



8º CONGRESSO INTERNACIONAL MEDIA ECOLOGY AND IMAGE STUDIES

VIRTUAL ASSÍNCRONO

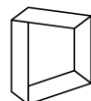
(Des)aceleração midiática

10 A 13 DE NOVEMBRO DE 2025

Mesa 3: Fotografia e narrativas imagéticas/Fotografía y narrativas imagéticas



POLITÉCNICO
DE LISBOA



ESCS

Cátedra UNESCO
Comunicação,
Literacia Mediática
e Cidadania



LIACOM



PUBLICIDADE, DESIGN E COMUNICAÇÃO VISUAL SOB O SIGNO DA LEVEZA

Integrando Narrativa, Estética,
Emoção e Desaceleração Mediática

Helena Figueiredo Pina (ESCS/IPL, LIACOM)
Cláudia Vasconcelos Silvestre (ESCS/IPL, CEAUL, LIACOM)
Susana Ferreira Araújo (ESCS/IPL, LIACOM)

Novembro, 2025, Lisboa (Portugal)



Foto de Javardh para Unsplash

COMUNICAÇÃO VISUAL

Modos de ver e sentir

- Cultura contemporânea marcada pela velocidade, pelo excesso e pela saturação
- Publicidade, design e comunicação visual enquanto espaços de sensibilidade e resistência simbólica

Referências: Lipovetsky, G. (1987); Fidalgo, J. (2013); Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2013); Lipovetsky, G. (2015).



Foto de Jazmin Quaynor para Unsplash



Foto de Tusik Only para Unsplash

PORQUE IMPORTA OLHAR DEVAGAR

Necessidade de uma leitura sensível

- Cultura da leveza (Lipovetsky)
- Modernidade líquida (Bauman)
- Sociedade da transparência e do cansaço (Han)
- Ética comunicacional mais humana (Fidalgo)

DO EXCESSO E DA SATURAÇÃO

Contrastes e ambivalências

- Leveza
- Sedução empática
- Estetização
- Kitsch
- Desaceleração mediática



Foto de Andrej Lisakov para Unsplash

LEVEZA, SIMPLIFICAÇÃO E FLUIDEZ

O Essencial que Respira

- “Menos é mais” (Mies van der Rohe)
- Minimalismo → clareza, simplicidade, usabilidade
- Ambivalência: resistência ao excesso vs. reforço da hipervisibilidade

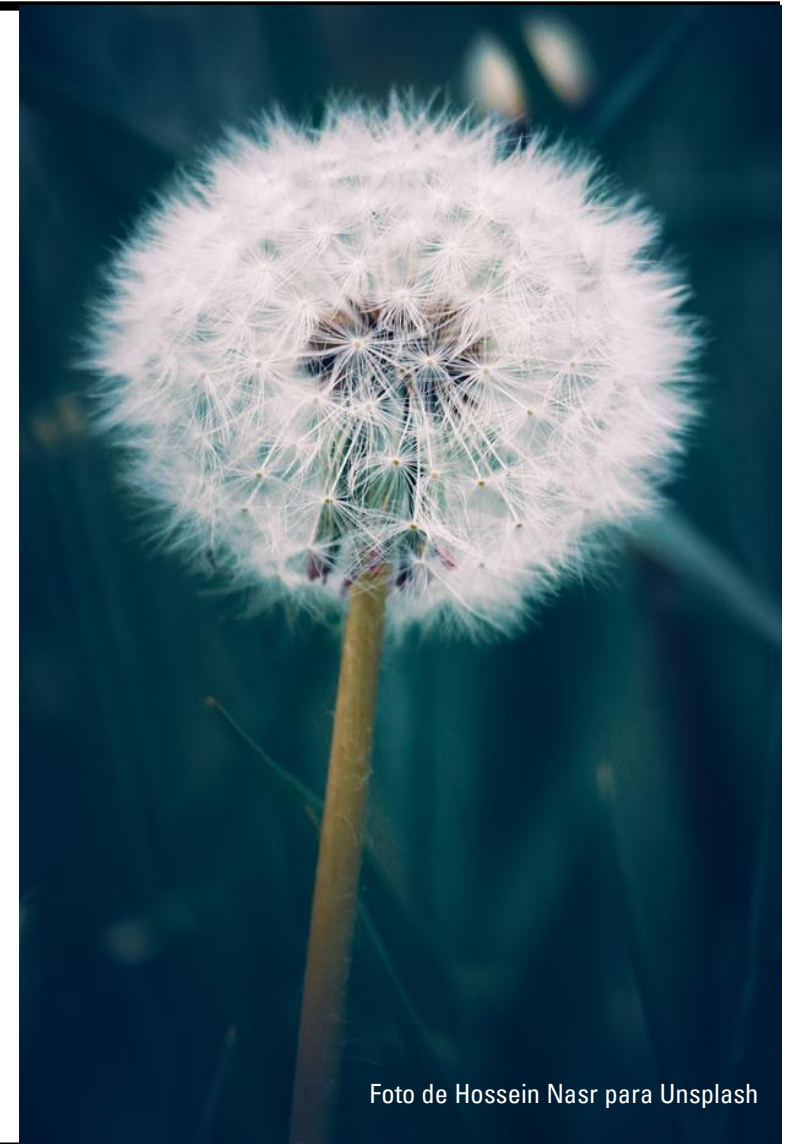


Foto de Hossein Nasr para Unsplash

SEDUÇÃO EMPÁTICA

Marcas que aproximam

- Da ostentação → à empatia, autenticidade e responsabilidade social
- Narrativas ligadas a causas sociais: diversidade, sustentabilidade, bem-estar...
- Comunicação como experiência simbólica de pertença



Foto de Jakob Owens para Unsplash

ESTETIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

Impacto visual e hipervisibilidade

- Comunicação → estética, sensorial, emocional
- Marcas oferecem estilos de vida e universos simbólicos
- Experiências imersivas que integram consumo emocional



Foto de James Lewis para Unsplash

LINGUAGEM HIPEREXPRESSIVA DO KITSCH

Emoção, memórias e símbolos partilhados

- Estética do excesso visual, cromático e afetivo
- Ambiguidade: sedução vs. inadequação
- De marginal a central na hipervisibilidade
- Antítese da leveza, mas convergência na estetização



Foto de Tabitha Turner para Unsplash



DESACELERAÇÃO MEDIÁTICA

Resistência Simbólica e Cultural

- Contra-ritmo: pausa, silêncio, contemplação
- Slow living e design com espaço em branco
- Silêncio como gesto estético radical

REPRESENTAÇÃO DO MUNDO

Em modos alternativos de o sentir,
imaginar e habitar

- Campo marcado por interseções, tensões e complementaridades
- Comunicação visual = prática cultural e ética
- Proposta: ética visual reflexiva, empática e desacelerada
- Humanizar a comunicação e ampliar a experiência simbólica contemporânea



OBRIGADA PELA ATENÇÃO!

Helena Figueiredo Pina hpina@escs.ipl.pt
Cláudia Vasconcelos Silvestre csilvrestre@escs.ipl.pt
Susana Ferreira Araújo saraujo@escs.ipl.pt



Cátedra UNESCO
Comunicação,
Literacia Mediática
e Cidadania



LIACOM Laboratório de Investigação Aplicada
em Comunicação e Média