://doi.org/10.18617/liinc.v18i1.5948

Yesilada, M., & Lewandowsky, S. (2022). Systematic review: YouTube recommendations and problematic content. *Internet Policy Review, 11*(1).

Cidadania digital e inteligência artificial: novas mediações comunicacionais para pessoas com deficiência física

Vívian Maria Corneti de Lima
vivian.corneti@ufsb.edu.br
Universidade Federal do Sul da Bahia - UFSB

Fabio Rodrigues Corniani
fabio.corniani@ufsb.edu.br
Universidade Federal do Sul da Bahia - UFSB

A expansão das tecnologias digitais modificou as formas de comunicação, sociabilidade, participação e acesso à vida social, produzindo novas condições para o exercício da cidadania. Em sociedades atravessadas por plataformas, serviços digitais e sistemas automatizados, participar da esfera pública, acessar informações, produzir conteúdos e reivindicar direitos envolve diferentes formas de interação mediadas tecnologicamente. A cidadania digital é compreendida, neste trabalho, como uma dimensão da cidadania realizada por meio dessas práticas, abrangendo não apenas acesso, mas possibilidades concretas de participação, expressão, autonomia, produção de sentidos e exercício de direitos. Estudos apontam novas formas de ação mediadas pelas tecnologias (Couldry et al., 2014; Isin & Ruppert, 2020), mas também desigualdades que condicionam quem pode participar desses espaços e em quais condições.

Essa discussão é particularmente relevante para pessoas com deficiência. A digitalização pode ampliar comunicação, sociabilidade, acesso à informação e participação social, mas não elimina automaticamente barreiras historicamente enfrentadas por esse grupo. Tecnologias digitais podem favorecer autonomia e participação e, simultaneamente, reproduzir ou criar exclusões quando interfaces, plataformas, conteúdos e serviços não incorporam acessibilidade e diversidade (Lima, 2019; Qu, 2025; van Toorn & Cox, 2024). Ao investigar pessoas com deficiência física, comunicação e tecnologias digitais, Lima (2014, 2019) desloca a análise de uma concepção de inclusão limitada ao acesso técnico, destacando formas de apropriação das tecnologias, estratégias de enfrentamento de barreiras e possibilidades de comunicação, autonomia e participação.

A rápida incorporação da inteligência artificial às práticas cotidianas acrescenta uma nova dimensão a esse debate. Reconhecimento e síntese de voz, transcrição automática, geração e revisão de textos, interfaces conversacionais, tradução, descrição de imagens e personalização de interfaces podem modificar as condições pelas quais pessoas com deficiência física acessam, produzem, interpretam e compartilham informações. Esses recursos podem reduzir etapas operacionais e oferecer formas alternativas de interação com dispositivos. Entretanto, sua adoção também introduz questões relacionadas à acessibilidade das próprias ferramentas, privacidade, proteção de dados, opacidade dos sistemas automatizados, vieses, desigualdades de acesso e competência digital e dependência de plataformas privadas.

Diante desse cenário, o artigo objetiva investigar de que maneira a incorporação da inteligência artificial às práticas de comunicação digital pode reconfigurar as condições de participação, autonomia e exercício da cidadania digital de pessoas com deficiência física. Parte-se da hipótese de que a IA não deve ser compreendida exclusivamente como recurso técnico ou tecnologia assistiva, mas como uma nova forma de mediação comunicacional capaz

de modificar condições de produção, acesso, interpretação e circulação de informações e de participação nos ambientes digitais.

Metodologicamente, trata-se de pesquisa qualitativa e exploratória, desenvolvida por meio de pesquisa bibliográfica e documental, articulada a um estudo de caso de caráter ilustrativo. O percurso teórico compreende quatro eixos: cidadania digital; comunicação e deficiência; acessibilidade e apropriação das tecnologias digitais; e inteligência artificial aplicada às práticas comunicacionais. Como dimensão ilustrativa, recupera-se o caso de Lígia Fonseca, anteriormente investigado por Lima (2014, 2019). Sua trajetória permite observar como a apropriação e a adaptação de tecnologias digitais podem interferir nas condições de comunicação, autonomia e participação de uma pessoa com deficiência física. O caso não é mobilizado para afirmar que Lígia utilize atualmente sistemas de IA, mas como referência concreta para compreender historicamente a transformação das mediações tecnológicas e discutir quais novas possibilidades e condicionamentos emergem com a incorporação da IA.

Espera-se contribuir para uma compreensão da inteligência artificial que ultrapasse uma perspectiva instrumental. No campo da Comunicação, importa investigar como esses sistemas integram processos de produção de sentidos, circulação de informações, interação e participação, sobretudo para grupos cujas condições de acesso e uso das tecnologias possuem implicações diretas sobre autonomia e cidadania. A trajetória de Lígia evidencia que tecnologias não produzem inclusão ou autonomia por si mesmas: seus efeitos dependem das condições de acesso, apropriação, adaptação e utilização. Mais do que perguntar se a IA promove inclusão, propõe-se compreender em quais condições, para quais práticas e com quais limites sua incorporação pode ampliar o exercício da cidadania digital de pessoas com deficiência física.

Referências

Couldry, N., Stephansen, H., Fotopoulou, A., MacDonald, R., Clark, W., & Dickens, L. (2014). Digital citizenship? Narrative exchange and the changing terms of civic culture. *Citizenship Studies, 18*(6-7), 615-629. https://doi.org/10.1080/13621025.2013.865903

Isin, E., & Ruppert, E. (2020). *Being digital citizens* (2nd ed.). Rowman & Littlefield.

Lima, V. M. C. de. (2014). *Deficientes on-line, ciborgues midiatizados* [Dissertação de mestrado, Universidade do Vale do Rio dos Sinos].

Lima, V. M. C. de. (2019). *A cidadania digital de pessoas com deficiência física: estratégias, práticas e associações heterogêneas* [Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia].

Qu, Y. (2025). *Becoming digital citizens: Disability, ICTs, and citizenship in contemporary China.* Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/9780197774854.001.0001

van Toorn, G., & Cox, L. (2024). Digital citizenship and disability in the COVID era. *New Media & Society, 26*(3), 1249-1267. https://doi.org/10.1177/14614448231201650

Mesa 11: Estudos sobre Cinema

Mesa 11: Estudios sobre Cine

Dra. Dorotea Bastos
Dra. Ingrid Assis
Dr. José Carlos Marques
Coordenadores

A construção da performance política e ancestral de Zózimo Bulbul: uma análise de *Alma no o Olho*

Helom Paulino Ferreira
helompaulino@msn.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

A presente pesquisa pretende analisar o trabalho do cineasta e ícone do cinema negro brasileiro, Zózimo Bulbul, com enfoque no desenvolvimento de sua seminal obra *Alma no Olho* (1973). O curta-metragem é amplamente reconhecido pelos estudiosos do tema como um marco pioneiro do cinema de autor e da historiografia negra no Brasil. Objetivamos investigar de que forma Bulbul desenvolveu sua discussão sobre o cinema por intermédio da performance de seu próprio corpo.

As afetações que norteiam esse trabalho surgiram de estudos anteriores, nos quais comparamos a performance de Bulbul, em *Alma no Olho* (1973), a performance de Ana Pi em *Noir Blue* - Deslocamentos de uma Dança (2018). Ao constatarmos que o diretor serviu de inspiração para diversos realizadores, deparamo-nos com escolhas estéticas fundamentadas em seu conhecimento ancestral, desenvolvido não apenas em sua trajetória cinematográfica, mas em toda a sua vivência (Ferreira, 2025). Essa constatação evidencia a urgência de discutir não somente as opções fílmicas do autor, mas também a formação política, ancestral e humana que fundamentou tais escolhas. Tal raciocínio nos

mostra a necessidade de um mergulho mais profundo na construção do filme e da performance empregada pelo diretor.

Todas as opções estéticas do realizador conversam intimamente com o desenvolvimento de sua "oralitura" (Martins, 2021). Bulbul optou por utilizar seu próprio corpo para inscrever, contestar e confrontar a realidade do povo preto brasileiro. Partimos do pressuposto de que a obra reescreveu e contestou a história oficial, performaticamente "grafando, pelo corpo imantado por sonoridades, vocalidades, gestos, coreografias, adereços, desenhos e grafites, traços e cores, saberes e sabores, valores de várias ordens e magnitudes, o logos e as gnoses afroinspirados" (Martins, 2021, p. 27). Embora o corpo em tela fosse de Bulbul, a narrativa performada representava a vivência de um número indeterminado de pessoas, servindo como um instrumento de contestação da realidade social e cinematográfica na qual esse povo estava inserido.

Como percurso teórico, vimos a necessidade de examinar conceitos inerentes à obra. Por exemplo, o fato de Bulbul, nos primeiros minutos do filme, olhar diretamente para a câmera, não nos parece somente uma quebra aos padrões hollywoodianos, mas sim, também um exercício do "Olhar Opositor" (hooks, 2019). Esse gesto é convidativo ao espectador, e subverte uma regra imposta por um cinema até então essencialmente branco. Nessa e em outras escolhas estéticas, o cineasta exercitava o que Grada Kilomba (2019) conceitua como "discursos marginais", que ocorrem quando parcelas marginalizadas da sociedade têm a possibilidade de narrar suas histórias que antes foram silenciadas. Era um acontecimento inédito um homem negro expor seu corpo enquanto contava a história de seu povo na tela do cinema nacional.

Ao abordarmos o conceito de performance, utilizamos a perspectiva de Diana Taylor (2013), que compreende toda performance artística como essencialmente política. Em *Alma no Olho* (1974, Zózimo Bulbul), a lógica não é diferente, a performance do realizador preserva, em cada um de seus detalhes, uma profunda dimensão histórica e política.

O caminho metodológico proposto busca unir a pesquisa bibliográfica, mobilizando os estudos de autores como Noel dos Santos Carvalho (2005) e Wolney Nascimento Santos (2018), que se dedicaram à vida de Zózimo Bulbul, com a análise fílmica (Aumont & Marie, 2009). Compreendemos que é igualmente necessário estudar o objeto fílmico e as reverberações históricas que ele suscitou. Contudo, essa análise demanda um alinhamento com os saberes ancestrais propostos por Martins (2021), garantindo que a metodologia aplicada esteja em consonância com a epistemologia da própria obra.

Objetivamos assim, estudar essa subversão operada por Zózimo Bulbul na tela do cinema ao resgatar a história do povo preto brasileiro em *Alma no Olho* (1973). Busca-se descobrir de que forma o autor desenvolveu sua "oralitura" (Martins, 2021), inscrevendo-a cinematograficamente por meio de seu corpo em performance, no exercício de "discursos marginais" (Kilomba, 2019), e a partir de um "Olhar Opositor" (hooks, 2019).

Referências

Aumont, J., & Marie, M. (2009). *A análise do filme* (M. Félix, Trad.). Edições Texto & Grafia.

Bulbul, Z. (Direção). (1974). *Alma no Olho* [Filme]. Brasil.

Carvalho, N. S. (2005). *Cinema e representação racial: O cinema negro de Zózimo Bulbul* [Tese de doutorado, Universidade de São Paulo].

Ferreira, H. P. (2025). Performance, política e decolonialidade no cinema negro brasileiro: Uma análise de Noir Blue e *Alma no Olho*. In D. Bastos, I. Assis, & J. C. Marques (Coords.), *Takes científicos* (pp. 200-225). Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/takes-cientificos

hooks, b. (2019). *Olhares negros: Raça e representação* (S. Borges, Trad.). Elefante.

Kilomba, G. (2019). *Memórias da Plantação: Episódios de Racismo Cotidiano*. Cobogó.

Martins, L. M. (2021). *Performances do tempo espiralar, poéticas do corpo-tela*. Cobogó.

Santos, W. N. (2018). *Corpo negro: Território, memória e cinema* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Sergipe].

Taylor, D. (2013). *O arquivo e o repertório: "performance" e memória cultural nas Américas*. Editora da UFMG.

A IMAGEM-CÂMERA COMO GESTO POLÍTICO: UMA ANÁLISE DO DOCUMENTÁRIO PALESTINO SEM CHÃO

Arthur Rabelo
aguiar.arthur@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Partindo do estudo teórico de Pessoa Ramos (2008) sobre o documentário - enquanto uma instituição singular de se fazer cinema -, estabelecemos que o formato ultrapassa a definição de um mero registro do real (Lucena, 2012) para se estabelecer como uma "narrativa com imagens-câmera que estabelece asserções sobre o mundo, na medida em que haja um espectador que receba essa narrativa como asserção sobre o mundo" (Pessoa Ramos, 2008, p. 22). A partir da conceituação da Tomada (Pessoa Ramos, 2008), que o autor define como o presente *in loco* da imagem - através da materialização da presença de um sujeito que segura a câmera e testemunha o fato -, é possível atribuir uma certa veracidade social ao documentário. Logo, "o valor social [...] que consensualmente estabelecemos às imagens-câmera, está no centro da fruição espectatorial da enunciação documentária" (Pessoa Ramos, 2008, p. 78) e pode ser associado como gesto político de se fazer cinema.

Nichols (2001), ao trabalhar a teoria do documentário em sua estrutura, propõe uma dicotomia fundamental entre o Documentário de Satisfação de Desejos - a ficção, uma materialização da imaginação - e o Documentário de Representação Social - a não ficção, uma organização autoral da realidade.

Nessa segunda categoria, o autor propõe que o espectador não busca apenas o entretenimento ao assistir o documentário, mas uma direção no mundo, "uma nova dimensão à memória popular e à história social" (Nichols, 2001, p. 27).

A partir dessa base teórica, somada aos estudos de Guimarães e Guimarães (2011), é possível pensar tanto as políticas no documentário - o que diz - quanto as políticas do documentário - como diz. Para os autores, a política não reside apenas na representação de um conflito, mas "como tais figurações produzem rearranjos materiais e simbólicos das visibilidades e dos modos de dizer operantes no mundo" (Guimarães & Guimarães, 2011, p. 6); pelo gesto de trabalhar novas repartições de espaços e tempos nos quais se situam os sujeitos, tornando visível o que não era visto. Assim, as políticas do documentário deslocam o eixo analítico da representação social para a capacidade da obra de perturbar o senso comum hegemônico e abrir espaço para vozes historicamente silenciadas.

Esta pesquisa tem como objeto de análise o documentário de guerrilha palestino Sem Chão (2025), dirigido por Basel Adra, Yuval Abraham, Hamdan Ballal e Rachel Szor, vencedor do Oscar de Melhor Documentário em 2025. A partir dos registros produzidos pelos próprios sujeitos filmados, o jornalista israelense Yuval Abraham e o jornalista-ativista palestino Basel Adra reconstituem, pela memória social e coletiva, o conflito de ocupação territorial vivido pelas aldeias de Masafer Yatta, na Cisjordânia, expondo violências que vão da tomada de escolas ao ferimento, assassinato e deslocamento forçado de famílias pelas mãos de colonos israelenses. A câmera, nesse contexto, configura-se como a única arma de combate dos ativistas frente à violência do Estado.

A partir desse recorte, verifica-se se a obra reconfigura a partilha do sensível conforme proposto por Rancière (Guimarães & Guimarães, 2011), a partir da aplicação dos operadores de Tomada e Imagem-Câmera (Pessoa Ramos, 2008) a trechos emblemáticos do filme. Assim, pretende-se demonstrar

de que maneira a câmera, mais do que um recurso estético, opera como instrumento político de combate e de resistência, ampliando a discussão sobre o papel do documentário na sociedade contemporânea.

Referências

Guimarães, C., & Guimarães, V. (2011). Da política no documentário às políticas do documentário: notas para uma perspectiva de análise. *Revista Galáxia*, (22), 77-88.

Lucena, L. C. (2012). *Como fazer documentários: conceito, linguagem e prática de produção.* Summus.

Nichols, B. (2001). *Introdução ao documentário.* Papirus.

Pessoa Ramos, F. (2008). *Mas afinal… o que é mesmo documentário?* Editora Senac São Paulo.

A SONORIDADE DO ENTRE-LUGAR: TRILHA SONORA E A ALEGORIA DO FRACASSO EM *TERRA ESTRANGEIRA*

Rebeca Tami Santana Osanai
osanairebeca@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

O presente trabalho analisa a arquitetura sonora do longa-metragem *Terra Estrangeira* (1995), dirigido por Walter Salles e Daniela Thomas, examinando como as figuras audiovisuais atuam como uma representação do vazio e do entre-lugar habitado pelos personagens. Parte-se do pressuposto de que a trilha sonora nesta obra não atua como mero ornamento, mas como um dispositivo intermidiático fundamental que funciona como uma passagem para a realidade política e social do Brasil de meados da década de 1990 (Nagib, 2018). Como obra inaugural da Retomada do Cinema Brasileiro, o filme promove uma redescoberta da pátria através de um olhar crítico, transformando o deslocamento humano em matéria significante.

A produção situa-se em um Brasil ainda pouco refeito do trauma da Era Collor, cujo governo resultou em uma nefasta política cultural (Nagib, 2006). Esta desilusão histórica fundamenta o que se define como a alegoria do fracasso, na qual o país se transforma em um território de emigração por razões econômicas. Nesse cenário de fatalidade transnacionalizante, as fronteiras físicas dão lugar a limites subjetivos sutis, onde o sentimento de não pertencimento empurra os protagonistas para um entre-lugar de trânsito e marginalidade

(França, 2002). Investiga-se como o som materializa a angústia de uma geração órfã de utopias, transformando a geografia física em uma geografia da alma desolada.

A metodologia se pauta nos pressupostos da áudio-visão de Michel Chion (2011), especificamente nos conceitos de valor acrescentado e nas distinções entre música de ecrã e música de fosso. A análise identifica o uso de dois leitmotivs estruturantes como fios condutores da experiência do não pertencimento. O primeiro tema melódico unifica as solidões de Paco e Alex, evoluindo de uma instrumentação urbana em São Paulo para tons de fado em Lisboa, mimetizando a itinerância descrita por França (2002). A recorrência temática e a transfiguração instrumental transformam o vazio identitário em sensações acústicas, conferindo subjetividade a imagens de portos e docas desoladas.

O segundo leitmotiv central é a canção *Vapor Barato* (Jards Macalé & Waly Salomão). A obra transita por diferentes estados diegéticos, desde execuções instrumentais melancólicas até a voz a cappella de Alex. Sendo assim, a canção opera uma analogia metonímica com a trajetória de desintegração dos protagonistas. No clímax trágico, a fusão entre a interpretação desesperada da personagem e a gravação original de Gal Costa promove uma recapitulação emocional que sela a ruptura irreversível.

Conclui-se que a trilha sonora de Terra Estrangeira confirma a tese de Nagib (2018) de que o cinema utiliza dispositivos intermidiáticos como canais para a realidade política. O som não apenas reflete o fiasco pós-Collor, mas interfere na percepção do espectador ao ativar repertórios culturais que transformam a dor privada em um lamento histórico coletivo. O filme revela que a identidade nacional, naquele contexto, era fundada na vergonha e na perda, provando que a canção é uma ferramenta potente para edificar o sentido total de uma nação em busca de um lugar que faltou achar.

Referências

Chion, M. (2011). *A audiovisão: som e imagem no cinema.* Texto & Grafia.

França, A. (2002). Paisagens fronteiriças no cinema contemporâneo. *Alceu, 2*(4), 61-75.

Nagib, L. (2006). *A utopia no cinema brasileiro: matrizes, nostalgia, distopias.* Cosac Naify.

Nagib, L. (2018). Passagens: caminhos cruzados entre o cinema e a geografia brasileira. *RuMoRes, 12*(24), 19-41. https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2018.148836

Análise da construção discursiva opinativa, publicada pela BBC News Brasil, acerca dos filmes *Ainda Estou Aqui* e *Agente Secreto*

Isabela Enumo
isabela.gottardi@mail.uft.edu.br
Universidade Federal do Tocantins

Karollaine Cristina
karollaine.santos@mail.uft.edu.br
Universidade Federal do Tocantins

Maria Luiza Miranda
miranda.maria@mail.uft.edu.br
Universidade Federal do Tocantins

Manuela Alves
manuela.araújo@mail.uft.edu.br
Universidade Federal do Tocantins

Ingrid Pereira de Assis
ingrid.assis@mail.uft.edu.br
Universidade Federal do Tocantins

Esta pesquisa objetiva construir uma análise comparativa entre as críticas cinematográficas veiculadas pelo portal BBC News Brasil sobre os filmes brasileiros *Ainda Estou Aqui* (2025) e *O Agente Secreto* (2026), buscando entender como recursos linguísticos valorativos conferem valores

simbólicos a essas obras. Para isso, adota como metodologia a Análise de Conteúdo categorial proposta por Bardin (1977), aplicada a dois textos opinativos selecionados entre 44 materiais identificados na cobertura dos filmes. Marcuschi (2008) compreende os gêneros como formas textuais relativamente estáveis, situadas em contextos sociocomunicativos e orientadas por objetivos enunciativos específicos. Sendo assim, considerando o objetivo supracitado, identificou-se dois textos pertencentes ao gênero opinativo, dentre os 44 materiais coletados, sendo eles artigos, segundo a definição de Bräkling (2000, p. 55): "é um gênero de discurso onde se busca convencer o outro de uma determinada idéia, influenciá-lo, transformar os seus valores por meio de um processo de argumentação a favor de uma determinada posição assumida pelo produtor". Quanto à escolha da Análise de Conteúdo, justifica-se pela sua capacidade de articular dimensões qualitativas e quantitativas, permitindo a identificação de padrões discursivos e estratégias de construção de sentido no interior dos textos analisados (Bardin, 2011). A construção do *corpus* estudado foi realizada por meio de uma varredura sistemática no portal BBC *News* Brasil, abrangendo todos os conteúdos publicados até a identificação da primeira matéria relacionada ao Oscar de 2025, datada de 12 de novembro de 2024. A partir desse marco temporal, foram selecionados todos os textos que estabeleceram relação temática com os filmes *Ainda Estou Aqui* e *O Agente Secreto*. Os materiais identificados foram sistematizados em uma planilha[1], contemplando os seguintes dados: autor, data de publicação e de eventual atualização, editorial responsável, gênero textual, links de acesso e títulos. A sistematização dos dados permitiu o isolamento das variáveis analíticas relevantes para a análise e o recorte do *corpus*. A análise permitiu identificar recorrências de adjetivos qualificadores, expressões valorativas,

1. Disponível aqui: https://docs.google.com/document/d/1oRXhttyWFbkTmSsnjaxNf_UJrHvcrfIJg5piJ0Cl4q8/edit?usp=sharing

verbos avaliativos e estratégias discursivas de legitimação[2]. Por meio do uso de adjetivos qualificadores, expressões valorativas, verbos avaliativos e mecanismos de intensificação, os textos analisados orientam a percepção do leitor, destacando determinados atributos das obras e dando sentidos específicos de qualidade, relevância e prestígio. Os resultados demonstram que, embora ambas as obras sejam avaliadas positivamente, as estratégias de valorização divergem: *Ainda Estou Aqui* é legitimado principalmente pela articulação entre memória histórica, relevância política, emoção e reconhecimento internacional, enquanto *O Agente Secreto* é valorizado sobretudo pela autoria e pelas experiências estéticas e cinematográficas. Os resultados evidenciam que a crítica não se limita à descrição dos filmes, mas atua como uma prática discursiva de interpretação e legitimação. Embora ambas as críticas apresentem avaliações predominantemente positivas, os meios de legitimação identificados são distintos. Em *Ainda Estou Aqui*, a valorização é construída principalmente a partir da articulação entre memória histórica, relevância política, humanização narrativa, impacto emocional e reconhecimento internacional. A obra é apresentada como um importante instrumento de (re)elaboração do passado, associando sua qualidade cinematográfica à capacidade de preservar memórias, problematizar a violência de Estado e produzir reflexões sobre democracia, justiça e esquecimento. Já em *O Agente Secreto*, a construção do valor se concentra, especialmente, na dimensão estética da obra. A crítica enfatiza aspectos ligados à autoria, à experimentação formal, ao estilo visual e à experiência cinematográfica proporcionada pelo filme. Ainda que o contexto político da ditadura militar também esteja presente, ele aparece frequentemente mediado pela valorização da linguagem cinematográfica e pela construção de uma experiência estética singular. Conclui-se, assim, que a crítica cinematográfica atua como uma prática discursiva de mediação cultural, colaborando ativa-

2. Disponível aqui: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1bK9XbrlQs1wZStqT7eDQ5LKRfvEByobJ8LxLs0TxQvU/edit?usp=sharing

mente na construção de prestígio, reconhecimento e legitimação de percepções específicas dessas obras no campo cinematográfico.

Referências

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Bräkling, K. L. (2000). Trabalhando com artigo de opinião: Re-visitando o eu no exercício da (re) significação da palavra do outro. Em R. Rojo (Org.), *A prática da linguagem em sala de aula: Praticando os PCN* (pp. 55-155). EDUC.

Marcuschi, L. A. (2008). Gêneros textuais: definição e funcionalidade. Em A. Dionísio, A. R. Machado, & M. A. Bezerra (Orgs.), *Gêneros Textuais & Ensino*. Lucerna.

Cine español en los Premios Goya: cuestión social y construcción del Canon (2000-2026)

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

Andrés Navarro-Garrido
andresnavarrogarrido@uma.es
Universidad de Málaga

Sevie Pastrana-Crespillo
seviepc@uma.es
Universidad de Málaga

Los Premios Goya constituyen la principal referencia institucional para el reconocimiento del cine español y participan en la formación de una memoria compartida sobre su excelencia. La categoría de Mejor Película convierte el juicio anual de una comunidad profesional en una jerarquía con efectos duraderos sobre la visibilidad de las obras. Los premios culturales conceden capital simbólico y favorecen procesos de consagración que condicionan la historia de un campo artístico (Allen & Lincoln, 2004; Bourdieu, 1993; English, 2005). Este trabajo estudia los veintisiete largometrajes estrenados entre 2000 y 2025 que recibieron el Goya a Mejor película hasta la ceremonia de 2026. El corpus incorpora el primer ex aequo de la categoría, concedido a *El 47* y *La infiltrada* y concluye con *Los domingos* (Academia de Cine, 2025, 2026).

La hipótesis sostiene que este palmarés ha legitimado una concepción del cine español donde la relevancia social forma parte del valor cultural, aunque dicha orientación adopta formas narrativas variables. La continuidad se aprecia en la relación entre la experiencia individual y las estructuras que delimitan la vida de los personajes. El objetivo principal consiste en explicar cómo cambia esa relación durante el periodo. El estudio examina el desplazamiento desde una denuncia asociada a instituciones reconocibles hacia relatos articulados mediante la memoria o la intimidad. También valora el efecto de la incorporación de directoras sobre el repertorio de experiencias consagradas, dentro de una cinematografía cuya definición nacional depende de políticas culturales y de circuitos transnacionales (Triana-Toribio, 2003; Zecchi, 2014).

La investigación adopta un diseño cualitativo basado en el análisis textual comparado y en la codificación temática (Braun & Clarke, 2006). Las fuentes primarias comprenden el visionado completo de las películas y el palmarés. La contextualización recurre a estudios sobre el cine social y la evolución del sector español (Molina-Fernández et al., 2025; Pérez-Morán & Guarinos, 2025). La unidad de observación corresponde al conflicto principal de cada largometraje, entendido como la relación entre el deseo del personaje y el orden social que limita sus posibilidades. Las categorías se ajustan durante la comparación y el corpus queda organizado en periodos interpretativos que permiten reconocer cambios históricos sin convertir el palmarés en fichas temáticas.

Los resultados muestran que el primer decenio sitúa la vulnerabilidad privada en la proximidad. *El Bola* y *Te doy mis ojos* convierten la violencia familiar en responsabilidad pública, mientras *Los lunes al sol* vincula el desempleo con la pérdida de dignidad. *Mar adentro* desplaza la ciudadanía hacia la autonomía corporal. *Los otros* y *Volver* confirman que la cuestión social también se formula fuera del realismo. Entre 2010 y 2017, la memoria explica las continuidades del poder. *Pa negre* inscribe la posguerra en el aprendizaje

moral de la infancia, mientras *La isla mínima* utiliza el thriller para representar la persistencia autoritaria durante la Transición, en diálogo con una tradición posfranquista donde el pasado conserva efectos políticos (Labanyi, 2000). Desde 2018, el canon concede mayor peso a la inclusión y al territorio. *Campeones* sitúa la discapacidad intelectual dentro de una comedia popular. *El buen patrón* actualiza el conflicto laboral desde el poder empresarial y *As bestas* convierte el paisaje rural en un recurso disputado. El tramo final reúne la memoria vecinal de *El 47* con el coste íntimo de *La infiltrada*. *Los domingos* culmina el desplazamiento hacia decisiones personales que revelan valores incompatibles dentro de la familia.

La comparación confirma que el Goya a Mejor película ha favorecido obras que combinan una lectura crítica de la sociedad con formas narrativas accesibles. La cuestión social permanece como regularidad, pero cambia su mediación. La denuncia frontal de los primeros años cede espacio a relatos donde el pasado organiza el presente y a conflictos cuyo alcance público emerge desde los cuidados o la autonomía personal. Esta evolución coincide con una industria donde la visibilidad depende de alianzas empresariales y de una distribución eficaz (Pérez-Rufí et al., 2026). La presencia creciente de directoras amplía los sujetos reconocidos y modifica el repertorio del canon, aunque persisten desigualdades profesionales. La comunicación concluye que el palmarés permite estudiar cómo el cine español convierte la representación de una vida concreta en conocimiento sobre la sociedad. El premio selecciona esa imagen y la incorpora a la memoria institucional de la cinematografía nacional.

Referencias

Academia de Cine (2025, 9 de febrero). El 47 y La infiltrada ganan el Goya a Mejor Película ex aequo. *Premios Goya*. https://www.premiosgoya.com/2025/02/09/el-47-y-la-infiltrada-ganan-el-goya-a-mejor-pelicula-ex-aequo

Academia de Cine (2026, 1 de marzo). Los domingos triunfa en el 40 aniversario de los Goya y de la Academia. https://www.academiadecine.com/2026/03/01/los-domingos-triunfa-en-el-40-aniversario-de-los-goya-y-de-la-academia/

Allen, M. P., & Lincoln, A. E. (2004). Critical discourse and the cultural consecration of American films. *Social Forces, 82*(3), 871-894. https://doi.org/10.1353/sof.2004.0030

Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production*. Columbia University Press.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77-101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

English, J. F. (2005). *The economy of prestige: Prizes, awards, and the circulation of cultural value*. Harvard University Press.

Labanyi, J. (2000). History and hauntology; or, what does one do with the ghosts of the past? Reflections on Spanish film and fiction of the post-Franco period. En J. R. Resina (Ed.), *Disremembering the dictatorship: The politics of memory in the Spanish transition to democracy* (pp. 65-82). Rodopi.

Molina-Fernández, A. J., Valero-Arroyo, M. G., Vázquez-Gomis, R., & Moreno Martín, F. (2025). Spanish social cinema: Analysis of evolution and implications for social and behavioral sciences. *Social Sciences, 14*(5), 268. https://doi.org/10.3390/socsci14050268

Pérez-Morán, E., & Guarinos, V. (2025). Tendencias en el cine español más reciente. Análisis de las producciones cinematográficas entre 2011 y 2022. *Fotocinema*, 30, 335-356. https://doi.org/10.24310/fotocinema.30.2025.20614 Pérez-Rufí, M. I., Martín-Martín, P., & Pérez-

Rufí, J. P. (2026). Producción de cine en España durante y después de la pandemia: Industria y taquilla. *Prisma Social, 52*, 173-192. https://doi.org/10.65598/rps.5668

Triana-Toribio, N. (2003). *Spanish national cinema*. Routledge.

Zecchi, B. (2014). *Desenfocadas: Cineastas españolas y discursos de género*. Icaria.

JOHN WATERS E OS LIMITES DO CORPO: ENTRE O FASCÍNIO E A REPULSA

Carlos Manuel Constantino de Bastos Neto
carlos.constantino@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

O presente estudo tem como objetivo investigar de que modo o filme *Female Trouble* (1974), dirigido por John Waters, articula o exagero estético e a repulsa corporal como mecanismos centrais para desmantelar os sistemas tradicionais de representação cinematográfica. A narrativa acompanha a trajetória de Dawn Davenport, interpretada pelo ator Harris Glenn Milstead sob a persona de Divine, desde a sua rebeldia juvenil até a ascensão como celebridade criminal e subsequente execução, ironizando de forma extravagante a obsessão da cultura norte-americana pela notoriedade. Para examinar essa estrutura, adota-se uma metodologia de análise fílmica qualitativa, fundamentada na intersecção teórica entre a sensibilidade *Camp* de Susan Sontag, o realismo grotesco de Mikhail Bakhtin, a abjeção e o retorno do real de Hal Foster, bem como o cinema de performance de Elena Del Río.

A obra "Deleuze and the Cinemas of Performance: Powers of Affection" (2008) de Elena Del Rio pode ser utilizada para melhor analisar a maneira como a personalidade de Dawn e sua trajetória é constituída através de seus trejeitos simultaneamente brutos e glamourosos, empregando peculiaridades teatrais específicos que fascinam e repulsam tanto os personagens quanto o público.

A performance do exuberante ator Harris Glenn Milstead, também conhecido por seu nome artístico Divine, pode configurar-se como um excelente exemplo para investigar a maneira como a interação do corpo que performa em conjunto com a câmera é capaz de produzir significados e sensações no cinema que rompem com determinados sistemas de representação bem definidos, como os gêneros cinematográficos e arquétipos narrativos (Del Río, 2008).

O resultado dessa dinâmica pode apontar diretamente para o recurso que confere tanto à protagonista quanto à obra o status de *camp*, concedido pelos fãs do diretor. O termo pode ser definido como uma predileção pelo inatural, pelo artifício e pelo exagero (Sontag, 1964). Waters conduz seu filme dessa maneira, ironizando os gestos, falas, comportamentos e valores morais dos personagens (a obsessão doentia de Dawn pela fama, por exemplo) e exagerando nas cores, texturas, formatos e tecidos que compõem os cenários, os figurinos e as maquiagens da obra.

O corpo de Dawn, coberto por feridas expostas, opõe-se frontalmente ao ideal clássico de um corpo perfeitamente fechado e simétrico. Tais características tornam-se combustível de admiração para os fãs de Dawn, ao passo que, para a audiência do filme, a personagem opera no nível da sátira e da paródia. Em consonância com o pensamento de Bakhtin, a personagem promove um rebaixamento das imagens ao plano material e corporal por meio da paródia e do escárnio (Bakhtin, 2010).

Além da performance excêntrica, a subversão formal da obra consolida-se por meio do amadorismo intencional de sua cinematografia e da exposição não mediada ao abjeto, que representa aquilo que o sujeito tenta repelir para constituir-se como um "eu" (Foster, 1996). Em *Female Trouble*, substâncias como sujeira, sangue e comida mastigada invadem a tela sem os tradicionais anteparos técnicos que costumam domesticar as imagens e "proteger" o espectador. Waters recusa a sintaxe cinematográfica clássica: aproximando-se do "cinema de atrações" teorizado por Tom Gunning (Mascarello, 2006).

O diretor utiliza planos abertos e estáticos, abdicando do refinamento de foco e da profundidade de campo, reproduzindo o que Arlindo Machado denomina de "quadros confusos". A câmera atua de forma rudimentar, assemelhando-se aos primórdios do cinema, o que fica evidente em sequências como a do caótico jantar familiar, no qual a violência de Dawn contra a própria filha é tratada sob a ótica de um espetáculo que busca glamourizar o absurdo.

Ao obliterar as convenções padronizadas da ficção audiovisual que costumam guiar o olhar da audiência, o filme obriga o espectador a um contato direto e incômodo com o real traumático definido por Foster. Conclui-se, portanto, que a estética *trash* e a mobilização do ridículo na obra de John Waters não operam apenas como artifícios cômicos, mas como potentes ferramentas críticas. Através da união entre uma performance transgressora e uma linguagem visual crua, a obra expõe a fragilidade das fronteiras corporais e sociais, forçando o público a confrontar uma realidade visceral e abjeta que a cultura hegemônica tenta, de forma incessante, ocultar.

Referências

Bakhtin, M. (2010). *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: O contexto de François Rabelais* (Y. F. Vieira, Trad.). Hucitec. (Obra original publicada em 1965).

del Río, E. (2008). *Deleuze and the cinemas of performance: Powers of affection.* Edinburgh University Press.

Foster, H. (1999). *O retorno do real: a vanguarda no final do século XX.* Cosac Naify.

Leite, F. B. (2023). *Realismo grotesco e corpo grotesco em Bakhtin*. Bakhtiniana. *Revista de Estudos do Discurso*, *18*(4), e62064. https://doi.org/10.1590/2176-4573p62064

Machado, A. (1997). *Pré-cinemas & pós-cinemas.* Papirus.

Mascarello, F. (Org.). (2006). *História do cinema mundial*. Papirus.

Sontag, S. (1964). *Notes on "Camp"*. Partisan Review

El Coraje del Pueblo (1971) e o cinema revolucionário do Grupo Ukamau

Allan Brasil de Freitas
allan-brasil@hotmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

Vicente Gosciola
vicente.gosciola@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

O cinema, enquanto instrumento didático e cultural, em sua potencialidade para a disputa política de massas, foi, e ainda é, campo de estudo entre àqueles que buscam a superação do modo de produção capitalista rumo ao socialismo. Não é a toa que, no auge do processo revolucionário russo, Lenin é citado dizendo: "o cinema é a mais importante das artes". Durante essa primeira experiência de construção do socialismo na Rússia, o cinema foi empregado de diversas formas no processo de autoeducação das massas trabalhadoras (Costa et al., 2018), sendo a mais ambiciosa dessas empreitadas a realização dos Kinopoezd (cine-trens), comandados pelo cineasta Aleksandr Medvedkin.

Será desta perspectiva, de disputa e elevação da consciência política da classe trabalhadora, bem como da superação da ordem burguesa capitalista, através do uso do cinema, que o Grupo Ukamau fará sua práxis cinematográfica. Elaborando uma concepção de "cinema revolucionário", como aquele

cinema que se une ao povo em seu esforço de liberação e emancipação política, onde as figuras do diretor, bem como do roteirista, se diluem e desaparecem frente ao fazer coletivo da obra, sendo as próprias comunidades campesinas e mineiras as protagonistas e condutoras desse fazer, o Grupo Ukamau busca, desde o inicio de suas atividades no início dos anos 1960 até os dias de hoje, utilizar o cinema como meio para a organização política revolucionária das massas trabalhadoras. O Grupo Ukamau define, em linhas gerais, o cinema revolucionário da seguinte maneira:

> Podemos ensayar una definición del cine revolucionário como aquel cine al servicio de los interesses del Pueblo, que se constituye em instrumento de denuncia y clarificación, que evoluciona integrando la participación del Pueblo y que se propone a llegar a él. (Sanjinés, 1978, p. 38)

Central nesse entendimento de cinema revolucionário é a necessidade da luta anti-imperialista. Nesse sentido, podemos pensar sobre a questão de como, através do cinema, podemos também ser seduzidos por interesses contrários aos nossos reais interesses nacionais e de classe. Articulando a sua práxis cinematográfica nestas duas camadas da luta socialista, o movimento de liberação a nível nacional e a luta anti-imperialista a nível continental, o Grupo Ukamau fará uma distinção entre dois momentos dentro do cinema revolucionário, um antes da liberação e outro depois da liberação, o primeiro correspondendo a um movimento de clarificação e desmistificação dos processos de exploração e repressão sob a ordem capitalista, e a segunda, ao processo de mobilização para a construção do socialismo (Sanjinés, 1978). Em ambos os estágios, o cineasta não é mais que um instrumento do povo, sendo este, em sua coletividade, o verdadeiro agente do fazer cinematográfico, daí a ideia, absolutamente primordial dentro das concepções do Grupo Ukamau, de "cine junto al Pueblo". Essa mudança de perspectiva, em relação ao cinema convencional, também implica numa mudança de forma e conteúdo do cinema:

> Un film sobre el Pueblo hecho por um autor no es lo mismo que un film hecho por el Pueblo por intermédio de un autor; como intérprete y traductor de esse Pueblo se convierte em vehículo del pueblo. Al cambiarse las relaciones de creación se dará um cambio de contenido y paralelamente un cambio formal. (Sanjinés, 1978, p. 61)

A Obra *El Coraje del Pueblo*, realizada em 1971, é um grande exemplo prático deste tipo de cinema proposto pelo Grupo Ukamau. O filme reconstitui os eventos imediatamente precedentes ao que ficou conhecido como "O massacre da noite de San Juan". Usando o testemunho dos sobreviventes deste massacre, bem como dos familiares e amigos das vítimas, para além da experiência coletiva a que passou toda a comunidade, o filme, em seu encadeamento de situações históricas com a intervenção ativa dos participantes reais destes eventos, tenta fazer vir à superfície a relação dialética entre os diversos fenômenos e desencadeamentos econômicos e políticos do que é mostrado.

Referências

Costa, I. C., Estevam, D., & Boas, R. V. (2018). *Agitprop: Cultura política*. Expressão Popular.

Sanjinés, J. (1978). *Teoría y Práctica de un Cine Junto al Pueblo*. Siglo XXI.

Horror herege: uma proposta de análise comparativa do neoconservadorismo cristão no cinema de horror social brasileiro

João Marciano Neto
j.marciano@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Fernanda Martins de Araújo
fefa.yanevisk@gmail.com
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Contextualmente, o crescimento de comunidades cristãs evangélicas no Brasil, nas últimas décadas — de 9% para 26,9% entre 1990 e 2022 (Loschi, 2022) — é um fenômeno que tem chamado a atenção. Para além dos desdobramentos sociais e culturais, a ascensão desses grupos tem alimentado o debate sobre sua contribuição para uma guinada política neoconservadora, na qual discursos morais combativos aos avanços de projetos pautas sociais progressistas, então sustentados por imperativos religiosos, têm favorecido a disseminação de discursos e atos de ódio.

As investigações como as de Cunha (2019a, 2019b, 2020), Xavier (2024) de Biroli et al. (2020) sobre tal fenômeno social aponta que o crescimento da população evangélica e de sua participação no espaço público ocorre desde os anos 2000, é produto, dentre vários fatores, do fortalecimento dos núcleos pentecostais, a ocupação das mídias e a intensificação da articulação social e

política orientada por uma teologia do domínio por parte de setores conservadores dentro da diversa comunidade cristã. Pregando o constrangimento de minorias e a restrição de seus direitos, pautas retrógradas de gênero e a imposição de uma moralidade persecutória às demais religiões e a projetos de esquerda, o neoconservadorismo cristão se revela um dos principais focos de tensão sociopolítica do século XXI.

A partir de meados de 2010 o cinema brasileiro vem apresentado uma leva de produções que se utilizam de elementos característicos horror para a elaboração de críticas sociais. Não se tratando propriamente de um subgênero, nem necessitando uma incursão total no horror, esse fenômeno cinematográfico, reconhecido como terror incidental (Cánepa, 2013) ou horror social (Carreiro & Cánepa, 2025), surge, no Brasil, em sintonia com o reavivamento político da Extrema Direita na classe média e o mencionado crescimento da influência do fundamentalismo religioso. Títulos como *Medusa* (Anita Rocha da Silveira, 2023) e *Raquel 1:1* (Mariana Bastos, 2022), presentes na análise, são dois expoentes de uma linha de produções sensíveis às implicações de uma virada neoconservadora cristã na sociedade brasileira.

Para entendermos melhor como o neoconservadorismo cristão vem sendo abordado no cinema brasileiro, consideramos uma abordagem comparativa para analisar o relato que os filmes constroem coletivamente sobre o fenômeno a partir da ótica do horror social. Nosso objetivo, portanto, é a formulação de um método de análise comparativo em sintonia com o conceito de horror social. Especificamente, formular uma constelação fílmica (Souto, 2020).

Proposta de constelação fílmica

Inspirados pelo método comparativo estruturado por Souto (2020), propomos uma constelação fílmica que contemple as aproximações temática e geográfica-histórica entre produções que, assim como as supracitadas,

abordam critica e temerosamente o neoconservadorismo cristão no Brasil. Embora o conceito de horror social contribua para a aproximar os filmes a partir de posicionamentos críticos e contextos socio-históricos, entendemos que ele ainda não seja o suficiente para que se possa analisar com mais profundidade os pontos de diálogo específicos entre obras, uma vez que esse não é propriamente o seu objetivo. Deste modo, propomos a constelação fílmica do horror herege.

Assim como no horror social, a imersão no gênero de horror não é um critério obrigatório, mas o uso de suas convenções — estilísticas e/ou narrativas — na construção de uma atmosfera de insegurança, distopia e medo em prol da crítica social. Adotamos o termo "horror herege" invés de "horror religioso" por compreendermos que no segundo, após a exibição de tabus e blasfemas, há o efeito final do reforço da validade dos valores morais e éticos de uma determinada religião; no primeiro, por sua vez, sustenta-se a crítica aos comportamentos de uma comunidade religiosa até o fim, não havendo propriamente um retorno à moral e tampouco ataque direto à fé. No vocabulário cristão, herege não é aquele que visa propriamente a ofensa, e sim quem questiona ou rejeita determinadas regras e doutrinas de uma crença religiosa. Os filmes conectamos seguem o mesmo princípio.

O objetivo da constelação fílmica proposta é estabelecer um recorte crítico-temático — neoconservadorismo cristão — entre os filmes de horror social brasileiros com o intuito de aprimorar a análise sobre os discursos que os conectam e as diferentes abordagens: no uso estratégico do horror e nas perspectivas que cada obra busca enfocar. O resultado preliminar, que engloba até o presente momento sete obras — fora as anteriormente citadas, *A Mata Negra* (2018), *Azougue Nazaré* (2018), *Mate-me, Por Favor* (2015), *Ninjas* (2010) e *O Cemitério das Almas Perdidas* (2020) —, identifica a ênfase no comentário sobre a instrumentalização da religião para a perpetuação de violências simbólicas e materiais.

Considerações finais

Ao propormos a constelação fílmica do horror herege, elaboramos um método que nos permita enxergar os contornos do neoconservadorismo cristão abordados por diferentes maneiras no cinema brasileiro de gênero, isto é, uma ferramenta analítica que permite vincular os filmes simultaneamente através dos diálogos com as convenções do horror e com o contexto sócio-político. Ao final, defendemos que o modelo de Souto potencializa a análise dos filmes de horror social sobre o fenômeno enfocado.

Referências

Aragão, R. (Diretor). (2018). *A Mata Negra* [Filme]. Fábulas Negras Produções.

Aragão, R. (Diretor). (2020). *O Cemitério das Almas Perdidas* [Filme]. Fábulas Negras Produções.

Bastos, M. (Diretora). (2022). *Raquel 1:1* [Filme]. Claraluz Filmes.

Biroli, F., Machado, M. D. C., & Vaggione, J. M. (2024). *Gênero, neoconservadorismo e democracia*. Boitempo.

Cánepa, L. (2013, Janeiro 13). Terror incidental? *Revista Interlúdio*. https://revistainterludioarquivo.wordpress.com/2013/01/13/terror-incidental/.

Carreiro, R., & Cánepa, L. L., (2025). *Cinema de Horror: uma introdução*. Gênio Editorial.

Cunha, M. N., (2019a). *Do Púlpito às mídias sociais. Evangélicos na política e ativismo digital*. Appris.

Cunha, M. N., (2019b). El ascenso de la derecha religiosa em el Brasil contemporaneo. *Iglesia Viva, 3*(278), 99-108.

Cunha, M. N., (2020). Religião e política no Brasil nas primeiras décadas dos anos 2000: o protagonismo dos evangélicos. *Fronteiras - Revista de Teologia da Unicap, 3*(1), 40-65. https://doi.org/10.25247/2595-3788.2020.v3n1.p40-65

Loschi, M., Censo 2022: católicos seguem em queda; evangélicos e sem religião crescem no país. (2025, Junho 6). *Agência de Notícias IBGE*. https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/43593-censo-2022-catolicos-seguem-em-queda-evangelicos-e-sem-religiaocrescem-no-pais

Melo, T. (Diretor). (2018). *Azougue Nazaré* [Filme]. Lucinda Films.

Ramelho, D. (Diretor). (2010). *Ninjas* [Filme]. TC:FILMES.

Silveira, A. R. (Diretora). (2015). *Mate-me, Por Favor* [Filme]. Bananeira Filmes.

Silveira, A. R. (Diretora). (2021). *Medusa* [Filme]. Bananeira Filmes.

Souto, M., (2020) Constelações fílmicas: um método comparatista no cinema. *GALÁxIA. Revista Interdisciplinar de Comunicação e Cultura*, (45), 153-165. http://dx.doi.org/10.1590/1982-25532020344673

Xavier, D., (2024). Teologia do domínio: a influência religiosa e o perigo da imagem do caos. *Teocomunicação*, 54 (1), 1-11. https://doi.org/10.15448/0103-314X.2024.1.46944

Memória e espaço: considerações sobre o filme "Backrooms - um não-lugar"

Breno da Silva Carvalho
brenosc@uol.com.br
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

No filme "Backrooms - um não lugar", dirigido por Kane Parsons (2026), a partir de roteiro partilhado com Will Soodik, baseado em "creepypasta" - lenda popularizada pela internet (Cordeiro, 2026), o público é convidado a acompanhar a visita de Clark (arquiteto e vendedor de móveis) ao portal existente no subsolo de sua loja de móveis. Nesse ambiente inóspito e vazio, entre grandes salas, vãos e extensos corredores, todos eles amarelados, há, aparentemente, itens descartados e amontoados, como sofás e mobílias tortas, roupas empilhadas e objetos eletrônicos em funcionamento, alguns deles emitindo sons e/ou imagens. O ingresso no local ganha tensão e novos contornos com a presença de Mary Kline, sua psiquiatra: seu encontro com Clark no local é acompanhado da intensificação no surgimento de criaturas monstruosas, representadas por réplicas dos personagens com deformações físicas. O terror instaura-se, conjugado a uma ação simbólica: Clark traz à tona desconfortos do seu passado, ligado ao término do seu casamento; bem como Mary recorda-se de vivências infantis em família. Em uma das principais cenas do longa-metragem, a partir da reprodução de uma sala de jantar, a partilha de uma suposta refeição em uma mesa é a situação disparadora

para o reconhecimento da presença da memória como dispositivo central para quitação de ressentimentos existentes e de sentimentos mobilizadores. Se "Backrooms - um não lugar" inicia com a retratação de registros subjetivos de seus dois principais personagens, o tensionamento da relação entre ambos, no espaço que dá nome ao filme, expõe as fissuras de suas trajetórias, fazendo do encontro o estopim para a presença de fantasmas pessoais, responsáveis por sequências de perseguição. Apresentado esse percurso da narrativa, o presente artigo toma a memória e o espaço - nesse caso, o "backroom", como ponto de partida para refletir sobre a indissociabilidade entre materialidade e humanidade (Barbosa, 2020; Duarte, 2002; Miller, 2013; Vianna & Ribeiro, 2009). Para desenvolver esse percurso analítico, este texto aciona, metodologicamente, as contribuições de Penafria (2009) sobre análise fílmica, tomando-a como base para as percepções que a obra audiovisual pode vir a manifestar. A constituição da proposta de Parsons (2026) provoca a reflexão sobre a memória na perspectiva de Bosi (1994), dado o seu papel de "conservação do passado", como pode ser identificado em algumas sequências - seja na reconstituição de bens da cultura material empilhados e soterrados, como também na apresentação de "imagens-lembrança" (Bosi, 1994, p. 53), reconstituídas nos inúmeros flashbacks ao longo do filme. Tais ocorrências auxiliam o espectador no desvendamento das dinâmicas de interação e convivência entre Clark e Mary Kline, o que se mostra indissociável da relação profissional entre ambos - médica e paciente. Com o auxílio da experiência digital, advinda da internet, por meio da "creepypasta" (Cordeiro, 2026), como linguagem imagética e cinematográfica (Bazin, 2018; Machado, 1993, 2001, 2007; Parente, 1993), Kane Parsons (2026) expõe e revisita a memória familiar de seus personagens, atribuindo à memória um controverso "espaço social" no âmbito da "supermodernidade" (Augé, 1994; Massey, 2008): o de lócus para o descortinamento de relatos íntimos e fantasmagóricos, articuladores de emoções acerca de enlaces familiares. Desse modo, o binômio

"memória e espaço/'backroom'" perpassa a narrativa fílmica, firmando-se como materialidade ao permitir o reconhecimento de desconfortos mentais, reveladores de monstruosidades particulares que atravessam as dinâmicas de afeto de seus sujeitos.

Referências

Augé, M. (1994). *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Ed. Papirus.

Barbosa, L. (2020). Daniel Miller e os estudos de consumo no Brasil. *Sociologia & Antropologia*, *10*(3), 1071-1085.

Bazin, A. (2018). *O que é o cinema?* Ed. Ubu.

Bosi, E. (1994). *Memória e sociedade:lembranças dos velhos*. Ed. Companhia das Letras.

Cordeiro, M. A. (2026, 22 maio). O que são Backrooms, a creepypasta que virou o terror mais aguardado do ano? *Rolling Stone*. https://rollingstone.com.br/cinema/o-que-sao-backrooms-a-creepypasta-que-virou-o-terror-mais-aguardado-do-ano/

Duarte, A. (2002). Daniel Miller e a antropologia do consumo. *Etnográfica*, *6*(2), 1-11.

Miller, D. (2013). *Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material*. Ed. Zahar.

Machado, A. (1993). Anamorfoses cronotópicas ou a quarta dimensão da imagem. In. A. Parente (Org.), *Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual* (pp. 100-116). Ed. 34.

Machado, A. (2001). *Máquina e imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas*. Ed. Edusp.

Machado, A. (2007). *Arte e mídia*. Ed. Zahar.

Massey, D. (2008). *Pelo espaço: uma nova política da espacialidade*. Ed. Bertrand Brasil.

Parente, A. (1993). *Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual*. Ed. 34.

Penafria, M. (2009). *Análise de filmes: conceitos e metodologia(s)* [Trabalho apresentado]. VI Congresso SOPCOM, Lisboa, Portugal.

Parsons, K. (Diretor). (2026). *Backrooms - um não lugar*. [Filme]. YouTube.

Vianna, C. M.; Ribeiro, M. dos S. (2009). Sobre pessoas e coisas: entrevista com Daniel Miller. *Revista de Antropologia*, *52*(1), 415-439.

Cenografia e contra-hegemonia: a análise da visualidade de Cajuína (2025)

Brize Dantas Cerqueira de Oliveira
brize.contato@gmail.com
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia-UFRB

Dorotea Souza Bastos (Orientação)
doroteabastos@gmail.com
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia-UFRB

Esta investigação se dedica a análise da Direção de Arte do curta-metragem universitário *Cajuína* (2025) e os seus diálogos com os conceitos de poética da gambiarra (Rocha, 2023) e as definições de hegemonia, de Raymond Williams. Nesse sentido, se propõe uma articulação entre as escolhas de cenografia na construção de novos olhares e afetos a partir do território do Recôncavo Baiano. Além disso, também interessa a esta pesquisa o enfrentamento do contexto de precarização orçamentária no cinema universitário (Vidal & Ferraz, 2017) a partir de práticas gambiarrísticas (Rocha, 2023) não-hegemônicas de caráter estético, ético e político.

No curta-metragem, a história se desenvolve a partir de um encontro inesperado entre Madalena, uma senhora idosa, e Acauã, um garoto atento e curioso. Para recuperar a bola que brincava com seus amigos, o menino entra pela janela de uma casa e acaba encontrando um espaço carregado pelas memórias e territorialidades que compõem Madalena. Juntos, eles realizam

uma despedida para o mascote de Madalena, um pássaro amarelo chamado Cajuína, que dá nome ao filme. Como metodologia, foram utilizadas as contribuições de Bastos et al. (2023) para a análise e identificação de maneiras pelas quais os aspectos formais da materialidade cênica (cenografia, figurino, maquiagem e efeitos especiais) se relacionam com a narrativa por meio da interação com a imagem fílmica e resultam em uma visualidade na qual as memórias da vida de Margarida permanecem presentes a partir dos elementos cênicos que compõem os cenários. Nesse sentido, o curta-metragem se destaca pela maneira como o departamento de Direção de Arte participa das descobertas de Acauã dentro dessa casa desconhecida.

As primeiras cenas do filme narram as brincadeiras de seus amigos e a curiosidade com que o garoto observa as fotografias, móveis e itens eletrônicos de diversas épocas enquanto procura por sua bola perdida. Aqui, interessa a subversão estética na construção de Madalena na medida em que o primeiro contato que tanto Acauã quanto o público têm com essa personagem se dá através dos itens que ela escolhe decorar sua casa: o seu certificado de caruteira, uma fotografia em que segura a mão de se sua esposa na beira do Rio Paraguassú, um ofá de Oxóssi, um diário com seus pensamentos e tantos outros objetos que auxiliam na construção de sua complexidade emocional. Em um "modelo de produção baseado na força de vontade coletiva, que coloca o desafio aos estudantes de produzirem sem recursos, com baixa aplicação da divisão em departamentos e consequentemente com um modelo mais livre de produção" (Vidal & Ferraz, 2017, p. 77), é a escolha de utilizar a poética da gambiarra para não corresponder aos padrões e rigores de um cinema *mainstream* (Rocha, 2023) que permite uma exploração poética.

Na medida em que a imagem revela "indícios das experiências do filmar e dos obstáculos ou situações adversas que os realizadores em formação tendem a enfrentar" (Vidal & Ferraz, 2017, p. 73), neste trabalho estabelece a hipótese de que o improviso e a criatividade cotidiana aplicados na criação

de uma visualidade coerente e inventiva se relacionam com o enfrentamento de hegemonias, definidas por Williams (1979) como sistemas sociais vividos, compostos por significados, crenças e valores.

É possível observar, através desta análise inicial, As soluções gambiarrísticas encontradas pela Direção de Arte atuam não só na concretização dos desafios apresentados mas em possibilidades estéticas que envolvem num grande número de itens feitos à mão dentro do escopo da cenografia: peças de crochê, de fuxico, placas decorativas de madeira pintadas à mão e outros. Nesse sentido, há o interesse em incluir nesta investigação outros curtas e médias-metragens para que seja possível contribuir com este campo de investigação por meio de estratégias para o enfrentamento da precarização no audiovisual, além de novos questionamentos e perspectivas para a área.

Referências

Bastos, D. S., Paiva, M. L., & Medeiros, T. (2023). Apontamentos iniciais para uma metodologia de análise fílmica a partir da direção de arte. In A. G. de Andrade, D. Bastos, & V. Kneipp (Coords.), *Imagens em Movimento*. Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/imagens-em-movimento

Ferraz, T. A., & Vidal, T. (2017). A Experiência do MOV e uma conversa sobre cinema universitário. In L. Ricardo, T. Vidal, & T. Ferraz (Orgs.), *Cinemas e Universidade: Diferentes Convergências* (pp. 63-82). Ed. UFPE.

Rocha, I. (2023) Artesanalidade, gambiarra e artifício na direção de arte do cinema contemporâneo brasileiro. In B. Ferreira, E. M. Jacob, I. Rocha, N. F. Souza, & T. Xavier (Orgs.), *Dimensões da Direção de Arte na Experiência Audiovisual* (Portuguese Edition) (pp. 175-195). Nau Editora.

Williams, R. (1979). *Marxismo e Literatura*. Zahar Editores S.A.

O cinema de rua na imprensa local: apogeu, ruína e memória do Cine Palace

Aline Gomes Alvim
gomes.aline@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Ana Clara Campos dos Santos
anaclaracs91@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Christina Ferraz Musse
christina.musse@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

No estado de Minas Gerais situa-se a cidade de Juiz de Fora, que fica a 180 quilômetros do Rio de Janeiro, grande metrópole brasileira. Essa proximidade culmina em uma forte relação cultural e econômica. Assim como no Rio de Janeiro, Juiz de Fora contou com a grande popularidade dos cinemas de rua.

Em 1897, Juiz de Fora realizou a primeira exibição cinematográfica de Minas Gerais. A cidade teve mais de 17 salas exibidoras, contando com cinemas de bairro e no centro da cidade, que juntos formavam a chamada "Cinelândia juizforana" - essa nomenclatura vem da forte influência do Rio de Janeiro, pois é a partir da "Cinelândia Carioca" que se impulsiona a construção da vida moderna e de uma forma distinta de viver e conhecer a cidade a partir dos trajetos que existiam entre as diferentes salas de cinema -, no coração da

cidade. Porém, com o passar do tempo e com a popularidade de novas formas de consumo de audiovisual, os cinemas de rua perderam espaço, ocasionando no fechamento de várias salas de exibição.

Uma das mais populares salas da cidade, o Cine Palace, que iniciou suas atividades em 1948 e, em meio a mudanças de administração, mudanças de nome, fechamentos e reaberturas, esse cinema de rua existiu por 69 anos na cidade, se tornando um local de sociabilidade e de trocas de afeto (Musse, 2008), bem como um lugar de memória (Nora, 1993).

Por ter passado por diferentes momentos, em diferentes contextos locais, acreditamos que o Cine Palace, acompanhou as mudanças da cidade, até mesmo as transformações do centro urbano, que culminou em seu fechamento e na reabertura de seu espaço físico como uma loja de departamentos, descaracterizando sua história e impedindo que novas gerações conhecessem parte da memória local e da importância cultural desse e de outros cinemas de rua na cidade.

O presente trabalho pretende analisar a cobertura da imprensa local sobre os diferentes momentos da história do Cine Palace, observando como o jornalismo registrou as mudanças do espaço, do seu apogeu até seu declínio. Para isso, pretendemos utilizar de arquivos locais, mais especificamente de dois jornais populares na cidade, o Diário Mercantil e seu sucessor, o Tribuna de Minas, ainda em atividade atualmente.

As matérias selecionadas para essa análise foram avaliadas a partir da coleta de dados primários desses jornais e nossa intenção é fazer uma análise documental desse material. Ressaltamos que utilizamos dentro desse trabalho uma cronologia que busque por reportagens que marcam datas de relevância para o cinema, como por exemplo: a inauguração (1948), a desativação e abandono do prédio pelo banco Banerj (1993), a reabertura do cinema (1999) e seu fechamento definitivo (2017).

A partir da análise dessas reportagens, temos por finalidade traçar uma trajetória de "início-meio-fim", que nos mostre os pontos altos da história

desse cinema a partir do olhar da mídia local. Com isso, nosso papel é refletir sobre a memória coletiva (Halbwachs, 1990) desse espaço que foi muito popular e que hoje se encontra apagado da memória local e qual foi o papel do jornalismo para a construção dessa memória.

É importante ressaltar que a partir da análise dessas matérias percebemos os cinemas de rua como espaços que foram parte de um forte pólo cultural e de formação de identidades (Hall, 2006; Kellner, 2001) e que, com o passar do tempo e com as mudanças sociais locais, o Cine Palace, assim como tantos outros na cidade, perdeu sua relevância, ocasionando no apagamento dessas histórias através do fechamento das salas de exibição e da descaracterização dos prédios, antes estendidos como monumentos na cidade. Além disso, cabe ressaltar a falta de apoio governamental para que a história desses espaços seja contada para as novas gerações.

Por fim, para concluir, temos como foco principal chamar a atenção para o caso do Cine Palace como um exemplo para entender a perda desse espaços de exibição em cidades fora das grandes metrópoles, pois acreditamos que as reportagens de jornais locais sejam um bom termômetro para compreender épocas distintas e os sentimentos que se transformavam com o tempo em relação a esses espaços de cultura e sua relevância social.

Referências

Halbwachs, M. (1990). *A memória coletiva*. Edições Vértice.

Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade* (T. T. da Silva & G. L. Louro, Trads., 11ª ed.). DP&A.

Kellner, D. (2001). *A cultura da mídia: Estudos culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno* (I. Benedetti, Trad.). EDUSC.

Musse, C. F. (2008). *Imprensa, cultura e imaginário urbano: Exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora*. Nankin; FUNALFA.

Nora, P. (1993). Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Projeto História*, (10), 7-28.

O OLHAR AFETIVO: VIDÊNCIA E PERFORMANCE NO CINEMA MODERNO E CONTEMPORÂNEO

Luisa Vieira Gouvêa
luisa.gouvea@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Este artigo possui como objetivo investigar as manifestações da figura do vidente no cinema moderno e contemporâneo a partir da articulação entre a teoria da imagem-tempo de Gilles Deleuze e a perspectiva da performance corporal desenvolvida por Elena Del Río. Metodologicamente, a pesquisa apoia-se na análise fílmica qualitativa de personagens presentes em *Alemanha Ano Zero* (1948), *Stromboli* (1950), *Deserto Vermelho* (1964), *Amanda* (2018) e *Sem Coração* (2023).

No primeiro capítulo de *A Imagem-Tempo*, Gilles Deleuze (1985) descreve a crise do esquema sensório-motor, que regia o cinema clássico. Nesse modelo, os personagens respondiam aos estímulos do mundo através de ações. Entretanto, com filmes como *Janela Indiscreta* (1954), a narrativa deixa de ser orientada pela ação para ser norteada pelo olhar, anunciando o surgimento da imagem-tempo. Surgem, assim, as situações óticas e sonoras puras, em que ver e ouvir deixam de ser subordinados à ação e passam a constituir experiências autônomas.

Dessa forma, a vidência, conceito trabalhado pelo filósofo, torna-se o *modus operandi* do personagem. Como afirma Deleuze (1985, p. 11), "a

personagem tornou-se uma espécie de espectador", instaurando "um cinema de vidente, não mais de ação". Ao abdicar da ou enfraquecer a ação, o cinema relaciona-se com o tempo e com o pensamento. Embora a noção de vidência seja central para a compreensão do presente trabalho, a tese de Elena Del Río (2008) sobre a performance corporal entra como complemento essencial. Partindo da filosofia deleuziana dos afetos, a autora desloca a compreensão do corpo como mero veículo de representação para entendê-lo como um conjunto de forças.

Assim, o percurso analítico parte do levantamento de duas personagens adultas e duas infantis, associadas à figura do vidente descrita por Deleuze e às manifestações performáticas discutidas por Del Río, preparando o terreno para a análise de Tamara, protagonista de *Sem Coração* (2023).

Em *Stromboli* (1950), Karin experimenta um sentimento de não pertencimento após mudar-se para uma ilha italiana. Ela se vê incapaz de integrar-se ao vilarejo e passa a ser uma espectadora que, inábil de agir, observa e perambula. Sob a perspectiva de Del Río, a vidência de Karin manifesta-se em um corpo perambulante.

Já em *Deserto Vermelho* (1964), Giuliana perde a capacidade de responder ao mundo. As paisagens, os sons e os objetos se tornam avassaladores, levando-a a um estado de paralisia, como se ela vivesse em um mundo à parte. Como afirma Deleuze (1985, p. 9), trata-se de "ver algo que os outros não vêem".

Para Deleuze, a infância constitui uma condição propícia à vidência, uma vez que "no mundo adulto, a criança é afetada por uma impotência motora, mas que aumenta sua aptidão a ver e ouvir" (Deleuze, 1985, p. 12). Em *Alemanha Ano Zero* (1948), Edmund rompe sua relação funcional com o mundo após assassinar o pai. Desde então, o menino não consegue mais agir, passando a vagar pelas ruínas de Berlim. Seu corpo torna-se vacilante e incapaz de restabelecer antigas conexões, tornando visível sua condição de vidente.

Em *Amanda* (2018), a protagonista infante vive o luto após a morte da mãe em um ataque terrorista. A personagem navega a perda através de gestos cotidianos. O afeto emerge de uma performance corporal marcada pela retração, seus movimentos hesitantes tornam visível uma corporeidade que pensa e estabelece relações afetivas para além da racionalidade discursiva.

Em seguida, parte-se para a análise principal. *Sem Coração* (2023) acompanha a adolescente Tamara durante seu último verão na cidade de Guaxuma antes de se mudar para Brasília. A jovem vive uma transição: embora esteja em Guaxuma, começa a observar aquele espaço com os olhos de quem se despede dele, e isso a leva a uma condição de vidência. Suas andanças e olhares configuram eventos performáticos que produzem novas formas de relação com um mundo do qual não é totalmente parte. A personagem aproxima-se daquilo que Del Río define como uma corporeidade criativa, capaz de afetar e ser afetada (Del Río, 2008).

Assim, observa-se que a figura do vidente assume diferentes configurações ao longo dos filmes analisados. A articulação entre Deleuze e Del Río permite compreender que essa condição envolve uma atividade afetiva e performática do corpo, para além da suspensão da ação. Nesses casos, os personagens reorganizam sua relação com o mundo através de corpos videntes que, através da performance, produzem afeto.

Referências

Deleuze, G. (1985). *Cinéma 2: L'image-temps*. Les Éditions de Minuit.

Del Río, E. (2008). *Deleuze and the cinemas of performance: Powers of affection.* Edinburgh University Press.

Os povos do mar na *Odisseia* de Nolan: apropriações de uma hipótese historiográfica e interpretações do tempo presente

Brunna Fernanda Freire Bezerra da Cruz
brunna.freire@ufpe.br
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Victor Henrique da Silva Menezes
henrique.menezes92@gmail.com
Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)

O cinema de temática histórica não constitui mera reprodução audiovisual do passado, mas uma forma específica de construção de sentidos históricos, articulada tanto às representações disponíveis sobre determinada época quanto às inquietações do presente em que a obra é produzida. Como propõem Rosenstone (2010) e Napolitano (2008), mais do que avaliar essas produções segundo critérios de fidelidade factual, interessa compreender as escolhas, transformações e anacronismos por meio dos quais o cinema interpreta e ressignifica o passado. Tal perspectiva torna-se particularmente produtiva para a análise de Odisseia (2026), de Christopher Nolan, adaptação do poema homérico que incorpora à narrativa um elemento ausente do texto atribuído a Homero: os chamados Povos do Mar.

A expressão designa convencionalmente diferentes populações mencionadas em fontes do Mediterrâneo Oriental, sobretudo egípcias, e associadas

pela historiografia às transformações ocorridas entre os séculos XIII e XII AEC. Durante parte significativa da história dos estudos sobre o tema, interpretações baseadas principalmente nas inscrições do reinado de Ramsés III compreenderam esses grupos como invasores estrangeiros que teriam atravessado o Mediterrâneo Oriental e contribuído decisivamente para a destruição das sociedades do Bronze Tardio (Bargueño et al., 2013; Cline & O'Connor, 2003).

Essa interpretação, entretanto, tem sido progressivamente problematizada com estudos posteriores que questionam tanto a possibilidade de compreender os diferentes etnônimos reunidos modernamente sob a categoria "Povos do Mar" como uma população homogênea quanto a atribuição a eles de responsabilidade direta e exclusiva pelo chamado Colapso da Idade do Bronze, enfatizando a heterogeneidade dos grupos envolvidos e a complexidade das transformações ocorridas no período (Cruz, 2025; Jung, 2017; Matessi, 2025). Paralelamente, Emanuel (2017) discute a pertinência de colocar a tradição homérica em diálogo com o contexto histórico da transição entre o Bronze Tardio e o Ferro Inicial, especialmente no que concerne às práticas de mobilidade, incursões marítimas e violência presentes na Odisseia.

Partindo desse debate, o presente trabalho busca analisar de que maneira Nolan mobiliza os Povos do Mar como recurso narrativo para construir uma interpretação cinematográfica do colapso da Idade do Bronze e, simultaneamente, refletir sobre alteridade, construção do inimigo, medo coletivo e crise civilizacional. Para tanto, serão examinadas as cenas em que essas populações são mencionadas, colocando-as em diálogo com a tradição homérica, com a historiografia recente sobre os Povos do Mar e com os estudos sobre as relações entre cinema e História. Não se pretende, portanto, avaliar a precisão de embarcações, armamentos ou outros elementos materiais representados pelo filme, mas compreender os sentidos históricos produzidos pela apropriação cinematográfica dessa categoria historiográfica.

Ao longo de grande parte da narrativa, os Povos do Mar não aparecem diretamente: sua existência é construída por rumores sobre populações

estrangeiras que atravessariam o Mediterrâneo destruindo cidades e ameaçando a sobrevivência das comunidades existentes. Desse modo, constituem uma presença ausente capaz de orientar decisões políticas e militares e condensar ansiedades relacionadas ao desaparecimento de uma ordem social. Essa construção pode ser problematizada a partir das reflexões de Eco (2011), Cohen (2011) e Bauman (2017) acerca da construção social do inimigo, do pânico moral e da figura do estrangeiro como personificação da desordem. A oposição inicialmente estabelecida entre gregos e Povos do Mar, entretanto, torna-se progressivamente instável. Quando Odisseu, disfarçado após retornar a Ítaca, é questionado por Penélope sobre pertencer aos temidos invasores e responde afirmativamente, o filme aproxima simbolicamente suas próprias ações daquelas anteriormente atribuídas ao inimigo externo: afinal, os aqueus haviam atravessado o mar, sitiado e saqueado Troia.

Propõe-se, portanto, que Odisseia mobiliza os Povos do Mar menos como reconstrução de uma população historicamente identificável do que como categoria narrativa de alteridade. Ao inicialmente produzir e, posteriormente, desestabilizar a fronteira entre "nós" e "eles", o filme dialoga com a própria revisão historiográfica, que deslocou a explicação do colapso da hipótese de uma ameaça exclusivamente externa para interpretações que enfatizam a multiplicidade de fatores e as contradições internas daquele mundo. Nesse sentido, a *Odisseia* de Nolan permite articular os debates acerca do fim da Idade do Bronze às inquietações contemporâneas relacionadas à construção de inimigos, ao temor do estrangeiro e à percepção da fragilidade das ordens sociais.

Referências

Bargueño, J. G., et al. (2013). Los Pueblos del Mar a través de las tendencias historiográficas. *Ab Initio*, (8), 3-43.

Bauman, Z. (2017). *Estranhos à nossa porta*. Zahar

Cline, E. H., & O'Connor, D. (2003). The mystery of the "Sea Peoples". In D. O'Connor, & S. Quirke (Eds.), *Mysterious lands* (pp. 107-138). UCL Press.

Cohen, S. (2011). *Folk devils and moral panics: the creation of the Mods and Rockers* (3rd ed., Routledge Classics). Routledge.

Cruz, B. F. F. B. da. (2025). *O enigma dos Povos do Mar: uma análise étnica das fontes do Mediterrâneo Oriental* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Pernambuco].

Eco, U. (2011). *Construir o inimigo e outros escritos ocasionais* (E. Brandão, Trad.). Record.

Emanuel, J. P. (2017). *Black ships and sea raiders: The Late Bronze and Early Iron Age context of Odysseus' second Cretan lie*. Lexington Books.

Jung, R. (2017). The Sea Peoples after three millennia: Possibilities and limitations of historical reconstruction. In P. M. Fischer, & T. Bürge (Eds.), *"Sea Peoples" up-to-date: New research on transformations in the Eastern Mediterranean in the 13th-11th centuries BCE* (pp. 23-42). Austrian Academy of Sciences Press.

Napolitano, M. (2008). A História depois do papel. In C. B. Pinsky (Org.), *Fontes históricas* (2. ed., pp. 235-289). Contexto.

Matessi, A. (2025). The Aegean-Anatolian interface: Overview of the Late Bronze and Iron Age evidence (ca. 1400-700 BCE). In F. Giusfredi, A. Matessi, S. Merlin, & V. Pisaniello (Eds.), *Contacts of languages and peoples in the Hittite and post-Hittite world: Vol. 2. The 1st millennium and the Eastern Mediterranean interface* (pp. 213-245). Brill.

Rosenstone, R. A. (2010). *A história nos filmes, os filmes na história* (M. Lino, Trad.). Paz e Terra.

Participação, performance e o risco do real em *Comizi d'amore* de Pier Paolo Pasolini

Guilherme Fernando Landim Spada
guilherme.spada@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi - UAM

Jamer Guterres de Mello
jamermello@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi - UAM

Este estudo analisa a representação da sociedade italiana na obra *Comizi d'amore* (1974), dirigida por Pier Paolo Pasolini, investigando de que forma o documentário antecipa a crise política, social e econômica que caracterizaria os 'anos de chumbo' (*anni di piombo*) na Itália entre o final da década de 1960 e o início dos anos 1980. Ao percorrer cidades como Milão, Florença, Nápoles e Palermo, Pasolini realiza entrevistas com grupos heterogêneos, compreendendo homens, mulheres, jovens, idosos, trabalhadores rurais e urbanos, intelectuais e garotas de programa, abordando temas controversos como sexo, gênero, homossexualidade, prostituição e legalização do divórcio. Em um período de transição marcado pelo milagre econômico italiano, o filme revela uma sociedade culturalmente fragmentada, na qual os valores católicos e tradicionais entram em conflito com as forças de modernização.

Sob o aporte teórico de Bill Nichols (2016), a obra se estrutura como um documentário participativo. Essa modalidade se caracteriza pela inserção

ativa do cineasta na realização cinematográfica e pelo engajamento direto com os atores sociais. Conforme aponta Nichols (2016, p. 154), o modo participativo envolve a 'ética e a política do encontro' entre quem opera a câmera e quem é filmado. Pasolini utiliza a entrevista informal em *tête-à-tête* para articular múltiplos relatos e tecer sua perspectiva a partir do conjunto de vozes, inspirando-se no conceito de *cinéma vérité* formulado por Jean Rouch e Edgar Morin (Nichols, 2016, p. 155). Essa abordagem de 'cinema-verdade' é enfatizada no próprio filme por Antonio Moravia, que destaca o caráter inédito de tratar abertamente do sexo na esfera pública italiana.

Ao renunciar a encenações ou roteiros preestabelecidos, a prática documental de Pasolini submete-se ao que Jean-Louis Comolli (2008, p. 169) conceitua como o 'risco do real'. Segundo o autor (Comolli, 2008), o documentário depende estritamente da disponibilidade e boa vontade dos sujeitos em se exporem diante da câmera, permitindo que a imprevisibilidade do mundo histórico invada e modifique a cena. Em *Comizi d'amore*, o consentimento dos entrevistados traz à tona contradições profundas e discursos conservadores, misóginos e homofóbicos. Exemplo disso ocorre quando um jovem entrevistado afirma que assassinar a esposa é preferível ao divórcio por razões de honra, ou quando um trabalhador rural declara que a mulher deve ser 'um pouco inferior' ao homem. Assim, a falta de controle sobre as respostas desfez qualquer imagem homogênea do país, exposta nas divergências morais e regionais entre o Norte e o Sul.

Essas interações verbais e gestuais são articuladas ao conceito de performance desenvolvido por Diana Taylor (2003). Para a autora (Taylor, 2003), a performance atua como uma epistemologia e uma prática incorporada que transmite memórias, realiza reivindicações políticas e expressa identidades sociais. Em *Comizi d'amore*, os sujeitos filmados encenam papéis sociais e repertórios culturais enraizados, performando normas de masculinidade, autoridade patriarcal e religiosidade. As discrepâncias entre os discursos liberais

dos jovens urbanos do Norte e as posturas tradicionais dos habitantes do Sul evidenciam como as identidades regionais são encenadas no espaço público (Taylor, 2003). Em suma, ao unir participação, o 'risco do real' e a dimensão performativa, Pasolini constrói uma obra na qual o cinema se consolida como espaço ativo de reflexão crítica e disputa simbólica sobre as contradições sociais da Itália.

Referências

Comolli, J.-L. (2008). *Ver e poder: a inocência perdida - cinema, televisão, ficção, documentário*. UFMG.

Nichols, B. (2016). *Introdução ao documentário*. Papirus.

Taylor, D. (2003). *The archive and the repertoire: performing cultural memory in the Americas*. Duke University Press.

Perspectivas del diseño tipográfico desde la cinematografía: la percepción de estudiantes universitarios del diseño en México

Georgina Dinorah Ortega Pimentel
al257016@alumnos.uacj.mx
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (México)

Gloria Olivia Rodríguez-Garay
grodrigu@uacj.mx
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (México)

La cinematografía, a través de su historia, ha sido analizada desde diversas disciplinas y correlacionada con muchas de ellas en su ejercicio: ejemplo directo es la gráfica. En este contexto, particularmente la letra como signo gráfico es poseedora de características formales para la transmisión de mensajes visuales a través de su anatomía, por su doble dimensión: la lingüística (significado) y la plástica (forma). Desde la última, se desarrolla una función comunicativa y estética que, además de permitir la lectura, puede generar acepciones a través de la forma, el color, la textura y el tamaño. Estos atributos de la grafía son enclaves interpretativos, los cuales en conjunto imprimen rasgos particulares portadores de significado que disponen al lector para la interpretación del texto que comunica, captando su atención por la evocación a través de su estructura visual. Como indican Buenaño-Chagñay y Zambrano-Vinueza (2021, p. 1701) "la tipografía es el reflejo de una época…

el diseño… responde a las proyecciones tecnológicas y artísticas"; por lo cual, se asume como portadora de cultura, costumbres y materiales, al reflejar la esencia de su tiempo.

En lo que respecta a su correlación y uso en las producciones cinematográficas, en los carteles publicitarios de cine y en los títulos iniciales, la letra es la protagonista, ofreciendo el antecedente al argumento para la percepción del contenido de las películas que presenta. En el caso particular de las producciones de la Época de Oro del cine mexicano (periodo comprendido entre 1936-1956 de acuerdo con Castro-Ricaldi, 2014), mismas que se caracterizan por reflejar en sus historias el ideal de la sociedad mexicana en su momento; estas trascendieron el tiempo y el espacio, y se mantienen vigentes por su transmisión a través de la televisión abierta y en plataformas de entretenimiento bajo demanda (streaming). En las citadas obras cinematográficas la jerarquía de los distintos participantes se manifiesta a través de la letra diseñada por rotuladores, grabadores, tituladores, cartelistas o ilustradores, es la figura central y como indica Galván (2020), subordina al movimiento y al sonido a la vez que ejerce la función de informar.

Lo expuesto, plantea la necesidad de formular una serie de cuestionamientos científicos con relación al conocimiento que las nuevas generaciones tienen respecto a las producciones cinematográficas de la Época de Oro del cine mexicano, sus géneros y actores representativos, la identidad mexicana (Martínez Gómez, 2010; Tah Ayala, 2022) presente en la narrativa audiovisual, así como, el papel de la letra en la narrativa audiovisual y en su presentación para el público espectador, su función como un medio de expresión plástica y la función del profesional de la tipografía. Por lo cual, se encuestaron a 208 estudiantes de las licenciaturas en: Diseño Gráfico, Diseño Digital de Medios Interactivos y Artes Visuales, de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ) en México, para revisar sus conocimientos en cinematografía, identidad visual, composición y tipografía, derivados de su formación

académica. La encuesta se integró de catorce preguntas estructuradas, cerradas y de opción múltiple, con el fin de obtener datos confiables y facilitar su análisis descriptivo. Se incluyeron preguntas de opinión, de conocimientos, sensitivas y de antecedentes, conforme a la tipología de Mertens señalada en Hernández et al. (2010).

Las respuestas obtenidas proporcionan información relativa al nivel de reconocimiento de los estudiantes del papel que juega el profesional de la gráfica, particularmente de la tipografía, tanto en el cine como en la sociedad; además de destacar el valor de la letra en la cinematografía a través de los carteles. Así mismo, se discierne sobre la tipografía como elemento textual por sus características plásticas. Por otra parte, se establece si los estudiantes perciben la identidad mexicana del periodo en los carteles, películas y personajes provenientes de la Época de Oro del cine mexicano. Finalmente se recaba su opinión acerca del potencial de la simbología y gráfica de las citadas producciones para inspirar una familia tipográfica funcional en el diseño editorial y/o el diseño cinematográfico contemporáneo.

Referencias

Buenaño-Chagñay, P., & Zambrano-Vinueza, D. (2024). Diseño de familia tipográfica basada en rasgos de la cultura Puruha. *Polo del Conocimiento 9*(5), 1699-1706.

Castro-Ricalde, M. (2014). El cine mexicano de la edad de oro y su impacto internacional. *La Colmena, 82*, 9-16.

Galván Nieto, X. (2020). Diseño de créditos: micromaravilla de la narración. En L. Zavala (Coord.), *Miradas panorámicas al cine mexicano*. *Teoría, historia y análisis*, (1a ed., pp. 149-157). Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

Martínez Gómez, R. D. (2010). *Multiculturalismo, cine mexicano e identidad*. Universidad Veracruzana.

Tah Ayala, E. D. (2022). *La Mexicanidad desde el cine mexicano* [Ensayo]. Anuario Mexicano de Asuntos Globales 2022, 581-609.

Regimes visuais e guerra contemporânea: controle vertical e subjetiva fantasma em *Il n'y aura plus de nuit* e *Collateral Victims*

Rodrigo Santos Sousa
ro.edicao@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi - UAM

Jamer Guterres de Mello
jamermello@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi - UAM

A guerra contemporânea reconfigura-se profundamente por meio de regimes visuais nos quais a imagem deixa de operar como mera representação para se converter em elemento ativo de vigilância, controle e extermínio. Este trabalho investiga de que maneira o cinema político e as práticas artísticas contemporâneas desestabilizam os dispositivos militares de visão aérea. O estudo toma como objeto central o documentário *Il n'y aura plus de nuit* (2020), de Eléonore Weber, e o curta-metragem *Collateral Victims* (2014), do artista anônimo Harsen, articulando teoricamente os conceitos de 'controle vertical' e 'subjetiva fantasma' desenvolvidos por Maia Vargas (2017), em interlocução com as reflexões de Harun Farocki (2004, 2013), Hito Steyerl (2017, 2018), Jean-Louis Comolli (2008) e Serge Daney (2007).

A investigação evidencia que a passagem da perspectiva linear tradicional para a 'perspectiva vertical' instaura um olhar global e onisciente sobre

os territórios conflagrados, transformando a arquitetura urbana e o espaço geográfico em superfícies de domínio absoluto e eliminação programada. No documentário de Weber (2020), estruturado integralmente por registros de câmeras térmicas e sistemas de visão noturna provenientes de arquivos militares do Iraque e Afeganistão, o espectador é posicionado ininterruptamente na perspectiva do observador aéreo. Esse dispositivo visual explicita a noção de 'subjetiva fantasma' (Farocki, 2013), na qual a visada da câmera coincide com a mira e a trajetória do projétil, convertendo o piloto em um 'homem-transformado-em-escâner'. Ao abstrair os corpos humanos a meras 'manchas térmicas' ou silhuetas espectrais, a 'imagem operacional' (Farocki, 2004) simplifica a decisão moral de atirar e aproxima o cenário de guerra à interface procedimental dos jogos eletrônicos (Steyerl, 2017). Além disso, Weber (2020) efetua uma intervenção crítica ao editar a célebre sequência de *Collateral Murder* (WikiLeaks, 2010), suprimindo o áudio das conversas e os estampidos do ataque para expor a crua maquinaria do aparato, convertendo o espaço em um panóptico em que 'ser visto é ser morto'.

Em contraposição à abstração tecno-militar, *Collateral Victims* (Harsen, 2014) mobiliza o gesto manual e o trabalho tátil da memória como formas de resistência visual. O curta-metragem registra a escrita progressiva dos nomes e idades de vítimas civis de ataques de *drones* no Iêmen, Paquistão e Afeganistão sobre uma superfície preta. A composição caligráfica revela gradualmente a imagem estilizada de Barack Obama acionando um disparador, com destaque para a inscrição do nome de Saleh Mohamed, criança de apenas dois anos assassinada em operação aérea. Essa saturação gráfica concretiza a proposição de Comolli (2008) de que o cinema político deve 'reintroduzir o excesso' que o poder tenta eliminar da representação, devolvendo singularidade e luto público às vidas reduzidas a 'danos colaterais'.

Conclui-se que as obras analisadas neste estudo desnudam a falência de uma cultura visual que confunde visibilidade com justiça e tecnologia

com neutralidade. Enquanto Weber (2020) tensiona a cumplicidade ética do espectador capturado por um 'olhar sem corpo' (Daney, 2007), Harsen (2014) utiliza a circulação digital anônima (Steyerl, 2017) e a fricção estética para atribuir responsabilidade política aos agentes estatais. Ambos os filmes demonstram que a disputa contemporânea ocorre decisivamente no campo das imagens, exigindo do espectador uma postura crítica diante da automatização da percepção e do extermínio.

Referências

Comolli, J.-L. (2008). *Cinema político*. Texto & Grafia.

Daney, S. (2007). *A rampa*. Cosac Naify.

Farocki, H. (2013). *Desconfiar de las imágenes*. Caja Negra.

Harsen. (2014). *Collateral Victims* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=e2NaBepTv2k

Steyerl, H. (2017). *Duty free art: Art in the age of planetary civil war*. Verso.

Steyerl, H. (2018). Em defesa da imagem pobre. *Revista Z cultural*, *13*(1), 1-12.

Vargas, M. (2017). *La (re)construcción de un territorio (im)posible* [Tese de doutorado, Universidad de Buenos Aires].

Weber, E. (2020). *Il n'y aura plus de nuit* [Filme]. Perspective Films.

WikiLeaks. (2010, 5 abril). *Collateral murder: Iraq, 2007* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=e2NaBepTv2k

Mesa 12: Ecossistemas sonoros e podcasting

Mesa 12: Ecosistema sonoros y podcasting

Dra. Karina Woehl de Farias
Dr. Celso Meneghetti
Dr. Álvaro Bufarah Júnior
Coordenadores

Divulgação científica e biografias anti-monumentais: a produção de sentidos sobre Galileu Galilei no podcast Vinte Mil Léguas

Italo Marquezini
italo.marquezini@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Liliane Souza dos Anjos
liliane.anjos@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A ciência continua a cativar audiências hoje, encontrando até nos podcasts jornalístico-narrativos novas formas de comunicação para sua divulgação científica. Dentre as produções desse formato, destaca-se o Vinte Mil Léguas, criado em 2020 por Sofia Nestrovski e Leda Cartum. Durante sua terceira temporada, as pesquisadoras narraram a vida e a época de Galileu Galilei a partir da própria literatura do matemático, construindo uma narrativa pouco interessada por questões abstratas e mais dedicada à apresentar figuras da ciência menos como monumentos e mais como pessoas (Cartum & Nestrovski, 2025).

A singularidade do programa motivou esta pesquisa, em fase inicial, a compreender como se articulam os discursos que constituem uma narrativa biográfica sonora nomeada pelo presente estudo como 'anti-monumental' - uma biografia que deliberadamente privilegia sentidos da vida ordinária e

contraditória do biografado. Parte-se do capítulo 'T3 | E0: Comece por aqui: Enxergar no escuro', que introduz o ouvinte à temporada, para entender como uma biografia nesse modelo se aproveita das características de assincronicidade, tempo ilimitado, imersivo e intimista dos podcasts (Kischinhevsky, 2018) para conectar a audiência à natureza mundana dos biografados.

Busca-se compreender o que essa mudança na construção da narrativa de divulgação científica em áudio representa, além de como o dispositivo do podcast, na possibilidade do encontro de diferentes materialidades (prosódia, língua, música), contribui na criação de efeitos de sentidos. Objetiva-se também investigar como o podcast jornalístico-narrativo de ciência (re)interpreta já-ditos sobre a figura histórica de Galileu Galilei. Esta análise preliminar se situou na prosódia, a trilha imersiva e as dramatizações das obras de Galileu no episódio selecionado, que reúne características do radiojornalismo narrativo em podcast propostas por Viana (2021, p. 13) como humanização do relato; narrativa em primeira pessoa; condução emocional; uso de sonoras; descrição de cenas e dos locais; ambientação; e metajornalismo.

Dado que a dimensão sonora é central no discurso materializado pela narrativa do podcast, a pesquisa volta-se também à noção de materialidade significante (Lagazzi, 2012), observando como o Vinte Mil Léguas sustenta e atualiza sentidos sobre a história da ciência e do renascimento. Também é pertinente a noção de memória discursiva (Orlandi, 2013), por conter os deslizamentos e silenciamentos de sentidos nas quais o podcast procura resgatar e (re)significar. Outro conceito observado é o de efeito-leitor, isto é, quando um sujeito-leitor é representado pelo mecanismo de antecipação de outro sujeito o que resulta em novos gestos de interpretação desencadeados entre si (Orlandi, 2001) e é observado na própria natureza do jornalismo científico.

Para a análise proposta, parte-se do referencial teórico da Análise de Discurso materialista, sustentada pelas referências de Orlandi (2001, 2013), Lagazzi (2012) e Benetti (2016), em diálogo com as pesquisas sobre mito

biográfico, ou seja, quando uma biografia é vista como criação artificial de sentidos pelo biógrafo sobre a vida do biografado, de Bourdieu (2006), expandidas por Costa (2015), e pelas definições atualizadas desse gênero por Neto (2022). Também são consideradas as definições de podcasts por Kischinhevsky (2018), suas características durante sua Segunda Era por Bonini (2020), as especificidades do gênero do podcast jornalístico-narrativo por Viana (2021, 2023) e o estado atual dos podcasts de ciência por Trinca (2024).

A pesquisa de cunho qualitativa se justifica por possibilitar o entendimento dos processos de produção, circulação e formulação tanto em meio às narrativas biográficas quanto científicas nos podcasts. Pela abordagem teórico-metodológica da Análise de Discurso, considerando o texto como resultado de um processo, questionado em busca de seus sentidos, sujeitos, relações (Benetti, 2016), há abertura para investigar os discursos além dos limites textuais e considerar a materialidade do som na composição da análise (Viana, 2023, p. 31).

O movimento de imbricação das materialidades expostas durante a análise do corpus, como Lagazzi (2012) observa, expõem os suportes significantes, trabalhando nas incompletudes umas das outras em rearranjos de sentidos e novas interpretações. Assim, até o momento, a biografia 'anti-monumental' parece se aproveitar da materialidade dos podcasts jornalísticos-narrativos para contar uma história sem limite de tempo, de caráter imersivo, mesmo com séculos de separação entre ouvintes e biografado, e sem cair em superficialidade no tratamento do personagem, o que a diferencia e propõe formas distintas das apresentadas em outras mídias como a literária, cinematográfica e até de outros podcasts.

Referências

Benetti, M. (2016). Análise de discurso como método de pesquisa em comunicação. Em C. P. de Moura & M. I. V. de Lopes (Orgs.), *Pesquisa*

em comunicação: Metodologias e práticas acadêmicas (pp. 235-256). EDIPUCRS.

Bonini, T. (2020). A "segunda era" do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. R*adiofonias - Revista de Estudos em Mídia Sonora, 11*(1). https://doi.org/10.63234/radiofonias.v11i1.4315

Bourdieu, P. (2006). A ilusão biográfica. Em J. Amado & M. de M. Ferreira (Orgs.), *Usos e abusos da história oral* (8ª ed., pp. 183-191). Editora FGV.

Cartum, L., & Nestrovski, S. (2025, 23 de junho). *Vinte mil léguas, a newsletter*. Substack. https://vintemilleguas.substack.com/p/vinte-mil-leguas-a-newsletter

Costa, P. C. da. (2015). Ilusão biográfica: a polêmica sobre o valor das histórias de vida na sociologia de Pierre Bourdieu. *Revista Linhas, 16*(32), 51-71. https://www.revistas.udesc.br/index.php/linhas/article/view/1984723816322015051

Kischinhevsky, M. (2018). Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. (2018). *Revista De La Asociación Española de Investigación de la Comunicación, 5*(10), 73-80. https://doi.org/10.24137/raeic.5.10.24

Lagazzi, S. (2012). *O exercício parafrástico na imbricação material* [Apresentação de trabalho]. 27º Encontro Nacional da ANPOLL, Niterói, RJ, Brasil.

Neto, L. (2022). *A arte da biografia: Como escrever histórias de vida*. Companhia das Letras.

Orlandi, E. P. (2001). Divulgação científica e efeito-leitor: Uma política social urbana. Em E. Guimarães (Org.), *Produção e circulação do conhecimento* (Vol. 1, pp. 21-35). Pontes.

Orlandi, E. P. (2013). Discursos e museus: da memória e do esquecimento. *Signo y Seña*, (24), 11-20.

Trinca, M. D. (2024). *Podcasts narrativos de ciência: análise de público e interesse* [Dissertação de mestrado, Universidade Estadual de Campinas]. Repositório da Unicamp. https://hdl.handle.net/20.500.12733/22898

Viana, L. (2021). O áudio pensado para um jornalismo imersivo em podcasts narrativos. *Comunicação Pública, 16*(31). https://doi.org/10.34629/cpublica.72

Viana, L. (2023). Desafios metodológicos em pesquisas de rádio e mídia sonora: uma proposta de análise crítica da narrativa em podcasts. *Novos Olhares, 12*(2), 26-37. https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2023.216180

"Narrar lo que no se oye": prácticas colectivas de mediación sonora para un audiolibro y glosario sonoro sobre género y disidencias

Juan Ortega Fuentes
juanortega@uchile.cl
Universidad de Chile

La radio universitaria y pública ha sido un espacio democratizador donde se potencia la oralidad, el saber dialogado y las expresiones de vinculación comunitaria. La historia y la literatura iberoamericana (López, 2019; Martin-Pena, 2021; Vásquez-Guerrero, 2015) han demostrado la potencialidad del quehacer radiofónico en contextos de aprendizaje superior, tanto para refuerzo educativo como para producción de intervenciones narrativas. La experiencia de Radio JGM, emisora universitaria chilena que hereda una larga trayectoria de prácticas de radio pública (López, 2022), produciendo una Guía Sonora de Género y Disidencias, da cuenta de un proceso de traducción de formatos y ampliación de interfaces que tensiona los modelos clásicos de producción radiofónica, evidenciando que la práctica de diversas metodologías participativas al interior de un campus universitario, hacen converger la puesta en valor de contenidos y debates no visibilizados como lo es el campo simbólico del género y las disidencias, con opciones democratizadoras de la creación sonora abriendo puertas a nuevas formas de conceptualizar la mediación

cultural desde la radio en tiempos de convergencia (Kischinhevsky et al., 2017; Kischinhevsky 2021; López et al., 2023).

Este texto presenta la experiencia de un proceso de creación sonora marcado por la escucha y lo colectivo, experimentando con un formato que mezcla dos objetos simbólicos que son parte del proceso educativo de las comunicaciones, la escritura y la voz. Se describen las etapas del proceso desarrollado, las huellas que dejó en los participantes la confección de productos no convencionales de la radio clásica, como el glosario sonoro y el audiolibro. La experiencia, enmarcada en un contexto político, donde se fortalecen discursos de odio y desinformación sobre género, disidencias y sobre las ideas transformadoras, da cuenta de los nuevos desafíos que atraviesan la comunicación pública universitaria, y las proyecciones por producir un lugar crítico de escucha y habla inclusiva.

La Guía sonora sobre Género y Disidencias, como serie de podcast lanzados en 2025 por Radio JGM, involucran un proceso de diseño metodológico que busca refrescar la relación radio universitaria/ audiencias y da cuenta de una apuesta creativa por vincular a una comunidad con la práctica del diálogo, en clave sonora y de promoción de derechos humanos. Mediante entrevistas semiestructuradas a los participantes del proceso, se releva una apropiación del formato y los contenidos, basado en un debate por derechos e identidades LGTIBQ+, que recorre la lectura y grabación colectiva a la escucha situada en contextos universitarios, validando al lenguaje sonoro como vigente en espacios físicos a la vez que virtuales y simbólicos, como motor de diálogos socioculturales.

El lenguaje sonoro mantiene su vigencia frente a los desafíos de los diálogos sociales sobre derechos humanos, accesibilidad, respeto y reconocimiento de comunidades en sociedades complejas. Las prácticas comunicativas al interior de comunidades universitarias pueden ser resignificadas desde el uso de formatos del lenguaje sonoro que sobrepasan la radio como ejercicio

comunicativo informativo, permitiendo llevar debates, protocolos y proyecciones de gobernanza local a experiencias vivas en entornos estudiantiles. El uso educativo de productos sonoros, permite visibilizar agendas poco abordadas, resignificar las intefaces de la radio (Zuculoto, 2022) y repensar la mediación de aprendizajes y visiones de mundo.

Referencias

Kischinhevsky, M., Benzecry, L. , Mustafá, I., Marchi, L. de, Chagas, L., Ferreira, G., Victor, R., & Viana, L. (2017). A consolidação dos estudos de rádio e mídia sonora no século XXI - Chaves conceituais e objetos de pesquisa. *Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun. 40*(3).

Kischinhevsky, M. (2021). *Notas para uma metodologia de pesquisa em rádio expandido* [Trabajo presentado]. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.Virtual. https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt4-rm/marcelo-kischinhevsky.pdf

López, D.C. (2019) Radios universitarias en escenario de convergencia: Reflexiones sobre la formación profesional y el papel de las universidades. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 140, 233-246

López, P. (2022). Radios Universitarias El lugar donde ha resistido la mirada pública de los medios en Chile. En R. Rodriguez (Ed). *100 años de la radio en Chile*. Lom Ediciones.

Lopez, D. C., Freire, M., & Martín-Pena, D. (2023). Dimensiones de la audiencia en la radio universitaria. *Transinformação, 35*. https://doi.org/10.1590/2318-0889202335e226816

Vázquez Guerrero, M. (2015). La radio universitaria en Iberoamérica: trascendencia y retos. *Comunicación y Medios*, (31), 151-170. https://doi.org/10.5354/rcm.v0i31.36162

Zuculoto, V., Betti, J. G., & Farias, K. W. (2022). *Desafíos epistemológicos de la perspectiva de género en los estudios de radio* [Trabajo presentado]. Actas del XII Congreso de ALAIC. Routledge.

El largo camino hacia la digitalización de la radio en España: DAB+ y transformación radiofónica en España

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

Andrés Navarro-Garrido
andresnavarrogarrido@uma.es
Universidad de Málaga

Sevie Pastrana-Crespillo
seviepc@uma.es
Universidad de Málaga

Este trabajo analiza el bloqueo de la radiodifusión sonora digital terrestre en España desde la aprobación del Plan Técnico Nacional de 1999 hasta las medidas de impulso de DAB+ formuladas en 2025. El estudio distingue esta infraestructura de la radio por internet. DAB+ distribuye una señal abierta y simultánea mediante el espectro radioeléctrico, mientras el audio en línea depende de redes IP y de conexiones individualizadas. Esta diferencia revela una paradoja. La audiencia española incorporó las aplicaciones y el pódcast dentro de hábitos de escucha conectada, mientras la radiodifusión digital permanecía en una posición marginal. La adopción de DAB responde

a la regulación y a los acuerdos industriales, siempre en relación con los usos sociales (Lax, 2003; O'Neill & Shaw, 2010).

La investigación interpreta el caso español como un fracaso de sincronización sociotécnica. La regulación avanzó sin un calendario vinculante. Los concesionarios protegieron el valor económico de la FM, y el servicio público ejerció un liderazgo discontinuo. La lenta renovación de receptores coincidió con el crecimiento del audio conectado. El sistema preservó así un equilibrio analógico estable para los actores con mayor capacidad de decisión, mientras la innovación sonora se desplazaba hacia internet. Este enfoque aplica al sector radiofónico la idea de que una transición adquiere estabilidad cuando la infraestructura se articula con el marco institucional y encuentra continuidad en los usos sociales (Geels, 2002).

El objetivo principal consiste en explicar por qué España mantuvo bloqueada durante más de dos décadas una tecnología operativa y respaldada por un marco legal específico. El análisis reconstruye la evolución normativa desde 1999 y examina los incentivos de los operadores dominantes. También valora la función desempeñada por RTVE. A continuación, relaciona la trayectoria de DAB+ con la expansión de las plataformas de audio. La comparación europea permite identificar las condiciones que favorecen una transición estable y las decisiones que institucionalizan la espera.

Se desarrolla un estudio de caso cualitativo apoyado en el análisis documental y en una revisión narrativa de la literatura. La revisión incorpora trabajos sobre la política de la radio digital y sobre la concentración del mercado español. Asimismo, atiende a la plataformización del audio (Checa Godoy, 2012; Franquet, 2008; Nieborg & Poell, 2018).

Los resultados muestran que el Plan de 1999 abrió la distribución de frecuencias sin establecer una retirada futura de la FM. La reducción de la cobertura obligatoria al 20 % en 2011 debilitó la credibilidad del sistema y convirtió la baja adopción en argumento para limitar la red (Checa Godoy, 2012).

La concentración empresarial reforzó este bloqueo. Los principales grupos conservaron una plataforma analógica rentable y dirigieron la innovación hacia las aplicaciones y el pódcast, espacios que protegen la marca y aportan datos sobre los usuarios (Pérez-Rufí & Pérez-Rufí, 2025; Robert-Agell & Bonet, 2023). La audiencia adoptó prácticas digitales vinculadas al teléfono móvil. Entre los internautas de 14 años o más, la FM alcanza el 83 % de escucha en un día promedio y la radio por internet llega al 30 % (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación [AIMC], 2026). La digitalización del consumo avanzó a través de redes IP, mientras DAB+ carecía de una oferta diferenciada y de una comunicación pública sostenida.

La principal aportación del estudio consiste en desplazar la explicación desde una supuesta resistencia de la audiencia hacia la gobernanza del sistema radiofónico. España mantuvo inmóvil la radio digital terrestre mientras la sociedad aprendía a escuchar de forma conectada. Esta paradoja demuestra que la innovación sonora puede prosperar al margen de la transformación del espectro. Esa trayectoria aumenta la dependencia de plataformas privadas y aplaza el debate sobre el acceso universal (Nieborg & Poell, 2018). El proyecto normativo de 2025 abre una oportunidad para corregir la secuencia (Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, 2025). La expansión de la cobertura deberá acompañarse de contenidos reconocibles y de una política estable de receptores. También requiere una explicación pública del valor de DAB+ como infraestructura abierta.

Referencias

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2026, 7 de enero). Nueva edición del AIMC Q Panel de Radio en 2025: 11.ª edición del estudio de radio [Nota de prensa]. https://www.aimc.es/blog/nueva-edicion-del-aimc-q-panel-radio-2025-11a-edicion-del-estudio-radio/

Checa Godoy, A. (2012). *Fracasos tecnológicos, intereses económicos y ausencia del oyente en la implantación de la radio digital europea* [Trabajo presentado]. Comunicación y riesgo: III Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (pp. 1-17). Asociación Española de Investigación de la Comunicación. https://ae-ic.org/Tarragona/contents/comunicacions_cd/ok/98.pdf

Franquet, R. (2008). *Radio digital en España: Incertidumbres tecnológicas y amenazas al pluralismo* (Documento de trabajo 132/2008). Fundación Alternativas. https://fundacionalternativas.org/wp-content/uploads/2022/07/5cd42f42251bd411da3a4dd9fac520e0.pdf

Geels, F. W. (2002). Technological transitions as evolutionary reconfiguration processes: A multi-level perspective and a case-study. *Research Policy, 31*(8-9), 1257-1274. https://doi.org/10.1016/S0048-7333(02)00062-8

Lax, S. (2003). The prospects for digital radio: Policy and technology for a new broadcasting system. *Information, Communication & Society, 6*(3), 326-349. https://doi.org/10.1080/1369118032000155276

Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública. (2025). Proyecto de real decreto por el que se adoptan medidas de impulso de la tecnología DAB+ en el servicio de radiodifusión sonora digital terrestre. https://avance.digital.gob.es/es-es/participacion/paginas/DetalleParticipacionPublica.aspx?k=475

Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society, 20*(11), 4275-4292. https://doi.org/10.1177/1461444818769694

O'Neill, B., & Shaw, H. (2010). Radio broadcasting in Europe: The search for a common digital future. En B. O'Neill, P. Jauert, M. Ala-Fossi, S. Lax, L. Nyre, & H. Shaw (Eds.), *Digital radio in Europe: Technologies, industries and cultures* (pp. 27-42). Intellect.

Pérez-Rufí, J. P., & Pérez-Rufí, M. I. (2025). Ecosistema de la radio en España: Estructura del mercado radiofónico español. *Razón y Palabra, 29*(122). https://doi.org/10.26807/rp.v29i122.2190

Robert-Agell, F., & Bonet, M. (2023). La industria de la radio en España en 2030: ¿Hacia la definitiva adaptación digital? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 29*(4), 955-974. https://doi.org/10.5209/esmp.88680

Estratégias de expansão multiplataforma no ecossistema do podcast

Lorenna Aracelly Cabral de Oliveira
lorycaoly@gmai.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Valquíria Aparecida Passos Kneipp
valquiriakneipp@yahoo.com.br
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

A indústria de podcasts passou por um crescimento e transformação significativos nos últimos anos. O podcast inserido nesse crescente movimento de plataformização altera as experiências dos produtores e ouvintes, pois modifica a lógica de produção, circulação e consumo do meio (Sullivan, 2019). Com essas transformações os podcasts começaram gradualmente a experimentar diferentes métodos de combinação de formatos e suportes, tornando-se multiplataformas ou adquirindo características de um transpodcast (García-Marín, 2020). Assim, os podcasts passaram a incrementar informação, distribuindo o conteúdo em diversos canais como vídeo, formatos curtos, redes sociais, site e newsletter, com o público transitando entre os formatos. García-Marín (2020, p. 143) ressalta que "as diferentes mídias que o transpodcast utiliza supõem extensões do meio central (podcasting) para corrigir suas limitações e oferecer novas possibilidades narrativas".

Nesse cenário, as newsletters ou boletins informativos estão cada vez mais integrando podcasts, o modelo possibilita três coisas importantes: monetização, construção de comunidade e captura da atenção dos usuários (Pellicer, 2021). Dessa forma, surge a necessidade de se investigar como a newsletter atua como dispositivo de plataformização na expansão dos podcasts para além do áudio.

Este estudo tem como objetivo analisar como as newsletters contribuem para a expansão multiplataforma dos podcasts, propondo uma categorização dos modelos utilizados no contexto do transpodcast. Partimos da hipótese de que a newsletter atua como um dispositivo de plataformização ao transformar o podcast em um produto transpodcast, expandindo sua circulação para além do áudio por meio de diferentes estratégias editoriais.

A pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, apoia-se principalmente no levantamento bibliográfico, apoiado em uma análise dos estudos sobre os boletins informativos, buscando entender quais estratégias transmídias são selecionadas para cada produção, a fim de mapear os diferentes modelos de newsletters, os quais serão identificados e categorizados.

Em linhas gerais, observamos que as newsletters atuam como extensão narrativa, editorial e estratégica do podcast, uma vez que oferecem recursos para engajar e fidelizar o público, monetização direta e distribuir conteúdo multicanal. Desse modo, a pesquisa propõe alguns modelos onde alguns tipos de newsletter são categorizados como sistemas expansivos do transpodcast. São aquelas dedicadas a recomendar e avaliar podcasts; aquelas que explicam o desenvolvimento da estrutura e financiamento; aquelas que analisam o seu som e narrativa digital; aquelas que visam orientar os criadores em aspectos técnicos e de produção; e aquelas que servem como promoção e complemento a um podcast. Assim, as newsletters são compreendidas aqui como um componente da infraestrutura de audiência a longo prazo, e não apenas como uma

tática promocional, pois criam relacionamentos diretos e exclusivos com sua audiência, independentes dos algoritmos das plataformas.

A pesquisa indica como esses dois canais funcionam juntos, a mecânica de uma integração funcional, e aponta as vantagens e desvantagens da utilização desse sistema expansivo atrelado ao podcast. Portanto, à medida que o podcast se insere na lógica da plataformização, ele deixa de ser um produto sonoro isolado e constitui um ecossistema de conteúdos distribuídos em diferentes plataformas. Nesse contexto, a newsletter emerge não apenas como um canal de divulgação, mas como uma extensão editorial do podcast, desempenhando funções de aprofundamento, curadoria, engajamento e monetização. A partir da análise dessas práticas, o artigo propõe uma tipologia das newsletters utilizadas por podcasts, contribuindo para a compreensão do transpodcast como fenômeno comunicacional.

Referências

García-Marín, D. (2020). Transpodcast universe. Narrative models and independent community". *Historia y Comunicación Social*, *25*(1), 139-150. https://doi.org/10.5209/hics.69232

Pellicer, M. (2021, 6 de dezembro). *Boletins informativos, os novos meios de comunicação antigos*. Miquelpellicer. com; Miquel Pellicer.

Sullivan, JL (2019). As plataformas de podcasting: passado e presente. *Social Media + Society* , *5*(4), 205630511988000. https://doi.org/10.1177/2056305119880002.

Inteligência artificial na podosfera: uma revisão sobre os rumos do ecossistema sonoro

Amanda Natalia Faria Ribeiro
amanda.natalia@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Karina Woehl de Farias
karina.farias@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Nos últimos anos, a consolidação da Inteligência Artificial (IA) generativa no nosso cotidiano tem impulsionado a busca por maior eficiência nos processos diários. Nesse contexto, os meios de comunicação, especialmente as mídias sonoras, encontram novas oportunidades e desafios. O desenvolvimento de tecnologias voltadas à síntese vocal promove transformações no ecossistema do áudio digital, levando veículos a utilizarem essas ferramentas para otimizarem seus canais. O *podcasting*, como definido por Kischinhevsky (2024), configura-se como uma evolução do próprio rádio, na qual os usuários podem consumir o conteúdo a qualquer momento, uma vez que este pode ser baixado e compartilhado. Além disso, o formato destaca-se por proporcionar maior intimidade, presença e "autenticidade" em comparação a outros meios digitais tradicionais (Kischinhevsky, 2016), vivencia uma reconfiguração impulsionada pela convergência entre estratégias de *branding*, expansão mercadológica e o uso da IA (Cardoso & Villaça, 2021). A agilidade proporcionada pela criação de

vozes sintéticas viabilizou a emergência de produções automatizadas nesse meio (Joanguete, 2024). Entretanto, a criação em massa tem impactado a podosfera e desestabilizado a indústria: estima-se que mais de um terço dos programas disponíveis venha a ser gerado por sistemas automatizados e apresentadores virtuais, conforme reportado por veículos de imprensa (AFP, 2024; O Globo, 2026). Diante desse contexto, plataformas de distribuição já reagem ao cenário ao restringir clones vocais não autorizados e aplicar selos de verificação de autenticidade para aqueles que não utilizam dessa maneira (Soares, 2024).

Em relação ao rádio hertziano, as principais distinções do podcast residem na ausência da exigência de imediatismo e na maior flexibilidade de linguagem, o que permite a adaptação do conteúdo a públicos-alvo específicos sem a necessidade de seguir padrões estritamente formais (Henriques, 2025). Essa flexibilidade, aliada à ascensão da Inteligência Artificial, traz mudanças significativas para a comunicação ao otimizar processos de produção, edição e transcrição na podosfera. Além disso, a IA ganha precisão, entonação e fluidez na emulação da fala humana a partir do processamento de grandes volumes de dados de áudio (Joanguete, 2024). Diante desse avanço, o objetivo desta pesquisa é realizar uma revisão bibliográfica e um levantamento reflexivo sobre a utilização da IA e da sintetização vocal de podcasts nas plataformas de streaming. Busca-se compreender como essas dinâmicas operam no meio sonoro e problematizar suas implicações, questionando até que ponto a proliferação desenfreada de episódios "sintéticos" sustentará o engajamento do público ou se conduzirá a uma saturação informativa e à padronização de conteúdo.

A evolução das vozes sintéticas transforma a forma como interagimos com a informação e a consumimos. A personalização vocal e a transição para consumo em podcast criam formas customizadas de anúncio, ampliando a relevância e o impacto das marcas junto aos consumidores (Joanguete, 2024). Metodologicamente, desenvolve-se uma pesquisa bibliográfica e exploratória de caráter qualitativo, fundamentada na análise crítica de autores que discutem

a evolução dos meios sonoros, o rádio expandido e a comunicação digital (Joanguete, 2024; Kischinhevsky, 2024; Pichinini, 2019). A abordagem mapeia produções acadêmicas e dados recentes da podosfera, investigando a reinvenção desse ecossistema e o comportamento de usuários e plataformas frente a essas reconfigurações. A análise busca relacionar conceitos de identidade de marca, ecossistema sonoro e recepção cultural, examinando a substituição da voz humana pela sintética com foco na mediação algorítmica. As hipóteses apontam que o emprego de vozes sintéticas e de automatizações em escala coloca em risco a percepção de autenticidade, além de precarizar o engajamento e a experiência estética e social da escuta (AFP, 2024; O Globo, 2026). Assim, este estudo revela-se relevante para problematizar os rumos da podosfera e indicar caminhos investigativos sobre o consumo de áudio sintetizado por Inteligência Artificial, articulando inovação tecnológica, estratégias publicitárias e estudos radiofônicos no contexto das mídias digitais contemporâneas.

Referências

AFP. (2024). Produção em massa de podcasts com IA perturba uma indústria frágil. *IstoÉ Dinheiro*. https://istoedinheiro.com.br/producao-em-massa-de-podcasts-com-ia-perturba-uma-industria-fragil

Cardoso, M., & Villaça, L. (2021). Podcast no Brasil: disrupção de modelos de comunicação ou submissão à lógica de grupos hegemônicos de poder? *Revista Alterjor, 24*(2), 1-20. https://revistas.usp.br/alterjor/article/download/193021/180314/541591

Henriques, F. (2025). Podcasting como estratégia de comunicação: O crescente investimento de marcas no formato áudio. *The Trends Hub: Revista de Tendências em Comunicação e Ciências Empresariais*, *5*(1). https://doi.org/10.34630/tth.v1i5.6280

Joanguete, C. (2024). Vozes sintéticas: Explorando os avatares da IA na comunicação. *Mediação, Alfabetização Midiática e Comunicação, 26*(36).

Kischinhevsky, M. (2024). *Cultura do podcast: reconfigurações do rádio expandido*. Mauad X.

Kischinhevsky, M. (2016). *Rádio e mídias sociais: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Mauad X.

O Globo. (2026, 11 maio). Mais de um terço dos podcasts já são gerados por IA e empresas já oferecem cardápio de apresentadores virtuais. https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2026/05/11/mais-de-um-terco-dos-podcasts-ja-sao-gerados-por-ia-e-empresas-ja-oferecem-cardapio-de-apresentadores-virtuais.ghtml

Pichinini, M. (2019). *Cultura do podcast*. Editora Vênus.

Soares, K. (2024). Spotify proíbe podcasts gerados por IA que imitem outros criadores e lança selo de verificação. *Terra*. https://www.terra.com.br/diversao/musica/spotify-proibe-podcasts-gerados-por-ia-que-imitem-outros-criadores-e-lanca-selo-de-verificacao,65a7a83d53fd831083c0e8ff48c48420zt6o5q1i.html

Para onde vai o conteúdo do rádio? Um estudo das plataformas digitais utilizadas pelo radiojornalismo em Aracaju/Sergipe/Brasil

Gabriel Batista Santos
gabrielbs.science@gmail.com
Universidade Federal de Sergipe

Alice Oliveira de Andrade
andradealice@academico.ufs.br
Universidade Federal de Sergipe

Messiluce da Rocha Hansen
messiluce@academico.ufs.br
Universidade Federal de Sergipe

O ecossistema midiático contemporâneo, impulsionado pela digitalização e pelos algoritmos, têm reconfigurado a produção, a circulação e o consumo de conteúdos jornalísticos, incluindo o radiojornalismo. Nessa perspectiva, Franciscato (2025) propõe a ampliação do conceito de ecossistema jornalístico para compreender o jornalismo como uma atividade inserida em um ambiente digital marcado pela interação entre diferentes atores, plataformas e tecnologias. Nesse contexto, este trabalho investiga as estratégias de adaptação dos conteúdos produzidos pelas emissoras de radiojornalismo de Aracaju, capital do estado de Sergipe, no Nordeste do Brasil, para plataformas digitais, analisando como essas organizações articulam sua presença em múltiplos ambientes de circulação.

Para Kischinhevsky (2016), esse processo redefine a mediação jornalística ao incorporar novos espaços de interação entre emissoras e públicos em ambientes digitais. Assim, a presença do radiojornalismo em plataformas como Instagram, YouTube, X e sites institucionais, para além de representar uma migração tecnológica, representa também uma ampliação de sua circulação e de suas possibilidades comunicacionais. Nesse contexto, Lévy (1999) argumenta que as tecnologias digitais favorecem a constituição de um ciberespaço em que os conteúdos circulam por diferentes plataformas, ampliando as possibilidades de acesso, compartilhamento e interação.

A circulação do radiojornalismo em múltiplas plataformas deve ser compreendida no contexto da convergência midiática, entendida não apenas como um processo tecnológico, mas como uma transformação cultural que reorganiza as formas de produção, distribuição e consumo de conteúdos (Jenkins, 2009). Nesse cenário, o rádio deixa de operar como um meio restrito à transmissão sonora em fluxo contínuo para integrar um ambiente comunicacional marcado pela circulação de conteúdos em diferentes plataformas, formatos e temporalidades. Conforme observa Lopez (2010), o radiojornalismo contemporâneo incorpora recursos multimídia e interativos que ampliam suas possibilidades narrativas e reforçam sua inserção no ambiente digital. Ao mesmo tempo, Van Dijck et al. (2018) destacam que a lógica das plataformas digitais condiciona a visibilidade, a circulação e o engajamento dos conteúdos jornalísticos por meio de infraestruturas algorítmicas, impondo novos desafios editoriais e estratégicos às organizações de mídia. Assim, compreender a presença do rádio nas plataformas digitais exige considerar tanto as potencialidades comunicacionais da convergência quanto às dinâmicas de plataformização que reconfiguram a produção e a circulação do jornalismo.

Metodologicamente, a pesquisa adotou abordagem descritiva, com base no mapeamento da presença digital de 14 emissoras localizadas na cidade de Aracaju (SE). São elas: UFS FM; Rádio Aperipê; Rede Rio FM; FAN FM;

Jovem Pan; Xodó FM; Rádio Jornal; Rádio Metropolitana; FM Sergipe; Rádio Cultura; Nova Brasil FM; 103 FM; Rádio Jubileu; Rádio Alese. A coleta de dados foi realizada durante dois meses, por meio de um questionário estruturado de perguntas fechadas, aplicado presencialmente e de forma remota aos responsáveis pelas emissoras, utilizando a plataforma SurveyMonkey.

Os resultados indicam que as plataformas digitais mais utilizadas pelas emissoras de radiojornalismo de Aracaju são Instagram, YouTube e sites próprios na web. Os dados evidenciam que todas as emissoras participantes mantêm presença em pelo menos uma plataforma digital, demonstrando a incorporação de estratégias de distribuição de conteúdo para além da radiodifusão tradicional. Entretanto, observa-se uma adoção desigual entre as diferentes plataformas, uma vez que ambientes como o TikTok ainda não são utilizados por todas as emissoras investigadas. De modo geral, os resultados sugerem que a presença digital ocorre predominantemente como extensão da programação radiofônica, concentrando-se na circulação e divulgação de conteúdos já produzidos, sem a exploração sistemática das potencialidades de integração entre linguagens, formatos e plataformas.

Contextualizando a produção jornalística e informativa das emissoras nos processos de convergência midiática e de reconfiguração das práticas de produção, circulação e consumo da informação (Jenkins, 2009; Salaverría, 2010), o estudo discute como as diferentes linguagens multimodais podem se conectar entre si ocupando diversos meios digitais, fortalecendo, assim, a conexão dos conteúdos produzidos pelas emissoras de radiojornalismo. Mantém-se também em perspectiva que a transformação do indivíduo em um "ser-meio" (Gillmor, 2006) exige que as rádios ocupem espaços relevantes com conteúdos propositivos que estimulem a reflexão, a interatividade e a participação do público, fortalecendo seus vínculos com a comunidade.

Conclui-se que as emissoras de radiojornalismo de Aracaju têm ampliado sua presença em plataformas digitais, porém essa ocupação ainda

ocorre, predominantemente, por meio da reprodução de conteúdos já publicados na rádio. Os resultados indicam avanços na adoção de estratégias multiplataforma, mas evidenciam limitações na exploração de linguagens e formatos específicos para cada ambiente digital, revelando desafios técnicos, editoriais e organizacionais para a consolidação de práticas convergentes.

Referências

Franciscato, C. E. (2025). *Expandindo o conceito de ecossistema jornalístico*. Contemporânea, 23, 1-20.

Kischinhevsky, M. (2016). *Rádio e Mídias Sociais: Mediações e Interações Radiofônicas em Plataformas Digitais de Comunicação*.

Lévy, P. (1999). Cibercultura. Editora 34.

Lopez, D. C. (2010). *Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica.* LabCom Books.

Salaverría, R. (2010). Estructura de la convergencia. In X. López, & X. Pereira (Eds.), *Convergencia digital: Reconfiguración de los medios de comunicación en España* (pp. 27-40). Universidade de Santiago de Compostela.

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world.* Oxford University Press.

Pioneiras no ar - mulheres que iniciaram o rádio em Santa Catarina

Valci Regina Mousquer Zuculoto
valzuculoto@hotmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina

Raphaela Xavier de Oliveira Ferro
raphaelaferro@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina

Luiza Zanotti Moro
luiza_zanotti@hotmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina

Ediane Teles de Mattos
edimattos@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina

Maria Eduarda de Souza
mariaeduardabrusque@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina

Em revisitas à história do rádio em Santa Catarina e incluindo gênero como categoria para observação, encontramos vestígios da presença de mulheres desde a fase de implantação no estado, nas décadas 30 e 40 do século XX. O rádio catarinense iniciou nos anos 1930, com a instalação das primeiras emissoras, em uma história tardia em relação ao restante do país

(Vellozzo et al., 2026). Tradicionalmente, como no relato da história nacional, a narrativa sobre o meio em Santa Catarina atribui pioneirismo e protagonismo aos homens, desconsiderando ou invisibilizando as profissionais. É o que justificam Juliana Betti e Valci Zuculoto (2024) em proposta de pesquisa nacional coletiva para revisão da história radiofônica brasileira. Um reexame que possibilite "a inclusão das mulheres no relato histórico da trajetória do rádio no Brasil e o reconhecimento de suas contribuições para o desenvolvimento deste percurso, ao longo das décadas e em cada contexto regional" (Betti & Zuculoto, 2024, p. 220).

Os poucos registros até agora garimpados em nossas pesquisas no panorama catarinense se constituem apenas de citações breves, fotos nem sempre identificadas, entre outros achados que, mesmo existentes, além de escassos, pela forma como feitos, reduzem o papel delas. A história catarinense também detalha mais - sem o devido protagonismo - mulheres da área artística e de entretenimento, como as cantoras, por exemplo. Profissionais da locução, produção, técnica são as mais submetidas a um "memoricídio" contra suas histórias (Báez, 2010; Duarte, 2022; Ferro & Zuculoto, 2025). O conceito "designa o assassinato da memória e de uma cultura" (Duarte, 2022, p. 16) e, no caso das mulheres, também opressão e negação da participação na história.

Esta proposta de trabalho dá continuidade à nossa revisão da história tradicional do rádio de Santa Catarina. Reúne e sistematiza algumas das menções já evidenciadas sobre a participação feminina na trajetória inicial. Pretende avançar na observação das locutoras pioneiras Ruth Costa (Ferro et al., 2022) e Maria Iracema (Zuculoto & Souza, 2026), cujos vestígios foram refletidos preliminarmente em outros artigos por algumas das autoras do presente trabalho e utilizados como base desta proposta. Adicionamos ainda achados acerca de Juracy Brosig, que também atuou como locutora e em outras funções no rádio pioneiro catarinense.

Exploratório e em perspectiva histórica, o trabalho está ancorado, em especial, na pesquisa bibliográfica e análise documental. A revisão de literatura é contínua na pesquisa e deve partir da identificação de informações bibliográficas pertinentes ao tema abordado para torná-las referências (Stumpf, 2017). No caso deste estudo, adiciona-se a busca de registros de figuras que muitas vezes aparecem de forma sutil nas obras sobre história do rádio e seu percurso em Santa Catarina. Complementarmente, elabora-se análise documental, um recurso da pesquisa histórica em comunicação (Moreira, 2017). É qualitativa, atentando-se ao conteúdo dos materiais selecionados.

Ruth Costa, conforme Ricardo Medeiros e Lúcia Helena Vieira (1999), Izani Mustafá (2009), Ediane Mattos (2019) e Raphaela Ferro et al. (2022), desempenhou várias funções na segunda emissora criada em Santa Catarina, a Rádio Difusora de Joinville, nos anos 1940 e 1950. Mas, foi como locutora, principalmente no plantão esportivo de transmissões das partidas de futebol, que mais mereceu breves menções. Maria Iracema também é uma protagonista pioneira, mencionada em alguns em livros, artigos e notícias de jornais. A locutora começou bem jovem seu trabalho à frente dos microfones na Rádio Araguaia de Brusque, na década de 40. É destacada pela sua capacidade de improviso e, a partir dos anos 50, ainda passou por emissoras da Grande Florianópolis, as rádios Anita Garibaldi e Jornal A Vanguarda, apresentando um programa com seu nome e também integrando produções icônicas destas emissoras.

Juracy Brosig, vista por nós como protagonista na fundação da primeira estação de Joinville, a Difusora, em 1941, era companheira de Wolfang Brosig, historicamente realçado como o fundador. Registros a mencionam como secretária, atriz, produtora, vendedora e apresentadora da Difusora e esposa de Wolfang, sem maiores detalhes sobre sua atuação. Assim como ela, outras mulheres são citadas de forma simplificada. Seus nomes constituem elementos iniciais da nossa pesquisa, em andamento, para dar visibilidade

às pioneiras na radiofonia de Santa Catarina. Trazemos aqui um pouco mais sobre a atuação dessas três mulheres, para que ocupem o devido lugar que têm na história.

Referências

Báez, F. (2010). *A história da destruição cultural da América Latina: da conquista à globalização*. Editora Nova Fronteira.

Betti, J. G. & Zuculoto, V. R. M. (2024). A história (das mulheres) do rádio no Brasil - uma proposta de revisão do relato histórico. In C. F. Musse, T. S. Magnolo, V. R. M. Zuculoto (Eds), *História e memória da mídia em tempos de violências, lutas e resistências* (pp. 210-222). ALCAR. https://redealcar.org/wp-content/uploads/2024/05/e-book-alcar-nacional-2024.pdf

Duarte, C. (2022). *Memorial do memoricídio: escritoras brasileiras esquecidas pela história.* Editora Luas.

Ferro, R., Gomes, J. & Zuculoto, V. (2022). *O Pioneirismo de Ruth Costa no Radiojornalismo Esportivo de Santa Catarina entre as décadas de 1940 e 1950* [Trabalho apresentado]. Anais do 9º Encontro Regional Sul de História da Mídia, GT História da Mídia Sonora, ALCAR SUL (pp. 1-5). ALCAR. https://redealcar.org/anais-eventos-regionais-sul-9o-encontro-2022/

Ferro, R. X. O. & Zuculoto, V. R. M. (2025). *Memoricídio e História do Rádio no Brasil: vestígios do apagamento cultural de mulheres* [Trabalho apresentado]. Anais do 34º Encontro Anual da Compós, (pp. 1-19). COMPÓS. https://publicacoes.softaliza.com.br/compos2025/article/view/11333

Mattos, E. T. de (2019). *A trajetória das profissionais mulheres no radiojornalismo esportivo em Santa Catarina*. [Dissertação de Mestrado em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina]. Repositório Institucional UFSC.

Medeiros, R. & Vieira, L. H. (1999). *História do rádio em Santa Catarina.* Editora Insular.

Moreira, S. V. (2017). Análise documental como método e como técnica. In J. Duarte, A. Barros (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (pp. 269-279). Editora Atlas.

Mustafá, I. (2009). *Alô, alô, Joinville! Está no ar a Rádio Difusora! A radiodifusão em Joinville/SC (1941-1961)* [Dissertação de Mestrado, Universidade do Estado de Santa Catarina]. Repositório Institucional UDESC. https://www.faed.udesc.br/arquivos/id_submenu/478/izani_pibernat_mustafa.pdf

Stumpf, I. R. C. (2017). Pesquisa bibliográfica. In J. Duarte, A. Barros (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (pp. 51-61). Editora Atlas.

Vellozzo, G. S; Zuculoto, V. R. M.; Padilha, L. D. F. & Moro, L. Z. (2026). *Rádio Sociedade Santa Catarina: Rastros Precursores da História da Radiofonia Catarinense* [Trabalho apresentado]. Anais do 3º Colóquio Internacional Lusofonia em Debate. https://www.lusofoniaemdebate.org/

Rádio e universidade pública: uma revisita histórica da divulgação científica na radiodifusão de São Paulo

Larissa Mateus
l.mateus@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Karina Woehl de Farias
karina.farias@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A origem da radiodifusão no Brasil é de origem atrelada à divulgação científica e à democratização do conhecimento. Edgar Roquette Pinto, consagrado por muitos como o pai da radiofonia brasileira, foi responsável por criar uma das primeiras emissoras de rádio no país, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 1923, e estabeleceu sua missão educativa desde sua origem: em seu artigo sobre a história do ensino pelo rádio, Ferrato (2008, p. 4) atribui a Roquette Pinto a frase "o rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre".

É a partir dessas características que a rádio se estabelece no Brasil, principalmente em suas estações estatais, que até hoje, mesmo com a ocupação comercial do meio ao longo do tempo, possuem grande espaço no ecossistema sonoro. De acordo com Zucoloto (2010), é em meados da década de 1940 que a radiofonia brasileira firma seu papel educativo, e a partir da década de

1950, as primeiras emissoras associadas à universidades aparecem, unindo o objetivo de alcance da população da rádio pública, com a divulgação científica de produções universitárias,

Apesar da radiodifusão universitária ter um importante impacto na história da radiofonia brasileira, ela também carece de reconhecimento formal enquanto categoria própria, fato observado pela historiografia de Kischinhevsky et al. (2019), e sentido em cartografias anteriores, como a de Temer et al. (2019). A legislação brasileira não conceitua uma "radiodifusão universitária", lacuna a qual gera confusão entre os conceitos de rádio pública, estatal, educativa e universitária (Kischinhevsky et al., 2019).

Apesar de sua indefinição legal, as rádios universitárias encontram-se num emaranhado entre todas essas categorias, apresentando características próprias que ampliam seu escopo para além do rádio educativo ou institucional. Funcionando como espaço de interlocução entre as instituições de ensino superior e a sociedade,

> esses veículos estão imbuídos do papel educativo para além de uma visão comercial e de mercado típico das rádios convencionais: objetivam aliar qualidade, informação e cidadania, agregando em suas programações, arte, cultura e entretenimento, porém, com uma missão de aliar ações de ensino, pesquisa e extensão próprias das instituições de ensino superior (Façanha et al., 2016, p. 30)

Nesse universo, o estado de São Paulo tem posição de destaque quantitativo, encontrando-se em segundo lugar em número de emissoras universitárias (Kischinhevsky et al., 2019). Assim, este artigo objetiva fazer uma revisita histórica às rádios das três principais instituições públicas de ensino superior do estado, a Universidade de São Paulo (USP), a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e a Universidade Estadual Paulista (UNESP), visando entender como essas universidades construíram suas trajetórias ao longo das

transformações da radiodifusão, bem como suas abordagens do mesmo propósito: a divulgação científica e a educação.

Para além de serem instituições reconhecidas de São Paulo, cada uma possui particularidades para entender as transformações do rádio ao longo do tempo, principalmente em relação à adaptação do meio à web. Suas particularidades, como as salientadas por Franco (2023), são pontos de contraste fortes na comparação entre a historiografia das três emissoras. A desativação da Webrádio Unicamp[1] para o favorecimento de conteúdos assíncronos, o pioneirismo histórico da Rádio USP no sistema FM, e o enfoque regional da Rádio UNESP, por exemplo, demonstram os diferentes focos que moldam cada uma dessas emissoras, e afetam os formatos e estratégias na missão de divulgação científica.

Assim, este artigo adota uma abordagem metodológica qualitativa, de caráter historiográfico e comparativo, com o objetivo de traçar a trajetória das rádios vinculadas à USP, UNESP e UNICAMP desde sua origem até a atualidade. Como fontes de pesquisa, foram utilizados documentos institucionais (atos de fundação, páginas institucionais e materiais de divulgação das próprias emissoras), acervos digitais, grades de programação e bibliografia já publicada sobre as emissoras. As informações coletadas serão cruzadas entre si, de modo a identificar continuidades, rupturas e diferenças entre as três rádios na abordagem de conteúdos científicos, bem como marcos importantes na história de cada uma delas.

Então, espera-se identificar diferenças na institucionalização da divulgação científica entre as três universidades, refletindo distintos modelos de

1. Não foi encontrado nenhum anúncio de que a webrádio foi desativada, porém nenhum dos links encontrados para acessar a programação ao vivo estão ativos. Atualmente, o conteúdo sonoro produzido pela universidade vai para o portal da Secretaria Executiva de Comunicação da Unicamp (https://www.sec.unicamp.br/b/, ativo até 27 de julho de 2026), assim como no canal do Youtube "TV Unicamp", em que divide espaço com produtos audiovisuais. Dos programas radiofônicos, nenhum deles é ao vivo, caracterizando-se então mais próximos de podcasts do que da antiga webrádio-parecidos, então, com a iniciativa de extensão da Rádio Unesp Virtual (RUV), cujo foco também é no ecossistema do *podcasting*.

gestão e vínculo institucional das rádios analisadas. A pesquisa busca dialogar com esforços mais amplos de reconhecimento e sistematização do campo da radiodifusão universitária no Brasil.

Referências

Façanha, A. A. B., Nápolis, P. M. M., & Luz, J. P. (2016). Educomunicação científica: rádio, jornalismo e popularização das ciências na construção da cidadania. *Comunicação & Educação*, *21*(2), 27-38. https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v21i2p27-38

Ferrato, L. A. (2008). Roquette-Pinto e o ensino pelo rádio. In E. Meditsch & V. Zuculoto (Eds.), Teorias do rádio: textos e contextos (pp. 27-35). Insular. https://www.researchgate.net/publication/282120433_Roquette-Pinto_e_o_ensino_pelo_radio

Franco, J. O. (2023). Rádios universitárias paulistas: uma rede em formação. *Resumo dos Trabalhos do SIMTEC Simpósio dos Profissionais da UNICAMP*, *8*(8.Eixo 2), e0220066.

Kischinhevsky, M., Mustafá, I., Pieranti, O. P., & Hang, L. (2019). RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS NO BRASIL: UM CAMPO EM CONSTITUIÇÃO. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, *15*(29). https://doi.org/10.55738/alaic.v15i29.496

Temer, A. C., Esch, C. E., Rebouças, E., Malcher, M. A., Prata, N., Del Bianco, N. R., Lopes, S. C., & ZuculotoV. (2019). Mapeamento das condições de funcionamento de rádios vinculadas a instituições públicas de ensino superior. In E. Albuquerque & N. Meireles (Orgs.), *Rádios universitárias: experiências e perspectivas* (pp. 17-40). Editora do CCTA. https://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/comunicacao/radios-universitarias-experiencias-e-perspectivas

Zuculoto, V. R. M. (2010). *A construção histórica da programação de rádios públicas brasileiras* [Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul]. https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/4415/1/423376.pdf

Traços constitutivos da terceira geração do *podcasting* no Brasil[1]

Alcides Mafra
alcidesmafrapb@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina

Gessiela Nascimento da Silva
gessielan@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina

Valci Zuculoto
valzuculoto@hotmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina

O *podcasting* firma-se como um dos fenômenos mais relevantes da cultura sonora contemporânea. Mediado pela escuta sob demanda, o meio atravessou diferentes configurações ao longo de mais de duas décadas de existência, da estreia do primeiro *podcast* brasileiro, o *Digital Minds*, em outubro de 2004 (Teixeira, 2022), passando pelo período de estagnação conhecido como *podfade* (Luiz & Assis, 2010), até a retomada expressiva a partir de 2019 (Silva & Santos, 2020). Tal trajetória levou pesquisadores a organizar o percurso do meio em fases, ondas ou gerações, cada uma marcada por transformações tecnológicas, econômicas e culturais.

1. O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq.

No Brasil, Kischinhevsky (2024a) identifica essa retomada como o início de uma terceira geração, caracterizada pela passagem de uma cultura da portabilidade para uma cultura do acesso e pela hegemonia das plataformas de *streaming* como principais mediadoras entre produtores e ouvintes. Este resumo apresenta resultados parciais de pesquisa de doutorado em desenvolvimento no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJor/UFSC) e tem como objetivo discutir as bases teóricas e os traços constitutivos dessa terceira geração, mobilizando literatura nacional e internacional sobre gerações do meio, plataformização e cultura sonora digital. A questão que orienta o trabalho é: o que a literatura disponível permite compreender sobre a especificidade da terceira geração do *podcasting* brasileiro em relação às gerações anteriores?

A justificativa reside em dois pontos: a expansão do consumo, com dados do Inside Audio (2025) indicando que 92% dos brasileiros consomem conteúdo em áudio e metade ouviu ou baixou *podcasts* nos três meses anteriores à pesquisa; e a lacuna identificada em revisão integrativa da literatura (Botelho et al., 2011) de Comunicação e Informação (2020-2025), na qual a discussão sobre gerações aparece de modo transversal, mas raramente como objeto analítico central nos estudos brasileiros.

A pluralidade de periodizações propostas pela literatura internacional é, em si, reveladora. Bonini (2015, 2020) oferece a periodização mais citada, sendo a primeira geração (2004-2011), marcada por iniciativas independentes e distribuição via RSS; e a segunda, a partir de 2012, caracterizada pela profissionalização e pela entrada de grandes veículos, exemplificada pelo sucesso do *podcast Serial*. Bottomley (2020), por sua vez, propõe ondas: a primeira entre 2000 e 2005, a segunda de 2005 a 2010 e uma terceira em curso desde 2010, quando o formato adentra o *mainstream*. Já Rossetto (2025) descreve três fases: experimentação, expansão e consolidação, fundamentadas na dicotomia *podcast*-rádio.

Ainda no cenário brasileiro, Silva e Santos (2020) situam o início da terceira geração em 2019, ano do lançamento de 'novos' *podcasts*, enquanto Alves e Lopez (2021) e Mafra et al. (2023) preferem enquadrar o marco de 'O Caso Evandro' (2018) na escala mais ampla da 'segunda era' de Bonini (2020). Kischinhevsky (2024a) situa a consolidação atual como resultado direto da plataformização do mercado, tendo como principal fator a transição de uma cultura da portabilidade para uma cultura do acesso.

A partir desse arcabouço, identificam-se quatro traços constitutivos da terceira geração brasileira: a concentração de mercado e plataformização da distribuição (Kischinhevsky, 2024b); a algoritmização da escuta, que substitui a busca ativa via RSS por sistemas de recomendação que personalizam e, simultaneamente, concentram a audiência (Gambaro, 2025; Rojas-Torrijoset al., 2020); a hibridização audiovisual, por meio da qual o som "mantém seu protagonismo, mas divide o palco com imagens" (Lopez, 2024a, p. 11); e a ressignificação das práticas jornalísticas sonoras, decorrente de uma concentração algorítmica que pode aprofundar a homogeneidade das vozes presentes nos programas de maior audiência (Kischinhevsky & Chagas, 2017).

Observa-se, preliminarmente, que a terceira geração do *podcasting* brasileiro é fortemente marcada pela presença das plataformas no ambiente virtual, com impacto direto nas rotinas de produção e circulação de conteúdo, o que impõe desafios à pluralidade de vozes e à entrada de produtores independentes no mercado. A datação segue, contudo, sem consenso: seja por eras, gerações ou fases, o que se pode inferir é que o *podcasting*, em âmbito nacional ou global, segue em mutação, rumo a um estágio ainda não plenamente delineado.

Referências

Alves, J., & Lopez, D. C. (2021). *Projeto Humanos: um estudo descritivo do primeiro podcast narrativo jornalístico brasileiro* [Trabalho apresentado]. 13o Encontro Nacional de História da Mídia, Juiz de Fora,

MG, Brasil. https://redealcar.org/wp-content/uploads/2021/08/15_gt_historiadamidiasonora.pdf

Bonini, T. (2015). The 'second age' of podcasting: reframing podcasting as a new digital mass medium. *Quaderns del CAC, 18*(41), 23-33.

Bonini, T. (2020). A 'segunda era' do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. *Radiofonias - Revista de Estudos em Mídia Sonora, 11*(1).

Botelho, L. L. R., Cunha, C. C. de A., & Macedo, M. (2011). O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. *Gestão e Sociedade, 5*(11), 121-136. https://doi.org/10.21171/ges.v5i11.1220

Bottomley, A. J. (2020). *Sound streams: a cultural history of radio-internet convergence*. University of Michigan Press.

Gambaro, D. (2025). Podcast e política: uma tecnografia de três plataformas de streaming no Brasil. *Observatorio (OBS*), 19*(1). https://doi.org/10.15847/obsOBS19120252633

Inside Audio - *Kantar Ibope Media*. (2025). Inside Audio. https://infogram.com/1pqme3qrpz2nwjiqrw39wd312rt0w33y1k0

Kischinhevsky, M. (2024a). *Cultura do podcast: reconfiguração do rádio expandido*. Mauad X.

Kischinhevsky, M. (2024b). *Riscos à diversidade no ecossistema de podcasting na América Latina* [Trabalho apresentado]. Anais do 33º Encontro Anual da Compós. Galoá.

Kischinhevsky, M., & Chagas, L. (2017). Diversidade não é igual a pluralidade - Proposta de categorização das fontes no radiojornalismo. *Galáxia, 1*(36).

Lopez, D. C. (2024a). A complexidade do podcasting como fenômeno. Em M. Kischinhevsky (Org.), *Cultura do podcast: reconfiguração do rádio expandido*. Mauad X.

Luiz, L., & Assis, P. de. (2010). *O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais* [Trabalho apresentado]. 33o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, RS, Brasil. Intercom.

Mafra, A. et al. (2023). *A conformação histórica do podcast jornalístico no Brasil: registros e análises preliminares* [Trabalho apresentado]. 14o Encontro Nacional de História da Mídia, Niterói, RJ, Brasil. ALCAR.

Rojas-Torrijos, J. L., Caro-González, F. J., & González-Alba, J. A. (2020). The Emergence of Native Podcasts in Journalism: Editorial Strategies and Business Opportunities in Latin America. *Media and Communication, 8*(2), 159-170. https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2699

Rossetto, A. dos S. (2025). *Da experimentação à consolidação: apontamentos a respeito da jornada do podcast no Brasil* [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul].

Silva, S. P., & Santos, R. S. dos. (2020). O que faz sucesso em podcast? Uma análise comparativa entre podcasts no Brasil e nos Estados Unidos em 2019. *Radiofonias - Revista de Estudos em Mídia Sonora, 11*(1), 49-77.

Teixeira, C. (2022, 20 de outubro). Dia do Podcast é celebrado em 21 de outubro no Brasil. *Rádio Senado*. https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2022/10/20/dia-do-podcast-e-celebrado-em-21-de-outubro-no-brasil

Quando a voz não é humana: transparência e autenticidade no uso de vozes sintéticas em produtos sonoros jornalísticos e de entretenimento

Alvaro Bufarah
abufarah@uol.com.br
Universidade Federal de Santa Catarina

Este projeto investiga as implicações éticas do emprego de vozes sintéticas em produtos sonoros jornalísticos e de entretenimento, considerando que os avanços da inteligência artificial tornaram tecnicamente possível reproduzir identidades vocais e gerar falas que não resultam de uma enunciação humana original. A pesquisa, destinada ao campo dos estudos de rádio e mídia sonora, articula revisão bibliográfica nacional e internacional, dados de pesquisas de recepção, diretrizes profissionais e análise comparativa de dois casos: o uso autorizado da voz sintética do jornalista Reinaldo Azevedo pela BandNews FM e a narração multivocal de audiolivros ficcionais pela empresa Spoken. O problema central consiste em compreender como esses conteúdos identificam a origem artificial da voz e quais diferenças existem entre as responsabilidades editoriais do jornalismo e as convenções do entretenimento. O objetivo é analisar identificação, consentimento, supervisão humana e responsabilização editorial. A hipótese sustenta que a voz sintética não é eticamente problemática por sua artificialidade, mas pelo risco de ser interpretada como presença humana

autêntica quando a intervenção tecnológica não é informada. Metodologicamente, adota-se pesquisa qualitativa, exploratória e documental, organizada por revisão narrativa e análise comparativa dos casos.

A voz como presença e documento sonoro

No radiojornalismo, a voz não representa somente um canal de transmissão. Ela identifica jornalistas e fontes, registra testemunhos e produz efeitos de proximidade e autenticidade. Medeiros e Prata (2021) demonstram que a credibilidade do radiojornalismo se relaciona à proximidade, ao reconhecimento dos comunicadores e à confiança construída com as comunidades. A gravação sonora tende, portanto, a ser recebida como vestígio de um acontecimento enunciativo: alguém falou e teve sua declaração registrada. A síntese vocal rompe essa correspondência ao separar voz, corpo e ato de fala. No contexto da radiomorfose, Del Bianco et al. (2026) identificaram o emprego de IA em 64,29% das emissoras brasileiras pesquisadas, embora 44,44% ainda apresentassem baixa integração e apenas 16,67% adoção elevada. Os autores ressaltam que jornalistas permanecem centrais na checagem e supervisão dos conteúdos.

Vozes sintéticas e autenticidade percebida

Lopez et al. (2019) já observavam que a locução sintetizada sem gravação humana alterava a relação entre automação, identidade radiofônica e presença do locutor. Bufarah Junior et al. (2024) ampliaram essa discussão ao assinalar que a IA afeta principalmente a produção jornalística e demanda reflexão sobre seus impactos profissionais e éticos. Internacionalmente, Barrington et al. (2025), em estudo aberto com 604 participantes e mais de 200 vozes, constataram que clones foram associados à identidade humana correspondente em aproximadamente 80% dos testes e reconhecidos como artificiais em apenas 60,8% das avaliações. Em outra pesquisa, 61% dos 1.005 participantes interpretaram como humana a narração sintética da Spoken, e a disposição para consumir o produto passou de 31% para 65% após a escuta

(Spoken, 2026). Os dados confirmam que a percepção humana não constitui mecanismo confiável de identificação.

Transparência e ética jornalística

No jornalismo, a indistinção entre gravação e simulação alcança princípios de veracidade, atribuição e responsabilização. Donini (2026), ao consultar 12 profissionais de emissoras brasileiras, identificou cautela no uso da IA e preocupações relacionadas à desinformação, aos vieses, aos direitos autorais e à credibilidade. Gong (2023), em experimento com áudio jornalístico, constatou maior atividade cognitiva diante da voz humana e avaliações inferiores de credibilidade e fluência para locuções artificiais. A Reuters (2026) estabelece responsabilidade humana, verificação independente e transparência como requisitos para utilização jornalística da IA. No entretenimento, a Audio Publishers Association (2024) recomenda as identificações "AI Voice" e "Authorized Voice Replica", reconhecendo o direito do consumidor de conhecer a origem da narração.

Análise documental

O primeiro caso envolve comentário escrito por Reinaldo Azevedo e apresentado pela BandNews FM, em 2025, com reprodução autorizada de sua voz durante afastamento médico. Antes da veiculação, a emissora informou que a locução era artificial e que o texto permanecia integralmente atribuído ao jornalista (BandNews FM, 2025). O segundo caso é o sistema Spoken Multi-Cast, que utiliza múltiplas vozes sintéticas em audiolivros de ficção. Os materiais serão comparados mediante quatro categorias: identificação da tecnologia, clareza do aviso, consentimento e responsabilização editorial.

Considerações finais

Os dados examinados indicam que a crescente naturalidade das vozes artificiais transfere para produtores e organizações a responsabilidade pela

transparência. No jornalismo, o aviso deve permitir distinguir gravação documental, réplica autorizada e simulação. Propõem-se, preliminarmente, quatro requisitos: identificação inequívoca, consentimento verificável, supervisão humana e responsabilidade editorial explícita. Quando a voz já não comprova a presença de quem aparenta falar, a credibilidade depende também de revelar quem produziu, autorizou e validou a enunciação.

Referências

Audio Publishers Association. (2024, December 19). *New naming guidelines for AI-narrated audiobooks*. https://www.audiopub.org/naming-guidelines-for-ai-narrated-audiobooks

BandNews FM. (2025, September 10). *Com Reinaldo Azevedo sem voz, BandNews FM usa IA para reproduzir voz do âncora em texto dele*. https://www.band.com.br/bandnews-fm/noticias/reinaldo-azevedo-ganha-voz-com-ia-em-comentario-sobre-fux-202509102300

Barrington, S., Cooper, E. A., & Farid, H. (2025). People are poorly equipped to detect AI-powered voice clones. *Scientific Reports, 15*, Article 11004. https://doi.org/10.1038/s41598-025-94170-3

Bufarah Junior, A., Mustafá, I., & Zuculoto, V. R. M. (2024). *Rádio e inteligência artificial: Possíveis impactos das ferramentas de IA na produção de conteúdos do meio* [Trabalho apresentado]. Anais do 33º Encontro Anual da Compós. https://proceedings.science/compos/compos-2024/trabalhos/radio-e-inteligencia-artificial-possiveis-impactos-das-ferramentas-de-ia-na-prod

Del Bianco, N., Lima, H., & Prata, N. (2026). *Radiomorfose, inovação e IA no rádio brasileiro: Usos e níveis de adoção* [Trabalho apresentado]. Anais do 35º Encontro Anual da Compós. https://publicacoes.softaliza.com.br/compos2026/article/view/15466/10872

Donini, A. M. (2026). Possibilidades e limites do uso da inteligência artificial em reportagens radiofônicas ao vivo. *Temática, 22*(5), 88-105. https://doi.org/10.22478/ufpb.1807-8931.2026v22n5.78801

Gong, C. (2023). AI voices reduce cognitive activity? A psychophysiological study of the media effect of AI and human newscasts in Chinese journalism. *Frontiers in Psychology, 14*, Article 1247715.

Lopez, D. C., Resende, M. D. V., & Borges, D. (2019). Locução automatizada e o rádio musical: Primeiras aproximações. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 42*(1), 185–199. https://doi.org/10.1590/1809-58442019110

Medeiros, R., & Prata, N. (2021). "Liguei o rádio pra conferir se era verdade": A credibilidade do radiojornalismo local em tempos de fake news. *Intexto*, (52), 96999. https://doi.org/10.19132/1807-8583202152.96999

Reuters. (2026). *Reuters journalistic standards: Artificial intelligence and generative AI*. https://handbook.reuters.com/

Spoken. (2026, July 14). *Edison survey: Black and white just became color*. https://www.spoken.press/edisonsurvey

Vozes do veneno: análise audioestrutural e lexical do podcast O Veneno Mora ao Lado[1][2][3]

Kátia Fraga
katiafraga@ufv.br
Universidade Federal de Viçosa

Izani Mustafá
izani.mustafa@ufma.br
Universidade Federal do Maranhão

Gessiela Nascimento
gessielan@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina

Maria Izabela Viana
maria.i.viana@ufv.br
Universidade Federal de Viçosa

Este trabalho analisa a segunda temporada do podcast *O Veneno Mora ao Lado* (Nader, 2022), uma produção sonora jornalística brasileira dedicada ao tema dos agrotóxicos, que foi ao ar de 16 a 30 de julho de 2024, na Rádio Flutuante (https://www.radioflutuante.com) e no Spotify (Nader, 2024). A primeira temporada foi previamente investigada por Mustafá (2022), com

1. Artigo elaborado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - FINANCE CODE 001.
2. Artigo elaborado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).
3. Artigo elaborado com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG).

foco na humanização e no uso de fontes no jornalismo científico sonoro. Já a segunda, com quatro episódios, sendo *A Árvore*, *As Sementes*, *As Raízes* e *Os Frutos*, representa uma nova perspectiva editorial:

> A gente recebeu feedbacks incríveis na primeira temporada [...]. E uma coisa que eu ouvia muito era: "Giovana, gostei do seu podcast, mas eu fiquei esperando uma saída. O que é que a gente faz então agora? Eu não quero comer mais nada". Essas perguntas martelaram bastante na minha cabeça e, por isso, a gente decidiu que, na segunda temporada, a gente vai seguir um caminho mais propositivo, apontando as saídas e soluções. (A árvore, 2024).

Essa reorientação é o ponto de partida deste trabalho, que se pergunta: como o podcast *O Veneno Mora ao Lado* configura, em sua segunda temporada, as estratégias narrativas, sonoras e de uso de fontes para construir um jornalismo científico humanizado e, em que medida, esse perfil se transforma em relação à temporada anterior? O objetivo consiste em traçar um estudo longitudinal sobre um mesmo objeto empírico, identificando permanências e rupturas.

Para sustentar essa análise, mobilizamos duas frentes. A primeira compreende os estudos sobre podcasting e jornalismo sonoro, que o situam como hipersegmentado, de potencial narrativo complexo, consumo assíncrono e vínculo estreito com a audiência (Kischinhevsky, 2024; Lopez & Alves, 2019; Viana, 2022). A segunda é a do jornalismo científico humanizado, a partir da compreensão de que a narrativa jornalística pode e deve colocar o ser humano como ponto de partida e de chegada, valorizando fontes-personagens, histórias de vida e o cotidiano dos sujeitos (Alencar, 2022; Ijuim, 2017; Mustafá, 2022).

A pesquisa é de natureza qualitativa e exploratória (Gil, 2002) e adota abordagem multimétodos que articula a análise audioestrutural (Silva, 2022) para identificar a estrutura do objeto com o software IRaMuTeQ para uma análise lexical (Alcântara, 2023) dos episódios. O corpus foi constituído

pelas transcrições dos quatro episódios da segunda temporada, divididos em 469 segmentos de texto (STs) para processamento na ferramenta que permite a) identificar os termos de maior frequência e b) visualizar graficamente os principais elementos por meio da nuvem de palavras e da Classificação Hierárquica Descendente (CHD).

A análise identificou 3.634 formas distintas, 16.768 ocorrências e 2.180 hapax, evidenciando a riqueza e diversidade do vocabulário dos episódios. A nuvem de palavras aponta que os termos alimento (f=54), campo (f=50), terra (f=47), cidade (f=46) e produção (f=39) constituem os elementos centrais, indicando sua maior frequência e relevância nas discussões analisadas. Em torno dessas palavras organizam-se outros conceitos também significativos, como movimento, tecnologia, espaço, agronegócio, reforma agrária, rural, veneno, coletivo, horta, agricultura, semente, comida saudável, agroecologia, agricultura familiar, agrotóxico, segurança, educação ambiental e território, sugerindo a diversidade de temas abordados.

Figura 1. *Nuvem de Palavras da Segunda Temporada do Podcast O Veneno Mora ao Lado*



Nota: dados do software *IRaMuTeQ*, 2026.

Esse conjunto lexical mostra a relação entre campo e cidade, produção e acesso a alimentos, modelos de agricultura e disputas em torno da terra. Ao mesmo tempo, contrasta com o vocabulário da primeira temporada, marcada por termos associados a veneno, intoxicação, conflito e trabalhadores (Mustafá, 2022), evidenciando a virada propositiva da segunda. Do ponto de vista das fontes, há ampliação do espectro de vozes populares com lideranças de movimentos sociais, jovens agricultores e educadores ambientais, sinalizando aprofundamento das estratégias de humanização em relação ao predomínio de especialistas.

A segunda temporada de *O Veneno Mora ao Lado* cumpre o que se propõe: oferecer uma investigação propositiva que apresenta soluções, práticas de coletivos e alternativas agroecológicas socialmente mais justas, sem abrir mão da contextualização histórica sobre o uso dos agrotóxicos no Brasil. Como menciona Giovana Nader no episódio final, as soluções "já estão aí, por toda parte, fáceis e acessíveis em todos os biomas e territórios" (Os Frutos, 2024).

Referências

Alcântara, M. V. P. (2023). Impactos da inteligência artificial no jornalismo: Análise automatizada utilizando ChatGPT e IRaMuTeQ. *Internet & Sociedade, 4*(1), 80-115.

Alencar, Q. da S. (2022). *As fontes amazônicas nas narrativas jornalísticas de Eliane Brum* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Maranhão].

Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4ª ed.). Atlas.

Ijuim, J. K. (2017). Por que humanizar o jornalismo? *Verso e Reverso, 31*(78), 235-243. https://doi.org/10.4013/ver.2017.31.78.07

Kischinhevsky, M. (2024). *Cultura do podcast: reconfiguração do rádio expandido*. Mauad X.

Lopez, D. C., & Alves, J. (2019). *Apontamentos metodológicos para a análise de podcasts seriados* [Trabalho apresentado]. Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belém, Brasil. https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/lista_area_DT4-RM.htm

Mustafá, I. (2022, novembro). *A humanização no jornalismo científico em podcasts no Brasil: um estudo audioestrutural do conteúdo* [Trabalho apresentado em congresso]. Anais do 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Fortaleza, Brasil. https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2022/trabalhos/a-humanizacao-no-jornalismo-cientifico-em-podcasts-no-brasil-um-estudo-audioestr?lang=pt-br

Nader, G. (Apresentadora). (2022). *O Veneno Mora ao Lado* [Podcast]. Spotify. https://open.spotify.com/show/3H3kVmAAeuOLbZyuDINiWI

Nader, G. (Apresentadora). (2024). *O Veneno Mora ao Lado* (2º temporada) [Podcast]. Rádio Flutuante. https://podcasts.apple.com/br/podcast/o-veneno-mora-ao-lado/id1625709637

Silva, G. N. da. (2022). *As fontes no podcast Mamilos: Uma proposta de análise audioestrutural* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Maranhão].

Viana e Silva, L. (2022). *Jornalismo narrativo em podcasting: imersividade, dramaturgia e narrativa autoral* [Tese de doutorado, Universidade Federal de Juiz de Fora]. https://doi.org/10.34019/ufjf/te/2022/00030

Mesa 13: IA e Ecologia dos Meios

Mesa 13: IA y Ecología de los Medios

Dra. Angela Grossi
Dra. Pollyana Ferrari
Dr. Xabier Martínez-Rolán
Coordenadores

A autoria como questão tecnológica: datificação, algoritmos e a reconfiguração audiovisual no TikTok

Aloísio Corrêa de Araújo
araujodca@gmail.com
Universidade Anhhembi Morumbi

Vicente Gosciola
vicente.gosciola@gmail.com
Universidade Anhembi Morumbi

O presente trabalho investiga a reconfiguração do conceito de autoria no cenário audiovisual contemporâneo, tomando a plataforma TikTok e sua infraestrutura tecnológica como objeto central de análise. A partir de uma abordagem teórico-ensaística fundamentada na Teoria Ator-Rede (Latour, 2012), na arqueologia dos meios (Kittler, 1999, 2012) e no pensamento complexo (Morin, 2015, 2022), o estudo problematiza o viés anacrônico que reduz a autoria a um mero exercício de expressão individualista de vertente romântica ou a uma abstração conceitual desconectada de seus suportes materiais.

Para construir o panorama analítico, o texto resgata o percurso histórico e epistêmico do debate autoral. Examina-se desde a concepção de autonomia artística em Wilde (2004) e a descentralização do criador em prol do leitor proposta por Barthes (1968), até a noção de autor implícito discutida por Ricoeur (1988) a partir de Booth, passando pelas formulações sobre a política

dos autores no cinema analisadas por Bernardet (2018). O artigo articula essa trajetória às transformações operadas no campo do direito autoral e das patentes tecnológicas, demonstrando como o surgimento do software e das arquiteturas de microchips (Hayles, 2002; Kittler, 2012) deslocou a proteção jurídica da subjetividade imaterial para o código técnico e o hardware.

No âmbito do TikTok, demonstra-se que a autoria não atua como força motriz interpretativa ou econômica tradicional, mas se dissolve em uma dinâmica operacional subordinada à caixa preta algorítmica da ByteDance (2024). A análise do ecossistema do aplicativo evidencia que suas escolhas estéticas e estruturais respondem diretamente às exigências da datificação (Van Dijck et al., 2018; Zuboff, 2021). O formato vertical dos vídeos reconfigura a linguagem cinematográfica ao priorizar um enquadramento antropocêntrico, focado em primeiros planos e fundos simplificados, sacrificando a profundidade de campo e a contemplação estética em prol da usabilidade ergonômica. Do mesmo modo, os processos de montagem, pautados por cortes rápidos e pela simplificação narrativa, visam atender aos padrões automatizados de reconhecimento de imagem e som operados por sistemas de recomendação preditiva em tempo real, como o algoritmo Monolith (Liu et al., 2022).

O som e a palavra falada passam por um processo correlato de abstração e conversão em dados, no qual nuances fonéticas e poéticas são traduzidas em transcrições textuais e métricas relacionais para fins de indexação algorítmica. Produções que não se adequam a esses padrões correm o risco de invisibilização por shadowban. Ademais, o estudo expõe como o modelo de distribuição por testagem em lotes (batch-testing algorithm) é articulado a intervenções humanas arbitrárias e pouco transparentes, como o recurso de heating (Baker-White, 2023).

Conclui-se que o ecossistema do TikTok impõe um condicionamento produtivo e cognitivo tanto ao criador quanto ao espectador. O realizador converte-se em um operador de padrões industriais, adequando sua criação

à lógica de extração de dados da plataforma. Dessa forma, a autoria como tecnologia herdada do período impresso e do cinema do século XX sofre um processo de simplificação e apagamento, dando lugar a uma linguagem pragmática, plano-informativa e datificada.

Referências

Araújo, A. C. de, Maciel, F. A., Butolo, M. P., Bonadies, R. L. B., & Gosciola, V. (2026). O império da verticalidade e a máquina de desejo: a narrativa hiperestimulada no short drama. Em F. Piccinin, F. Lopes Cardoso, V. Gosciola, & W. Souza e Silva (Coords.), *Expressões imagéticas* (pp. 411-434). Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/expressoesimageticas

Baker-White, E. (2023). TikTok's secret 'heating' button can make anyone go viral. *Forbes*. https://www.forbes.com/sites/emilybaker-white/2023/01/20/tiktoks-secret-heating-button-can-make-anyone-go-viral/

Barthes, R. (1968). *A morte do Autor*. Manteia.

Bernardet, J.-C. (2018). *O autor no cinema.* Brasiliense.

ByteDance. (2024). How our machine learning team builds tomorrow's tech. https://joinbytedance.com/blog/detail/20240601162123

Hayles, N. K. (2002). *Writing machines.* The MIT Press.

Kittler, F. (1999). *Gramophone, film, typewriter.* Stanford University Press.

Kittler, F. (2012). *Literature, media, information systems.* Routledge.

Latour, B. (2012). *Reagregando o social: Uma introdução à teoria do Ator-Rede.* Editora da UFBA.

Liu, Z., Zou, L., Zou, X., Wang, C., Zhang, B., Da, Q., Wu, R., Li, M., Song, R., & Gai, K. (2022). *Monolith: Real time recommendation system with collisionless embedding table* [Paper]. Proceedings of the 5th Workshop on Online Recommender Systems and User Modeling (ORSUM). ACM.

Morin, E. (2015). *Introdução ao pensamento complexo.* Editora Meridional.

Morin, E. (2022). *The challenge of complexity.* Agathon Press.

Ricoeur, P. (1988). *Time and narrative* (Vol. 3). The University of Chicago Press.

Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: public values in a connective world.* Oxford University Press.

Wilde, O. (2004). *A alma do homem sob o socialismo.* L&PM.

Zuboff, S. (2021). *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder.* Intrínseca.

A ESCRITA JORNALÍSTICA EM MATÉRIAS DE FACT-CHECKING E A CONSTRUÇÃO DE LITERACIA MIDIÁTICA EM IA: CASO *UOL CONFERE*

Mariana Marques de Lima
marit.mlima@gmail.com
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

O fact-checking (verificação de fatos) consolidou-se como uma especialidade jornalística no combate à desinformação no Brasil, e tem se estabelecido como uma prática de reconstrução da autoridade epistêmica da imprensa num contexto de crise de confiança. Entre as iniciativas de checagem, o UOL Confere — criado em 2017 e certificado pela International Fact-Checking Network (IFCN) desde 2022 — destaca-se por sua atuação contínua e participação em redes colaborativas como o Projeto Comprova. Assim, este resumo propõe investigar os procedimentos de escrita jornalística empregados na produção de matérias de fact-checking, tomando como objeto o UOL Confere. Questionamos como se constitui a escrita jornalística de checagem, considerando critérios de seleção de conteúdo, metodologia de apuração, sistema de classificação e estratégias discursivas? Vemos que o fact-checking, além de operar como jornalismo informativo, também atua como forma de alfabetização midiática, com potencial educativo, pois possibilita ao leitor mecanismos de entendimento para a construção de literacia (Gabriel, 2027; Oliveira & Sousa, 2025).

Atualmente, o cenário político brasileiro tem sido marcado por discursos antidemocráticos e autoritários propagados em redes sociais, prejudicando o quadro de desinformação. Para Seibt e Fonseca (2019), a verificação dos fato é compreendida como um produto jornalístico em si, diferenciando-se do procedimento interno de checagem adotado rotineiramente nas redações antes da publicação de uma notícia. Entre suas particularidades está a realização de uma checagem a posteriori, pois se debruça em conteúdos, relatos e declarações publicados em outros meios e/ou que circulam em redes sociais. Sua matéria-prima são os discursos de autoridades, políticos, organizações e outros grupos de influência que aparecem no ambiente midiático.

Entendemos o processo de legitimação do fact-checking como uma instituição de credibilidade no ambiente digital, e que tem se tornado um novo nicho de mercado para os jornalistas (Diniz, 2017). As transformações tecnológicas que propiciam a disseminação facilitada de informações errôneas e/ou parcialmente equivocadas, demandaram a criação de formas atualizadas de combate ao que se convencionou chamar de fake news. Todavia, em novembro de 2022, vemos mais um componente sendo acrescentado neste contexto informacional: o lançamento da primeira IA generativa, o ChatGPT. O modelo de linguagem (LLM) foi apresentado ao público e, consequentemente, adotado em larga escala. Desde essa introdução outros modelos são lançados e melhorados, sendo a IAGen uma constante em nossa experiência de vida. Mesmo a IA não sendo algo novo e já fazendo parte de nossas experiência no âmbito digital, como na personalização algorítmica, notamos que é a primeira vez que o ser humano está de fato em contato direto com um sistema por meio da linguagem. Logo, para os propósitos desse trabalho entendemos a IA como uma tecnologia de propósito geral, multidisciplinar, e se constitui, em sua mediação como social e humana, sendo que seus efeitos dependem de como os seres humanos a inserem no ambiente técnico-sociais. Kaufman e Santaella (2024) apontam para uma mudança paradigmática, na

qual migramos de um mundo de máquinas programadas para um mundo de máquinas probabilísticas, permeado de incertezas.

Com base no trabalho de Seibt e Rodriguez-Perez (2022), que aprofunda o conhecimento sobre as práticas e príncipios do fact-checking no Brasil, entendemos que "os jornalistas já não decidem o que é notícia, e sim o que é verdade no debate público" (Seibt & Rodriguez-Perez, 2022, p. 94). A metodologia utilizada adotará uma abordagem qualitativa, com a investigação das publicações do UOL Confere e análise de conteúdo de um corpus de matérias da editoria. Os procedimentos incluem a análise dos critérios de escolha de conteúdos, das etapas de apuração, do sistema de classificação e das escolhas dicursivas na escrita das matérias. Pois, dentro do processo de verificação e concepção do texto que esclarecerá os fatos, é empregado selos ou etiquetas de veracidade (como «verdadeiro», «falso», «exagerado», «impreciso» ou «insustentável»), que funcionam como «escala de veracidade», buscando traduzir a complexidade dos discursos.

Por fim, compreendemos que a construção de matérias de fact-checking devem focar na análise dos dados e no enfrentamento de discursos errôneos, primando pela transparência e veracidade das informações. Dessa forma, nosso objetivo em analisar tais matérias está no entendimento de que elas operam como ferramenta de instrumentalização da literacia midiática, em que atua como um dispositivo de fiscalização, portanto, de uma nova instituição democrática.

Referências

Gabriel, R. (2017). Letramento, alfabetização e literacia: um olhar a partir da ciência da leitura. *Revista Prâksis, 2*, 76-88.

Diniz, A. T. M. (2017). Fact-Checking no ecossistema jornalístico digital: Práticas, possibilidades e legitimação. *Mediapolis - Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público,* (5). https://doi.org/10.14195/2183-6019_5_2

Oliveira, F. R. C., & Sousa, C. M. (2025). Alfabetização Científica em tempos de desinformação: uma revisão sistemática da literatura. *Investigações em Ensino de Ciências*, *30*(2), 106-133.

Santaella, L., & Kaufman, D. (2024). A Inteligência artificial generativa como quarta ferida narcísica do humano. *MATRIZes, 18*(1), 37-53.

Seibt, T., & Fonseca, V. P. S. (2019). Transparência como princípio normativo do jornalismo: prática de fact-checking no Brasil. *Comunicação Pública, 14*(27). https://doi.org/10.4000/cp.4806

Análisis de contenido científico totalmente automatizado: del corpus a la inferencia sin intervención humana

Diego Bonilla
bonilla.diego@gmail.com
State University, Sacramento (Estados Unidos)
Universidad Nacional Autónoma de México

La transformación tecnológica asociada a la inteligencia artificial avanza a una velocidad que excede la capacidad social de comprenderla, orientarse frente a ella y construir acuerdos sobre su gobierno. El diagnóstico de Toffler se ha vuelto literal: cuando la velocidad del cambio supera la velocidad de respuesta institucional, la brecha resultante produce un shock que paraliza la deliberación pública. Comprender mentes mediatizadas exige, entonces, instrumentos que operen a la velocidad de los medios: el problema contemporáneo no es la escasez de información, sino la ausencia de procedimientos capaces de convertir un flujo abrumador en evidencia analizable al ritmo en que se produce.

El análisis de contenido es el procedimiento canónico de las ciencias de la comunicación para hacer inteligible el discurso mediático, y su restricción histórica nunca fue teórica sino laboral: el muestreo, la codificación y la verificación de fiabilidad exigen trabajo humano intensivo que impone un desfase estructural entre el fenómeno y su análisis. Las automatizaciones

recientes han asistido al codificador; no han sustituido el procedimiento. Y la etapa superior del método, la de formular hipótesis y someterlas a prueba, ha permanecido invariablemente reservada al investigador.

Este trabajo presenta un sistema que, una vez definido su diseño, ejecuta semanalmente el ciclo completo del análisis de contenido sin intervención humana. En cada ciclo construye un corpus multilingüe mediante más de ochocientas búsquedas en motores generales y cinco bases académicas, del que retiene alrededor de cuatro mil artículos; aplica un libro de códigos explícito de nueve criterios de evaluación; ejecuta una síntesis dimensional sobre un marco operacionalizado de pensamiento crítico (propósito, pregunta, información, inferencia, conceptos, supuestos, implicaciones y punto de vista); y produce estadística inferencial sobre sus propios resultados: análisis de varianza entre categorías, correlaciones ítem-total, análisis de fiabilidad y modelos de predictores. Una capa semántica vectorial identifica además marcos narrativos, posturas, atribuciones causales, contradicciones, perspectivas ausentes y distribución de voz y poder; y el corpus se acumula semana tras semana en un almacén vectorial que habilita la comparación longitudinal.

La contribución que este trabajo reclama es el cierre del ciclo. La automatización del análisis de contenido sólo está completa cuando alcanza la etapa que el método siempre reservó al investigador: la formulación y el contraste de hipótesis. Sobre el aparato estadístico ya en operación, se presenta una demostración dedicada, publicada fuera de la edición regular del sistema, en la que hipótesis sobre el discurso público de la inteligencia artificial se formulan, se someten a prueba y se reportan de manera íntegramente autónoma. El alcance no se limita al caso presentado: la arquitectura es independiente de su objeto, de modo que cualquier corpus mediático puede someterse al mismo procedimiento. Un sistema de publicación deviene, así, instrumento de investigación.

El sistema pertenece, además, a la tradición de este congreso por su modo de interpretar: las obras de McLuhan, Toffler y Freire integran su base

de conocimiento como fuentes recuperables semánticamente y operan como lentes activas sobre los hallazgos de cada semana, de modo que la teoría deja de ser comentario posterior a los datos para convertirse en criterio ejecutable dentro del procedimiento analítico. Se presenta la edición latinoamericana del sistema, diseñada para su público con marcos propios de la región; existe una edición espejo internacional cuya diferencia no es de traducción sino de encuadre. Su finalidad es ofrecer orientación bajo aceleración extrema: frente a un cambio demasiado rápido para la comprensión colectiva, un recurso que produce cada semana, de manera autónoma y verificable, evidencia sobre lo que está ocurriendo y sobre las direcciones que ese cambio abre o clausura.

Da notícia ao objeto: critérios para materialização tridimensional áudio-tátil de narrativas midiáticas inclusivas

Marina Lisboa Empinotti
marinaempinotti@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Maria José Baldessar
mbaldessar@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

A circulação contemporânea da informação jornalística depende intensamente de imagens, vídeos, mapas, infográficos, diagramas e outras formas visuais de organização do sentido. Embora tais recursos ampliem a expressividade das narrativas midiáticas, também produzem barreiras significativas para pessoas cegas ou com deficiência visual, especialmente quando a informação central de uma notícia está associada a relações espaciais, formas, percursos, volumes, posições ou contrastes visuais. Nesse contexto, a acessibilidade não pode ser compreendida apenas como adaptação técnica posterior, mas como condição comunicacional que determina quem pode participar da experiência midiática e de que modo determinados acontecimentos podem ser interpretados (World Health Organization, 2023).

Este trabalho propõe uma abordagem teórico-metodológica para identificar que tipos de notícias e imagens jornalísticas apresentam maior

potencial de conversão em objetos tridimensionais áudio-táteis. A proposta parte da compreensão de que a passagem da notícia para o objeto não é uma simples transposição visual ou uma ilustração em relevo. Trata-se de uma conversão entre sistemas semióticos, próxima da noção de tradução intersemiótica proposta por Jakobson (1959), pois envolve a passagem de informações jornalísticas textuais e visuais para uma experiência tátil e sonora. Assim, nem toda notícia se converte adequadamente em objeto tridimensional: acontecimentos com forte componente espacial, como enchentes, deslizamentos, colisões, rotas, edifícios, mapas, artefatos científicos ou cenas com relações posicionais evidentes, tendem a apresentar maior potencial de materialização. Em contrapartida, notícias abstratas, como decisões legislativas, disputas institucionais ou indicadores econômicos, exigem estratégias diagramáticas ou metafóricas mais complexas, com maior risco de distorção interpretativa.

O objetivo do estudo é propor uma matriz de adequação para classificar conteúdos jornalísticos conforme seu potencial de materialização tridimensional áudio-tátil. A matriz organiza critérios de análise em seis dimensões principais: espacialidade do acontecimento, concretude dos elementos, potencial de simplificação, legibilidade tátil, risco de distorção factual e viabilidade de fabricação por impressão 3D. A espacialidade observa a presença de forma, posição, volume, percurso, deslocamento ou relação entre elementos. A concretude avalia se a notícia envolve objetos, estruturas, paisagens, veículos, edifícios, corpos ou artefatos reconhecíveis. O potencial de simplificação considera se o fato pode ser reduzido a poucos elementos essenciais sem perda informativa relevante. A legibilidade tátil estima se esses elementos podem ser percebidos pelo toque, com apoio de narração sonora. O risco de distorção factual verifica se a peça pode induzir interpretações equivocadas ou sensacionalistas. Por fim, a viabilidade de fabricação considera robustez, estabilidade, espessura mínima, necessidade de suporte e adequação à impressão por FFF.

Metodologicamente, propõe-se a análise de um corpus de notícias distribuídas em diferentes editorias, com registro de título, lide, imagem principal, editoria, fonte, fato central e elementos visuais ou espaciais envolvidos. Cada item será classificado segundo os critérios da matriz, resultando em níveis de adequação alta, média ou baixa para conversão tridimensional áudio-tátil. O resultado esperado é uma tipologia de conteúdos jornalísticos materializáveis, capaz de orientar futuras etapas de geração de modelos 3D, avaliação de ferramentas de inteligência artificial e validação comunicacional com usuários. Estudos sobre percepção espacial e mapas cognitivos indicam que a relação entre forma, familiaridade e exploração tátil deve ser considerada no desenho de recursos comunicacionais não visuais (Rowell & Ungar, 2005).

Este trabalho contribui para a área ao deslocar a discussão sobre acessibilidade midiática para o campo da materialidade comunicacional. A peça tridimensional não substitui a notícia, nem resolve isoladamente a experiência informativa, mas atua como suporte sensorial complementar para compreender relações espaciais e estruturas visuais que a escuta ou o texto nem sempre conseguem representar. Ao propor critérios de seleção e classificação, o estudo contribui para os debates sobre jornalismo inclusivo, narrativas multimodais, design da informação e acessibilidade comunicacional.

Referências

Jakobson, R. (1959). On linguistic aspects of translation. In R. A. Brower (Ed.), *On translation* (pp. 232-239). Harvard University Press. https://doi.org/10.4159/harvard.9780674731615.c18

Rowell, J., & Ungar, S. (2005). *Feeling our way: tactile map user requirements: a survey* [Paper]. Proceedings of the 22nd International Cartographic Conference. International Cartographic Association.

World Health Organization. (2023). Blindness and vision impairment. https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/blindness-and-visual-impairment

Ecología mediática y inteligencia artificial: percepciones y prácticas de docentes y estudiantes de ciencias sociales en Ecuador

Abel Suing
arsuing@utpl.edu.ec
Universidad Técnica Particular de Loja

La irrupción de la inteligencia artificial generativa en la educación superior transforma los ecosistemas de aprendizaje, planteando desafíos epistemológicos particulares para las ciencias sociales. Este estudio explora las percepciones y prácticas de docentes y estudiantes universitarios en Ecuador frente a la integración de estas herramientas, analizando sus motivaciones, barreras y la tensión entre la innovación tecnológica y el pensamiento crítico.

La metodología es cualitativa, basada en catorce entrevistas semiestructuradas a docentes y ocho a estudiantes de programas de ciencias sociales, comunicación y educación, provenientes de universidades ecuatorianas e iberoamericanas. Los testimonios fueron analizados para identificar categorías emergentes sobre el uso, la formación y la gobernanza de la inteligencia artificial en el aula.

Los resultados revelan que los docentes reconocen la permanencia irreversible de esta tecnología, utilizándola para sistematizar tareas pedagógicas, revisar literatura y gamificar clases. Sin embargo, advierten sobre la falta de formación específica y la brecha digital, evidenciada en problemas

de conectividad y acceso a licencias, especialmente en instituciones públicas. Epistemológicamente, los profesores alertan sobre el riesgo de formar profesionales acríticos, describiendo un fenómeno de pensamiento inerte donde el estudiante recurre al copiar y pegar. Esto genera una desprofesionalización de la actividad académica y la pérdida del placer por la lectura profunda en humanidades. Para contrarrestar esto, proponen transitar hacia evaluaciones orales y la trazabilidad de los prompts utilizados.

Por su parte, los estudiantes reportan un uso diario y progresivo, especialmente en la elaboración de tesis, búsqueda de fuentes y planificación didáctica. Utilizan la inteligencia artificial como tutoría para practicar idiomas o generar esquemas conceptuales. Sus principales motivadores son el acceso a licencias institucionales y el fomento por parte de ciertos docentes. No obstante, enfrentan barreras económicas por los muros de pago y la incertidumbre frente a las invenciones de la máquina. Existe un temor generalizado a la dependencia cognitiva. Asimismo, denuncian actitudes restrictivas de algunos profesores que prohíben su uso sin ofrecer alternativas formativas, una realidad que contrasta con las experiencias de estudiantes en movilidad internacional, quienes perciben ecosistemas mediáticos más restrictivos en otros países latinoamericanos.

En la discusión, ambos grupos convergen en la urgencia de alfabetización digital y ética. Lamentan la ausencia de normativas institucionales claras, lo que genera un vacío regulatorio que obliga a la autogestión. Las divergencias radican en que los docentes enfatizan los impactos estructurales, la desigualdad entre instituciones y la necesidad de preservar el rol mediador humano; mientras que los estudiantes focalizan sus preocupaciones en el dominio técnico, la autenticidad de sus entregas y la necesidad de integrar la enseñanza de la ingeniería de prompts como una competencia curricular transversal.

Se concluye que la ecología mediática universitaria en Ecuador requiere un rediseño evaluativo y una gobernanza diferenciada, alineada con

los marcos de competencias propuestos por Valentini y Blancas (2025). La prohibición resulta contraproducente; es imperativo fomentar una mentalidad centrada en lo humano que transforme a la inteligencia artificial en un tercer actor de la tríada educativa, potenciando el pensamiento crítico y la ética del storytelling en las ciencias sociales.

Referencias

Valentini, A., & Blancas, A. (2025). *The challenges of AI in higher education and institutional responses: Is there room for competency frameworks?* UNESCO.

Entre o humano e o robótico: inteligência artificial e a virtualização da experiência humana em South Park

Lucas Santos Silva de Souza
lucassantos.silva@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Carlos Pernisa Júnior
carlos.pernisa@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

O fascínio da humanidade por seres autômatos não é um fenômeno recente. Desde a Antiguidade, diferentes civilizações produzem mitos e narrativas sobre criaturas dotadas de autonomia e capacidade de agir por vontade própria. Exemplos emblemáticos desse imaginário incluem de *Frankenstein*, de Mary Shelley (1818), romance que narra a história de um cientista que cria artificialmente um ser vivo, suscitando reflexões sobre os limites da ciência e as implicações éticas da criação da vida; a Talos, o gigante de bronze da mitologia grega, concebido para proteger a ilha de Creta contra invasores. Essas narrativas evidenciam que a ideia de entidades artificiais capazes de desempenhar funções específicas acompanha a humanidade há séculos, constituindo um importante referencial para compreender o papel e a evolução dessas tecnologias ao longo da história.

Atualmente, em um contexto marcado pelo uso cada vez mais disseminado - e, por vezes, pouco regulado - de ferramentas de Inteligência Artificial (IA), novas narrativas continuam a ser produzidas. Entretanto, mais do que evidenciar o potencial dessas tecnologias, algumas narrativas contemporâneas buscam também fomentar o debate acerca dos limites éticos, jurídicos e sociais que devem orientar seu desenvolvimento e sua utilização.

Reconhecida por utilizar a sátira como instrumento de crítica social, abordando temas como desigualdade, comportamento coletivo e questões políticas por meio do humor, a série norte-americana *South Park* apresenta, no terceiro episódio da 27ª temporada, "*Sick of Conforming"*, uma reflexão paralela ao fenômeno do chamado "virtualismo" (Söffner, 2025), associado à Inteligência Artificial. No episódio, o personagem Randy recorre ao ChatGPT para solucionar os mais diversos problemas de sua vida cotidiana, desde estratégias para tornar sua fazenda mais lucrativa à obtenção de conselhos para lidar com conflitos conjugais. A crescente dependência do personagem em relação à ferramenta provoca a insatisfação de sua esposa, Sharon, que percebe a IA como um mecanismo de validação acrítica das ideias e decisões de Randy, evidenciando uma crítica à tendência de utilização dessas tecnologias como substitutas do julgamento e até mesmo do comportamento humano.

A crítica do seriado animado de *Trey Parker* e *Matt Stone* converge com o conceito de "virtualismo", proposto por Söffner (2025), à medida em que evidencia a virtualização de dimensões tradicionalmente humanas, como as emoções, os afetos e os processos de tomada de decisão. Sob essa perspectiva, a Inteligência Artificial deixa de atuar apenas como ferramenta de apoio e passa a ocupar um espaço de mediação das relações interpessoais e da própria experiência subjetiva.

Essa problemática pode ser analisada à luz do conceito de duplo empírico-transcendental, desenvolvido por Michel Foucault em *As Palavras e as Coisas* (1966). Para o autor, o ser humano constitui uma figura paradoxal da

modernidade: simultaneamente é objeto do conhecimento, enquanto ser vivo, falante e finito (dimensão empírica), e também sujeito que torna possível a produção desse mesmo conhecimento (dimensão transcendental).

Ao evidenciar a crescente delegação de faculdades humanas à Inteligência Artificial, a crítica apresentada em *South Park* suscita reflexões acerca dos limites dessa dupla condição, questionando em que medida a mediação tecnológica pode redefinir a constituição do sujeito e sua relação com o conhecimento, a autonomia e a experiência humana, sobretudo no que tange a relação a outrem. Portanto, ao abordar tal temática, o seriado contribui para a discussão saudável a respeito de não somente uma virtualização da realidade, mas, de igual modo, da robotização das relações humanas.

Referências

Foucault, M. (1966). *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas* (5ª ed.). Martins Fontes.

Shelley, M. (1818). *Frankenstein; or, The modern Prometheus*. Lackington, Hughes, Harding, Mavor & Jones.

Söffner, J. (2025). Virtualism: How AI replaces reality. *AI & Society, 40*, 1389-1401. https://doi.org/10.1007/s00146-024-01999-9

From the typographical to the electronic media environment: Generative Artificial Intelligence and student perceptions of a standardized university exit examination

Eduardo Portas Ruiz
eduardo.portas@anahuac.mx
Universidad Anáhuac México

As Generative Artificial Intelligence (GenAI) systems advance remarkably in their capacity to solve university-level standardized tests and professional certification exams (Ali et al., 2023; Amanlou et al., 2026; Gabay et al., 2026; Gao et al., 2026; Miranda et al., 2023 Pyeon et al., 2026; Ros-Arlanzón et al., 2025, Stribling et al., 2024), their perceived utility for assessing student knowledge diminishes.

This represents a fundamental shift in the expectations that students hold regarding these highly controlled instruments, which for decades functioned reliably as a barometer of university learning and largely determined the attainment of an undergraduate degree. Following Strate's (2017) argument, it can thus be suggested that we find ourselves in a phase of transition between a typographic media environment and an advanced electronic one, in which GenAI integrates certain logics of the preceding era and hybridizes them into novel dynamics and interactions, such as GenAI's ability to answer written examinations with ever-increasing efficiency.

To substantiate these claims, this study presents the results of an original survey conducted by the author among Mexican university students who took the EGEL-Ceneval, a standardized, text-intensive instrument commonly used to measure the academic level of degree programs offered by higher education institutions in Mexico. The 26-item questionnaire was completed in full by 123 students between 2025 and 2026. Raw data of the survey is available for other researchers.

Among the most salient results of the survey, 37.7% considered that, in light of the advancement of GenAI, a predominantly text-based examination is useless for their professional performance, compared to 39.8% who regard it as useful. In addition, 60% consider the text-based format to be outdated. Similarly, the compatibility of the examination's logic with the advancement of GenAI in relation to students' fields of professional practice was questioned: 53% stated that the examination remains relevant, while 47% stated that it does not. Moreover, opinion is sharply divided regarding the pertinence of the test for measuring the degree of learning achieved in the undergraduate program within an environment that includes AI (39.8% vs. 37.4%), as shown in Table 1.

Table 1. *"In the age of AI, the text-based EGEL Plus examination remains relevant for measuring knowledge of the most important aspects of my discipline learned during my university education"*

Response	Porcentaje of response (n = 123)
Completely disagree	13% (16)
Disagree	24.4% (30)
Neither disagree nor agree	22.8% (28)
Agree	32.5% (40)
Completely agree	7.3% (9)
Total	100% (123)

Prepared by the author.

These results can be better understood through the ziggurat model proposed by Strate (2017), which classifies media environments as oral, chirographic, typographic, and electronic. Each milieu retrieves aspects of its predecessors through differentiated interactions and artifacts that create unique contexts for the study of the human condition. From his perspective a medium "is the observable manifestation of a dynamic process, a process of *mediating*" (Strate, 2017, p. 116, emphasis in the original text). In this sense, medium is equivalent to environment (Strate, 2017, p. 117) and within it multiple systems allow for distinct media transactions. The survey data suggest that university students are rapidly migrating from the typographical to the electronic media environment as GenAI represents to them a new mode of solving knowledge-based problems that were previously deemed complex, such as university exit examinations. In this regard, then, the perceived utility of standardized exit examinations decreases as the mediation offered by GenAI to decipher correctly this and other complicated intellectual tasks increases in both ease and accessibility with each advancement in Large Language Model technology.

The Media Ecology approach is particularly useful for understanding the incursion of GenAI into academic settings. Petricini (2024) affirms that the emergence of this technology demands a media ecological analysis, as it operates not as an additive tool but as a transformative, omnipresent environment. Jefferson (2024), meanwhile, states that GenAI is simultaneously a medium that carries messages and one that actively generates and encodes them. Aguado-Terrón and Grandío-Pérez (2024) argue that GenAI amplifies human coding and representational capacities as a universal encoder, among other notable changes.

References

Aguado-Terrón, J.M., & Gradío-Pérez, M.M. (2024). Hacia una ecología mediática de la IA Generativa: la obra creativa en la era de la automatización. *Palabra Clave*, *27*(1), Article e2718. https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.1.8

Ali, R., Tang, O. Y., Connolly, I. D., Zadnik Sullivan, P. L., Shin, J. H., Fridley, J. S., Asaad, W. F., Cielo, D., Oyelese, A. A., Doberstein, C. E., Gokaslan, Z. L., & Telfeian, A. E. (2023). Performance of ChatGPT and GPT-4 on neurosurgery written board examinations. *Neurosurgery*, *93*(6), 1353-1365. https://doi.org/10.1227/neu.0000000000002632

Amanlou, M., Amou-Jafari, Y., Livian, M., Boloukazari, F., Bagheri, F., & Bahrak, B. (2026). Beyond Access: Guided LLM Scaffolding for Independent Learning in Undergraduate Statistics. *ArXiv*. https://doi.org/10.48550/arXiv.2606.01375

Gabay, E., Maoz, Y., Stahl, J., Maoz, N., Amer, A., Eilat, O., Levy, H., Kleinbort, M., Rubinstein, A., & Haviv, A. (2026). Evaluating large language models on computer science university exams in data structures. *ArXiv.* https://doi.org/10.48550/arXiv.2604.23347

Gao, C., Liu, C., Luo, Z., Xiao, D., Sui, M., Shen, S., Zhu, C., Chen, H., Zuo, X., Ge, Z., Zhu, T., Zhou, W., & Han, X. (2026). Are LLMs ready for computer science education? A cross-domain, cross-lingual and cognitive-level evaluation using professional certification exams. *ArXiv.* https://doi.org/10.48550/arXiv.2604.06898

Jefferson, W. E. (2024). Eye of media ecology on AI. *Explorations in Media Ecology*, *23*(4), 387-399. https://doi.org/10.1386/eme_00222_1

Miranda, S., Pichardo-Lagunas, O., Martínez-Seis, B., & Baldi, P. (2023). Evaluating the performance of large language models for Spanish language in undergraduate admissions exams. *Computación y Sistemas*, *27*(4), 1241-1248. https://doi.org/10.13053/cys-27-4-4790

Pyeon, G., Heo, I., Jung, J., Hwang, T., Namgoong, H., Seo, H., Kang, H., & Jung, S. (2026). Evaluating large language models on the 2026 Korean CSAT mathematics exam: Measuring mathematical ability in a zero-data-leakage setting. *Applied Artificial Intelligence*, *40*(1), Article e2684121. https://doi.org/10.1080/08839514.2026.2684121

Petricini, T. (2024). Special Issue introduction: AI and media ecology. Explorations in Media Ecology, *23*(2), 93-103. https://doi.org/10.1386/eme_00198_2

Ros-Arlanzón, P., Gutarra-Ávila, R., Arrarte-Esteban, V., Bertomeu-González, V., Hernández-Blasco, L., Masiá, M., Navarro-Canto, L., Nieto-Navarro, J., Abarca, J., & Sempere, A. P. (2025). When AI models take the exam: large language models vs medical students on multiple-choice course exams. *Medical education online*, *30*(1), Article 2592430. https://doi.org/10.1080/10872981.2025.2592430

Stribling, D., Xia, Y., Amer, M.K., Graim, K.S., Mulligan, C.J., & Renne, R. (2024) The model student: GPT-4 performance on graduate biomedical science exams. *Sci Rep, 14*, Article 5670. https://doi.org/10.1038/s41598-024-55568-7

Strate, L. (2017). *Media Ecology: An Approach to Understanding the Human Condition*. Peter Lang.

Imagens imaginadas: inteligência artificial, a crise da verdade fotográfica e os desafios da literacia midiática visual

Roberta Cristiane de Oliveira
robertacrol@hotmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Esse artigo se propõe a analisar o regime de verdade historicamente atribuído à fotografia e, por extensão, ao fotojornalismo, diante do contexto atual de produção de imagens por inteligência artificial (IA). Nesse cenário, discute-se como a Literacia Midiática Visual se apresenta como uma estratégia no combate à desinformação potencializada por essas novas formas de criar 'imagens imaginadas'.

Criada em finais do século XIX, a fotografia satisfez a necessidade de uma imagem técnica, capaz de registrar fidedignamente a realidade de forma mecânica e objetiva, sem intervenção da subjetividade humana (Santaella & Nöth, 2015). A evolução tecnológica dos filmes fotográficos analógicos, a invenção das câmeras digitais e a popularização de sistemas de geração de imagens infográficas ou sintéticas (Santaella & Nöth, 2015), abriram espaço para uma discussão sobre a aparência das imagens e sua débil conexão com a realidade material. O valor documental atribuído à fotografia analógica e a ilusão especular que lhe acompanhou como característica inata (Machado, 2015), a transformou em testemunha ocular dos fatos. Logo, ela foi agenciada pelo

jornalismo e passou a ilustrar a notícia e a oferecer um atestado irrefutável do "isso foi" barthesiano (Barthes, 2015).

Diferentemente da pintura ou do desenho, a câmera parecia oferecer uma visão direta e neutra do mundo. Por esse motivo, a fotografia foi revestida por uma aura de verdade inquestionável: "uma foto não mente". Essa crença se tornou tão dominante, em contextos jornalísticos, judiciais e até científicos, que a fotografia passou a funcionar como um espelho que reflete somente a realidade.

O advento da IA generativa representou um novo marco nesse percurso histórico ao deslocar o foco da automação de tarefas lógicas e simulação de processos cognitivos para a produção autônoma de conteúdos simbólicos complexos, tais como textos, sons e imagens. Ao aprender e sintetizar informações a partir dos dados introduzidos em seu sistema, ela cria artefatos inéditos que mimetizam linguagens humanas e estéticas visuais que alcançam um alto grau de semelhança com a realidade. Hoje, a certeza outrora embutida na afirmação "a foto não mente" se dilui e dá forma ao questionamento "essa imagem é real ou é IA?".

A dificuldade para identificar se algo é verdadeiro ou falso se torna ainda mais preocupante quando colocada a serviço do jogo político, principalmente em ano de eleição. A Unesco denomina como desinformação "tentativas deliberadas (frequentemente orquestradas) para confundir ou manipular pessoas por meio de transmissão de informações desonestas" (Ireton & Posetti, 2019, p. 7). A desinformação visual oferece um risco ainda maior, posto que "as imagens são mais poderosas emocionalmente e memoráveis do que as palavras" (Bock, 2023, p. 1). No contexto contemporâneo, a imagem ganhou relevância ainda maior na experiência social e na mediação com o real.

Embora exista um reconhecimento difuso sobre a existência e atuação da IA no dia a dia, ainda são limitadas as capacidades perceptivas de identificá-la, compreendê-la e analisá-la criticamente. Diante desse cenário, torna-se necessário implementar estratégias de Literacia Midiática, especialmente

aquelas voltadas à dimensão visual, com ênfase nas imagens artificialmente criadas que buscam emular códigos estéticos e indexicais da fotografia para se apropriarem dos valores historicamente atribuídos a ela. O conceito de Literacia Midiática possui variadas definições, mas todas são unânimes quanto à capacidade de analisar e compreender um conteúdo midiático. Contudo, um ponto que parece essencial é que a literacia não é uma habilidade inata, mas passível de ser aprendida e assimilada ao longo da vida (Potter, 2010).

Apesar de seu potencial danoso, a IA não se apresenta somente como ameaça, mas pode ser utilizada como estratégia de combate à desinformação e a favor da liberdade de imprensa, apoiando e garantindo segurança a jornalistas em regiões de conflito e repressão política. A partir disso é possível perceber que o problema não está na IA, mas nas formas como ela é incorporada ao ecossistema comunicacional e na dificuldade em identificar sua presença ao interagir com ela.

Referências

Barthes, R. (2015). *A câmara clara. Nota sobre a fotografia.* Ed. Nova Fronteira.

Bock, M. A. (2023). *Visual media literacy and ethics: Images as affordances in the digital public sphere.* First Monday. https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/13233/11117.

Ireton, C., Posetti, J. (2019). *Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo.* UNESCO.

Machado, A. (2015). *A ilusão especular. Uma teoria da fotografia*. Ed. Gustavo Gilli.

Potter, W. J. (2010). The State of Media Literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media.* https://mdlab2015.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/07/potter-english.pdf

Santaella, L., Nöth, W. (2015). *Imagem. Cognição, Semiótica, Mídia*. Iluminuras.

Inteligência artificial e análise de redes sociais aplicadas à memória jornalística local: uma análise do acervo digital do Jornal Folha de Coqueiros (2021-2026)

Rita de Cássia Romeiro Paulino
rcpauli@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Fernanda Gobbi Alves
fernandagobbialves@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

O jornalismo registra acontecimentos cotidianos que, ao longo do tempo, constituem parte significativa da memória das comunidades. Entretanto, embora a digitalização dos acervos amplie as possibilidades de acesso e preservação dessas informações, o grande volume de conteúdos produzidos dificulta sua organização, recuperação e interpretação. Como consequência, importantes registros da memória local permanecem dispersos, pouco explorados e de difícil utilização para pesquisas, para a própria atividade jornalística e para a sociedade.

Nesse cenário, o avanço das tecnologias de Inteligência Artificial (IA) e das metodologias de Análise de Redes Sociais (ARS) oferece novas possibilidades para a investigação de grandes volumes de dados jornalísticos. A combinação dessas abordagens permite identificar padrões temáticos,

relações entre atores, conexões semânticas e estruturas de conhecimento que dificilmente seriam percebidas apenas por meio da leitura individual das notícias. Conforme destacam Menczer et al. (2020), as redes constituem uma forma eficiente de representar sistemas complexos, possibilitando a análise das relações estabelecidas entre diferentes elementos de um conjunto de dados.

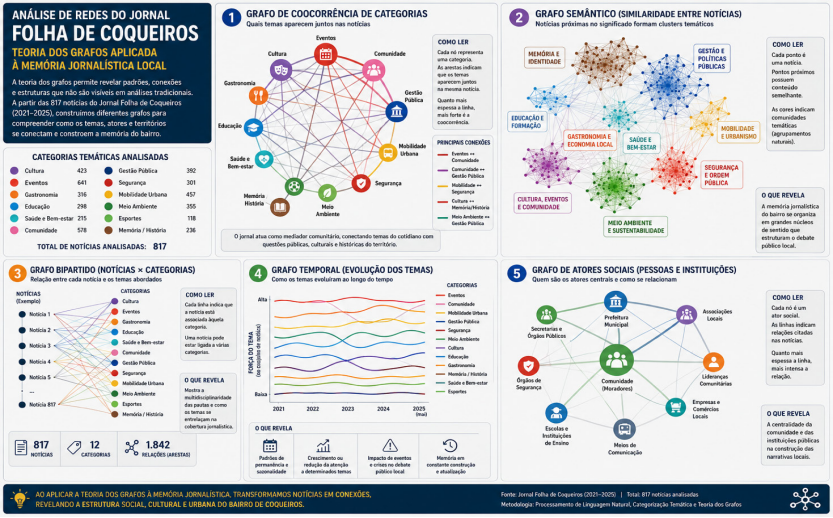
A pesquisa teve como objeto o acervo digital do jornal *Folha de Coqueiros*, veículo comunitário da região continental de Florianópolis, sendo analisadas 817 notícias publicadas entre 2021 e 2026. A metodologia foi estruturada segundo a Design Science Research Methodology (DSRM) (Peffers et al., 2007), articulando análise de conteúdo, categorização temática assistida por Inteligência Artificial, validação humana, modelagem de grafos e Análise de Redes Sociais. As categorias temáticas foram inicialmente identificadas com apoio da IA e posteriormente revisadas pela editora do jornal, que validou as categorias propostas e incluiu a categoria Memória.

O objetivo geral da pesquisa consiste em analisar o acervo digital do Jornal Folha de Coqueiros por meio da integração entre Inteligência Artificial Generativa e Análise de Redes Sociais, identificando padrões temáticos, conexões entre atores e elementos relacionados à construção da memória jornalística local. A aplicação do pipeline resultou na construção de cinco representações (Figura 1): Rede de Coocorrência Temática, Rede Semântica, Grafo Bipartido Notícia-Categoria, Rede Temporal e Rede de Atores. A demonstração permitiu verificar a capacidade do procedimento de transformar o acervo em estruturas de conhecimento visualizáveis e analisáveis.

Paulino e Ventura (2021) demonstram o potencial da integração entre análise textual e Análise de Redes Sociais na interpretação de conteúdos produzidos em ambientes digitais. Ao combinarem diferentes técnicas de análise de dados, os autores evidenciam como a representação em redes pode revelar relações e padrões que não são facilmente identificados por abordagens tradicionais. No campo da Análise de Redes Sociais aplicada à comunicação,

Recuero (2015) destaca que as redes constituem importantes instrumentos para compreender processos de interação, circulação de informação e formação de comunidades.

Figura 1. *Análise dos dados da Folha de Coqueiros visualizados em grafos*



Autoras/ChatGPT.

Como contribuição metodológica, a pesquisa também propõe um Framework de Prompts para Geração de Grafos Jornalísticos, concebido como um protocolo reutilizável para orientar modelos de Inteligência Artificial na construção e interpretação de grafos aplicáveis a diferentes acervos jornalísticos. Os resultados evidenciaram a centralidade da temática comunitária na organização da agenda jornalística local, a recorrência de temas relacionados à segurança e à saúde, a predominância de instituições na rede de atores e o papel do jornalismo como mediador das relações comunitárias.

Entre os principais achados da pesquisa destaca-se a centralidade da categoria Comunidade na organização da agenda jornalística da Folha

de Coqueiros. A análise revelou que temas relacionados à vida comunitária funcionam como elementos articuladores de diferentes pautas, conectando assuntos como mobilidade urbana, segurança, saúde, cultura, memória e gestão pública. Também foi possível identificar a recorrência de temas associados à segurança e à saúde, bem como a forte presença de instituições públicas e organizações comunitárias na rede de atores.

Conclui-se que a integração entre Inteligência Artificial, análise de conteúdo, Análise de Redes Sociais e o framework proposto constitui uma abordagem para investigar acervos jornalísticos digitais, contribuindo para a compreensão da memória jornalística local e para o desenvolvimento de modelos analíticos replicáveis em diferentes contextos informacionais.

Referências

Menczer, F., Fortunato, S., & Davis, C. A. (2020). *A first course in network science.* Cambridge University Press.

Paulino, R., & Ventura, M. (2021). Análise de redes, análise textual e emojis em dados digitais: Aplicações metodológicas em ambiente de mídias sociais. *Cuadernos.info, 49*.

Peffers, K., Tuunanen, T., Rothenberger, M. A., & Chatterjee, S. (2007). A design science research methodology for information systems research. *Journal of Management Information Systems, 24*(3), 45-77.

Recuero, R. (2015). *Redes sociais na internet* (2ª ed.). Sulina.

Inteligência artificial generativa na criação de imagens técnicas, ideologia da objetividade e os riscos à experiência democrática

Estela Loth Costa
loth.estela@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Discutir a produção de imagens técnicas e como elas permeiam a sociedade nos dias de hoje tem sido um esforço cada vez mais necessário. Em contexto midiatizado, onde há uma grande circulação de produtos comunicacionais de diferentes linguagens e códigos, as imagens e as novas tecnologias podem ser observadas como elementos de um processo que promove mudanças na cultura. É necessário olhar para as imagens compreendendo suas potencialidades e riscos. Segundo Beiguelman (2021, p. 31), "as imagens tornaram-se um dos espaços mais importantes de sociabilidade e comunicação do século XXI".

Para Baudrillard (1991, p. 13) a relação das imagens com o real se dá em quatro fases: "ela reflete uma realidade profunda"; "mascara e deforma essa realidade"; "mascara a ausência de uma realidade profunda"; e, por fim, "não tem relação com qualquer realidade: ela é o seu próprio simulacro puro". As imagens produzidas por IA Gen são essas sem qualquer relação com a realidade (simulacro puro), ou seja, já não há uma realidade a ser deformada ou ocultada, nem mesmo há algo real que precise ser encoberto. Sendo assim,

o que se apresenta é o que Baudrillard (1991, p. 9) anuncia como "hiper-real", imitação os signos da realidade. Segundo Accoto (2023, p. 20), "as imagens do futuro terão uma ontologia diferente daquelas do passado, mesmo que superficialmente, no começo, se pareçam com as de antigamente". Ou seja, as imagens resultantes de IA Gen escancaram uma crise do estatuto da imagem.

Além disso, há a ainda renitente "ideologia da objetividade" (Sousa, 2004, p. 223), que se manifesta nos sujeitos como uma crença consensual na incontestabilidade da fotografia, por esta precisar da existência de um referente do qual se extrai a imagem. Segundo Arlindo Machado (2015, p. 47), "a ênfase no referente à concepção de fotografia como reflexo bruto da 'realidade' só pode se justificar como postura estratégica, isto é, ideológica". Ou seja, a manutenção dessa crença auxilia na dominação política de uma classe sobre as outras.

Nesse cenário de crise do estatuto ontológico das imagens técnicas, de renitente ideologia da objetividade e de uso da técnica como estratégia para manutenção de assimetrias, surgem preocupações acerca do universo da política e da democracia. Imagens produzidas por IA Gen podem ser facilmente disseminadas nas redes sociais digitais e, com isso, propagar desinformação e sentimento de desconfiança.

Sendo assim, o presente artigo pretende realizar uma articulação teórico-conceitual para discutir as imagens técnicas produzidas por IA Gen como fator que remodela práticas midiáticas e, consequentemente, condições democráticas. Propõe-se um debate sobre o caráter dessas imagens compreendendo-as como fruto de uma linguagem que difere da fotografia e outras imagens técnicas, apresentando uma discussão sobre os regimes de presença e ausência de referente ao longo da história das imagens técnicas de modo a demonstrar que a crise atual não surge de forma abrupta, mas como um afunilamento de um processo que já se anunciava em outras linguagens de produção imagética. Além disso, pretende-se aprofundar teoricamente o conceito de ideologia da

objetividade, articulando-o com a cultura digital contemporânea, na qual a imagem segue operando como critério de credibilidade e prova, mesmo quando produzida por processos alheios a qualquer factualidade.

Dessa forma, pretende-se problematizar o uso desse tipo de imagens na ecologia dos meios e possíveis impactos em processos democráticos. Para isso, são mobilizados autores como Vilém Flusser, Coeckelbergh, Arlindo Machado, Accoto, Borges Júnior, entre outros.

Referências

Accoto, C. (2023). A potência da latência: inteligência artificial generativa (textos, imagens, agentes). *Cadernos IHU Ideias,* (348), 7-31.

Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e Simulação.* Relógio D'Água.

Beiguelman, G. (2021). *Políticas da Imagem: vigilância e resistência na dadosfera.* UBU Editora.

Machado, A. (2015). *A Ilusão especular. Uma teoria da fotografia.* Gustavo Gili.

Sousa, J. (2004) *Uma história crítica da fotojornalismo ocidental.* ARGOS.

Large language models no jornalismo de dados: desafios e potencialidades[1]

Cláudia Silvestre
csilvestre@escs.ipl.pt
Escola Superior de Comunicação Social - IPL, LIACOM, CEAUL

O aumento da disponibilidade de dados tem vindo a transformar a nossa sociedade, e em particular a forma como as organizações e os profissionais trabalham (Braun et al., 2024). No jornalismo, esta realidade tem impulsionado a afirmação do jornalismo de dados como uma componente cada vez mais relevante da produção jornalística contemporânea, nas mais diversas áreas como política, economia, saúde pública, ambiente, ciência e desinformação, entre outras. Deste modo, a capacidade de recolher, analisar e comunicar dados tornou-se uma competência essencial para os jornalistas e para as redações, uma vez que muitos temas de interesse público são apresentados através de indicadores estatísticos, como séries temporais ou rankings, mas também mapas, gráficos ou infográficos. Contudo, a interpretação incorreta desses elementos pode conduzir a conclusões fatualmente erradas. Por outro lado, simplificações abusivas geralmente levam à produção de narrativas enviesadas (Spiegelhalter, 2019). Por isso, a literacia de dados e a literacia estatística

1. This work is funded by national funds through the FCT - Foundation for Science and Technology, I.P., within the scope of project UID/06303/2025.

constituem uma dimensão fundamental do jornalismo, especialmente quando os jornalistas trabalham com informação complexa ou incompleta.

Para além da crescente disponibilidade de dados, a inteligência artificial (IA) tem vindo a integrar-se de forma transversal em múltiplas dimensões tanto da vida quotidiana como da vida profissional. Os sistemas de IA, em particular os *Large Language Models* - LLM (modelos de linguagem de grande dimensão), são atualmente utilizados para um vasto conjunto de tarefas, desde o entretenimento e a criação de conteúdos, a análise e síntese de documentos, a produção de texto, o apoio à tomada de decisão, a pesquisa de informação, até à interpretação de dados (Quinonez & Meij, 2024). Esta crescente adoção dos LLM tem alcançado igualmente as redações jornalísticas, introduzindo novas possibilidades para apoiar tarefas como as transcrições, a tradução automática, o resumo de dados, a criação e explicação de indicadores, a identificação de tendências e posteriormente a produção de narrativas jornalísticas (Nishal & Diakopoulos, 2025). Apesar desta aparente vantagem, a utilização destes modelos também levanta riscos, nomeadamente a geração de interpretações estatisticamente incorretas, a omissão das limitações metodológicas e a produção de afirmações que não são sustentadas pelos dados (Bender et al., 2021).

Neste enquadramento e tendo por base a literatura científica, o presente estudo propõe uma análise crítica sobre o potencial e as limitações dos LLM na interpretação de informação, com destaque para a informação estatística em contexto jornalístico, nomeadamente na análise do viés pre-existente, viés técnico e viés emergente (Gajakos et al., 2026). Através da revisão e discussão dos principais contributos sobre inteligência artificial generativa, literacia estatística e jornalismo de dados, pretende-se identificar as capacidades, os riscos e as condições necessárias para a sua utilização responsável nas redações, reforçando simultaneamente a importância da supervisão humana (Cañas, 2022), da verificação fatual e da literacia estatística como elementos fundamentais para garantir a qualidade e a credibilidade da informação.

Referências

Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big? In *FAccT '21: Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*, 610-623, https://doi.org/10.1145/3442188.3445922

Braun, M., Greve, M., Brendel, A. B., & Kolbe, L. M. (2024). Humans supervising artificial intelligence-investigation of designs to optimize error detection. *Journal of Decision Systems, 33*(4), 674-699. https://doi.org/10.1080/12460125.2023.2260518

Cañas, J. J. (2022). AI and ethics when human beings collaborate with AI agents. *Frontiers in psychology, 13*, 836650. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.836650

Gajakos, N., Staff, C., Murphy, B., Kelleher, J. D., Rejwanul, H. (2026) A survey of gender bias mitigation in neural machine translation. *Lang Resources & Evaluation, 60*(60). https://doi.org/10.1007/s10579-026-09931-x

Nishal, S., & Diakopoulos, N. (2025). Values as problems, principles, and tensions in sociotechnical System design for journalism. In *Proceedings of the 2025 ACM Designing Interactive Systems Conference* (pp. 2975-2991). https://doi.org/10.1145/3715336.3735717

Quinonez, C., & Meij, E. (2024). A new era of AI-assisted journalism at Bloomberg. *AI Magazine, 45*(2), 187-199. https://doi.org/10.1002/aaai.12181

Spiegelhalter, D. (2019). *The Art of Statistics: How to Learn from Data.* Pelican Books.

Limites éticos do fotojornalismo em tempos de IA generativa: primeiros olhares

Denis Renó
denis.reno@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

O ecossistema midiático contemporâneo resulta de transformações tecnológicas marcantes, somadas às alterações comportamentais no uso destas novas tecnologias. De fato, essa não é uma característica somente da contemporaneidade, mas da própria essência da ecologia dos meios (Postman, 2015). Porém, parece-nos ser obrigatório o reconhecimento de que a tecnologia digital nos levou a alterações mais rápidas e expressivas (Renó & Flores, 2018). Uma sociedade acelerada, portátil, móvel, multiplataformizada, cada vez mais dependente das tecnologias, com a instantaneidade como característica básica e, recentemente, com uma nova e transformadora característica: a Inteligência Artificial Generativa.

Tal como ocorreu noutras áreas profissionais, a entrada da Inteligência Artificial no jornalismo desencadeou centenas de investigações relacionadas com a sua influência em todo o processo informativo. Da recolha à distribuição de informação, mas com particular ênfase na produção, todo o processo tem registado profundas alterações (Pavlik, 2023), sobretudo pelo impacto da vertente generativa desta tecnologia na produção.

No panorama das vítimas destas mudanças encontramos a fotografia, que outrora, em seu surgimento, teve com diferencial a solidificação "instantânea" de memórias visuais (Renó & Barcellos, 2017). De fato, a materialização do instante na fotografia sempre foi um dos temas que levava a arte a diversos patamares de interesse. Depois dos êxitos experimentais através da Heliografia de Niépce, em 1826, e o desenvolvimento desta proposta a partir da Calotipia e do Daguerriotipia, de Louis Daguerre (Adams, 2001), alguns artistas visuais deixaram os pincéis e partiram para a fotografia, pois era mais rápido "pintar" os seus quadros com o registro imagético pelo uso do Colódio Seco, surgido no fim do Século XIX. A técnica utilizava uma placa de vidro com emulsão à base de prata e elementos ligantes (Adams, 2001).

Agora temos novas transformações no ecossistema midiático, a partir da Inteligência Artificial Generativa (Darrach, 2023), que promete mudanças positivas para a humanidade a partir da evolução da IA já existente. Neste ponto, é importante ressaltar que, apesar de vivermos com tecnologias auxiliares com algoritmos pré-programados há décadas, foi em 2022 que passamos a conviver com novos horizontes impostos à humanidade, e a fotografia acabou por ser atingida em cheio. Já não identificamos imagens verdadeiras entre as que nos chegam, pois a capacidade de manipulação/criação de "registros" está aprimorada. Isso pode ser confirmado pela comercialização de imagens sobre a invasão da Palestina pela Adobe Stock produzidas por IA (Oremus & Verma, 2023). Como fica a deontologia do fotojornalismo frente a isto?

Com base nestes preceitos, apresento este resumo expandido, resultante das discussões preliminares para a elaboração e submissão de um projeto de pesquisa aplicada, que se propõe a posicionar-se e estabelecer os limites deontológicos do fotojornalismo contemporâneo. No projeto, adotarei procedimentos metodológicos apoiados, basicamente, na pesquisa bibliográfica, na pesquisa documental, na entrevista estruturada com profissionais do fotojornalismo e, a partir da pesquisa aplicada, nas experimentações tecnológicas sobre fotografia

no campo da IA Generativa, além de debates com especialistas no tema. Nesta pesquisa, apresentarei a primeira etapa, relacionada às pesquisas bibliográfica e documental, assim como a definição de conceitos fundamentais sobre o tema.

Referências

Adams, A. (2001). *A câmera.* Editora Senac.

Darrach, A.. (2023). Q&A: Fred Ritchin on AI and the threat to photojournalism no one is talking about. *Columbia Journalism Review.* https://www.cjr.org/the_media_today/fred_ritchin_ai_photojournalism.php

Oremus, W. & Verma, P. (23 de novembro de 2023). These look like prizewinning photos. They're AI fakes. *The Washigton Post*. Em https://www.washingtonpost.com/technology/2023/11/23/stock-photos-ai-images-controversy/

Pavlik, J. (2023). Collaborating with ChatGPT: Considering the implications of generative artificial intelligence for journalism and media education. *Journalism & Mass Communication Educator, 78*(1), 84-93. https://doi.org/10.1177/10776958221149577

Postman, N. (2015). El humanism de la ecología de los medios. In C. Scolari (Org.), *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones.* Gedisa.

Renó, D., & Flores, J. (2018). *Periodismo Transmedia.* Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/periodismo-transmedia

Renó, D., & Barcellos, J. (2017). Paradojas de la fotografía en el nuevo ecosistema mediático: ¿Innovación tecnológica? *Teknokultura, 14*(2), 363-371. https://revistas.ucm.es/index.php/TEKN/es/article/view/56439

Limites semióticos da comicidade computacional na era das inteligências artificiais generativas

Gustavo Bonassa Bucker
contato@gbucker.com
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

A relação entre humor e simulação é um grande desafio (Taylor & Mazlack, 2010), pois situa a computação em uma área em que o senso comum desconfia de sua capacidade: a criatividade (Santaella, 2025). A comicidade computacional se institui como campo de estudos no início dos anos 1990, quando Attardo & Raskin (1991) propõem a *General Theory of Verbal Humor* (GTVH). Com as Inteligências Artificiais Generativas (IAGens), observou-se um aumento na quantidade de *benchmarks* para medir o quanto textos humorísticos gerados por máquinas são engraçados (Mirowski et al., 2025; Sakabe et al., 2025). As conclusões espelharam resultados de avaliações de outros campos, com explicações que atrelam o desempenho nas tarefas ao grau de desenvolvimento dos modelos.

Aqui, baseados na visão apresentada por Marez et al. (2024), Mirowski et al. (2024) e Mirowski et al. (2025), propomos outra abordagem. A hipótese é que ao menos parte do problema não está nos sistemas, mas na teoria que subsidia as avaliações. A GTVH foi proposta para avaliar similaridade entre piadas, usando seis níveis de critérios diferentes para comparar

piadas. A função original não era gerar texto cômico. Ao ser entendida como um objetivo a ser alcançado, uma teoria que servia para medir passa a ser usada para produzir (Taylor & Raskin, 2012) . Mas existe uma questão de fundamento que passa despercebida aos três trabalhos citado: a semiótica que serve de base à GTVH é a gramática generativa de Chomsky, cartesiana e que, comparada à semiótica peirciana, ignora a primeiridade (Araújo, 2004). Disso decorrem duas perdas. A primeira é que o humor não é entendido como escrita poética, permeada pelo processo abdutivo (Peirce, 1994, CP 5.171) e a segunda é que o riso, enquanto processo corporificado no que Freud (como citado em Almeida, 1998) chama de chiste, é ignorado.

O objetivo é revisar o Estado da Arte dos sistemas de geração e avaliação de textos cômicos com IAGen, organizando essa revisão a partir de Almeida (1998), que une a tríade do chiste em Freud com a do signo em Peirce. A partir desses autores, entende-se a comédia enquanto fenômeno externo e racional: quem emite a piada aponta para um terceiro. É, por isso, a categoria mais passível de ser simulada. O humor, define-se como postura autorreflexiva, que permite olhar para a tragédia do eu com distanciamento cômico. Por fim, o chiste, como definido pela psicanálise, aponta para uma dimensão inconsciente: algo recalcado é denunciado, o não-dito torna-se dito, gerando a reação física incontrolável do riso.

Metodologicamente, o trabalho combina uma revisão narrativa de trabalhos sobre sistemas computacionais de humor desenvolvidos na última década com análise teórica comparada entre os fundamentos semióticos chomskyanos e peircianos, tomando a grade tripartite como instrumento de classificação.

Aplicado à tríade Comédia/Humor/Chiste, o campo do *Computational Humor* como postulado por Attardo & Raskin revela-se concentrado quase integralmente na primeira categoria. Os *Benchmarks* observam piadas isoladas e pares pergunta-resposta. Entende-se a piada como fenômeno externalizado,

racional, cartesiano. Este é o terreno da Comédia. Colabora para esta compreensão um achado da própria linha: uma avaliação recente, pós-IAGens, observa (Sakabe et al., 2025) que o déficit dos modelos é acentuado exatamente quando o critério é a empatia. Os autores do artigo comentam que essa deficiência explica a incapacidade desses sistemas em avaliar texto cômico da forma que humanos avaliam. Propõe-se aqui olhar para esse déficit não como mera limitação técnica, mas como um vazio onde deveria estar o chiste, corporificado, e o humor, autorreflexivo. Em palavras simples: não basta avaliar piadas no papel. É uma conclusão que pode ser estendida para a metodologia de pesquisas na produção de efeitos cômicos com algum tipo de intervenção maquínica: eles precisam ser testados na frente do público. Essa compreensão teórica converge com a pesquisa empírica do grupo *Improbotics* (Mirowski et al., 2025), em que o chiste e o humor se concretizam através do performer em cena.

Referências

Almeida, J. (1998). *Achados chistosos da psicanalise na escrita de José Simão*. Escuta.

Araújo, I. L. (2004). *Do signo ao discurso: Introdução à filosofia da linguagem*. Parábola.

Attardo, S., & Raskin, V. (1991). Script Theory Revis(It)Ed: Joke Similarity and Joke Representation Model. *humr*, *4*(3-4), 293-348. https://doi.org/10.1515/humr.1991.4.3-4.293

Marez, V. D., Winters, T., & Terryn, A. R. (2024). *THInC: A Theory-Driven Framework for Computational Humor Detection* (arXiv:2409.01232). arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.2409.01232

Mirowski, P., Love, J., Mathewson, K., & Mohamed, S. (2024). A Robot Walks into a Bar: Can Language Models Serve as Creativity SupportTools for

Comedy? An Evaluation of LLMs' Humour Alignment with Comedians. *The 2024 ACM Conference on Fairness Accountability and Transparency*, 1622-1636. https://doi.org/10.1145/3630106.3658993

Mirowski, P., Mathewson, K., & Branch, B. (2025). The Theater Stage as Laboratory: Review of Real-Time Comedy LLM Systems for Live Performance. *Proceedings of the 1st Workshop on Computational Humor (CHum)*, 88-95. https://aclanthology.org/2025.chum-1.10

Peirce, C. S. (1994). *The collected papers of Charles Sanders Peirce*. Harvard University Press. https://searchworks.stanford.edu/view/9390389

Sakabe, R., Kim, H., Hirasawa, T., & Komachi, M. (2025). *Assessing the Capabilities of LLMs in Humor: A Multi-dimensional Analysis of Oogiri Generation and Evaluation* (arXiv:2511.09133). arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.2511.09133

Santaella, L. (2025). *Ética e criatividade na Inteligência Artificial*. Estação das Letras e Cores Editora.

Taylor, J. M., & Mazlack, L. J. (2010). On Computational Humor. *IEEE Potentials*, *29*(6), 9-12. https://doi.org/10.1109/MPOT.2010.938150

Taylor, J. M., & Raskin, V. (2012). On the Transdisciplinary Field of Humor Research. *Journal of Integrated Design & Process Science*, *16*(3), 133-148. https://doi.org/10.3233/jid-2012-0017

Mídia e algoritmo: a reconfiguração tecnológica no campo do Jornalismo

Amanda Trentin
ac.trentin@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Angela Grossi
Angela.grossi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Com a migração da interação social do âmbito físico para o virtual, a partir do século XX (Lazzarato, 2006), nota-se, também, a mudança nas formas de consumo. Trata-se de um contexto neoliberal, em que os capitalismos, como o de vigilância (Zuboff, 2019), tecnológico (Morozov, 2018), de plataforma (Srnicek, 2016) exigem uma adaptação no formato de persuasão do público.

Herbert Simon (1971) elucida que a atenção é a nova fonte de conservação do regime capitalista, que opera por intermédio de domínios privados, os quais dominam e controlam as "redes de software, hardware, recursos naturais - água, minerais -, território, cabos ultramarinos e de fibra ótica que conecta os continentes via internet" (Nicoletti & Figaro, 2023, p. 156). A atuação dessa lógica capitalista materializa-se por meio das plataformas digitais, visto que, nelas, é possível desenvolver uma sistemática, que caracteriza-se pela natureza algorítmica, de rastreamento do público-alvo, a partir de um planejamento de coleta, armazenamento e processamento de dados, que conhece precisamente

"o usuário, o categoriza em agrupamentos de perfis similares, constrói sistemas de monitoramento cotidiano pervasivos e o modula, em virtude de introjetar comportamentos e opiniões" (Silveira, 2021, pp. 40-41). Assim, assegura-se métodos efetivos para a retenção da atenção do cibernauta.

Esse mecanismo é responsável por enclausurar usuários em grupos, caracterizados pela consonância entre crenças, ideias e comportamentos, com o fito de facilitar o encaminhamento de conteúdos convergentes à determinada categoria de cibernautas (Kaufman & Santaella, 2020).

Nesse viés, Jurno (2020) observa que as plataformas mudaram a maneira como os indivíduos consomem informação, consequentemente, houve mudança nos processos de produção, circulação e monetização do meio - até então - primário da emissão informacional: o Jornalismo. Em contiguidade, Nieborg e Poell (2018) expõem que para obter destaque na emissão de notícias nas plataformas digitais, os veículos jornalísticos devem submeter-se à novas práticas, como a inserção de sistemas inovadores inteligentes no procedimento de criação das notícias.

No campo de estudo do Jornalismo, o maquinário algorítmico possibilita a inserção de inovações tecnológicas, como a Inteligência Artificial (IA), nas etapas de produção noticiosa (Pinto & Barbosa, 2024). A vista disso, destaca-se o aprendizado de máquina ou machine learning, o qual, por intermédio de amostras de dados coletadas pelo algoritmo, mapeia a personalização do acesso à rede aos usuários e auxilia na "solução de um problema específico por meio da construção algorítmica de um modelo estatístico baseado em um conjunto de dados" (Kaufman & Santaella, 2020, p. 4).

Nesse sentido, Pinto e Barbosa (2024, p.60) elucidam que as Inteligências Artificiais são ferramentas tecnológicas que visam a mimetização de ações e tarefas humanas, e, no jornalismo, contribuem para reagregar fatos e dados, estruturados ou não, em informações, de modo a organizar e produzir conhecimento.

Diante do exposto teórico, este trabalho desenvolve uma revisão bibliográfica, a fim de estruturar um levantamento fundamentado (Carvalho & Sasseron, 2016) para investigar a incorporação de sistemas inteligentes no campo do Jornalismo. Dessa forma, elabora-se a organização da coletânea de materiais científicos divulgados em periódicos, com o intuito de explorar e compreender a relação entre a forma de consumo de produtos noticiosos pelo usuário e a finalidade das implementações dos aparatos inovadores, desde o enquadramento do agendamento temático até a circulação do material jornalístico. Entende-se, portanto, que a presença da tecnologia se instala em todo o estágio do processo de produção noticiosa, seleção, redação, edição e distribuição, por meio de aparatos automatizados de coleta e organização de dados, que performam a filtragem e classificação da informação.

Para tanto, propõe-se um estudo que esmiúce a relação dialógica que envolve o espaço do maquinário midiático ocupado pela via informativa jornalística, a sistemática da programação algorítmica e o meio pelo qual essa mediação pode se manifestar. Dessa forma, a propositura desta pesquisa busca contribuir para a identificação e compreensão da reconfiguração do jornalismo no contexto de adaptação e inserção no ecossistema digital.

Referências

Jurno, A, C. (2020). *Facebook e a plataformização do jornalismo uma cartografia das disputas, parcerias e controvérsias entre 2014 e 2019* [Tesis de Doutorado, Universidade Federal de Minas Gerais]

Kaufman, D; Santaella, L. (2020). O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. *Revista FAMECOS, 27*(1).

Lazzarato, M. (2006). *As Revoluções do Capitalismo***.** Civilização Brasileira.

Morozov, E. (2018). *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política***.** Ubu Editora.

Nicoletti, J; Figaro, R. (2024). Economia de plataforma e jornalismo: outro lado do ambiente de trabalho precário no Brasil. *Observatório (OBS*)*, 5.

Nieborg, D, B.; Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society, 20* (11), 4275-4292.

Pinto, M.C; Barbosa, S. (2024). Inteligências artificiais (IAS) no jornalismo digital brasileiro: contexto histórico e processos inovadores. *Inteligência Artificial e Jornalismo Móvel: contextos, tendências, práticas e perspectivas.* Editora LabCom.

Sasseron, L. H; De Carvalho, A. M. P. (2016). Alfabetização científica: uma revisão bibliográfica. *Investigações em Ensino de Ciências, 16*(1), 59-77, 2016.

Silveira, A. (2021). A hipótese do colonialismo de dados e o neoliberalismo. *Colonialismo de dados: como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal*. Autonomia Literária.

Simon, H. (1971). Designing Organizations for an Information-Rich World. In: Greenberger, M. (Ed). *Computers, communications, and the public interest.* The Johns Hopkins Pres.

Srnicek, N. (2016). *Platform capitalism***.** Polity Press.

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: the Fight for a Human Future at the New Frontier of Power.* PublicAffairs.

Neoliberalismo cibernético na era da IA: governamentalidade, algoritmos e o poder monopolista das Big Techs

Felipe F. Neves
felipe.neves170@gmail.com
PUC-SP

Urbano N. Nojosa
unobre@gmail.com
PUC-SP

O avanço vertiginoso das Tecnologias de Informação e Comunicação e da Inteligência Artificial na última década redefiniu a infraestrutura mediadora das interações sociais, políticas e econômicas. Não se trata apenas de retórica ideológica ou de uma transformação tecnológica isolada: o neoliberalismo constitui um projeto político voltado a produzir a realidade social que ele afirma previamente existir.

Com a centralização da IA e do processamento de Big Data sob a égide de um oligopólio de corporações de tecnologia (Big Techs), emergem novos modos de exercício do poder. Atualizando os diagnósticos de Michel Foucault sobre os dispositivos de segurança e a governamentalidade, verifica-se a constituição de uma governamentalidade algorítmica. Esta racionalidade política apoia-se no controle preditivo e na modulação contínua do meio para

regular as circulações e conduzir condutas sem a necessidade de recorrer primariamente à coerção física ou à proibição jurídico-normativa.

Nos cursos ministrados no Collège de France ao final da década de 1970, Michel Foucault definiu governamentalidade como o conjunto de instituições, procedimentos, análises, reflexões e táticas que permitem exercer uma forma específica e complexa de poder sobre a população. Em *Segurança, Território, População* (1977-1978), Foucault aponta que o cerne dos dispositivos de segurança reside no gerenciamento do meio ambiente e na regulação das fluxos e circulações:

> a regulação de um meio no qual não se trata tanto de fixar os limites, as fronteiras, no qual não se trata tanto de determinar as posições, mas sobretudo, essencialmente, de permitir, de garantir, de assegurar as circulações: circulações de pessoas, circulação de mercadorias, circulação do ar, etc. (Foucault, 2008, p. 31)

A governamentalidade algorítmica (ou cibernética) atualiza e radicaliza esse escopo. Em vez de atuar prioritariamente no esquadrinhamento e adestramento corporal (como no poder disciplinar) ou no nível estatístico macrossocial de uma população (como na biopolítica tradicional), o poder preditivo dos algoritmos atua em um nível infra e supra-individual.

A articulação entre a racionalidade neoliberal e o ecossistema digital consolida o que diversos autores caracterizam como capitalismo de plataforma ou capitalismo de vigilância. O neoliberalismo cibernético atua transformando os sujeitos em "empresários de si mesmos" (homo oeconomicus neoliberais), governáveis a partir das variáveis ambientais e dos estímulos de recompensa e engajamento (nudges, notificações, rolagem infinita).

A Economia Política da Comunicação evidencia que o mercado digital contemporâneo apresenta uma altíssima concentração de poder econômico e político sob o domínio das grandes corporações (Alphabet/Google, Meta/

Facebook, Amazon, Microsoft, Apple). Esse poder monopolista opera sob a aparência ideológica de um "Deus-mercado" neutro e auto-organizado:

O modelo de negócios dessas plataformas é desenhado para capturar a atenção do usuário a qualquer custo para rentabilizar leilões de anúncios. O conteúdo em si (verdadeiro ou falso, pacífico ou radicalizado) torna-se irrelevante para a plataforma, desde que gere engajamento e rastros numéricos (semióticas assignificantes).

A mediação cibernética das interações sociais traz implicações diretas para as democracias contemporâneas. O gerenciamento algorítmico do espaço público gera fenômenos de retração e fragmentação da experiência comum

A personalização extrema promovida pelos algoritmos isola os indivíduos em "filtros-bolha" ou "câmaras de eco". Ao afastar a confluência com o contraditório e com o imprevisto, o debate público perde a pluralidade e a capacidade deliberativa, elementos vitais para a sustentação do Estado Democrático de Direito.

O uso de ferramentas preditivas permite a segmentação fina de audiências para o envio de mensagens altamente direcionadas (microtargeting). Essa arquitetura é explorada para disseminar desinformação (fake news), acirrar a ciberpolarização e alimentar discursos antissistema e antipolíticos.

Instala-se uma profunda assimetria de visibilidade entre o indivíduo e os sistemas preditivos. O indivíduo encontra-se em regime de hiper-exposição, monitorado e transparente para as corporações e os algoritmos, por sua vez, funcionam como "caixas-pretas" opacas protegidas por segredos comerciais, cujos vieses e decisões discriminatórias tornam-se inacessíveis ao controle público.

O diagnóstico da governamentalidade algorítmica sob o neoliberalismo cibernético demonstra que a Inteligência Artificial controlada pelas Big Techs não é uma mera ferramenta neutra de otimização, mas um sofisticado projeto de poder. Operando pela desregulação do meio informacional e pela modulação

dos fluxos de comunicação, o poder monopolista das Big Techs reconfigura a autonomia subjetiva e enfraquece a dimensão cívica e deliberativa das democracias.

Referências

Fontes, M. (2008). *Segurança, território, população.* Martins.

Rendição cognitiva: um projeto de poder em curso

Pollyana Ferrari
pollyana.ferrari@gmail.com
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

Quando constatamos que as *Large Language Models* (Grandes Modelos de Linguagem — LLMs) são capazes de adaptar respostas às preferências dos usuários e resolver ambiguidades por meio de novos *prompts*, vislumbramos um cenário em que a realidade tende a se tornar progressivamente personalizada conforme a interação e a interpretação individual do contexto. Esse fenômeno representa desafios significativos para a democracia, para a construção das narrativas históricas e para a própria noção de factualidade compartilhada. Paralelamente, a rápida incorporação da inteligência artificial em diferentes setores evidencia a dificuldade social e institucional de acompanhar essas transformações. Segundo Sol Rashidi, ex-diretora de Dados e IA em empresas como Amazon e Anthropic — desenvolvedora da Claude —, existe uma lacuna nas competências relacionadas à inteligência artificial (IA), levando organizações a priorizarem o aprimoramento nessa área mais do que em qualquer outra.

> as habilidades cognitivas humanas, como pensamento crítico, senso comum, intuição e experiência, exigem intenção, foco e capacidade de atenção — características que estão diminuindo à medida que nos

> tornamos mais dependentes de dispositivos digitais e ferramentas de IA. A crescente acessibilidade das soluções de IA está levando a uma dependência excessiva da tecnologia, reduzindo nossa capacidade de pensamento independente e crítico. (Rashid, 2024, par. 2)

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) carregam enorme responsabilidade social, política e cultural. Como observa Floridi (2014, p. 12), "elas estão criando e moldando nossas realidades intelectuais e físicas, mudando nossas autocompreensões, modificando como nos relacionamos uns com os outros e com nós mesmos, e aprimorando a forma como interpretamos o mundo". Nesse contexto, torna-se central o questionamento formulado pelo professor da ECA/USP Eugênio Bucci, em entrevista ao Canal Um Brasil (2025): "A democracia vai estipular regras para o funcionamento dessas tecnologias ou serão elas que vão manipular os processos democráticos?".

Cérebros constantemente expostos a golpes digitais, estímulos incessantes de consumo, conteúdos virais como os "Abacatudos" e "Moranguetes" — personagens da trend "Novela das Frutas", popularizada no primeiro trimestre de 2026 —, deepfakes e ao fluxo contínuo de vídeos verticais tendem a experimentar processos de saturação cognitiva e erosão da atenção crítica. Em um ambiente informacional marcado pela hiperaceleração e pela repetição constante de estímulos, torna-se mais difícil distinguir o que é verdadeiro do que é falso, comprometendo inclusive a participação democrática.

Esse cenário se torna ainda mais preocupante diante dos hábitos contemporâneos de consumo de informação. Segundo o Painel TIC 2025 (Cetic e Nic, 2026), o WhatsApp — plataforma mais utilizada pelos brasileiros — apresentou frequência de uso "praticamente o tempo todo" para 54% dos usuários e uso diário total de 91%. Em seguida, aparecem Instagram (73% de uso diário), YouTube (73%), Facebook (57%) e TikTok (50%). A pesquisa destaca o predomínio do acesso à informação por meio de aplicativos de mensagens e redes sociais, especialmente em formatos organizados por vídeos curtos, entre

os quais circulam também conteúdos manipulados por inteligência artificial, como deepfakes, técnica de inteligência artificial que permite produzir vídeos, cada vez mais realistas que imitam movimentos, vozes e rostos. É um conteúdo falso que parece verdadeiro.

O Painel TIC 2025 (Cetic e Nic, 2026) entrevistou online 5.250 pessoas com 16 anos ou mais, entre agosto e setembro de 2025, levantando as dinâmicas informacionais de usuários de internet brasileiros. Os dados revelam uma consolidação das redes sociais e das plataformas de vídeo como os principais vetores de informação, alcançando 72% de penetração diária. O formato de vídeo curto se sobressai como ferramenta de letramento noticioso para 50% dos brasileiros acima de 16 anos.

Um dos fatores que impulsionaram esse avanço foi o surgimento de novos canais de busca baseados em inteligência artificial, como ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude, Grok e Copilot, entre outros. Nesse contexto, os usuários passaram a migrar rapidamente para buscas realizadas diretamente nesses agentes conversacionais. O prompt, entendido como sistema externo de mediação cognitiva, tende progressivamente a substituir processos intuitivos e reflexivos, assumindo parte das funções associadas à cognição humana. Diferentemente do simples uso instrumental de tecnologias, a chamada "rendição cognitiva" ocorre quando os indivíduos passam a aceitar os resultados produzidos pela IA sem questionamento crítico, percebendo apenas o ganho de velocidade e eficiência nos processos.

Referências

Canal Um Brasil. (2025). *Regulação pode conter perigos das plataformas digitais e da inteligência artificial | Eugênio Bucci* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=K8O2KKbbq5o

Cetic.br, & NIC.br. (2026). Painel TIC 2025: Pesquisa online com usuários de internet no Brasil - integridade da informação. https://cetic.br/pt/

publicacao/painel-tic-2025-pesquisa-online-com-usuarios-de-internet-no-brasil-integridade-da-informacao/

Floridi, L. (2014). *The 4th revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford University Press.

Rashidi, S. (2024, July 28). Why intellectual atrophy is the real reason to fear AI. The Sol of AI. https://solrashidi.substack.com/p/why-intellectual-atrophy-is-the-real

O BEM-FEITO SOB SUSPEITA: INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA E O REGIME DE PROVA DA AUTORIA ESCOLAR

Derson Lopes-Jr.
dersonlopes@me.com
Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP)

Giselle Mariotto
giselle_carolina@yahoo.com.br
Faculdade Adventista da Amazônia (FAAMA)

Durante séculos, na escola, o trabalho bem feito foi a prova do trabalho feito. Não é mais. Entre 97 docentes da educação básica, 52,6% declaram presumir uso desonesto de inteligência artificial (IA) justamente diante de um trabalho muito bem elaborado. O esmero deixou de ser indício de autoria e passou a ser motivo de suspeita.

Para a ecologia dos meios, uma tecnologia nova não se acrescenta ao ambiente: altera-o por inteiro (Scolari, 2012). Altera com ele a epistemologia local: cada meio estabelece o que ali conta como prova — o seu regime de prova (Postman, 1985). O debate sobre a IA generativa na escola ficou no polo da produção — o que a ferramenta muda no modo como o trabalho é feito. Este estudo desloca a pergunta para o polo da recepção: a disposição com que o professor recebe o trabalho do aluno. Na gramática da tétrade (McLuhan &

McLuhan, 1988), a IA generativa torna obsoleto o indício de esmero; levada ao extremo, ela o reverte no seu contrário: o esmero passa a acusar.

O ambiente já está posto. Entre docentes dos anos finais do ensino fundamental, 56% declaram já ter usado IA no trabalho, ante 36% na média dos países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD, 2025); sete em cada dez estudantes do ensino médio a usam em pesquisas escolares, e apenas 19% receberam orientação docente (CGI.br, 2025). Falta descrever como a suspeita se distribui dentro do corpo docente. Levantamento autoadministrado, maio de 2026, em rede privada confessional brasileira: dos 126 respondentes, 97 professores de ensino fundamental e médio responderam ao bloco analisado. Dois enunciados medem a suspeita — 'costumo presumir que o aluno usou IA de forma desonesta quando entrega um trabalho muito bem elaborado' e 'a maioria dos meus alunos usa IA para copiar respostas prontas'. Um terceiro mede a capacidade de orientar: 'consigo orientar meus alunos sobre quando usar e quando não usar IA'. Escala de concordância de cinco pontos.

A suspeita não se distribui como se esperaria. Discordam do primeiro enunciado 24,7%, e 55,7% concordam com o segundo. Ela não é resíduo de despreparo: cresce com a capacidade declarada de orientar, e não como rampa, e sim como degrau. Entre os que dizem não saber orientar, 22,2% presumem desonestidade; entre os neutros, 25,0%; entre os que dizem saber, 80,0%. O salto está confinado ao topo da escala. A associação resiste ao controle da aquiescência de resposta, do uso próprio de IA e do repertório de ferramentas, ainda que atenuada.

Duas leituras disputam o resultado, e a mesa é o lugar de pô-las à prova. Na primeira, quem aprendeu a ler o novo meio lê de outro modo as mensagens que nele circulam: saber o que a IA faz bem é, no mesmo gesto, reconhecer sua marca no texto alheio, ao preço da leitura ingênua. Na segunda, a seta se inverte — quem já desconfia procura aprender sobre IA para policiar.

O desenho é transversal e não arbitra entre elas. Em qualquer das duas, porém, o sentido ecológico é o mesmo: os indícios pelos quais a escola reconhecia autoria perderam poder discriminante, e a suspeita é a resposta disponível. Há aqui uma ironia de quase sessenta anos. A tradição do campo pediu ao professor que fosse um detector de besteira (Postman & Weingartner, 1969); o detector acabou apontado para o aluno.

O descompasso completa o quadro: 83,5% sustentam que a escola deve ensinar criticamente o uso de IA e 51,5% dizem saber mediar esse uso; no cruzamento, 34,0% mantêm a convicção sem a capacidade. Contra o enquadramento anglófono, que trata o problema como integridade acadêmica e detecção, propõe-se a leitura ambiental, a partir de uma configuração comum no espaço ibero-americano: a escola confessional, de formação moral explícita, onde a norma de honestidade é enunciada e não presumida. Trata-se de associações declaradas, num único ambiente e num único corte no tempo: descrevem, não explicam. Medir por desempenho, e não por autorrelato, a capacidade de orientar e a perícia em detecção é o passo seguinte, em diálogo com a agenda de aprendizagens situadas em IA generativa na formação docente (Martínez-Rolán, 2025).

Referências

CGI.br. (2025). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras: TIC Educação 2024*. Comitê Gestor da Internet no Brasil.

Martínez-Rolán, X. (2025). *Mil docentes, mil horas: Aprendizajes situados sobre inteligencia artificial generativa en educación* [Trabalho apresentado em congresso]. 8º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies.

McLuhan, M., & McLuhan, E. (1988). *Laws of media: the new science*. University of Toronto Press.

OECD. (2025). *Results from TALIS 2024 — Country note: Brazil*. OECD Publishing.

Postman, N. (1985). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. Viking.

Postman, N., & Weingartner, C. (1969). *Teaching as a subversive activity*. Delacorte Press.

Scolari, C. A. (2012). Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory. *Communication Theory, 22*(2), 204-225.

Pluriversalizar a inteligência artificial: caminhos contracoloniais para uma IA desde o Sul Global

Ana Beatryz Fernandes Dantas de Sena
beatryz.fernandes.117@ufrn.edu.br
Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

Antonino Condorelli
antonino.condorelli@ufrn.br
Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

A rápida expansão da inteligência artificial (IA), especialmente dos sistemas generativos baseados em grandes modelos de linguagem, intensificou debates sobre ética, governança e regulação dessas tecnologias. Entretanto, tais discussões permanecem predominantemente orientadas por perspectivas produzidas nos centros hegemônicos do capitalismo digital, que tendem a universalizar concepções ocidentais de inteligência, racionalidade, conhecimento e desenvolvimento tecnológico. Embora os estudos críticos sobre colonialismo digital tenham evidenciado as relações entre plataformas, dados e acumulação capitalista, ainda são incipientes as reflexões que tomam a própria inteligência artificial como objeto de uma crítica ontoepistemológica. Partindo dessa lacuna, este artigo busca responder à seguinte questão: como pensar a produção de inteligências artificiais desde o Sul Global sem reproduzir as racionalidades coloniais que estruturam os atuais sistemas de IA?

O artigo tem como objetivo propor uma leitura contracolonial da inteligência artificial a partir do diálogo entre os estudos decoloniais, a filosofia da técnica e os estudos críticos sobre IA. Defende-se que a emancipação tecnológica não pode limitar-se à democratização do acesso aos sistemas existentes ou à diversificação de seus bancos de dados, mas requer o questionamento das concepções de inteligência, conhecimento e técnica que fundamentam a arquitetura sociotécnica da IA contemporânea.

Trata-se de uma pesquisa teórica, de abordagem qualitativa, desenvolvida por meio de revisão crítica da literatura. O procedimento analítico consiste na articulação das contribuições de Hui (2020), Faustino e Lippold (2023), Ricaurte (2023), Piedra (2023), Varshney (2023), Noble (2018), Krenak (2022), Bispo dos Santos (2020), Modiri (2021) e Kothari et al. (2021), buscando construir um modelo interpretativo capaz de compreender a colonialidade da inteligência artificial para além da dimensão econômica do colonialismo digital.

Como principal contribuição, o artigo propõe compreender a colonialidade da IA em três dimensões analíticas interdependentes. A primeira é a colonialidade da infraestrutura, caracterizada pela concentração da capacidade computacional, da produção de modelos fundacionais, das infraestruturas de processamento e da extração massiva de dados por grandes corporações tecnológicas. Em diálogo com Faustino e Lippold (2023) e Ricaurte (2023), argumenta-se que essa infraestrutura reproduz formas contemporâneas de colonialismo digital ao transformar corpos, territórios e relações sociais em recursos para acumulação de capital.

A segunda dimensão corresponde à colonialidade da inteligência, entendida como a universalização de uma concepção específica de inteligência baseada na racionalidade técnico-instrumental moderna. Nessa perspectiva, Hui (2020) demonstra como a monotecnologia reduz a pluralidade das cosmotécnicas a um único paradigma tecnológico, enquanto Noble (2018) evidencia

que algoritmos aparentemente neutros reproduzem hierarquias raciais e sociais. Complementarmente, Piedra (2023) argumenta que a ética dominante da IA permanece fundamentada em princípios anglo-eurocêntricos apresentados como universais, invisibilizando outras tradições epistemológicas e morais.

A terceira dimensão refere-se à colonialidade do alinhamento. O desenvolvimento dos grandes modelos de linguagem deslocou parte do debate para os processos de AI Alignment, responsáveis por definir os comportamentos considerados desejáveis para esses sistemas. Conforme argumenta Varshney (2023), esses processos tendem a incorporar valores produzidos por empresas e instituições ocidentais como se fossem universais, restringindo a pluralidade de cosmologias, formas de vida e projetos societários que poderiam orientar o desenvolvimento da IA.

Como horizonte alternativo, o artigo propõe a pluriversalização da inteligência artificial. Para isso, articula a crítica do Azanian Political Thought (Modiri, 2021), a contracolonialidade formulada por Nêgo Bispo (Bispo dos Santos, 2020), o conceito de futuro ancestral (Krenak, 2022), a noção de cosmotécnica (Hui, 2020) e o conceito de pluriverso (Kothari et al., 2021). Em vez de defender apenas uma IA mais diversa ou inclusiva, argumenta-se que a emancipação tecnológica exige reconhecer a coexistência de múltiplas epistemologias, cosmologias e concepções de inteligência capazes de orientar a produção de outras inteligências artificiais. Assim, propõe-se compreender a pluriversalização da IA como um projeto contracolonial de produção tecnológica, deslocando o debate da adaptação dos sujeitos ao paradigma dominante para a construção de novos paradigmas sociotécnicos produzidos a partir das experiências históricas e dos modos de vida dos povos do Sul Global.

Referências

Bispo dos Santos, A. (2020). *Colonização, quilombos: modos e significados.* Expressão Popular.

Faustino, D., & Lippold, W. (2023). *Colonialismo digital: por uma crítica hacker-fanoniana.* Boitempo.

Hui, Y. (2020). *Tecnodiversidade.* Ubu Editora.

Kothari, A., Salleh, A., Escobar, A., Demaria, F., & Acosta, A. (2021). *Pluriverso: dicionário do pós-desenvolvimento.* Elefante.

Krenak, A. (2022). *Futuro ancestral.* Companhia das Letras.

Modiri, J. (2021). Azanian political thought and the undoing of South African knowledges. *Theoria, 68*(168), 42-85.

Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism.* New York University Press.

Piedra, J. (2023). Decolonizing the ethics of AI. *Cosmos and History: the Journal of Natural and Social Philosophy, 19*(1), 465-487.

Ricaurte, P. (2023). Epistemologias de dados, colonialidade do poder e resistência. *Revista Dispositiva, 12*(22), 6-26.

Varshney, K. R. (2023). Decolonizing AI alignment. ArXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.2309.15871

Quem endossa quando ninguém foi contratado? Marcas reais em novelinhas de frutas geradas por IA

Beatriz Salles
sallesb.98@gmail.com
Faculdade Cásper Líbero

Vídeos seriados inteiramente gerados por inteligência artificial têm ocupado espaço crescente nas plataformas de redes sociais e vídeos curtos, conhecidas informalmente como 'novelinhas de IA'. Em um de seus formatos mais populares, as 'novelinhas de frutas', personagens antropomorfizados protagonizam enredos dramatizados em episódios curtos que reproduzem convenções de novelas da TV aberta, por exemplo.

Entretanto, a produção não depende de agências, emissoras ou canais oficiais: os vídeos são elaborados por criadores anônimos com *prompts* textuais, e já existe um mercado paralelo de cursos que "prometem 'renda extra' através dos prompts (comandos de textos) que animam os personagens" (Fernandes, 2026, para. 4). Nesses cenários, marcas reais aparecem em cena, estampando vestuário, exibidas no cenário ou manipuladas pelos personagens, ao lado de marcas fictícias geradas pela ferramenta, sem qualquer distinção formal entre real e criado por inteligência artificial.

Algumas marcas já surfaram essa onda e aproveitaram o momento para fechar parcerias e publicidades utilizando personagens de frutas

antropomorfizados, porém, estas não são objeto deste estudo. Para as marcas observadas, não há registro público de contrato, autorização ou parceria com os criadores dos vídeos. Ainda assim, a operação observada é formalmente equivalente à do *product placement* como entendido em Russell (2002, como citado em Viana, 2016): as marcas são incluídas na narrativa e associadas a personagens que lhe emprestam características de personalidade.

Pergunta-se, então: como acontece essa inserção de marcas reais em 'novelinhas de IA' e quais os efeitos que essa prática não autorizada pode ter na construção simbólica dessas marcas? Para tanto, a pesquisa se apoia em três eixos. O primeiro debruça-se sobre processos de endosso e transferência de significado (McCracken, 1989), que podem ser por decisão direta sobre quais significados entregar ou associações indiretas (McCracken, 2007).

O segundo eixo compreende a noção de que a construção do sentido da marca se constitui não só nas emissões controladas de mensagens institucionais, mas também em circulação (Semprini, 2010), muito influenciada pela legibilidade do logotipo em cena, como aponta evidência empírica recente sobre a inserção de marcas em vídeos curtos (Yang & Dongqi, 2025), fato que orientou a escolha do corpus para análise.

O terceiro se apoia na literatura sobre influenciadores virtuais e de IA, considerando credibilidade, engajamento e efeitos de endosso (Cho, 2025; Jayasingh et al., 2025; Khalfallah & Keller, 2026; Terra & Leme, 2024). Contudo, as análises tratam mais de personagens criados ou direcionados pelas próprias marcas, apontando esse controle narrativo como a principal vantagem estratégica, pressuposto que é invertido pelos objetos investigados. A questão não é, portanto, somente as inserções não autorizadas, como também o deslocamento de quem opera a transferência de significado de agentes institucionalmente reconhecíveis para personagens gerados artificialmente e criadores anônimos munidos de ferramentas generativas de amplo acesso.

Para estudar esse contexto, utiliza-se um mix de coleta qualitativa e análise de conteúdo (Bardin, 2011), operando com duas categorias preestabelecidas: modo de inserção da marca, e atributos do personagem portador, descritos a partir da ação em cena. O corpus é comporto por sete vídeos publicados em três perfis anonimizados, coletados em agosto de 2026 e selecionados pela nitidez do logotipo em cena. Desses, dois só puderam ser recuperados pela reprodução integral em vídeos de *react* em canais no YouTube porque o perfil criador foi removido da plataforma, um indício da volatilidade desse ambiente. Não se pretende mensurar efeitos de recepção, que permanecem como dimensão para desdobramento.

Busca-se, entretanto, desenvolver um estudo exploratório sobre um fenômeno emergente e problematizar suas implicações para a gestão de marcas — como riscos reputacionais situados fora dos mecanismos usuais de monitoramento, já que as ferramentas de IA generativa não impedem a reprodução de logotipos alheios em contextos narrativos dos quais a marca não tem conhecimento.

Referências

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Fernandes, F. (2026, 9 de abril). Abacatudo, Moranguete... 'Novelas de frutas' viralizam e divertem, mas acendem alerta de psicólogos. *G1*. https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2026/04/09/abacatudo-moranguete-novelas-de-frutas-viralizam-e-divertem-mas-acendem-alerta-de-psicologos.ghtml

Cho, Y. Y. (2025). Virtual influencers as brand endorsers: Developing and validating a multidimensional evaluation scale. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 20*(2), 90. https://doi.org/10.3390/jtaer20020090

Jayasingh, S., Sivakumar, A., & Vanathaiyan, A. A. (2025). Artificial intelligence influencers' credibility effect on consumer engagement and purchase intention. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 20*(1), 17. https://doi.org/10.3390/jtaer20010017

Khalfallah, D., & Keller, V. (2026). Virtual influencer-brand collaborations: A multiple-case study of strategic design and the credibility-engagement paradox. *Cogent Business & Management, 13*(1), 2653916. https://doi.org/10.1080/23311975.2026.2653916

McCracken, G. (1989). Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process. *Journal of Consumer Research, 16*(3), 310-321. https://doi.org/10.1086/209217

McCracken, G. (2007). Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. *Revista de Administração de Empresas, 47*(1), 99-115. https://doi.org/10.1590/S0034-75902007000100014

Semprini, A. (2010). *A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea* (2ª ed.). Estação das Letras e Cores.

Terra, C. F., & Leme, A. (2024). Dize-me com quem andas e te darei visibilidade: a estratégia de collabs entre influenciadores virtuais. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (156), 139-154.

Viana, P. M. F. (2016, 5-9 de setembro). *Do product placement ao branded content: uma revisão bibliográfica a partir da base de dados Scopus* [Apresentação de trabalho]. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, SP, Brasil. https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1074-1.pdf

Yang, Z., & Dongqi, S. (2025). How are brands associated by users in short videos: A study on the mechanism of user associations with brand placements in short videos based on signal theory. *PLoS ONE, 20*(1), e0316905. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0316905

Sexismo algoritmo e jornalismo esportivo: representações e desigualdades de gênero profissionais produzidas por IAs Generativas

Ana Carolina Campos de Oliveira
ana.dooc@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Thaiana Alves de Almeida
thaiana.alves@gmail.com
Universidade Federal de Juiz de Fora

Cláudia Thomé
claudia.thome@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

O jornalismo esportivo brasileiro caracteriza-se historicamente pela predominância masculina (Ribeiro, 2007) e também por desigualdades de gênero, práticas discriminatórias e situações de sexismo (Ramires, 2020). A inserção das mulheres no jornalismo esportivo ganhou maior expressividade a partir da década de 1970 (Coelho, 2011). Ainda assim, a participação feminina permanece marcada por processos de desigualdade e sub-representação. Em 2022, ocorreram marcos importantes nesse processo, com a presença da primeira narradora e da primeira comentarista de uma Copa do Mundo masculina em televisão aberta no país (Malta et al., 2024).

Com o objetivo de traçar o perfil dessas profissionais no segmento, Vimieiro et al. (2023) aplicaram uma pesquisa de survey com mulheres que atuam ou atuaram na comunicação esportiva no Brasil. Os resultados obtidos pelas pesquisadoras apontam para um perfil majoritariamente composto por mulheres brancas e solteiras, com faixa etária entre 19 e 44 anos, concentradas no meio audiovisual e na região Sudeste do país. Outros dados também chamam a atenção no estudo, como o reconhecimento de situações de constrangimento e assédio nas práticas profissionais, o questionamento quanto à competência dessas mulheres e a existência de uma 'vigilância estética' nos contextos de trabalho.

Tal cenário evidencia padrões hegemônicos relacionados à participação das mulheres no jornalismo esportivo, marcada por diferentes formas e níveis de violência, e contribui para a manutenção de valores sociais que delimitam os espaços profissionais atribuídos às mulheres e as formas consideradas legítimas de atuação. Em um contexto marcado pela crescente presença de tecnologias digitais, pela mediação algorítmica e pela utilização de inteligência artificial, busca-se compreender como esses recursos podem contribuir para a reprodução, transformação ou ruptura de estereótipos relacionados à representação de mulheres no jornalismo esportivo.

A partir de um processo que resulta em uma crescente dataficação do cotidiano e uma mediação das interações humanas a partir dessas tecnologias, Tarcízio Silva (2020) destaca que os algoritmos passam a tomar decisões para os usuários com cada vez mais frequência, gerando uma série de consequências. O autor desenvolve o conceito de "racismo algorítmico" para discutir formas pelas quais sistemas algorítmicos podem reproduzir, intensificar ou naturalizar desigualdades raciais em diferentes contextos tecnológicos, incluindo sistemas de recomendação de conteúdo, anúncios, reconhecimento facial, visão computacional e mecanismos de busca. Ao serem idealizados e programados por pessoas, os algoritmos carregam vieses em um processo, como aponta

Silva (2020), que culmina no favorecimento de um "treinamento enviesado de sistemas que intensificam discriminações e opressões" (p. 124).

A partir da perspectiva dos estudos sobre gênero, Gonçalves (2024) amplia as discussões propostas por Silva ao apresentar a noção de "sexismo algorítmico", destacando como a mediação algorítmica pode contribuir para a produção e a reprodução de assimetrias e estereótipos de gênero (Gonçalves, 2024, p. 9). Ao observar pesquisas sobre conteúdos gerados por inteligência artificial, o autor destaca trabalhos que abordam tais aspectos tanto em conteúdos imagéticos quanto textuais.

O presente estudo investiga como sistemas algorítmicos podem reproduzir e amplificar estereótipos de gênero no contexto do jornalismo esportivo, a partir de modelos generativos de linguagem, em uma experiência conversacional com sistemas de inteligência artificial, tomando como referência pesquisas como as de Piccinin et al. (2023), Winques e Magnolo (2024) e Silva e Andrade (2024). O estudo busca compreender como IAs generativas criam *personas* detalhadas seguindo um modelo de comando (*prompt*), aplicado a cinco IAs de empresas distintas - Chat GPT (Open AI), Gemini (Google), DeepSeek (empresa homônima), Qwen (Alibaba Cloud) e LuzIA (empresa homônima) - considerando seus usos sem *login* ativo. Os resultados preliminares, das duas primeiras IAs, apontam para uma suposta valorização de profissionais mulheres no jornalismo esportivo audiovisual. No entanto, cabe ressaltar que características físicas e profissionais atribuídas a esses perfis são muito bem definidas. Tais aspectos indicam a cristalização da "vigilância estética" (Vimieiro et al, 2023) sobre essas jornalistas no setor e apontam para a relação que se estabelece entre características físicas e a credibilidade do trabalho por elas desempenhado.

Referências

Coelho, P. V. (2011). *Jornalismo esportivo*. Ed. Contexto.

Gonçalves, R. (2024). *Mediação algorítmica, viés de gênero e sexismo algorítmico* [Trabalho apresentado]. XV Jornada Latino-Americana de Estudos Sociais da Ciência e Tecnologia, Campinas, SP, Brasil.

Malta, R., Alfaro de Araújo, É., & Amado, A. (2024). Mulheres no jornalismo esportivo: Impacto da narração e dos comentários femininos na Copa do Catar. *E-Compós, 27*(1), 1-23. https://doi.org/10.30962/ecomps.2959

Piccinin, F., Silva, E. M., & Emerim, C. (2023). *O telejornal das velhas narrativas está na IA: análise de uma experiência com conteúdos generativos* [Trabalho apresentado]. 21º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Brasília, DF, Brasil.

Ramires, L. (2020). Mulheres jornalistas esportivas e mercado de trabalho: quem (não) as deixa trabalhar? *Katálysis, 23*(3), 501-509

Ribeiro, A. (2007). *Os donos do espetáculo: a história da imprensa esportiva do Brasil*. Ed. Terceiro Nome.

Silva, E., & Andrade, A.P. (2024). *Telejornalismo e Inteligência Artificial Generativa: informação e desinformação na produção jornalística* [Trabalho apresentado]. 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Balneário Camboriú, SC, Brasil.

Silva, T. (2020). Racismo Algoritimico em Plataformas digitais: microagressões e discriminação em código. Em T. Silva (Org.), *Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: olhares afrodiaspóricos* (1a ed., Vol. 1, pp. 120-137). Ed. Literarua.

Vimieiro, A. C., Souza, R., & Pila, O. (2023). *Quem são as mulheres do jornalismo esportivo brasileiro? Demografia, funções desempenhadas, veículos que as empregam e desafios interseccionais* [Trabalho apresentado].

46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte, MG, Brasil.

Winques, K., & Magnolo, T. (2024). Como a IA enxerga seus trabalhadores? Um retrato enviesado da precarização dos anotadores de dados. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, 23*(46), 66-78. https://doi.org/10.55738/alaic.v23i46.1143

Mesa 14: Ações afirmativas e arranjos criativos na nova ecologia dos meios

Mesa 14: Acciones afirmativas y soluciones creativas en la nueva ecología de los medios

Dr. Juarez Tadeu de Paula Xavier
Dra. Liliane dos Anjos
Ms. Juan Ortega
Coordenadores

O papel do racismo religioso na emergência do colonialismo digital contra as populações de terreiro no Brasil

Ana Luísa Schuchter Rofino
analuisa.schuchter@estudante.ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

Wedencley Alves
wedencley.alves@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora

O presente artigo propõe investigar o papel do racismo religioso (Rocha, 2025) para a emergência do colonialismo digital (Faustino & Lippold, 2023) contra as populações de terreiro no Brasil. Na contemporaneidade, o cruzamento da política do racismo religioso com as plataformas de mídias sociais tem atualizado e ampliado formas de opressão contra a cultura afro-brasileira, seus corpos, territórios, saberes e identidades. A urgência dessa discussão é evidenciada por dados recentes, como os do relatório lançado pela Rede Nacional de Religiões Afro-Brasileiras e Saúde (Renafro), que revelam que mais da metade dos terreiros já sofreu racismo religioso na internet. Por meio de exclusão algorítmica, invisibilização e microagressões, essas dinâmicas reatualizam a perseguição histórica às tradições afro-religiosas no contexto da plataformização.

Através de uma investigação teórica exploratória, o objetivo é compreender como uma política pautada na suspensão ética, política e estética das Comunidades Tradicionais de Terreiro (CTTro) legitima práticas de expropriação e comercialização de saberes, identidades e tecnologias negras por meio das mídias digitais. Problematiza-se o fato de que, apesar do crescente debate sobre o colonialismo digital, as análises contemporâneas tendem a focar na expropriação econômica de dados, negligenciando a especificidade do racismo religioso como motor de um projeto de desumanização. Persiste, portanto, uma lacuna na compreensão de como as infraestruturas operam processos de extração e apagamento das tecnologias ancestrais.

A metodologia fundamenta-se no diálogo da Teoria dos Processos Discursivos (Análise de Discurso) com os campos dos Estudos Culturais, das Relações Étnico-Raciais e dos Estudos Críticos de Plataforma. Para isso, o trabalho vale-se das contribuições de Fanon (1968), Faustino e Lippold (2023), Silva (2022) e Birhane (2020) para interpretar os aspectos sócio-históricos subjacentes às discriminações nas plataformas.

As noções de "ética" (Sodré, 2017), "cosmofobia" (Santos, 2015), "semiocídio" (Sodré, 2005) e "epistemicídio" (Carneiro, 2005) adquirem importância nuclear para problematizar como o Estado e os meios de comunicação hegemônicos funcionaram como braços institucionais da captura da dignidade ontológica dessas populações. O epistemicídio, por exemplo, atua na interdição e destruição das capacidades cognitivas desses grupos, enquanto a cosmofobia reflete o pavor ontológico diante de lógicas de mundo não-ocidentais.

A pesquisa demonstra que o colonialismo digital materializa-se na captura de saberes ancestrais — como cânticos, rezas ou ritos — que, ao serem inseridos nas plataformas, passam a ser comercializados e apropriados culturalmente, sem que as comunidades tenham soberania sobre esse processo. Observa-se que, por meio do fetiche da tecnologia, as Big Techs camuflam

relações de exploração e controle que operam no digital e atingem culturas minorizadas.

No contexto das CTTro, esse cenário revela que tais tecnologias apresentam novas formas de dominação que ferem os valores das ancestralidades negras, promovendo uma inversão direta dos fundamentos de segredo, senioridade e iniciação. Portanto, a lógica das plataformas, pautada no capital, na racialização e na aceleração do tempo, confronta a ética Nagô (Sodré, 2017), perspectiva que sustenta os fundamentos religiosos e políticos das tradições afro-brasileiras.

Conclui-se que o colonialismo digital contra as populações de terreiro não é uma falha técnica, mas um êxito do projeto colonial de apagamento simbólico. Ao transpor o racismo religioso para a arquitetura algorítmica, as plataformas operam um semiocídio que tenta reduzir a complexidade da cosmologia ancestral. O enfrentamento a essa realidade exige uma postura ética insurgente que denuncie a desumanização promovida pela racialização digital. Logo, a pesquisa aponta para a necessidade de ações de incidência que promovam a descolonização dos meios de comunicação através da apropriação criativa, crítica e coletiva da tecnologia para que ela sirva às demandas das culturas negras.

Referências

Birhane, A. (2020). Colonização algorítmica da África. Em T. Silva (Org.), *Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: olhares afrodiaspóricos* (pp. 91-118). LiteraRUA.

Carneiro, S. (2005). *A construção do outro como não-ser como fundamento do ser* [Tese de doutorado, Universidade de São Paulo]. Repositório Institucional da USP.

Fanon, F. (1968). *Os condenados da terra*. Civilização Brasileira.

Faustino, D., & Lippold, W. (2023). *Colonialismo digital: Por uma crítica hacker-fanoniana*. Boitempo.

Rede Nacional de Religiões Afro-Brasileiras e Saúde, & Terreiro Ilê Omolu Oxum. (2025). *Respeite o meu terreiro: Pesquisa sobre o racismo religioso contra os povos tradicionais de religiões de matriz africana* (Relatório de Pesquisa). Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro; Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania.

Rocha, C. (2025). *A culpa é do diabo: O que li, vivi e senti nas encruzilhadas do racismo religioso*. Oficina Raquel.

Santos, A. B. dos. (2015). *Colonização, quilombos: modos e significados*. INCTI/UnB.

Silva, T. (2022). *Racismo algorítmico: Inteligência artificial e discriminação nas redes digitais*. Edições Sesc.

Sodré, M. (2005). *A verdade seduzida: por um conceito de cultura no Brasil* (3ª ed.). DP&A.

Sodré, M. (2017). *Pensar Nagô*. Vozes.

A LÓGICA DOS ALGORITMOS NA APROPRIAÇÃO DA CULTURA PERIFÉRICA: UMA ANÁLISE DISCURSIVA DA REPRESENTATIVIDADE NA MÍDIA

Thiago Henrique Pereira Feitosa
thiago.henrique@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A rede social *Instagram*, tornou - se espaço central de circulação de discursos e representações, mediadas por algoritmos que regulam afetos, visibilidades e modos de pertencimento. Embora ampliem a visibilidade de sujeitos negros periféricos, inserem essas expressões culturais em lógica de mercado que transformam a representatividade em mercadoria. Como aponta Muniz Sodré (2021), vivemos hoje a reorganização das experiências afetivas no interior do Bios midiático - um ambiente em que os afetos são instrumentalizados e as emoções transformadas em mercadoria.

Simultaneamente com a convergência dos meios digitais, os algoritmos também atuam na maneira que as plataformas de streaming como Netflix moldam suas narrativas a partir de estéticas que frequentemente reduzem as realidades periféricas a estereótipos espetacularizados. Tarcísio Silvia exemplifica o quão intensa pode ser essa 'datafication' do sujeito na atualidade.

> Simone Browne descreve a gênese da vigilância contemporânea, sobretudo dos séculos de colonialismo escravista nas Américas. Resgatando o pioneirismo de Frantz Fanon na temática, Browne nos lembra de

> que o martinicano propôs caracterizar a modernidade como o processo de "fichamento" do homem. Seriam os "registros, arquivos, folhas de ponto e documentos de identidade que juntos formam uma biografia, e algumas vezes uma biografia não autorizada, do sujeito moderno"155, com reflexos nas representações datatificadas dos sujeitos nas bases de dados contemporâneas. (Silva 2022, p. 105)

A pesquisa articula abordagens qualitativas e empíricas para compreender como os algoritmos estabelecem a interação dos discursos representativos de pessoas periféricas. Por isso, a análise de redes sociais aliado com análise crítica do discurso serve como meio de exploração dos diferentes modos de mobilização de afetos que os sistemas algoritmos exercem, por meio do estudo de caso da prisão do influenciador digital "Buzeira". O mesmo método será aplicado para compreensão dos algoritmos como tecnologia de comunicação que exerce forte influência mercadológica para as produções de seriados na Netflix. Nesse caso será investigado a série "Sintonia", que contém fortes representações narrativas que dialogam com a realidade periférica.

Sob a ótica de discursividade de Michel Pêcheux (2008) os processos algorítmicos visam produzir transformações físicas ou biofísicas, de maneira que direcione os processos naturais dos indivíduos para instrumentalizá-los pela estrutura semiótica interna. Se caracteriza assim, a filiação histórica inseridas na memória que através das imagens, narrativas, discursos, consolidam as coisas - saber, inscritas em um corpus seriado de modos cíclicos (Pêcheux, 2008, P.55). Nesse sentido, todas as reivindicações simbólicas das pessoas de periferia nos meios midiáticos, fazem parte da ramificação de lutas travadas à muito tempo, sendo que a cultura periférica tem sua luta fundada na reivindicação dos espaços e direitos limitados pelos enclaves no espaço urbano, e no contexto atual, os enclaves se dão de forma virtual, depreciando a cidadania nesse meio que se tornou tão vital para a experiência cultural das pessoas.

Espera-se que a pesquisa atinja a compreensão da maneira que os algoritmos moldam a visibilidade, o engajamento e a produção de sentido em

torno da representatividade negra periférica nas mídias digitais. Ao articular a Análise de redes sociais e Análise crítica do Discurso, pretende -se revelar como esses sistemas técnicos operam como mediadores simbólicos que não apenas organizam conteúdos, mas também condicionam afetos, influenciam comportamentos e valores culturais.

Referências

Pêcheux, M. (2008). *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Pontes Editores.

Silva, T. (2022). *Racismo algorítmico: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais.* Edições Sesc São Paulo.

Sodré, M. (2021). *A sociedade incivil: mídia, liberalismo e finanças*. Editora Vozes.

A promessa antirracista em organizações: uma análise discursiva das ações afirmativas da Unilever e do Nubank

Liliane Souza dos Anjos
liliane.anjos@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A relação entre o ambiente corporativo e a pragmática, perspectiva que estuda o uso da linguagem em diferentes contextos sociais (Oliveira, 2010), tem sido objeto de investimento de diferentes pesquisadores ao longo dos últimos anos (Oliveira, 2010, 2012; Putnam & Fairhurst, 2000). Tais abordagens reforçam o potencial dos estudos da linguagem para a compreensão das dinâmicas comunicativas das organizações, que, de antemão, pode ser assumido em dois eixos: o primeiro enxerga a pragmática como uma ferramenta útil aos usos intencionais da linguagem, de modo a se atingir determinados objetivos institucionais (Oliveira, 2010); o outro eixo, ao contrário da ideia de que a linguagem segue um percurso exclusivamente intencional, focaliza a complexidade e tensões em torno do discurso organizacional, entendendo que a linguagem pressupõe relações variadas entre os sujeitos e as instituições (Baldissera, 2009). Aproximando-se dessa última perspectiva é que o presente trabalho se orienta.

Fundamentada nos pressupostos teórico-metodológicos da Análise de Discurso pecheutiana (Pêcheux, 2009), em diálogo como os estudos de

midiatização no consumo (Trindade & Rodrigues, 2019; Trindade & Perez, 2014), a pesquisa pretende investigar o funcionamento discursivo e a circulação das ações afirmativas de duas marcas: a multinacional Unilever e da fintech Nubank, ambas com histórico de envolvimento em polêmicas e acusações de racismo. O foco consiste em observar o alcance e os limites da performance de um compromisso antirracista sem deixar de considerar as tensões em torno dos vínculos simbólicos materializados nos discursos em análise (Trindade & Rodrigues, 2019). Partimos do pressuposto de que a linguagem tem uma estrutura própria, e que o sujeito, em toda sua complexidade, é interpelado ideologicamente, de modo que língua, sujeito e história, são materialmente implicados pelo processo de interpretação (Orlandi, 1996) dos produtos comunicativos submetidos à análise.

A partir de uma pesquisa qualitativa que assume como estratégia a pesquisa bibliográfica e os procedimentos teórico-metodológicos da Análise de Discurso pecheutiana (Pêcheux, 2009), busca-se observar as faltas e contradições da linguagem, situando a promessa antirracista não como um ato de fala isolado, mas como uma peça central na engrenagem da comunicação de empresas voltadas à agenda ESG. Para isso, elegemos como *corpus* matérias jornalísticas responsáveis por divulgar tanto a criação da Escola de Marketing Antirracista da Unilever quanto a série de inciativas pró-diversidade da Nubank. A reflexão parte das seguintes questões norteadoras: que memórias são atualizadas e que recursos discursivos são acionados para sustentar os gestos de visibilidade operados por tais organizações? Que sentidos de antirracismo estão em disputa nos materiais? Até que ponto essa performance, enquanto promessa, pode reiterar ou tensionar o imaginário racial dominante (Gonzalez, 1984)?

As análises observaram que a promessa de antirracismo de ambas as marcas se dá por operadores discursivos que apontam para a estabilização em torno de um imaginário racial dominante e para a criação de expectativas para o futuro dos consumidores e das próprias empresas. Tal compromisso orienta

a visibilidade da marca de modo que sua comunicação funcione na lógica de um agendamento de temáticas para si e para o público (Zimmermmann et al., 2022). Há ainda o atravessamento do discurso neoliberal (Guilbert, 2020), dissimulando interpretações ideologicamente determinadas sobre relações sociais, funcionamento que deixa escapar o fato de que tais ações antirracistas foram motivadas por uma tentativa de apagamento de escândalos anteriores. Notamos ainda que a construção de uma promessa antirracista se dá a partir da atualização de saberes sobre racialidade voltados à democracia racial. A suposta harmonia entre as raças, segundo Gonzalez (2020), oculta as relações concretas de exploração existentes no país. Nesse sentido, o apelo à "aparição" do negro deixa escapar valores pré-determinados pelo mercado, e os gestos de visibilidade a ele vinculados dizem respeito às formas específicas de sua inscrição na mídia, reguladas por enquadramentos que podem limitar os sentidos de sua presença (Borges & Borges, 2012). A visibilidade do negro, nos termos das ações afirmativas em foco, está a serviço de um "carisma" institucional que tenta converter o escrutínio público em adesão à marca. A promessa antirracista se converte em um importante dispositivo de imagem da marca, atrelando seus valores à gestão da visibilidade do corpo negro.

Referências

Baldissera, R. (2009). Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade. *Organicom, 6*(10-11), 115-120.

Borges, R. C. S., & Borges, R. S. (Orgs.). (2012), *Mídia e racismo*. ABPN.

Gonzalez, L. (2020) "Democracia racial? Nada disso!". In F. Rios, & M. Lima (Orgs), *Lélia Gonzalez: por um feminismo afro-latino-americano*. Zahar.

Gonzalez, L. (1984). Racismo e sexismo na cultura brasileira. *Revista Ciências Sociais Hoje*, 223-244.

Guilbert, T. (2020). *As evidências do discurso neoliberal na mídia*. Editora da Unicamp.

Oliveira, J. A. (2010). Pragmática & Comunicação. *Linguagem em Foco*, *2*(2), 53-68.

Oliveira, J. A. (2012). *Comunicação organizacional crítica e a teoria crítica da comunicação organizacional* [Trabalho apresentado]. Anais do XXI Encontro da Compós.

Orlandi, E. P. (1996). *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Vozes.

Pêcheux, M. (2009). *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.* Editora da Unicamp.

Putnam, L., & Fairhurst, G. T. (2000). Discourse Analysis in Organization. In F. M. Jablin & L. Putnam (Orgs.), *The New Handbook of Organizational Communication* (pp. 78-136). Sage Publications.

Sodré, M. (1999). *Claros e Escuros: identidade, povo e mídia no Brasil*. Vozes.

Trindade, E., & Rodrigues, M. C. P. (2019). O consumidor entre mediações e midiatização. *Revista FAMECOS*, *26*(2). https://doi.org/10.15448/1980-3729.2019.2.32066

Zimmermann, D. D., Trindade, E., & Meira, K. M. A. (2022). *Consumo, Marcas e Agendamento: análise de redes sociais da campanha meu pai presente* [Trabalho apresentado]. Anais do XVI Congresso Brasileiro de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP). Abrapcorp.

A mulher negra e os espelhos brancos: a presença digital da Tia Má no Instagram

Danilo Silva de Meireles
meirelesdanilo9@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Carolina dos Reis de Moraes Trindade
carolinareeis@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Emanuele de Feitas Bazílio
manufreitasfotografia@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Alice Oliveira de Andrade
andradealice@academico.ufs.br
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Ao longo da história, mulheres negras foram impelidas a olhar para si a partir de 'espelhos brancos', isto é, regimes de visualidade construídos pela branquitude que instituem a imagem branca como norma e produzem rupturas entre sujeitos negros e suas próprias representações (Kilomba, 2017). No campo midiático brasileiro, esse processo contribuiu para a reprodução de imagens exotizadas, animalizadas e criminalizadas dos corpos negros e para o enfraquecimento de sua autoestima. É nesse cenário que se inscreve a presença digital de Maíra Azevedo, a Tia Má, jornalista, escritora, atriz e

influenciadora cuja atuação no Instagram articula negritude, religiosidade, amor-próprio, experiências cotidianas e enfrentamento ao racismo. O estudo tem como objetivo analisar sua presença na plataforma e compreender como ela constrói influência e visibilidade de maneira interseccional e politicamente engajada, articulando intimidade, autenticidade, representatividade negra e práticas de resistência simbólica.

O trabalho desenvolve uma análise ensaística da figura pública de Tia Má e de publicações selecionadas em seu perfil oficial no Instagram, observando postagens, *stories*, *reels*, legendas, imagens e formas de interação com seguidores. O percurso analítico organiza-se em três movimentos complementares: a discussão sobre a mulher negra diante dos 'espelhos brancos'; a compreensão da estética da existência constituída a partir de um reservatório ancestral afro-brasileiro; e a reflexão sobre a influência digital. Teoricamente, o estudo articula o pacto da branquitude e seus efeitos subjetivos (Bento, 2022), a estética da existência e o cuidado de si (Foucault, 2020; Trindade, 2025; Trindade & Bezerra, 2025), a ancestralidade e a corporeidade negra como lugares de resistência, além das noções de intimidade percebida (Abidin, 2015), trabalho de visibilidade (Abidin, 2016) e das categorias de conteúdo digital propostas por Karhawi (2023).

A análise evidencia, inicialmente, que a valorização da beleza e da autoestima negra nas publicações de Tia Má funciona como estratégia de enfrentamento ao racismo, poia ao compartilhar memórias de uma infância em que demorou a reconhecer a própria beleza e ao transformar essas experiências em discursos dirigidos a outras meninas e mulheres negras, a influenciadora rompe simbolicamente com os espelhos da branquitude e oferece referenciais de identificação. Nesse movimento, amor-próprio e representatividade não aparecem apenas como experiências individuais, mas como práticas de recuperação emocional e afirmação coletiva.

Outra dimensão central está na relação entre corpo, ancestralidade e religiosidade afro-brasileira, evocada por publicações realizadas na Casa de Oxumarê, nas quais Tia Má aparece com indumentárias do candomblé e celebra sua trajetória no axé, o que permitem compreender sua presença midiática como uma estética da existência afro-brasileira. O cuidado de si é atravessado pela coletividade, pela espiritualidade e pela continuidade ancestral; o corpo torna-se suporte simbólico da tradição e território de saber, resistência e transformação. Assim, práticas religiosas, rituais, vestimentas e modos de narrar a própria experiência configuram exercícios e técnicas de si que constroem uma subjetividade negra, feminina e de axé em resistência a modelos coloniais e eurocêntricos.

No campo da influência digital, observa-se que a atuação de Tia Má não se reduz ao alcance numérico ou à autopromoção, dado que seu trabalho de visibilidade sustenta-se na exposição estratégica de bastidores, na percepção de intimidade e na horizontalidade construída com os seguidores. As categorias de conteúdo horizontal, íntimo, coconstruído, comunal, transmídia e plataformizado (Karhawi, 2023) evidenciam uma produção planejada que aproxima experiências familiares, cotidianos, posicionamentos políticos, publicidade e religiosidade. Ao interpelar seguidores, compartilhar momentos privados e estimular a participação, Tia Má fortalece uma comunidade engajada e converte proximidade em vínculo afetivo, escuta e circulação de pautas.

Conclui-se que a influência de Tia Má não pode ser dissociada de sua trajetória como mulher negra, nordestina, jornalista e artista brasileira. Sua performance digital transcende as lógicas estritamente comerciais da influência e configura uma prática existencial, política e discursiva comprometida com subjetivação, pertencimento e afirmação identitária. O Instagram torna-se, em sua atuação, um *locus* de resistência simbólica no qual a visibilidade é mobilizada para tensionar padrões normativos e ampliar repertórios de representação. Tia Má atua, assim, como influenciadora, intelectual pública

e liderança comunitária, transformando o trabalho de visibilidade em instrumento de dignidade, escuta, cuidado e construção coletiva da existência negra.

Referências

Abidin, C. (2015). Communicative intimacies: Influencers and perceived interconnectedness. *Ada: A Journal of Gender, New Media, & Technology, 8*.

Abidin, C. (2016). Visibility labour: Engaging with influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia, 161*(1), 86-100. https://doi.org/10.1177/1329878X16665177

Bento, C. (2022). *O pacto da branquitude*. Companhia das Letras.

Foucault, M. (2020). *História da sexualidade 3: o cuidado de si*. Paz e Terra.

Karhawi, I. (2023). Influencers, creators e posts: Proposição de categorias dos conteúdos publicados por influenciadores digitais. *Revista do Centro de Pesquisa e Formação, 17*.

Kilomba, G. (2017). *Grada Kilomba: Desobediências poéticas*. Pina.

Trindade, A. C. R. M. (2025) *A celebridade da internet e o cuidado de si: a construção discursiva de Lu Ferreira no Instagram para uma estética da existência* [Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte].

Trindade, A. C. R. M., & Bezerra, J. S. (2025). O cuidado de si e os humanos digitais: um olhar para a estética da existência da influenciadora digital Aitana Lopez. In Witzel, D. G., & Thimoteo, S. G. (Eds.), *Tabuleiro de Sentidos: jogos discursivos e outras dinâmicas da linguagem* (1a ed, Vol. 4, pp. 221-247). Pontes Editores.

Nunca mais um jornalismo sem a nossa presença: o manual de jornalismo indígena da Abrinjor e a representação dos povos indígenas na imprensa brasileira

Luana Maria da Silva
contato.luanamris@gmail.com
Universidade Federal da Paraíba

Os povos indígenas são frequentemente retratados na imprensa brasileira de forma preconceituosa e estereotipada (De Melo, 2003). Estudos sobre a cobertura jornalística demonstram que as notícias envolvendo povos indígenas costumam privilegiar episódios de violência, conflito ou exotização, enquanto temas como saúde, educação, cultura, ciência e direitos territoriais recebem pouca atenção.

> O índio só entra na pauta da imprensa em questões muito específicas: **em primeiro lugar, quando é vítima ou autor de violência; em segundo, quando representa algo exótico e inusitado, ou seja, no enfoque do inesperado**. Questões como saúde, educação, ciência, terra e cultura indígenas não são enfocadas ou são tratadas segundo o senso comum formado sobre o índio, conceitos concebidos a partir da ideologia da classe dominante. (De Melo, 2003, p. 5)

Essa forma de retratar os povos indígenas pode ser associada a narrativas assimilacionistas e discursos difundidos pelo Romantismo, que

consolidaram imagens que alternavam entre a idealização e a caracterização dos indígenas como bárbaros ou atrasados (Azevêdo, 2022). Segundo Melo (2003), a mídia, ao mesmo tempo em que forma opiniões, atualiza discursos já estabelecidos socialmente, contribuindo para a manutenção desses estereótipos. Dessa forma, a representação jornalística dos povos originários é atravessada por construções históricas que influenciam a forma como esses sujeitos são apresentados ao público.

Nesse contexto, surgiu a Articulação Brasileira de Jornalistas Indígenas (Abrinjor), formada por jornalistas indígenas de diferentes povos do Brasil e orientada pelo entendimento de que os próprios indígenas devem ocupar o lugar de sujeitos da produção jornalística e de fontes legítimas para narrar suas histórias, rompendo com práticas historicamente marcadas pela mediação de não indígenas (Lourenço, 2025).

O primeiro encontro presencial da Abrinjor, o Poranga Marandúa, foi realizado em Brasília, em 2025, reunindo representantes de diversos povos e biomas brasileiros para discutir princípios, diretrizes e objetivos da articulação. Um dos principais resultados do encontro foi a criação do primeiro manual de jornalismo indígena do Brasil, que recebeu o mesmo nome do evento e foi elaborado pelos integrantes da Abrinjor.

O documento foi dividido em capítulos que apresentam informações históricas sobre o movimento indígena no Brasil, orientações para a cobertura jornalística, reflexões sobre conceitos ultrapassados relacionados aos povos originários e recomendações para uma prática profissional comprometida com a diversidade e os direitos humanos.

Diante desse cenário, este artigo tem como objetivo analisar o Manual de Jornalismo Indígena Poranga Marandúa, da Abrinjor, observando suas contribuições para a transformação da cobertura jornalística brasileira sobre os povos indígenas. A pesquisa busca compreender de que forma o documento propõe novas perspectivas para a representação indígena na imprensa, ao

defender a participação dos próprios indígenas na construção das narrativas sobre seus povos, territórios e culturas.

Referências

Azevêdo, P. L. T. (2022). Os estereótipos sobre os "índios" no Brasil oitocentista (1845-1867): Discursos em disputa. *Outros Tempos, 19*(34). https://www.outrostempos.uema.br/index.php/outros_tempos_uema/article/view/992/949

De Melo, P. B. (2003). *O índio na mídia: Discurso e representação social*. https://doi.org/10.13140/2.1.1674.8326

Federação Nacional dos Jornalistas. (2007). Código de ética dos jornalistas brasileiros. https://fenaj.org.br/

Lourenço, J. (2025). O jornalismo indígena existe e resiste. *Revista AzMina*. https://azmina.com.br/colunas/o-jornalismo-indigena-existe-e-resiste/

Descolonizar o olhar: estratégias de comunicação e design na valorização e comercialização ética da Arte Guarani

Marina Jugue Chinem
marina.chinem@metodista.br
Universidade Metodista de São Paulo

Para o povo Guarani, os artefatos de bambu, madeira, sementes e miçangas materializam o *Nhandereko* (modo de ser) e o *Tekoporã* (bem-viver) (Kopenawa & Albert, 2015). O manejo e o entalhe integram a espiritualidade e a transmissão de saberes. Nos mercados externos, porém, a produção sofre desvalorização ao ser reduzida ao "artesanato rústico" (Mignolo, 2017; Quijano, 2005). Em resposta, o Projeto XARYI, projeto de extensão multidisciplinar do curso de Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, atua na Aldeia Guarani Guyrapaju, em São Bernardo do Campo (SP), em área de proteção ambiental, empregando o design decolonial e a comunicação comunitária (Peruzzo, 2013; Santos, 2019), foca no treinamento dos moradores para a venda autônoma do artesanato, sua principal fonte de renda, viabilizando o comércio justo e a valorização cultural (Cardoso, 2012; Munduruku, 2012).

Revisão de Literatura

A virada decolonial no design e na comunicação (Mignolo, 2017; Santos, 2019) busca superar a marginalização das epistemologias locais

(Quijano, 2005), o desafio é aplicar metodologias digitais que traduzam o *Nhandereko* e o *Tekoporã* sem reduzir os objetos ao consumo espetacularizado (Cardoso, 2012; Viveiros de Castro, 2015). Esta pesquisa investiga como o codesign decolonial e a comunicação comunitária viabilizam a comercialização da arte Guarani, salvaguardando seus valores cosmológicos e garantindo retornos justos (Cardoso, 2012; Peruzzo, 2013). Hipotetiza-se que a capacitação comunitária e o desenvolvimento de canais próprios neutralizam o apagamento cultural e valorizam o artefato como patrimônio imaterial (Cardoso, 2012).

Metodologia

Adota-se abordagem qualitativa fundamentada na pesquisa-ação participativa e no codesign decolonial (Peruzzo, 2013; Santos, 2019). As atividades do Projeto XARYI, conduzidas por discentes da Universidade Metodista de São Paulo, estruturaram-se em três etapas: (1) oficinas de codesign e cartografia social para debater a autorepresentação (Munduruku, 2012); (2) capacitação em precificação, criação de identidades visuais, catálogos digitais e redes sociais para fortalecer a renda local (Cardoso, 2012); e (3) análise de recepção e vendas, avaliando a autonomia comunitária alcançada (Peruzzo, 2013).

Resultados e Discussão

As ações de extensão e treinamento transformaram as cadeias produtiva e simbólica locais. Criação e desenvolvimento de rótulos e etiquetas físicas para elevar o valor percebido das peças como patrimônio cosmológico (Quijano, 2005). A criação de uma linguagem e identidade visual associada à fotografia dos artesãos para combater o anonimato e legitimar a autoria individual (Munduruku, 2012). E realizar treinamento em vendas e mídias para gerar autonomia comercial e reduzir intermediários, fortalecendo a principal fonte de renda comunitária (Peruzzo, 2013).

A descolonização do olhar rompe com o "enquadramento exótico" (Viveiros de Castro, 2015). Ao capacitar a comunidade para gerir sua renda no horizonte do *Tekoporã*, o design desafia o consumo efêmero (Cardoso, 2012), atuando como mediador ético entre a cultura e o mercado (Mignolo, 2017; Peruzzo, 2013). O estudo contribui de forma empírica, teórica e prática para a extensão universitária decolonial em uma Aldeia Indígena Guarani (Santos, 2019).

Referências

Cardoso, R. (2012). *Design para um mundo complexo*. Cosac Naify.

Kopenawa, D., & Albert, B. (2015). *A queda do céu*. Companhia das Letras.

Mignolo, W. D. (2017). A colonialidade de cabo a rabo. In C. Berzoini et al. (Orgs.), *A virada decolonial e a América Latina* (pp. 31-64). Autêntica.

Munduruku, D. (2012). *O caráter educativo do movimento indígena brasileiro*. Paulinas.

Peruzzo, C. M. K. (2013). Comunicação comunitária, alternativa e popular. *Comunicação & Sociedade, 34*(2), 11-40.

Quijano, A. (2005). Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In E. Lander (Org.), *A colonialidade do saber* (pp. 227-278). CLACSO.

Santos, B. de S. (2019). *O fim do império cognitivo*. Autêntica.

Viveiros de Castro, E. (2015). *Metafísicas canibais*. Cosac Naify

Epistemicídio negro na Bossa Nova: raça, gênero e distribuição de visibilidade na cobertura da Folha de S. Paulo e de O Estado de S. Paulo (1959-1965)

Pedro Santos Freire
pedro.s.freire@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Angela Maria Grossi
angela.grossi@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A bossa nova consolidou-se na memória cultural brasileira como movimento de vanguarda associado à classe média branca da zona sul carioca, imagem hoje reativada pela circulação global do gênero como marca de brasilidade. Essa memória, contudo, não é um dado natural do arquivo: foi produzida, também, pela imprensa. Parte-se aqui do pressuposto de que a cobertura jornalística não reflete valores culturais previamente estabelecidos, mas participa ativamente de sua produção e hierarquização (Hall, 2016; Thompson, 1998).

Esta pesquisa, originária de um projeto de iniciação científica financiado pelo Fapesp, investiga como a *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S. Paulo* distribuíram visibilidade entre artistas da bossa nova, entre 1959 e 1965, segundo marcadores interseccionais de raça e gênero. O objetivo geral é verificar em

que medida a imprensa paulistana operou como tecnologia de branqueamento cultural, e não apenas como registro de um movimento previamente constituído.

O quadro teórico articula teorias do jornalismo e pensamento crítico sobre raça. Da primeira vertente mobilizam-se as noções de *gatekeeping*, agendamento, enquadramento e *newsmaking* (Traquina, 2005; Wolf, 2003), que descrevem a seleção e a hierarquização das pautas como efeito de rotinas produtivas, e não de decisões individuais isoladas. Da segunda, recorre-se ao epistemicídio e ao dispositivo de racialidade formulados por Carneiro (2005), ao pacto da branquitude descrito por Bento (2022) e à análise de Sodré (1998) sobre a expropriação simbólica das matrizes negras na música brasileira. A matriz de dominação proposta por Collins (2019) sustenta o tratamento simultâneo de raça e gênero, evitando que um marcador seja lido como simples agravante do outro.

Metodologicamente, adotou-se análise de conteúdo (Bardin, 2016) de um corpus de 937 matérias localizadas nos acervos digitais dos dois veículos, sendo 385 na *Folha de S. Paulo* e 552 em *O Estado de S. Paulo*. Foram selecionados 16 artistas distribuídos em quatro grupos: homens brancos, mulheres brancas, homens negros e mulheres negras. A paridade entre os grupos funciona como recurso analítico destinado a tornar mensurável a assimetria do arquivo, e não como afirmação sobre a composição demográfica do movimento. Cada registro foi codificado em sete categorias: tipo de texto, menção ou centralidade, tema, setor da página, seção do veículo, presença de fotografia e semântica do título.

Os resultados apontam concentração acentuada da cobertura. Homens brancos respondem por 58,6% das ocorrências, seguidos por homens negros (19,0%), mulheres negras (15,2%) e mulheres brancas (7,3%), o que configura discrepância interseccional de 51,3 pontos percentuais entre os extremos. A assimetria, porém, não se distribui de modo uniforme pelos formatos jornalísticos: ela é máxima justamente nos gêneros de maior investimento editorial, como

a reportagem (66,0 pontos), e decresce na notícia (58,4), na nota (43,4) e na publicidade (41,7). Quanto maior o esforço de produção e o prestígio atribuído ao formato, portanto, mais acentuada a hierarquização racial e de gênero. A presença de artistas negras e negros tende a se concentrar nos registros de menor profundidade e nas peças em que a visibilidade depende de patrocínio, isto é, de fatores alheios à decisão editorial dos veículos.

Esse padrão sugere um ciclo de retroalimentação. A cobertura reiterada de um núcleo restrito de artistas produz o repertório de fatos noticiáveis que justificará a cobertura seguinte, enquanto a ausência de registro converte-se, retrospectivamente, em ausência de relevância histórica. A invisibilização não é, assim, a lacuna do arquivo, mas seu produto.

Conclui-se que a construção da bossa nova como movimento branco e masculino não decorreu apenas da indústria fonográfica ou da recepção internacional, mas contou com a participação sistemática da imprensa de referência, que converteu escolhas rotineiras de pauta, editoração e ilustração em hierarquia simbólica duradoura. Reconhecer esse processo é condição para examinar criticamente a atual reapropriação global do gênero e para situar a produção contemporânea de artistas negras e negros brasileiros como prática de reparação epistêmica.

Referências

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo* (ed. rev. e ampl.). Edições 70.

Bento, C. (2022). *O pacto da branquitude*. Companhia das Letras.

Carneiro, S. (2005). *A construção do outro como não-ser como fundamento do ser* [Tese de doutorado, Universidade de São Paulo].

Collins, P. H. (2019). *Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento*. Boitempo.

Hall, S. (2016). *Cultura e representação*. Editora PUC-Rio.

Sodré, M. (1998). *Samba, o dono do corpo* (2a ed.). Mauad.

Thompson, J. B. (1998). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Vozes.

Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo: por que as notícias são como são* (Vol. 1, 2a ed.). Insular.

Wolf, M. (2003). *Teorias da comunicação de massa*. Martins Fontes.

Quem são as mães de O Boticário? Investigando a presença de mulheres negras nas propagandas da marca

Gêsa Cavalcanti
gesa.cavalcanti@eco.ufrj.br
Universidade Federal do Rio de Janeiro

A publicidade, historicamente, tem sido o palco da branquitude. São os brancos que possuem, pelo direito tomado de determinar a diferença, o lugar de normalidade e neutralidade. As pessoas brancas podem falar com todos enquanto às pessoas negras resta uma espécie de comunicabilidade exclusivamente nichada. Descarta-se a possibilidade de identificação do branco com o negro, mas supõe-se o contrário porque o racismo torna o branco meta a ser alcançada através de seus padrões de vida, beleza, relações históricas, etc.

Apesar dessa ser a regra dominante dos modos de representar da publicidade, estamos presenciando uma mobilização de conquista de espaços representacionais através da circulação das pautas identitárias. Isso significa que, nos últimos anos, mais pessoas negras foram vistas nas telas de TV, dispositivos móveis e páginas dos impressos.

Indiscutivelmente, esse aumento quantitativo merece celebração. É importante, considerando as históricas práticas de invisibilidade do povo negro na mídia, entender o movimento de aproximação que o mercado tem feito. Parece haver uma reconfiguração ética e estética em alguns setores do

mercado, principalmente naqueles que vendem beleza. Marcas como Natura, Vult e O Boticário, têm buscado novas formas de estabelecer diálogos com a diversidade e pluralidade da identidade nacional o que, por sua vez, tem efeitos práticos na arena de disputa pelo imaginário social.

Sem esquecer que os compromissos éticos que essas marcas assumem fazem parte de uma estratégia de ampliação de mercado que reconhece e entende o poder de consumo do público negro, defendo que esse movimento de aproximação representacional com a realidade racial brasileira significa também um passo relevante no processo de desconstrução de um ideal da branquitude enquanto objeto aspiracional.

É desse contexto que a presente pesquisa emerge. Ela parte do lançamento do comercial de Dia das Mães da marca *O Boticário* em 2026. A campanha é protagonizada por uma mãe negra e um filho negro. Rompendo, pela primeira vez, o protagonismo branco nas peças de Dia das Mães da marca. No entanto, em vez de apenas analisar o vídeo da campanha mais recente, opto por realizar uma análise histórico-comparativo que olha para os últimos cinco anos de campanha da marca na data comemorativa tentando mapear se e como as mulheres negras aparecem nessas peças e perceber um possível movimento evolutivo-representacional.

O objetivo é mapear a frequência, a forma e a profundidade com que as mulheres negras aparecem nessas peças, buscando perceber um possível movimento de transição: inicia-se na invisibilidade, passa-se por um processo de inclusão que coloca o corpo negro na periferia representacional, vai gradativamente passando por papéis de maior destaque até a alcançar a posição de protagonista. Com concepção exploratória-descritiva, a pesquisa investiga como a estética, o cenário e a narrativa evoluíram nessas publicidades e se isso significa que a identidade negra ocupa um papel de protagonismo nas campanhas de Dia das Mães da marca.

No ponto de vista teórico, discute-se as relações entre publicidade, raça e imaginário através de autores como Lélia Gonzalez (2020), Beatriz Nascimento (2022), Richard Dyer (1997), Fernanda Carrera (2020) e Pablo Moreno Fernandes (2022).

Referências

Bento, M. A. (2002), *Pactos narcísicos no racismo: branquitude e poder nas organizações empresariais e no poder público* [Tese de Doutorado, Departamento de Sociologia da USP].

Carrera, F. (2020). Raça e privilégios anunciados: ensaio sobre as sete manifestações da branquitude na publicidade brasileira. *Revista Eptic, 22*(1), 6-28.

Dyer, R. (1997). *White: Essays on Race.* Routledge.

Fernandes, P. M. (2022). O racismo brasileiro a partir da Publicidade: um olhar sobre a representatividade em anúncios de revista. *Comunicação Mídia Consumo, 19*(54). 106-130.

Gonzalez, L. (2020). *Por um feminismo Afro-latino-Americano: ensaios, intervenções e diálogos.* Zahar;

Nascimento, Beatriz. (2022). *O negro visto por ele mesmo*. Ubu, 2022.

Memória, ancestralidade e atenção cartográfica na formação docente: limites da inteligência artificial na educação

Cecília Borges Griese
borgesgriese82@gmail.com
Universidade Federal de São João del Rei

Este ensaio articula memória, ancestralidade e atenção cartográfica como eixos da formação docente, tomando como fio condutor a trajetória de Dora Yone, educadora com aproximadamente 50 anos de atuação na Educação Infantil. O objetivo do trabalho é refletir sobre os saberes transmitidos por gestos cotidianos, compreendidos como uma pedagogia encarnada, e interrogar, a partir desses referenciais, os limites da Inteligência Artificial (IA) na educação.

O estudo nasce da inclusão de Dora Yone como sujeito de uma entrevista realizada na disciplina Fundamentos da Educação Brasileira, do Mestrado em Educação da Universidade Federal de São João del Rei. O relato de Dora, que iniciou a docência aos 18 anos e hoje observa de modo crítico que a tecnologia carece de 'alma', revela uma pedagogia arraigada de intencionalidade e profundidade teórica, construída em décadas de convívio com crianças na Educação Infantil dos anos 1950.

A fundamentação teórica mobiliza a cartografia como prática de pesquisa. Para Costa (2014), a cartografia inverte a lógica do método tradicional: em vez de um caminho guiado por metas fixas, as metas emergem do

próprio caminhar, o que exige do pesquisador uma postura de imersão, e não de observação distanciada. 'Cartografar é estar, e não olhar de fora' (Costa, 2014, p. 75). Kastrup (2007) detalha essa atenção cartográfica por meio de quatro gestos, o rastreio, o toque, o pouso e o reconhecimento atento, que orientam o modo como a memória de Dora é acolhida no texto, não como dado coletado, mas como acontecimento que interrompe a marcha teórica.

A noção de ancestralidade, em diálogo com Munduruku (2018), amplia essa discussão ao afirmar que cabe aos avós a 'educação do espírito', responsáveis pela transmissão dos valores que dão sentido à existência (Munduruku, 2018, p. 20). Dora é lida, assim, como um 'ponto de equilíbrio' (Munduruku, 2018, p. 23), figura que atualiza saberes ancestrais para interpelar o tempo presente. O filme *A Febre* (Da Rin, 2019) contribui para essa reflexão ao narrar o adoecimento de um trabalhador indígena como processo de ruptura e de retorno às origens, sugerindo que o corpo, e não apenas o discurso, é instrumento de conhecimento.

A partir desses referenciais, o ensaio problematiza os limites da IA na educação. O texto argumenta que os sistemas de IA operam pela automação da resposta e pela eliminação da hesitação, exatamente o oposto do que a atenção cartográfica requer como aprendizado por cultivo (Kastrup, 2007). Assim, o ato de educar é compreendido como um encontro entre subjetividades, que demanda presença, escuta e disposição para ser afetado, dimensões que nenhum algoritmo consegue reproduzir.

Por fim, a trajetória de Dora Yone é entendida não apenas como objeto de pesquisa, mas como perspectiva epistemológica a partir da qual é possível interrogar o presente e o futuro da educação brasileira. Reativar saberes ancestrais como força crítica, e não como relíquia do passado, aponta para uma forma de conduzir a pesquisa sobre IA na educação atenta às rugosidades do campo e disposta a reconhecer, em cada dado, o processo vivo que o gerou.

Referências

Costa, L. B. da. (2014). Cartografia: Uma outra forma de pesquisar. *Revista Digital do LAV, 7(*2), 66-77. https://periodicos.ufsm.br/revislav/article/view/15111

Da Rin, M. (Diretora). (2019). *A febre* [Filme]. Vitrine Filmes.

Kastrup, V. (2007). O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. *Psicologia & Sociedade, 19*(1), 15-22.

Munduruku, D. (2018, 13 de junho). Tempo, tempo, tempo. *Coletiva - Educação e Diferenças*. https://www.coletiva.org/educacao-diferencas-anteriores

Mesa 15: Políticas Públicas de Comunicação

Mesa 15: Políticas Públicas de la Comunicación

Dr. Adilson Cabral Filho
Dra. Adriana Omena dos Santos
Dr. Carlo Napolitano
Coordenadores

A EXPERIÊNCIA DA RESIDÊNCIA EM COMUNICAÇÃO POPULAR NA TRAJETÓRIA DE SEUS PARTICIPANTES

Yvana Fechine
yvana.fechine@ufpe.br
Universidade Federal de Pernambuco

Maria Eduarda da Mota Rocha
mariaeduarda.rocha@ufpe.br
Universidade Federal de Pernambuco

A proposta deste trabalho é discutir a experiência da Residência em Comunicação Popular, a partir das trajetórias de seus participantes. A Residência em Comunicação Popular consiste em um programa de formação complementar, a partir da produção de conteúdos *para*, *sobre* e *com* as periferias, dirigida a comunicadores desses territórios acolhidos na Rádio Universitária Paulo Freire, rádio-escola da Universidade Federal de Pernambuco, situada no Nordeste do Brasil. A proposta da Residência em Comunicação Popular, em execução entre outubro de 2024 e dezembro de 2026, envolve: 1) produção e apresentação ao vivo de um programa de rádio para, sobre e com as periferias, com supervisão pedagógica e acompanhamento técnico; 2) aperfeiçoamento da linguagem e locução radiofônicas, 3) treinamento técnico-operacional (streaming, ferramentas para gerenciamento e produção de conteúdo; softwares de automação de rádio, transmissões externas etc.), 4) proposição e discussão de pautas, 5) avaliação semanal coletiva dos programas produzidos. A Residência

é parte de uma pesquisa-ação financiada pela Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia de Pernambuco - FACEPE.

Para a Residência, foram selecionados, por meio de chamada pública, três comunicadores populares, com origem em periferias do grande Recife, para um treinamento de um ano durante o qual recebem uma bolsa. No decorrer do projeto, dois dos selecionados foram substituídos por seus suplentes por terem sido convocados para outras experiências profissionais para as quais a passagem pela Residência contribuiu. Todos os selecionados haviam concluído o curso de jornalismo em instituições privadas, como bolsistas e/ou como cotista, estavam na faixa etária entre 30 e 50 anos e, com exceção de um, todos se autodeclaravam como negros. Nenhum deles possuía vínculo empregatício e dedicavam-se ou a atividades fora do jornalismo (serviços) ou a projetos sociais temporários. A análise desta experiência na trajetória das/do residentes, pode indicar o alcance desta modalidade de residência para outros sujeitos periféricos.

A análise bourdieusiana de trajetória (Bourdieu, 1992, 2007) busca compreender os deslocamentos dos/das agentes pelo espaço social, a partir da relação entre o habitus dos/das agentes e o campo em que tem lugar as suas práticas. A partir de uma determinada posição original de classe, o indivíduo vai tendo acesso a um conjunto específico de capitais ao longo da vida, traçando o percurso até a sua posição final. A análise de trajetória mostra que a mobilidade segue regras sociais estritas, que determinam a maneira como os capitais econômico, cultural, social e simbólico se distribuem entre as diferentes classes e frações. Na análise de trajetória dos residentes, fica claro sua condição de 'batalhadores culturais' (Alves, 2018). A noção de 'batalhador' foi cunhada por Jessé Souza para designar o segmento que ocupa o topo das classes populares, baseando-se no trabalho árduo e no auto sacrifício (Souza, 2010), tais como feirantes, cabeleireiras, motoristas ou entregadores de aplicativo que, renunciando ao tempo livre, conseguem alguma prosperidade econômica.

A noção de "batalhadores culturais" designa, ao mesmo tempo, uma fração das classes populares e uma mudança geracional dentro delas propiciada, sobretudo, pelas políticas de ampliação das vagas no ensino superior, implementadas no Brasil neste século (programas como Prouni e Reuni, por exemplo), especialmente nos ciclos dos governos do Partido dos Trabalhadores (PT). A aquisição de capital cultural no âmbito das universidades permitiu a indivíduos das classes populares a utilização da cultura como "recurso", ou seja, como instrumento para a acumulação capitalista e a representação política (Yúdice, 2006).

A análise da experiência da Residência em Comunicação Popular da Rádio Paulo Freire permite compreender um aspecto importante do atual estado do campo das relações de classe no Brasil, a partir da trajetória do/das residentes enquadrados por seu perfil como 'batalhadores culturais'. A experiência indica que a construção de alternativas à mídia tradicional é importante não apenas para a oferta de conteúdos jornalísticos que correspondam à diversidade da sociedade brasileira, mas também para viabilizar a mobilidade social ascendente desses batalhadores culturais. Políticas de financiamento para modalidades de residência, como esta, podem ser um caminho para inserir nas mídias públicas um contingente de egressos dos cursos de comunicação social que, vindo de famílias de outros batalhadores, qualificam a partir de suas próprias trajetórias as disputas midiáticas de sentido ao ocuparem espaços onde conseguem reverberar a sua experiência de vida e a sua voz.

Referências

Alves, A. R. C. (2018). *Com o suor do trabalho: uma análise do ethos dos batalhadores manifesto no âmbito do consumo* [Tese de doutorado, Universidade Federal de Pernambuco].

Bourdieu, P. (1992). *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. Companhia das Letras.

Bourdieu, P. (2007). A distinção: crítica social do julgamento. EDUSP.

Souza, J. (2010). *Os batalhadores brasileiros: Nova classe média ou nova classe trabalhadora?* Editora UFMG.

Yúdice, G. (2006). *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global.* Editora UFMG.

A não regulação da mídia no Brasil: perspectivas e reflexões

Gustavo Teixeira de Faria Pereira
gustavofaria@ufla.br
Universidade Federal de Lavras

"Regulação de mídia é diferente de censura". A afirmação, feita pela pesquisadora em Comunicação, Gisele Pimenta, que intitula matéria publicada pela agência de notícias CEUB (Mendes, 2022), é apenas um dentre os muitos textos publicados no Brasil com o objetivo de discutir e desmistificar a temática, como é possível observar também em materiais como: "Por que a regulação da mídia não é censura" (Milena, 2015), "Regulação da mídia x censura: um guia para não cair em pegadinhas" (Vilaça & Moura, 2022 e em programa "Brasil em Debate", da TV Câmara, com o tema "A regulamentação da mídia tem um quê de censura?" (TV Câmara, 2014).

Mas por que tratar de regulação da mídia no Brasil é um tema tão difícil? Essa é a pergunta que mobiliza o presente trabalho, que se justifica pelo fato de que ainda em 2026 não há nenhum tipo de lei ou projeto de lei que diz respeito à regulação da mídia, segundo que apenas a regulação das plataformas digitais passou a ser debatida no âmbito do Legislativo Federal.

Para tal, um primeiro movimento necessário é o de diferenciação sobre o que seria regulação e o que seria censura. Pieranti (2008) evidencia que, ao trabalharmos com regulação, abordamos a defesa do interesse coletivo

e a garantia de direitos individuais e coletivos, sobretudo em países como o Brasil, que a mídia é, predominantemente, privada, pois assim seria possível garantir que o mercado não será o seu próprio agente regulador, se pautando somente em aspectos econômicos e de interesses particulares. Por outro lado, o autor destaca que "A censura não deixa de ser uma forma de regular conteúdo, porém, nem todas as formas de regular conteúdo correspondem à censura" (Pieranti, 2008, p. 139).

Dantas (2015) reforça ainda que a regulação da imprensa não tem nenhuma relação com censura ou coerção da mídia, ressaltando a clareza da Constituição Federal de 1988 ao definir os princípios de liberdade de expressão e de imprensa.

Contudo, os órgãos de mídia identificam a regulação da mídia de forma distinta e a atrelam ao cerceamento da liberdade de imprensa, à militância e à censura, como apontam (Faria; Rodrigues; Ormay, 2016) que revelam o posicionamento contrário à regulação da mídia de veículos de imprensa, trazendo como exemplos os jornais O Globo, do grupo Globo, e Estadão, do Grupo Estado.

Isso porque, em editorial publicado no dia 07 de setembro de 2013, o jornal O Globo defende que o melhor "regulador" da mídia é o público e a autorregulamentação, reforçando que a imprensa já seria regulada através da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), da Lei da Classificação Indicativa, do Estatuto da Criança e do Adolescente, entre outros (Faria et al., 2016).

Diante deste cenário e olhando para realidades como as de Portugal, com a ERC, Angola, com a ERCA, Reino Unido, com a Ofcom, etc., países que possuem regulação de mídia como prática e têm avançado para a regulação das plataformas digitais, o que percebe-se no Brasil é um contexto de não regulação e nem mesmo de discussões sobre o tema, e por outro lado, ao trabalharmos com a regulação das plataformas digitais, temos um contexto distinto, que se notabiliza pelo Marco Civil da Internet (*Lei Nº 12.965*, de 23

de abril de 2014), de 2016, que "estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil" (*Lei Nº 12.965*, 23 abr. 2014) e o *Decreto Nº 12.975*, de 20 de maio de 2026, que atualiza o Marco Civil e estabelece novas obrigações para provedores de internet, o que inclui plataformas digitais e redes sociais (*Decreto Nº. 12.975*, 20 maio 2026).

A partir de então, por meio do Estudo de Caso (Yin, 2015), que mostra-se metodologicamente adequado por possibilitar a investigação aprofundada de um fenômeno contemporâneo inserido em seu contexto real, especialmente quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas nos permitirá integrar múltiplas fontes de evidência a fim de compreendermos as disputas de sentido que associam a regulação à censura e como essas narrativas influenciam a ausência de políticas públicas voltadas à regulação dos meios de comunicação.

Referências

Dantas, M. (2015). Desafios para o atual governo na área de comunicação. *RECIIS - Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde, 9*(1). https://doi.org/10.29397/reciis.v9i1.919.

Decreto Nº 12.975, de 20 de maio de 2026: Altera o Decreto nº 8.771, de 11 de maio de 2016, que regulamenta a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Presidência da República. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2026/decreto/d12975.htm

Faria, A. M. T. de, Rodrigues, T. C. M., & Ormay, L. S. (2016). Sociedade civil e regulação da mídia: estudo de caso sobre o PL da mídia democrática. *E-compós, 19*(2). https://doi.org/10.30962/ec.1249

Lei Nº 12.965, de 23 de abril de 2014: Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Presidência da República. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm

Mendes, M. (2022, 29 de novembro). “Regulação de mídia é diferente de censura”, afirma pesquisadora. *Agência de Notícias CEUB*. https://agenciadenoticias.uniceub.br/destaque/regulacao-de-midia-e-diferente-de-censura-afirma-pesquisadora/

Milena, L. (2015, 17 de fevereiro). *Por que a regulação da mídia não é censura*. Observatório da Imprensa. https://www.observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/_ed838_por_que_a_regulacao_da_midia_nao_e_censura/

Pieranti, O. P. (2008). Censura versus regulação de conteúdo: Em busca de uma definição conceitual. In E. Saravia, P. E. M. Martins, & O. P. Pieranti (Orgs.), *Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa* (pp. 129-142). FGV.

TV Câmara. (2014, 10 de novembro). A regulamentação da mídia tem um quê de censura? *Câmara dos Deputados*. https://www.camara.leg.br/tv/444515-a-regulamentacao-da-midia-tem-um-que-de-censura/

Vilaça, P., & Moura, I. (2022, 27 de outubro). Regulação da mídia x censura: um guia para não cair em pegadinhas. *Carta Capital*. https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/regulacao-da-midia-x-censura-um-guia-para-nao-cair-em-pegadinhas/

Yin, R. K. (2015). *Estudo de caso: Planejamento e métodos* (C. M. Herrera, Trad., 5ª ed.). Bookman.

A ONDA PROTEICA: PERSPECTIVAS DA PUBLICIDADE E SAÚDE

Sandro Tôrres de Azevedo
sandro.torres@eco.ufrj.br
Universidade Federal do Rio de Janeiro
Fundação Oswaldo Cruz

Jamilly Lobo de Freitas Francisco
jamillylobo12@gmail.com
Fundação Oswaldo Cruz

Gabriel Alves de Souza
also.gabriel@gmail.com
Fundação Oswaldo Cruz

Gabriel Marcus de Barros Lobo
gabrielmarcus41@gmail.com
Fundação Oswaldo Cruz

Maria Aguiar Vilhena de Carvalho
mariaguiarvc2706@gmail.com
Fundação Oswaldo Cruz

Maria Morena Felippe Guimarães Gomes
mmorenaf@gmail.com
Fundação Oswaldo Cruz

No âmbito do Grupo de Pesquisa em Publicidade, Saúde e Sociedade (PESSOA-UFRJ/CNPq), temos nos preocupado com a divulgação de produtos

que destacam a proteína como atributo (Azevedo et al., 2025) e com a crescente obsessão contemporânea por alimentos ricos em proteínas (Wilson, 2019).

Diante da demonização de nutrientes como gordura e carboidrato, a indústria alimentícia iniciou o bem-sucedido processo de superestimar a proteína, que se tornou sinônimo de saúde (IDEC, 2025). Assim: que impactos a promoção desenfreada de produtos que são enriquecidos com proteína podem produzir na saúde pública?

Nosso objetivo é desenvolver uma perspectiva crítica acerca dos esforços publicitários que dão protagonismo ao valor proteico, o que fazemos ao modo de um ensaio teórico sustentado por revisão bibliográfica interdisciplinar (Künsch, 2014).

A onda proteica

Na última década, houve uma expansão do mercado de produtos reforçados com proteínas, incluindo novos segmentos que originalmente não eram vistos como saudáveis (Chen & Eriksson, 2019). No embalo dessa "onda", se houve impulso nas vendas desses itens em 2025 (Siqueira, 2026), há muito se sabe que a lógica de valorização da vida saudável é impactada pelo consumo (Lipovestsky, 1994), transformando comportamentos relacionados à nutrição em construtores de identidade e expressão - ou como marcadores de distinção social (Bourdieu, 2007), especialmente considerando barreiras socioeconômicas no acesso a rotinas *fitness*. Esses aspectos são exatamente o que figura na publicidade de produtos proteicos, atuando para efetivação de processos de subjetivação (Foucault, 1984).

Este cenário é complexificado na sociedade de plataforma (Van Dijck et al., 2018), porque a consolidação dos discursos publicitários não se limita aos enunciados emitidos pelas marcas, explorando as dinâmicas próprias das redes sociais digitais, que constituem tramas de interações que favorecem a circulação de informações, a formação de comunidades e a produção

compartilhada de sentidos (Recuero, 2009). Assim, mensagens publicitárias e conteúdos sobre saúde passam a coexistir e a se reforçar mutuamente, tornando menos evidentes as suas fronteiras. A lógica ciberpublicitária (Azevedo, 2012) amplia esse processo ao incorporar a participação dos usuários e a circulação em rede, potencializando a difusão e a legitimação de discursos sobre saúde para além da publicidade tradicional.

Figura 1. *Amostras da publicidade de produtos high protein*



Nota. Elaborado pelos autores a partir *prints* de Burger King (2025), Pullman (2026), Nestlé (2025), Starbucks (2026), Nescau (2026), Beer Protein (2024), Piracanjuba (2025), Spaten (2026), Mineral Pro (2026), Nutrata (2026).

Um problema de saúde pública

O ecossistema publicitário (Perez, 2016) dos produtos proteicos incentiva uma alimentação rica em proteína sem a ressalva de que o excesso está associado a riscos cardiovasculares, neurológicos e renais (Macedo & Ferreira, 2021). Ademais, o consumo de produtos *high protein* nem sempre é saudável, já que parte significativa desses alimentos comercializados é de ultraprocessados, associados a doenças crônicas (Elizabeth et al., 2020).

No Brasil, o direito à saúde é assegurado constitucionalmente e promovido pelo Sistema Único de Saúde (SUS), o qual não apenas é provedor de

serviços, mas garantidor do acesso universal à saúde (Stevanim & Murtinho, 2021). Entretanto, observamos um deslocamento da saúde: do direito cidadão para os domínios do consumo e, ainda, atribuindo aos indivíduos a responsabilidade exclusiva por sua manutenção (Montaño, 2010), característica intrínseca ao setor privado.

Tal movimento configura uma sobrecarga ao SUS, que, dadas as lacunas regulatórias diante da indústria dos proteicos, mantém uma retroalimentação de doenças crônicas e, consequentemente, um aumento progressivo de gastos para lidar com tais demandas.

Considerações finais

Se a preocupação com saúde ganha cada vez mais relevância, percebemos uma deturpação dos seus sentidos, moldando comportamentos e o consumo sob uma lógica comercial-capitalista.

Aprofundando estudos recentes (Azevedo et al., 2024, 2025), buscamos apontar uma tendência recorrente de subversão dos sentidos sobre a saúde a serviço do consumismo, feita predominantemente por marcas corporativas. No caso dos "proteicos", é possível observar que a busca por autocuidado pode acarretar danos à saúde (G1, 2026).

Nossas considerações apontam para a necessidade de o Estado avançar em iniciativas mais contundentes que incidam sobre a publicidade de produtos alimentícios, de maneira que se estabeleça mais do que um freio ético acerca da sanha mercadológica manifesta nas ações publicitárias do segmento "*high protein*", mas a verdadeira contenção da propagação de conteúdos que ameaçam a saudabilidade da população a partir da exaltação de um imaginário *fitness* irreal.

Referências

Azevedo, S. T. (2012). *A ciberpublicidade como novo modelo de fazer publicitário: Análise da campanha "Quem faz nossa história é você"* [Trabalho apresentado]. Anais do XXXV Congresso Brasileiro de

Ciências da Comunicação. Intercom. https://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/r7-2156-1.pdf

Azevedo, S. T., Carvalho, M. A. V., Souza, G. A., Lobo, G. M., & Hasselmann, L. G. L. (2025). A ressaca do pós-treino: perspectivas críticas acerca da publicidade da cerveja Beer Protein. Em A. Camargo, & J. A. H. Toledo (Orgs.), *Mercadotecnologias* (Vol. 1, pp. 58-88). Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/mercadotecnologias

Azevedo, S. T., Souza, G. A., & Azevedo, L. A. (2024). Healthwashing como tendência da publicidade de marcas corporativas: estudo semiótico de A Jornada do Autismo. Em A. Camargo, A. Suing, & J. Hidalgo (Orgs.), *Mercado & tecnologia* (Vol. 1, pp. 260-287). Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/mercado-e-tecnologia

Beer Protein [@beerprotein.oficial]. (2024, 28 de julho). *Compre a sua Beer Protein online: https://www.beerprotein.com.br/ Enviamos para todo o Brasil #beer #beerprotein #proteina #proteína #proteinas #cerveja #cervejaespecial #americanwheat* [Fotografia]. Instagram. https://www.instagram.com/beerprotein.oficial/p/C9-fS6rOPCN

Bourdieu, P. (2007). *A distinção: crítica social do julgamento*. Zouk. (Obra original publicada em: 1979).

Burger King [@burgerkingbr]. (2025, 9 de setembro). *Chegou o BK Shake Proteico com 20g de proteína pra quem quer ficar monstro, mas não abre mão de um* [Carrossel]. Instagram. https://www.instagram.com/burgerkingbr/p/DOY0uSsjTnU

Chen, A., & Eriksson, G. (2019). The mythologization of protein: a multimodal critical discourse analysis of snacks packaging. *Food, Culture & Society, 22*(4), 423-445. https://doi.org/10.1080/15528014.2019.1620586

Elizabeth, L., Machado, P., Zinöcker, M., Baker, P., & Lawrence, M. (2020). Ultra-processed foods and health outcomes: a narrative review. *Nutrients, 12*(7), 1955. https://doi.org/10.3390/nu12071955

Foucault, M. (1984). *História da sexualidade 2: o uso dos prazeres*. Graal.

G1. (2026, 15 de fevereiro). A febre da proteína: quando a busca pelo corpo perfeito pode até virar um transplante de rim. *Fantástico*. https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2026/02/15/a-febre-da-proteina-quando-a-busca-pelo-corpo-perfeito-pode-ate-virar-um-transplante-de-rim.ghtml

Instituto de Defesa de Consumidores (IDEC). (2025, ago 06). Idec alerta para onda de "alimentos proteicos". https://idec.org.br/sites/default/files/idec_levantamento_alegacoes_de_proteina.pdf

Künsch, D. A. (2014). A comunicação, a explicação e a compreensão: ensaio de uma epistemologia compreensiva da comunicação. *Líbero, 17*(34), 111-122. https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/107

Lipovetsky, G. (2007). *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Companhia das Letras. (Obra original publicada em: 2006).

Macedo, M. D., & Ferreira, J. D. S. (2021). The health risks associated with the consumption of food supplements without nutritional guidance. *Research, Society and Development, 10*(3), 1-9. https://doi.org/10.33448/rsd-v10i3.13593

Mineral Pro [@mineralpro.water]. (2026, 6 de abril). *URGENTE: primeiras imagens do pouso na lua acabam de sair 🚨🌕E parece que a evolução também já chegou por lá* [Fotografia]. Instagram. https://www.instagram.com/mineralpro.water/p/DWzMJleDpXv

Montaño, C. (2010). *Terceiro Setor e questão social: crítica ao padrão emergente de intervenção social*. Cortez.

Nescau [@Nescau]. (2026, 11 de junho). *Duvido vocês adivinharem qual é o NESCAU® que dá jogo pro @pedrosampaio ⚡ #QueroVerVocêJogar*

#EntãoJoga [Vídeo]. Instagram. https://www.instagram.com/nescau/reel/DZclAniDRcS

Nestlé [@nestleaveia]. (2025, 18 de setembro). *Com a nossa nova queridinha você pode ter nutrição e proteína para um dia a dia mais equilibrado e com* [Fotografia]. Instagram. https://www.instagram.com/mineralpro.water/p/DWzMJleDpXv

Nutrata [@nutrata]. (2026, 10 de junho). *O Charge que você cresceu comendo agora tem 11g de proteína, e na versão dark de forma exclusiva. E sim.* [Fotografia]. https://www.instagram.com/nutrata/p/DZZ5N7ZDTg7

Perez, C. (2016). Ecossistema publicitário: o crescimento sígnico da publicidade. Em *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom. https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002785638.pdf

Piracanjuba [@oficialpiracanjuba]. (2025, 19 de maio). *É lançamento e é potente: o novo Leite UHT Piracanjuba tem 10g de proteína por porção, além de ser zero* [Fotografia]. Instagram. https://www.instagram.com/oficialpiracanjuba/p/DJ1V1SeMpFa

Pullman [@pullmanoficial]. (2026, 26 de maio). *Quer algo bem gostoso e que te ajude a bater a meta de proteínas? Experimente Pullman Vital Sabor + Proteínas* [Fotografia]. Instagram. https://www.instagram.com/pullmanoficial/p/DYyNzJglR0N

Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet.* Ed. Sulina.

Siqueira, Y. (2026, 18 de julho). Brasileiros ampliam consumo de proteína e fontes vegetais ganham espaço. *CNN Brasil*. https://www.cnnbrasil.com.br/saude/brasileiros-ampliam-consumo-de-proteina-e-fontes-vegetais-ganham-espaco/

Spaten [@spaten_br]. (2026, 27 de julho). *Spaten PRO. Zero álcool e 10g de proteína. Uma cerveja escura do estilo Munich Dunkel. Riqueza do malte, sabor intenso.* [Fotografia]. Instagram. https://www.instagram.com/spaten_br/p/DbTISwcDE9p

Starbucks [@starbucksbrasil]. (2026, 30 de julho). *Plot twist do seu pedido favorito: ele pode ser mais proteico! Ao adicionar nosso Cold Foam Proteico por cima da* [Fotografia]. Instagram. https://www.instagram.com/starbucksbrasil/p/DbY2xPdvE9P

Stevanim, L. F., & Murtinho, R. *Direito à comunicação e saúde*. Editora Fiocruz.

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: public values in a connective world*. Oxford University Press.

Wilson, B. (2019, January 4). *Protein mania: the rich world's new diet obsession*. The Guardian. https://www.theguardian.com/news/2019/jan/04/protein-mania-the-rich-worlds-new-diet-obsession

A PRÁXIS ENUNCIATIVA NAS RELAÇÕES PÚBLICO-PRIVADO DO SUS: A COMUNICAÇÃO DO INSTITUTO BRASILEIRO DAS ORGANIZAÇÕES SOCIAIS DE SAÚDE

Maria Morena Felippe Guimarães Gomes
mmorenaf@gmail.com
Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz)

Sandro Tôrres de Azevedo
sandro.torres@eco.ufrj.br.
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz)

Este trabalho parte de uma dissertação recém-iniciada no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS/Fiocruz), que tem por objetivo propor um método de análise dos sentidos produzidos pelas Organizações Sociais de Saúde (OSS), quando complementares ao Sistema Único de Saúde (SUS) e ao gerir serviços públicos. Para isso, partimos do campo da Comunicação e Saúde, entendendo-o como espaço de disputas simbólicas e hierarquias que definem o que é saúde, quais práticas e quais atores são legitimados nesse processo (Araújo & Cardoso, 2007), destacando as OSS, o Estado e o setor privado enquanto actantes. Junto a tais prerrogativas, mobilizamos o arcabouço teórico-metodológico da Semiótica Discursiva (Courtés & Greimas, 2008), especialmente, o percurso

gerativo da expressão (Fontanille, 2008), com fins de investigar de que maneira se manifesta a práxis enunciativa das OSS.

As organizações privadas sem fins lucrativos têm extensa atuação no campo da Comunicação e Saúde e, atualmente, figuram mais de 25 mil organizações de diferentes portes e intervenções (IPEA, 2025), entre as quais se inserem as OSS. Tais entes, contudo, configuram uma contradição ontológica: ao mesmo tempo em que defendem o interesse público como pano de fundo de sua existência (Semprini, 2010), garantem a publicização (Falconer, 1999) e sustentabilidade do SUS, são financiadas por entes privados e orientadas por modelos de gestão privados (Albuquerque, 2006). Assim, a promiscuidade discursiva produzida pelo conflito público-privado (Araújo, 2015) na interseção entre o Estado e os aparelhos de hegemonia privados (Fontes, 2020) configura uma relação de complexidade e, sendo a práxis enunciativa (Fontanille, 2008) uma composição, na qual movimentos atuam sob modos de existência das grandezas semióticas para a compreensão da dinâmica da formas, propomos a mobilização dos níveis de pertinência (Fontanille, 2008) para examinar de que maneira as OSS legitimam e reforçam modos de vida que, ora associam a saúde à uma causa, ora a compreendem como dever do Estado e direito do cidadão (*Constituição da República Federativa do Brasil*, 1988).

Nesse sentido, consideramos a comunicação das OSS como a principal instância enunciadora de seu projeto de sentido e, a partir disso, selecionamos o Instituto Brasileiro das Organizações Sociais de Saúde como objeto empírico, por ter como missão representar os interesses das OSS (IBROSS, 2026), reunindo 24 entes com atuação em diferentes regiões do país. Como corpus analítico, selecionamos três matérias publicadas pelo Instituto, justamente por tematizar a sustentabilidade do SUS e o papel das OSS, constituindo material privilegiado para observação da práxis enunciativa do Instituto e os mecanismos discursivos articulados: "SUS integrado, o modelo que melhora eficiência, custo e segurança" (IBROSS, 2025a), "Eficiência de hospitais do SUS se manteve

estável entre 2019 e 2024" (IBROSS, 2025b) e "Como evitar que o modelo que revoluciona o SUS se resuma a um jogo de interesses" (IBROSS, 2025c).

Dessa forma, a partir da análise dos níveis de pertinência integrados à práxis enunciativa (Fontanille, 2008), compreendemos que a comunicação institucional do IBROSS opera uma reorganização dos sentidos atribuídos à sustentabilidade do SUS, principalmente no nível das estratégias. A recorrência de figuras como eficiência, inovação, tecnologia, interoperabilidade e indicadores, articuladas em textos, posicionam a gestão privada como solução para os desafios financeiros do SUS. Tais figuras ultrapassam o nível textual e se materializam em práticas e estratégias discursivas que legitimam as OSS, produzindo efeitos que deslocam a sustentabilidade de uma dimensão política ao euforizar a lógica gerencial privada e uma oposição entre a coisa pública e a coisa privada, dado que na terceira matéria selecionada (IBROSS, 2025c) o ente enfatiza que "para além do óbvio, [a administração pública] não possui ferramentas e agilidade necessárias" para executar políticas públicas (IBROSS, 2025c, par. 2).

Por fim, compreendemos que a natureza da relação público-privada, embora necessária à execução das políticas de saúde, produz instabilidades nas práticas que constituem as formas de vida da relação entre Estado, saúde e as OSS, as quais o IBROS busca estabilizar ao convocar significantes do SUS para legitimar discursivamente práticas de mercado na saúde pública. E, enfim, reconhecemos como limitações o recorte restrito do corpus, decorrente do estágio inicial. Assim, pretendemos ampliar o corpus e aprofundar a análise, de modo a contribuir para a reflexão sobre uma atuação comunicacional ética das OSS e para a efetividade da complementaridade como fator de relevância à sustentabilidade do SUS.

Referências

Albuquerque, A. C. C. (2006). *Terceiro setor: História e gestão de organizações*. Summus Editorial.

Araújo, I. S., & Cardoso, J. M. (2007). *Comunicação e saúde*. Editora Fiocruz.

Constituição da República Federativa do Brasil. (1988). https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8080.htm

Falconer, A. P. (1999). *A promessa do terceiro setor: Um estudo sobre a construção do papel das organizações sem fins lucrativos e do seu campo de gestão* [Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo].

Fontanille, J. (2008). Práticas semióticas: Imanência e pertinência, eficiência e otimização. In M. L. V. P. Diniz & J. C. Portela (Orgs.), *Semiótica e mídia: Textos, práticas, estratégias* (pp. 15-74). UNESP/FAAC.

Greimas, A. J., & Courtés, J. (2008). *Dicionário de semiótica*. Cultrix.

Instituto Brasileiro das Organizações Sociais de Saúde. (2026). *Missão, visão e valores*. https://www.ibross.org.br/missao-visao-e-valores/

Instituto Brasileiro das Organizações Sociais de Saúde. (2025a). *SUS integrado: O modelo de São Paulo que melhora eficiência, custo e segurança*. https://www.ibross.org.br/opiniao-sus-integrado-o-modelo-de-sao-paulo-que-melhora-eficiencia-custo-e-seguranca/

Instituto Brasileiro das Organizações Sociais de Saúde. (2025b). *Eficiência de hospitais do SUS se manteve estável entre 2019 e 2024*. https://www.ibross.org.br/eficiencia-de-hospitais-do-sus-se-manteve-estavel-entre-2019-e-2024/

Instituto Brasileiro das Organizações Sociais de Saúde. (2025c). *Como evitar que modelo que revoluciona o SUS se resuma a um jogo de interesses.* https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/como-evitar-que-modelo-que-revoluciona-o-sus-se-resuma-a-um-jogo-de-interesses

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2025). *Mapa das Organizações da Sociedade Civil: O perfil das organizações da sociedade civil no Brasil (2016-2025)*. https://bookdown.org/mosc_ipea/relatorio-estatistico-MOSC-2025

Paim, J. (2009). *O que é o SUS?* Editora Fiocruz.

Políticas públicas de comunicação de cortes constitucionais: análise comparativa entre SCOTUS e BVerfG

Gustavo Henrique de Oliveira
gustavo.oliveira2@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Raíra Augusto Tiengo
raira.tiengo@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Este resumo expandido apresenta uma proposta de análise comparativa das políticas públicas de comunicação de duas cortes constitucionais: o Tribunal Constitucional Federal da Alemanha (Bundesverfassungsgericht - BVerfG) e a Suprema Corte dos Estados Unidos (Supreme Court of the United States - SCOTUS). A pesquisa parte do entendimento de que tribunais constitucionais não atuam apenas como instituições jurídico-processuais, mas também como organizações públicas cuja legitimidade depende da forma como comunicam sua autoridade, tornam inteligíveis suas decisões e se relacionam com a sociedade. Em contextos marcados por midiatização, polarização política e circulação de desinformação, a comunicação judicial passa a integrar as condições simbólicas de sustentação do Estado de Direito (Meyer, 2020, 2021a; Napolitano, 2025).

A investigação adota abordagem qualitativa, documental e comparativa, com base no mapeamento dos portais institucionais das duas cortes

(Bundesverfassungsgericht, 2026; Supreme Court of the United States, 2026). O corpus preliminar reúne, no caso alemão, comunicados de imprensa, relatórios anuais, documentos estatísticos, notícias, vídeos educativos, materiais para a imprensa e ações de aproximação social vinculadas aos 75 anos do BVerfG. No caso estadunidense, são observados documentos disponíveis no portal da SCOTUS, especialmente a sala de imprensa, notas administrativas, orientações a jornalistas, relatórios anuais do Poder Judiciário Federal e a mediação institucional realizada pelo Public Information Office. A análise considera linguagem, canais, públicos privilegiados, grau de pedagogia, relação com a imprensa, controle da visibilidade e estratégias de construção de legitimidade.

A fundamentação teórica articula comunicação pública, relações públicas judiciais e *agenda-setting*. A comunicação pública é compreendida para além da divulgação burocrática de informações oficiais, envolvendo transparência, prestação de contas, acesso à informação e aproximação entre Estado e sociedade (Brandão, 2012). Meyer (2020, 2021a, 2021b) contribui para pensar os comunicados de imprensa como instrumentos estratégicos de seleção, hierarquização e tradução pública de decisões judiciais. Peters (2014) permite compreender a institucionalização da relação entre Suprema Corte e imprensa, enquanto Sperti (2021) destaca os desafios contemporâneos das cortes diante da desinformação e da necessidade de disputar narrativas sobre sua própria atuação.

Os achados parciais indicam dois modelos comunicacionais distintos. O BVerfG apresenta uma comunicação mais diversificada, pedagógica e institucionalizada. Seu portal articula transparência administrativa, prestação de contas, memória institucional, educação cívica e comunicação antecipatória. Relatórios, estatísticas, vídeos e ações públicas indicam uma estratégia voltada a tornar visíveis não apenas as decisões, mas também o funcionamento, os públicos e a função constitucional da Corte. Além disso, observa-se baixa

personalização dos juízes, com ênfase na instituição, na Lei Fundamental e nos direitos fundamentais.

A SCOTUS, por sua vez, revela uma comunicação mais centralizada, formal e restritiva. O Public Information Office atua como principal mediador entre Corte e imprensa, enquanto o portal privilegia notas administrativas, documentos oficiais e decisões escritas, sem investimento expressivo em explicações pedagógicas ao público leigo. Essa postura preserva uma imagem de distanciamento e neutralidade, mas também aumenta a dependência da mediação jornalística externa em um ambiente informacional polarizado.

Conclui-se, de forma parcial, que a comunicação judicial constitui dimensão estratégica das políticas públicas de comunicação de cortes constitucionais. A comparação não pretende indicar um modelo superior, mas compreender como diferentes tradições institucionais produzem formas distintas de visibilidade, relacionamento público e legitimação democrática.

Referências

Brandão, E. P. (2012). Conceito de comunicação pública. Em J. Duarte (Org.), *Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. Atlas.

Meyer, P. (2020). Judicial public relations: determinants of press release publication by constitutional courts. *Politics, 40*(4), 477-493. https://doi.org/10.1177/0263395719885753

Meyer, P. (2021a). *Communicating judicial decisions: court press releases and their effect on the news media* [Tese de Doutorado, Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover].

Meyer, P. (2021b). Explaining media coverage of constitutional court decisions in Germany: the role of case characteristics. *Political Communication, 38*(1-2), 1-21. https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1784329

Napolitano, C. J. (2025). Políticas públicas de comunicação das cortes constitucionais e desafios decorrentes dos movimentos populistas: ações do Supremo Tribunal Federal. *Revista de Direitos Humanos e Desenvolvimento Social, 6*, e2516026. https://doi.org/10.24220/2675-9160v6a2025e16026

Peters, J. (2014). Institutionalizing press relations at the Supreme Court: the origins of the Public Information Office. *Missouri Law Review, 79*(4). https://scholarship.law.missouri.edu/mlr/vol79/iss4/11

Sperti, A. (2021). Constitutional courts speak their voice: their fight against fake news and disinformation on constitutional justice. *The Italian Review of International and Comparative Law, 1*, 224-245. https://doi.org/10.1163/27725650-01020002

Comunicação judicial: uma proposta de definição para as cortes constitucionais

Renato Sobhie Zambonatto
renato.zambonatto@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Carlo José Napolitano[1]
carlo.napolitano@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A transformação do ambiente midiático modificou a relação entre cortes constitucionais, imprensa e sociedade. Decisões judiciais passaram a circular por notícias institucionais, redes sociais, transmissões, vídeos, comunicados e outros formatos que convivem com votos, acórdãos e ementas. Nesse cenário, as cortes mantêm relações cotidianas com jornalistas, plataformas digitais, atores políticos e diferentes segmentos sociais (Kosař, 2025; Sperti, 2023).

A ampliação dos canais também difundiu o uso da expressão comunicação judicial, cujos contornos ainda não estão plenamente estabelecidos. O termo pode designar a comunicação das decisões, a apresentação institucional dos tribunais, a relação com a imprensa, os fluxos internos do sistema jurídico ou as manifestações públicas e individualizadas de magistrados. Diante dessa pluralidade, o estudo parte da seguinte questão: quais elementos

1. Financiamento: Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP, Processo n. 2024/20628-9.

permitem delimitar a comunicação judicial como campo específico de práticas e estratégias institucionais? O objetivo é propor uma definição aplicável às cortes constitucionais e identificar as dimensões que compõem esse processo comunicacional.

A pesquisa adota abordagem qualitativa, de natureza teórico-reflexiva, desenvolvida por meio de revisão bibliográfica sobre comunicação das cortes, legitimidade judicial, mediação e compreensibilidade. As experiências dos Estados Unidos, Canadá, Alemanha, Taiwan, Israel e Itália são utilizadas como recortes bibliográficos que evidenciam diferentes respostas institucionais ao desafio de apresentar decisões judiciais ao espaço público. Esses exemplos incluem posturas de maior reserva, mecanismos de apoio à mediação jornalística, resumos voltados ao público geral e estratégias de comunicação direta. Cada experiência está relacionada a contextos jurídicos, políticos e comunicacionais específicos.

Como observa Lehmann (2019, p. 17), "a comunicação judicial não tem um corpus teórico próprio" e seus objetivos, estratégias e ferramentas ainda não estão plenamente estabilizados. Ao mesmo tempo, cortes constitucionais vêm superando a postura tradicional segundo a qual as decisões seriam suficientes para comunicar sua atuação. A crescente complexidade e extensão das decisões judiciais, somadas à velocidade do ciclo informacional e à fragmentação do ambiente midiático, ampliaram a necessidade de novas estratégias de comunicação institucional (Sullivan & Feldbrin, 2022).

A análise permite distinguir três planos da comunicação judicial: a comunicação da decisão, materializada em votos, acórdãos, ementas, resumos e notícias; a comunicação institucional da corte, que envolve campanhas, relatórios, eventos, redes sociais e posicionamentos públicos; e a comunicação individual dos magistrados, realizada por entrevistas, artigos, palestras e manifestações pessoais. Também são identificadas duas formas de circulação: a comunicação direta, produzida pelos canais próprios da instituição, e

a comunicação mediada, que conta com a atuação interpretativa da imprensa e de outros intermediários. Essas modalidades alcançam públicos internos e externos e mobilizam linguagens, instrumentos e responsabilidades distintos.

A partir desse percurso, propõe-se compreender comunicação judicial como o conjunto de práticas, escolhas e estratégias pelas quais uma corte constitucional apresenta sua atuação e suas decisões ao espaço público, estabelece relações com diferentes públicos, transforma conteúdos técnicos em informações publicamente inteligíveis e participa da construção de sentidos sobre suas atividades, preservando o rigor jurídico. A prestação do serviço judicial exige informações compreensíveis, linguagem adaptada às circunstâncias dos cidadãos e transparência na relação com os meios de comunicação, como formas de fortalecer a confiança na Justiça (Atienza & Vigo, 2008).

Conclui-se que a comunicação judicial constitui uma dimensão do exercício público da jurisdição constitucional. Sua delimitação conceitual permite identificar sujeitos, objetos, públicos, formas de circulação e finalidades, além de fornecer uma base para a formulação e a avaliação de políticas públicas de comunicação das cortes. Essas políticas devem considerar o acesso à informação, a clareza da linguagem, a adequação dos formatos, a pluralidade dos públicos, a mediação jornalística e a participação responsável das instituições judiciais na construção do sentido público de suas decisões.

Referências

Atienza, M., & Vigo, R. L. (2008). *Código Ibero-Americano de Ética Judicial* (R. M. Severino, Trad.). Conselho da Justiça Federal. https://csm.org.pt/ficheiros/internacional/codigoiberoamericanoeticajudicial_pt.pdf

Kosař, D. (2025). Embedding strategies of the European apex courts: Why court communication with all segments of society matters. *German Law Journal, 26*(2), 274-298. https://doi.org/10.1017/glj.2025.3

Lehmann, K. (2019). *Comunicación judicial: El Poder Judicial como actor en el espacio público*. Advocatus.

Sperti, A. (2023). *Constitutional courts, media and public opinion. Hart Publishing.* https://doi.org/10.5040/9781509953639

Sullivan, B., & Feldbrin, R. (2022). The Supreme Court and the people: Communicating decisions to the public. *University of Pennsylvania Journal of Constitutional Law, 24*(1), 1-92. https://repository.law.upenn.edu/Documents/Detail/the-supreme-court-and-the-people-communicating-decisions-to-the-public/23966

Cultura em disputa no interior: rodeio, editais e legitimidade do investimento público

Rafael Cardim Bernardes
rafael.bernardes@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Rafael Augusto Gomes
rafaxd_ag@hotmail.com
Pesquisador independente

A controvérsia em torno do cancelamento de grandes festas de rodeio no interior paulista permite observar disputas que ultrapassam a administração do orçamento municipal e alcançam os modos pelos quais determinadas práticas são reconhecidas como cultura legítima. Este estudo analisa o cancelamento do rodeio de Promissão, município do interior de São Paulo, anunciado pelo poder público em 2026, buscando compreender como o episódio mobiliza sentidos de tradição, pertencimento, responsabilidade fiscal e investimento cultural. Parte-se da hipótese de que os grandes eventos agrosertanejos ocupam posição hegemônica na representação pública do interior, sendo frequentemente naturalizados como tradição coletiva, enquanto festivais regionais, projetos financiados por editais, ações comunitárias e iniciativas de artistas locais precisam justificar mais continuamente sua relevância. Essa perspectiva compreende a cultura como prática social e campo de produção de sentidos (Williams, 2011) e considera que identidades e tradições são disputadas em processos de representação e reconhecimento.

Metodologicamente, a pesquisa articula análise discursiva, análise documental e reflexão teórica. O corpus é composto pelo pronunciamento audiovisual do chefe do Executivo municipal sobre a não realização do rodeio, por comentários públicos publicados na postagem original no Instagram e em uma página local de circulação de notícias no Facebook, além de documentos públicos e referências sobre políticas culturais. Os comentários de usuários comuns são analisados de forma anonimizada e agrupados por recorrência argumentativa, evitando sua exposição individual. A interpretação considera o discurso como prática de produção de sentidos e legitimidades (Orlandi, 2015) e dialoga com discussões sobre culturas híbridas (Canclini, 1998), produção social do espaço (Santos, 2006) e partilha do sensível (Rancière, 2009).

Os resultados indicam que o discurso oficial constrói a legitimidade do cancelamento por quatro operações principais: apresenta a decisão como resultado de planejamento e responsabilidade com o dinheiro público; associa o contexto municipal à restrição financeira; contrapõe os custos de grandes shows e rodeios à permanência de obras, equipamentos e serviços públicos; e afirma a continuidade do investimento cultural por meio de editais, recursos estaduais e federais e participação de artistas locais. O rodeio não é desqualificado como tradição, mas reposicionado dentro de uma hierarquia de prioridades.

A recepção pública, entretanto, revela sentidos conflitantes. Parte dos comentários apoia o cancelamento em nome da responsabilidade fiscal e da priorização de saúde, infraestrutura e serviços. Outra parcela interpreta a decisão como perda de tradição, lazer, circulação econômica e visibilidade regional. Também aparecem desconfiança quanto à destinação dos recursos, comparações com cidades vizinhas e gestões anteriores, defesa de formatos de menor custo com artistas regionais e questionamentos sobre segurança, inclusão e bem-estar animal. Assim, o rodeio emerge simultaneamente como tradição, espetáculo, memória, atividade econômica e problema público.

A análise identifica, portanto, uma tensão entre dois modelos de política cultural: o evento-espetáculo, caracterizado pela concentração de recursos, público e visibilidade, e o fomento distribuído, associado a editais, diversidade de linguagens e participação de agentes locais e regionais. Nenhum dos modelos é tratado como solução absoluta. Conclui-se que o orçamento cultural também opera como instrumento simbólico de reconhecimento, pois contribui para definir quais práticas, sujeitos e imagens do território recebem maior visibilidade. O caso de Promissão evidencia que discutir o financiamento de um rodeio é discutir também a imagem legítima do interior. Uma política cultural democrática exige reconhecer a força afetiva das tradições sem permitir que uma única matriz cultural monopolize os recursos e a representação pública, ampliando a visibilidade de diferentes formas de pertencimento e produção cultural.

Referências

Canclini, N. G. (1998). *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade* (2ª ed.). Edusp.

Orlandi, E. P. (2015). *Análise de discurso: princípios e procedimentos* (12ª ed.). Pontes Editores.

Rancière, J. (2009). *A partilha do sensível: estética e política* (2ª ed.). Editora 34.

Santos, M. (2006). *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção* (4ª ed.). Edusp.

Williams, R. (2011). *Cultura e sociedade: de Coleridge a Orwell*. Vozes.

Liberdade de expressão e os desafios da regulação digital: uma análise histórica, ética e legislativa do risco da censura prévia no século XXI

Priscila Romero Sanches
priscilas@uel.br
Universidade Estadual de Londrina

A censura prévia é um mal que ronda a liberdade de expressão desde a Antiguidade. Em 355 a.C., Isócrates discursou contra o excesso de liberdade dos cidadãos atenienses, pregando o retorno a uma democracia em que apenas cidadãos qualificados pudessem ditar as regras no Conselho do Areópago, constituindo uma elite intelectual. Em 1644, a Inglaterra promovia a censura a publicações com base em dogmas religiosos. Em reação a este cenário, S*ir* John Milton discursou no Parlamento Inglês em defesa da liberdade de expressão, condenando a tentativa de calar vozes dissonantes com base em princípios herdados da Inquisição. Para Milton, a capacidade humana de discernir entre bem e mal é testada na argumentação e defesa da verdade frente ao erro (Milton & Fortuna, 1999).

Milton sustentava que delegar a uma pessoa falível o poder de determinar a verdade seria um erro lógico e perigoso. A livre discussão seria a melhor saída para a construção do conhecimento, evitando a estagnação intelectual. Qualquer punição deveria ocorrer apenas após a prática de qualquer

ato criminoso (Milton & Fortuna, 1999). A censura prévia assemelha-se ao enredo de Minority Report, baseado no conto de Philip K. Dick. Na obra cinematográfica, uma divisão 'pré-crime' evita atos ilícitos graças aos *precogs*, que preveem ações delituosas e permitem a prisão dos autores antes da execução. O filme questiona se o Estado teria o direito de punir de acordo com a probabilidade (Spielberg, 2002).

A ideia de que a sociedade deve viver sob um consenso coletivo deriva de premissas totalitárias. Hayek (2017) defende que a liberdade de expressão é o empecilho para o Estado que busca impor uma visão única de mundo através da propaganda. Para o autor, a liberdade de imprensa, por exemplo, é uma das maiores garantias contra o absolutismo, permitindo a exposição de erros estatais. Por isso, ela é combatida em regimes totalitários como Rússia, China, Coreia do Norte e Irã.

Enquanto Estados totalitários tentam calar vozes, plataformas digitais criam bolhas de pensamento único. Scolari (2023) observa que a liberdade de expressão vem sendo moldada pela interface das plataformas; algoritmos e regras de moderação que definem como a informação circula nas redes. Assim, a liberdade de expressão se amolda à arquitetura tecnológica. Para o autor, regulações pesadas podem causar danos ainda maiores, como o sufocamento da inovação e do pluralismo orgânico. O caminho ideal seria a educação para que o usuário pudesse interpretar as mensagens de forma autônoma.

O dilema entre liberdade de expressão e censura prévia nas plataformas digitais reflete-se em discussões legislativas globais. No Brasil, o PL 2630 (PL das Fake News), apresentado em 2020, segue em discussão. Proposto para combater a desinformação, em 2026 ele engloba o dever de cuidado das plataformas, imunidade parlamentar nas redes e a criação de um órgão regulador (*Projeto de Lei n. 2630*, 2020).

Nos EUA, o Kids Online Safety Act (KOSA) foi apresentado em 2021 após o escândalo do Facebook Files. O projeto previa o dever de cuidado

para prevenir ansiedade e distúrbios em menores (Kids Online Safety Act, 2025-2026). Reintroduzido em 2025, foi alvo de protestos da American Civil Liberties Union e do Electronic Frontier Foundation. ACF e EFF argumentaram que a lei obrigaria as plataformas a exercerem censura prévia de conteúdos sobre saúde e direitos civis.

Na União Europeia, o Digital Services Act (DSA), aprovado em 2022, estabeleceu regras rigorosas para gigantes como X e Google. O DSA exige transparência algorítmica, mas impõe um gerenciamento de riscos que pode forçar empresas a serem excessivamente restritivas para evitar multas de até 6% do faturamento global das empresas (União Europeia, 2022).

Conclui-se que a regulação sob o pretexto da proteção democrática frequentemente resvala no perigo totalitário. Ao confrontar Milton com as arquiteturas digitais, percebe-se que a liberdade de expressão exige menor arbítrio estatal e maior transparência das interfaces. A proteção do debate público não reside na punição da intenção, mas na garantia de um ecossistema plural em que o erro seja combatido pelo livre exercício da razão e pela transparência na forma como a informação é distribuída.

Referências

Hayek, F. A. (2017). *O caminho da servidão*. LVM editora.

Kids Online Safety Act, S. 1748, 119th Cong. (2025-2026). https://www.congress.gov/bill/119th-congress/senate-bill/1748

Milton, J., & Fortuna, F. (1999). *Areopagitica discurso pela liberdade de imprensa ao Parlamento da Inglaterra*. Topbooks.

Projeto de Lei n. 2630, de 2020. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília, DF. https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2256735

Scolari, C. A. (2023). Nos estudos de mídia(tização), adoramos metáforas. *MATRIZes*, *17*(1), 37-56.

Spielberg, S. (Diretor). (2002). *Minority Report* [Filme]. DreamWorks Pictures.

União Europeia. (2022). Regulamento (UE) 2022/2065 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de outubro de 2022, relativo a um mercado único de serviços digitais e que altera a Diretiva 2000/31/CE (Regulamento dos Serviços Digitais). *Jornal Oficial da União Europeia, L 277*, 1-102. https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065

Midiatização social nas universidades públicas paulistas: estratégias de engajamento dos perfis oficiais de USP, Unesp e Unicamp no Instagram

Larissa Rosseto
larissa.rosseto@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

José Carlos Marques
jose.marques@unesp.br
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

As universidades, assim como toda instituição que precisa dialogar com diferentes públicos, estão sendo instadas a incorporar novas estratégias discursivas de comunicação em meio às realidades tecnológicas do século XXI. Entre as públicas especialmente, cuja missão passa pelo desenvolvimento de pesquisas com retorno à sociedade, a comunicação também acumula o desafio de combater a desinformação e o desprezo pelo saber acadêmico em cenários de acirrada disputa narrativa (Lima et al., 2024).

Neste "processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais" (Baldissera, 2008, p. 169), as universidades veem-se diante de um trabalho mais complexo daquele que existia até o final do século XX, quando as redes sociais não competiam diretamente com a manutenção do *ethos* acadêmico. Em meio à onda de divulgação de princípios não

científicos para explicar a atualidade, as universidades também passaram a utilizar "formas emotivas no discurso persuasivo" (Spiazzi & Pozobon, 2025) para atingirem seus públicos.

Entendemos que é importante dimensionar como as três instituições de ensino superior estaduais paulistas, USP, Unesp e Unicamp, se posicionam nesse cenário. Nossa investigação tem como objetivo identificar, por meio de uma análise de conteúdo, como as três universidades publicizam suas ações na rede social em que possuem o maior número de inscritos, o Instagram. E, ainda, identificar os temas que geram maior engajamento, mensurável em curtidas, compartilhamentos e comentários. O corpus são as postagens do último ano, entre os meses de julho de 2025 e julho de 2026, para um retrato atualizado.

Midiatização e comunicação institucional

As estratégias de comunicação das universidades públicas paulistas inserem-se em um contexto maior em que os meios de comunicação estão intrinsecamente implicados na forma como produzimos e consumimos conteúdos. Vivemos em uma sociedade midiatizada, inseridos em um '*ethos* midiatizado', conceito proposto por Muniz Sodré. Na definição dele, "a sociedade contemporânea (dita 'pós-industrial') rege-se pela midiatização, quer dizer, pela tendência à 'virtualização' ou telerrealização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação" (Sodré, 2002, p. 21).

O autor explica que a forma midiática e o real-histórico são permeáveis, hibridizam-se e retroalimentam-se. Nesse cenário, as novas tecnologias de informação e comunicação permitem que o receptor seja também um emissor. Lemos (2004) destacou, há mais de 20 anos, que esse processo trouxe a emergência de vozes e discursos antes reprimidos pela lógica de produção dos *mass media*.

Pensar a reputação das universidades públicas paulistas nesse contexto é entender que a relevância da entrega que elas fazem à sociedade passa pelo crivo da opinião pública hoje dispersa nas redes, em um filtro cada vez mais alargado e complexo. Apesar de dispersos, os emissores emergentes da sociedade midiatizada têm potencial de repercutir posicionamentos oficiais, a despeito de se basearem ou não em fatos reais.

> Na medida em que a tecnologia adicionou a escalabilidade a formas de comunicação tradicionais, o que era de um âmbito privado, com pouca capilaridade e repercussão, ganha o potencial de ser parte de um âmbito público, atingindo milhões de usuários de uma mesma rede, independentemente de sua origem verossímil ou autorização para divulgação, como é o caso das *fake news.* (Boarini & Hallage, 2020, p. 186)

Para não ficarem à deriva do novo *ethos* comunicacional, as instituições de ensino superior passam a adotar estratégias de comunicação mais condizentes com os hábitos contemporâneos. Em uma análise dos conteúdos postados pelas cinco universidades federais públicas brasileiras com o maior número de seguidores no Instagram (UFPR, UFMG, UNB, UFC e UFPA), Spiazzi e Pozobon (2025) observaram que as instituições buscam promover a comunicação com estratégias que exploram as emoções.

> Tocar a emoção e a crença dos interlocutores se faz cada vez mais necessário em um ambiente discursivo plataformizado e regido por algoritmos. Nesse ambiente de disputas por espaço, visibilidade, credibilidade e engajamento, as instituições públicas devem usar estratégias comunicativas que cativam e tocam as crenças e emoções dos usuários. (Spiazzi & Pozobon, 2025, p.17)

As autoras exemplificam o apelo emocional/afetivo em postagens que enaltecem o bom desempenho das universidades, recorrendo, assim, ao sentimento de pertencimento de alunos e egressos que, por sua vez, compartilham

e comentam os conteúdos. Tal estratégia também pode ser observada em publicações das universidades estaduais paulistas.

Referências

Baldissera, R. (2008). Comunicação organizacional: uma reflexão possível a partir do paradigma da complexidade. In I. de L. Oliveira, & A. T. N. Soares (Orgs.), *Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações*. Difusão.

Boarini, M., & Hallage, M. (2020). O Desafio de Preservar a Reputação das Marcas em Época de Big Data e Fake News. In C. Toural, G. Coronel, & P. Ferrari (Coords.), *Big Data e Fake News na sociedade do (des)conhecimento*. Ria Editorial. https://www.riaeditorial.com/livro/big-data-e-fake-news-na-sociedade-do-(des)conhecimento

Lemos, A. (2004). *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Sulinas.

Lima, F. P., Bittencourt, M., & Salgado, I. (Orgs.). (2024). *Comunicação Pública nas Instituições Federais de Ensino Superior*. Editora UFMG.

Sodré, M. (2002). *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Vozes.

Spiazzi, S. C., & Pozobon, R. (2025). Estratégicas retóricas na comunicação online de universidades públicas brasileiras. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, 11*(22). https://doi.org/10.24137/raeic.11.22.11

O julgamento do artigo 19 do Marco Civil da Internet pelo Supremo Tribunal Federal sob a perspectiva da abordagem Direito e Políticas Públicas (DPP)

Deborah Cunha Teodoro
deborahteodoro@hotmail.com
Universidade Estadual Paulisra (UNESP)

A transformação da esfera pública digital tem desafiado os modelos tradicionais de responsabilização civil das plataformas digitais e impulsionado a revisão dos instrumentos jurídicos destinados à proteção dos direitos fundamentais na internet. O recente julgamento conjunto dos Temas 533 e 987 da repercussão geral pelo Supremo Tribunal Federal (STF), que reconheceu a inconstitucionalidade parcial e progressiva do artigo 19 da *Lei n.º 12.965*/2014 (Marco Civil da Internet - MCI), representa uma inflexão relevante na política pública brasileira de governança digital. Ao afirmar que a disciplina legal vigente não assegurava proteção suficiente a direitos fundamentais e à democracia, a Corte redefiniu o regime de responsabilização dos provedores de aplicações enquanto não sobrevier disciplina legislativa específica, preservando a exigência de ordem judicial para hipóteses residuais, mas estabelecendo deveres reforçados de diligência e remoção em situações de conteúdos ilícitos graves.

O presente estudo objetiva analisar essa decisão à luz da abordagem Direito e Políticas Públicas (DPP), formulada por Maria Paula Dallari Bucci,

investigando em que medida o julgamento altera o desenho institucional da política pública de regulação das plataformas digitais e repercute sobre a implementação dos direitos fundamentais no ambiente virtual.

A discussão teórica fundamenta-se na concepção de que o Direito não atua apenas como limite ou mecanismo de controle das políticas públicas, mas constitui elemento estruturante de sua formulação, implementação, coordenação institucional e avaliação (Bucci, 2013). Sob essa perspectiva, o Marco Civil da Internet configura um complexo arranjo jurídico-institucional destinado à concretização de objetivos públicos constitucionalmente definidos, entre os quais, a liberdade de expressão, a proteção da privacidade, a segurança jurídica, a promoção da inovação e a tutela da dignidade da pessoa humana. A abordagem DPP permite compreender que alterações promovidas pelo Poder Judiciário, especialmente pelo STF, repercutem diretamente sobre os instrumentos, competências e mecanismos de governança da política pública digital.

O estudo adota metodologia qualitativa, de natureza jurídico-dogmática e documental, utilizando como quadro metodológico o referencial analítico desenvolvido por Bucci (2023) para examinar políticas públicas a partir de seus objetivos, arranjos institucionais, instrumentos jurídicos, capacidades estatais, mecanismos de implementação, coordenação entre atores públicos e privados e formas de controle democrático. Complementam a análise revisão bibliográfica especializada sobre governança da internet, regulação de plataformas digitais e proteção de direitos fundamentais, dialogando com Doneda (2021), Mendes (2021) e Lemos (2014).

Na formulação original do artigo 19, a responsabilidade civil dos provedores de aplicações dependia, como regra geral, do descumprimento de ordem judicial específica para remoção de conteúdo, modelo que privilegiava a liberdade de expressão (Mendonça, 2015). Entretanto, a crescente disseminação de conteúdos ilícitos, discursos de ódio, desinformação e violações massivas de direitos fundamentais revelou limitações desse modelo regulatório diante

das novas dinâmicas das plataformas digitais, exigindo respostas mais céleres e eficazes do Estado (Doneda, 2021).

O STF reconheceu que a regra geral estabelecida em 2014 tornou-se insuficiente para assegurar proteção adequada a bens constitucionais de elevada relevância, declarando sua inconstitucionalidade parcial e progressiva e fixando regime interpretativo transitório até eventual atuação do legislador. Sob o enfoque da DPP, essa decisão pode ser compreendida como verdadeira reconfiguração da política pública de governança digital. O Supremo não apenas solucionou um conflito constitucional concreto, mas redesenhou instrumentos jurídicos da política pública ao ampliar os deveres de diligência das plataformas, redistribuir responsabilidades entre Estado e agentes privados e fortalecer mecanismos preventivos de proteção aos direitos fundamentais. Trata-se de alteração do próprio arranjo institucional da política pública, na medida em que modifica competências regulatórias, incentivos normativos e padrões de *accountability* dos provedores.

Os resultados da pesquisa indicam que a decisão fortalece o paradigma da regulação responsiva das plataformas digitais, aproximando o modelo brasileiro das tendências internacionais de governança digital baseadas na gestão de riscos sistêmicos. Também evidencia os desafios inerentes à preservação do equilíbrio entre liberdade de expressão, inovação tecnológica e proteção contra danos coletivos. Conclui-se que a abordagem DPP oferece instrumental analítico consistente para compreender o julgamento como mecanismo de atualização institucional da política pública digital brasileira, demonstrando que a efetividade do novo regime dependerá da coordenação entre os poderes constituídos, órgãos reguladores, plataformas digitais e sociedade civil, de modo a assegurar segurança jurídica, transparência regulatória e máxima proteção dos direitos fundamentais.

Referências

Bucci, M. P. D. (2013). *Fundamentos para uma teoria jurídica das políticas públicas*. Saraiva.

Bucci, M. P. D. (2023). *A abordagem Direito e políticas públicas no Brasil: quadros analíticos. Rev. Campo de Pública: con. e exp., 2*(1), 91-125.

Doneda, D. (2021). *Da privacidade à proteção de dados pessoais. Elementos da formação da Lei Geral de Proteção de Dados* (3. ed.). Thomson Reuters Brasil.

Lei n.º 12.965, de 23 de abril de 2014. Institui o Marco Civil da Internet.

Lemos, R. (2014). *Marco Civil da Internet: comentários à Lei n.º 12.965/2014*. Atlas.

Mendes, L. S. (2021). *Proteção de dados pessoais: fundamentos, conceitos e modelo de aplicação.* Thomson Reuters Brasil.

Mendonça, J. V. S. (2015). Responsabilidade civil dos provedores de aplicações de internet no Marco Civil da Internet. *Revista de Direito Civil Contemporâneo, 5*, 213-236.

Julgamento conjunto dos Recursos Extraordinários n.º 1.037.396 (Tema 987) e n.º 1.057.258 (Tema 533): reconhecimento da inconstitucionalidade parcial e progressiva do art. 19 da Lei n.º 12.965/2014 (Marco Civil da Internet). (Supremo Tribunal Federal).

Tela Brasil e políticas públicas de streaming no Brasil: tensionamentos entre plataformização, audiovisual e disputas pela atenção

Cinthya Pires Oliveira
cinthyaoliveira@id.uff.br
Universidade Federal Fluminense

Adilson Vaz Cabral Filho
acabral@comunicacao.pro.br
Universidade Federal Fluminense

O estudo tem como objetivo discutir políticas públicas culturais e o conceito de plataformização, tendo como objeto o Tela Brasil, streaming gratuito lançado em maio de 2026. A plataforma foi desenvolvida pela Secretaria do Audiovisual (Sav), vinculada ao Ministério da Cultura (MinC), em parceria com a Universidade Federal de Alagoas (UFAL) e reúne mais de 550 obras audiovisuais brasileiras. Mais do que uma nova janela de distribuição de filmes, séries, documentários, o Tela Brasil permite examinar como o Estado brasileiro passa a disputar, no ambiente digital, as condições de visibilidade, acesso e permanência do audiovisual nacional.

Em articulação com Estudos Culturais Críticos e a Economia Política da Comunicação e da Cultura, o objetivo do artigo é discorrer sobre o Tela Brasil como política pública de streaming, observando suas dimensões culturais, comunicacionais e tecnopolíticas. Ao buscar compreender como o Tela

Brasil pode ampliar o acesso ao audiovisual brasileiro de modo a tensionar a lógica comercial das plataformas digitais, buscaremos discutir questões como concentração, recomendação algorítmica e captura da atenção.

Como questão norteadora, buscaremos analisar de que modo o Tela Brasil pode ser compreendido como uma política de visibilidade pública para o audiovisual brasileiro. Diante do contexto em que plataformas de streaming operam por lógicas comerciais de escala, o lançamento de uma alternativa para acesso gratuito às obras audiovisuais nacionais reposiciona o debate sobre acesso cultural.

Dessa forma, por meio de perspectiva exploratória e descritiva, o estudo propõe trazer reflexões em três grandes tópicos. Primeiro: discorrer sobre a iniciativa da plataforma, destacando suas características, seu caráter público e seu papel na difusão de obras audiovisuais brasileiras. Segundo: compreender o Tela Brasil no campo das políticas públicas culturais, como mecanismo de fomento e visibilidade do audiovisual brasileiro, mas também como plataforma que organiza a circulação, a diversidade cultural e a possibilidade de acesso. Terceiro: refletir sobre o Tela Brasil no âmbito dos estudos sobre a "economia da atenção", considerando que as disputas socioculturais não se limitam à dinâmica de conteúdos disponibilizados com interface/design, curadoria, dados, hábitos de consumo.

Como contribuição, o trabalho buscará refletir sobre o Tela Brasil enquanto plataforma pública de distribuição de obras audiovisuais, avaliando seu posicionamento como instrumento de democratização do acesso à cultura nacional e dispositivo de disputa pela atenção em um mercado de streaming majoritariamente controlado por empresas privadas e detentoras de tecnologias. O lançamento do Tela Brasil proporciona discussões que envolvem não apenas o que o público brasileiro poderá assistir gratuitamente, mas também quais condições políticas, tecnológicas e socioculturais permeiam o audiovisual brasileiro no ambiente digital.

Televisión en España: políticas de comunicación y mercado audiovisual (1980-2022)

José Patricio Pérez-Rufí
patricioperez@uma.es
Universidad de Málaga

La televisión en España constituye un caso relevante para analizar la relación entre políticas públicas de comunicación, regulación en materia de medios audiovisuales y estructura del mercado audiovisual. Desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación, el audiovisual debe entenderse como industria cultural, mercado regulado, espacio de construcción simbólica y ámbito de disputa por el poder comunicativo (Bustamante, 2013; Doyle, 2013; Medina Laverón, 2015; Zallo, 2011). La evolución del sistema televisivo español en las cinco últimas décadas (en democracia) permite observar el paso de un modelo monopolístico público a un mercado mixto, después a una oferta multicanal digital y finalmente a un ecosistema dominado por plataformas de vídeo bajo demanda (VoD), grupos privados concentrados y operadores globales, a través de servicios audiovisuales online. La legislación audiovisual ha actuado como instrumento de ordenación económica, cultural y política del sector.

El marco teórico de este trabajo se apoya en la Economía Política de la Comunicación y en los estudios sobre regulación audiovisual, concentración mediática, servicio público, diversidad cultural y estructura industrial.

La televisión en España se ha desarrollado en una tensión constante entre la intervención pública, la liberalización empresarial, el pluralismo, la protección de la obra audiovisual europea y el sostenimiento de la producción nacional (Bustamante, 2013; García-Santamaría, 2013; Zallo, 2010, 2011). La transposición de la Directiva de Televisión sin Fronteras mediante la *Ley 25*/1994 introdujo las cuotas de obra europea y límites publicitarios, mientras que la *Ley 22*/1999 reforzó la función de las televisiones como financiadoras de cine y obra audiovisual europea, proceso clave para entender el peso posterior de Atresmedia Cine y Telecinco Cinema en el sector de la producción cinematográfica española (Pérez-Rufí & Castro-Higueras, 2020).

El objetivo principal de esta investigación consiste en analizar las principales políticas audiovisuales aplicadas en España desde la *Ley 4*/1980 hasta la *Ley 13*/2022. La metodología se basa en el análisis documental de la legislación española y europea, estudios académicos sobre regulación y concentración televisiva, informes sectoriales y fuentes institucionales.

Los resultados destacan los efectos de las políticas audiovisuales sobre la estructura del mercado televisivo, la financiación de RTVE, la entrada de operadores privados, la creación de televisiones autonómicas, la transición a la televisión digital terrestre (TDT), la formación del duopolio televisivo Mediaset-Atresmedia como consecuencia de la aprobación de políticas de carácter neoliberal y la incorporación de las plataformas VoD al marco regulador. La *Ley 4*/1980 legitimó democráticamente RTVE, aunque mantuvo el monopolio público estatal. La *Ley 46*/1983 abrió el espacio autonómico y favoreció la descentralización audiovisual, mientras que la Ley 10/1988 permitió la entrada de Antena 3, Telecinco y Canal+, con el nacimiento de la televisión privada. La *Ley 25*/1994 y la Ley 22/1999 integraron la política audiovisual española en el marco europeo y consolidaron la obligación de promoción y financiación de obra europea. La TDT, impulsada por la *Ley 10*/2005, multiplicó los canales y fragmentó las audiencias, pero también generó una crisis que desembocó en

la *Ley 7*/2009, que permitió fusiones entre operadores privados y favoreció la consolidación del duopolio Mediaset-Atresmedia, con una concentración muy elevada de audiencia e inversión publicitaria (García-Santamaría, 2013; Zallo, 2010). Ese mismo año, la Ley 8/2009 eliminó la publicidad de RTVE y desplazó parte del mercado publicitario hacia los operadores privados (Pérez-Rufí, 2016; Zallo, 2010).

La LGCA de 2010 codificó una normativa dispersa, modernizó el marco jurídico y mantuvo las obligaciones de cuota e inversión, aunque llegó después de los principales cambios estructurales de 2009. Una sentencia del Tribunal Supremo sobre la asignación de múltiplex digitales y los dividendos digitales evidenciaron la importancia de la gestión del espectro en la estructura televisiva (Pérez-Rufí, 2016). La *Ley 13*/2022, por último, adaptó el sistema español a la Directiva 2018/1808 e incorporó las plataformas VoD y nuevas obligaciones de catálogo, inversión, diversidad lingüística, accesibilidad y protección de menores.

Esta investigación concluye que las políticas audiovisuales españolas han protegido el servicio público y la producción nacional, pero también han facilitado procesos de concentración cuando han priorizado la viabilidad empresarial sobre el pluralismo efectivo.

Referencias

Bustamante, E. (2013). *Historia de la radio y la televisión en España: una asignatura pendiente de la democracia*. Gedisa.

Doyle, G. (2013). *Understanding media economics*. Sage.

García-Santamaría, J. V. (2013). Televisión y concentración en España: el duopolio de Mediaset y Atresmedia. *Palabra Clave, 16*(2), 366-397. https://doi.org/10.5294/pacla.2013.16.2.5

Medina Laverón, M. (2015). *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*. Eunsa.

Pérez-Rufí, J. P. (2016). El inicio de la recuperación económica de la televisión privada y de pago en España. *Dígitos*, *1*(3), 277-294. https://doi.org/10.7203/rd.v1i3.70

Pérez-Rufí, J. P., & Castro-Higueras, A. (2020). Producción de cine en España: el éxito condicionado por las empresas participantes. *Revista Mediterránea de Comunicación, 11*(1), 169-178. https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.1.3

Zallo, R. (2010). La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal. *Revista Latina de Comunicación Social, 65*, 14-29. https://doi.org/10.4185/RLCS-65-2010-880-014-029

Zallo, R. (2011). *Estructura de la comunicación y de la cultura*. Gedisa.

RIA
Editorial