

PÓS COM 2025

SEMINÁRIO DE ALUNOS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO | PUC-Rio

Seminário de Alunos de Pós-Graduação em Comunicação PUC-Rio (17. : 2025 : Rio de Janeiro)

Diálogos para a crise climática : tecnologia, estética e políticas de comunicação : anais do XVII PÓSCOM 2025, Seminário de Alunos de Pós-Graduação em Comunicação PUC-Rio, 23 a 25 de setembro de 2025 / [organização: Comissão Discente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio]. – Rio de Janeiro : PUC-Rio, Departamento de Comunicação, 2025.

212 p. : il. color. ; 30 cm

Inclui bibliografia

1. Comunicação – Congressos. 2. Mudanças climáticas – Congressos. I. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Comissão Discente. III. Título.

CDD: 302.206

Diálogos para a crise climática: tecnologia, estética e políticas na comunicação



Apresentação

Organizado pela Comissão Discente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio, o XVII Póscom reuniu, entre os dias 23 e 25 de setembro de 2025, estudantes de pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro e de diferentes estados para três dias de troca acadêmica, reflexão crítica e construção coletiva de conhecimento. Com o tema “Diálogos para a Crise Climática: tecnologia, estética e políticas na comunicação”, esta edição buscou articular debates contemporâneos sobre mídia e emergência climática, em sintonia com a agenda internacional da Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas de 2025 (COP30).

A Mesa de Abertura, intitulada “Disputas discursivas e cobertura jornalística sobre eventos climáticos extremos”, inaugurou o encontro com reflexões sobre os sentidos produzidos pela mídia diante da intensificação da crise climática. O debate contou com o professor Leonel Aguiar (PPGCOM/PUC-Rio) e os jornalistas Duda Menegassi (O Eco) e Agostinho Vieira (#Colabora), sob mediação da professora Claudia Sarmento (PPGCOM/PUC-Rio).

O evento foi encerrado com a mesa “Infraestruturas digitais, desinformação e crise climática: desafios ecológicos no Brasil contemporâneo”, com participação do professor Marcelo Alves (PPGCOM/PUC-Rio) e da professora Liz Rejane Issberner (IBICT/UFRJ), mediada pela professora Tatiana Dourado (PPGCOM/PUC-Rio). A discussão destacou os impactos ambientais das infraestruturas digitais, os desafios da desinformação e a necessidade de articular tecnologia, ecologia e política para pensar futuros diante da crise.

Ao todo, 60 trabalhos foram submetidos e avaliados em processo de dupla-cega por pesquisadores doutores da área de Comunicação. Desse conjunto, 52 trabalhos foram selecionados, contemplando pesquisas de mestrandos(as), mestres(as) e doutorandos(as) vinculados a diversas instituições: PUC-Rio, UFF, UFRJ, UERJ, FGV, Fiocruz e UFSCar.

Os estudos apresentados cobrem um amplo espectro de temas ligados ao campo da Comunicação, passando por jornalismo, plataformas digitais, identidades, estética, audiovisual, consumo, economia política, comunicação política e narrativas midiáticas.

A programação incluiu apresentações em Grupos de Trabalho (GTs), além de oficinas e minicursos com inscrição prévia, permitindo ampliar o intercâmbio de experiências e metodologias. O evento foi aberto a estudantes de graduação e pós-graduação, professores(as), pesquisadores(as), especialistas e demais interessados(as). A participação foi gratuita, com certificação mediante assinatura da lista de presença.

A realização foi conduzida pelos discentes Alexandra Santo Anastácio, Gustavo Monlevad, Laura Aguiar, Lorrana Melo, Luana Matos, Maria Rita Nepomuceno, Mariana Menezes e Rafaela Barreto, cujo trabalho coletivo permitiu construir um espaço plural, crítico e aberto ao diálogo entre pesquisa, sociedade e desafios planetários.

SUMÁRIO

GT Estudos de Jornalismo

- 13** Jornalismo ambiental e mudanças climáticas: a urgência de um novo olhar
Autor: Filipe Navarro Brasil (PUC-Rio)
- 17** Amazônia, Jornalismo Ambiental e interesse público: as coberturas do
desmatamento da Amazônia brasileira no processo de construção social da
realidade
Autora: Mariana Moreira de Menezes (PUC-Rio)
- 22** Fato, notícia e conhecimento: Um estudo foucaultiano da cobertura jornalística de
declarações falsas de autoridades públicas
Autora: Andréia Lago (PUC-Rio)
- 26** Jornalismo cidadão como práxis educativa: o papel do coletivo A Voz do Lins na
ressignificação do jornalismo no Complexo do Lins
Autora: Patricia Souza Gabrig de Sant'Anna (PUC-Rio)
- 29** Mais valiosas que fuzil: as representações midiáticas de mulheres traficantes e a
construção discursiva nos jornais
Autor: Tálison Felipe Ferreira de Sena (UFF) e Thayssa Ferreira Rios (UFF)

GT Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual

- 33** Contravenções do olhar: o que olham os bichos no cinema de Ana Vaz?
Autora: Ana Clara Silva Mattoso (UFRJ)
- 37** Pornotopia e Desejo Masculino Hétero no Cinema de Fauzi Mansur
Autor: Murilo Barbosa Simões (UFF)
- 40** A ficção-científica em Carro Rei num Brasil distópico
Autor: Adriano da Costa Bidão (UFF)
- 44** O cinema de Found Footage como ato de resistência e linha de fuga: uma análise
de Dragonfly Eyes e Influenza
Autora: Mariana de Paula Costa (PUC-Rio)
- 47** Experiências negras e trabalho reprodutivo no documentário brasileiro dos anos 80
Autora: Maria Rita Nepomuceno (PUC-Rio)
- 50** Patriarquivo: a ética e ótica patriarcal nas imagens da vida privada
Autora: Patrícia Fróes Malta (PUC-Rio)

- 54** Internacionalização da animação infantil brasileira e análise preditiva de monetização
Autora: Ana Beatriz Rodrigues Camargo (UFSCar)
- 58** Maria Helena Saldanha: Contexto histórico e político de sua produção
Autora: Sofia Costa Guimarães (PUC-Rio)
- 62** Aproximação da produção de mulheres na prática de vídeo: um encontro com a diretora Noni Carvalho
Autora: Laura de Aguiar Miranda (PUC-Rio)
- 65** Maria Thereza Goulart: uma análise de imagens e gênero nas revistas O Cruzeiro e Manchete
Autora: Adriana Munhoz (PUC-Rio)
- 69** Em defesa do cinema imersivo
Autor: João Cláudio Simões de Oliveira (JC Oliveira) (UFF)
- 72** Filmes que ensaiam sobre filmes: desktop documentary a serviço da cinefilia
Autora: Rafaela Maciel Barreto Soares (PUC-Rio)
- 75** Reflexões sobre a atuação no primeiro cinema
Autor: Rafael Romão Silva (UERJ)

GT Narrativas e Culturas Midiáticas

- 79** A “meinha de lurex” e a moda da telenovela
Autora: Alexandra Santo Anastácio (PUC-Rio)
- 82** A Pequena África no Instagram: cidade, geolocalização e memória
Autor: Julio Jorge Trindade Duarte (PUC-Rio)
- 87** Experiência e memória em documentários musicais brasileiros
Autora: Amanda Cunha Weaver (PUC-Rio)
- 101** De Os testamentos a South Park na busca por menos Bíblia e mais sátira
Autora: Liciane Guimarães Corrêa (PUC-Rio)
- 105** Narrativas digitais e a construção de imaginários na comunicação institucional educacional
Autora: Gilvane Aparecida de Carvalho (UFSCar)
- 108** A fascinação pelo horror
Autora: Paula Palumbo (PUC-Rio)

GT Mídias Digitais, Tecnologias e Dados

- 113** Conexões entre a desinformação político-eleitoral e a moderação de conteúdo no Brasil
Autora: Gabriela Pavão Pereira (PUC-Rio)
- 116** Menos que humano, mais que memes: o monstruoso como sintoma ideológico nas disputas políticas
Autor: Thiago Costa (UERJ)
- 120** Divulgação científica moderada por algoritmos: o desafio de romper a bolha acadêmica
Autora: Estela Magalhães (UFRJ)
- 123** Referências Artificiais: fabricação de citações em chatbots de IA
Autora: Beatriz Gasparette dos Santos Montenegro (PUC-Rio)
- 127** Pandemia e memória: acervos da Covid-19 nas mídias digitais da Avico e do SoU_Ciência
Autora: Marcella Maria Monteiro Vieira (UFF/UERJ)
- 131** Governança pelas plataformas: informação e desinformação sobre saúde no YouTube
Autores: Eliana Pegorim Abreu e Silva (PUC-Rio)
- 136** Emagreça em um clique: promessas 'detox', brechas regulatórias e a oferta de produtos irregulares nas mídias digitais.
Autora: Isabela Duarte Pimentel (PUC-Rio)
- 143** A governança dos jogos de azar online: na interface entre bets e tigrinho
Autora: Lorrana Melo Cordeiro (PUC-Rio)
- 147** Mundo instagramável: estéticas de um cotidiano espetacularizado e algorítmico
Autor: Bernardo de Quadros Bruno (UFRJ)
- 151** Notas sobre o ecossistema de música pop periférica do Rio de Janeiro
Autores: Gabriel Gutierrez (UFRJ) e João Victor Pessanha (UFRJ)

GT Corpos, Identidades e Interseccionalidades

- 157** A subjetividade do podcast Projeto Querino: um jornalismo de oposição às ideologias do pós-racialismo
Autor: Giovana Erthal (UFRJ)
- 160** O segredo restante: representações do sexo no cinema brasileiro pós-pandêmico à luz do pornovídeo
Autor: João Lucas de Castro Pedrosa (UFRJ)
- 163** Entre o corpo e a ficção: uma proposta de análise sobre a representação de Anderson Herzer no filme Vera
Autor: Leo Ignis Braga Pellegrino Oliveira (UFRJ)
- 166** “Nós mulheres básicas e delicadas”: a clean girl como empreendedora de si ultrafeminina
Autor: Mariana de Almeida Lage (UFRJ)

GT Publicidade e Consumo

- 170** A cidade televisual no mundo real: imaginário, turismo e o consumo de experiência
Autora: Ana Gualda (PUC-Rio)
- 173** Moda e consumo: um estudo sobre as narrativas da consultoria de imagem no ambiente digital
Autora: Júlia Sales Pinheiro (PUC-Rio)
- 177** A brasilidade da Netflix: entre afeto e mercadoria
Autora: Lorena Carvalho Rezende (PUC-Rio)

GT Comunicação Política e Esfera Pública

- 183** Gênero, equalização e normalização: renovação política e mídias digitais nas eleições para a Câmara dos Deputados em 2022
Autores: Aline Lopes (PUC-Rio) e Arthur Ituassu (PUC-Rio)
- 187** Uso de campanha negativa pela direita radical na América Latina: análise comparada de postagens no Instagram entre Bolsonaro, Kast e Hernández
Autora: Fernanda Fialho (PUC-Rio) e Luis Felipe Grave Brandão de Azevedo (PUC-Rio)

GT Economia Política da Comunicação

- 192** A privatização da cidadania: caridade, consumo e poder no discurso de Whindersson Nunes
Autora: Luana Matos do Nascimento (PUC-Rio)
- 196** Pôster, thumbnail ou lide: o papel da imagem nos podcasts
Autora: Raphaella de Oliveira Condeixa (UFRJ)
- 199** Para uma crítica da Economia Política do Tempo: trabalho, aceleração e controle dos regimes de percepção de temporalidade
Autor: Gustavo Monlevad (PUC-Rio)
- 203** Democracia hackeada, influência externa em eleições e campanhas tecnológicas: uma revisão sistemática
Autor: Gustavo Magalhães da Silva Junior (PUC-Rio)
- 207** Epistocracia digital e crise climática: a rotulagem como tecnologia de poder nas plataformas
Autora: Larissa Noguchi de Oliveira (FGV)

Introdução

Os resumos expandidos reunidos nesta edição dos Anais do XVII Póscom refletem a densidade, a diversidade e o vigor crítico que marcaram os oito Grupos de Trabalho realizados ao longo do seminário. Com o tema “Diálogos para a crise climática: tecnologia, estética e políticas na comunicação”, o evento mobilizou 62 estudantes de programas de Pós-Graduação da PUC-Rio e de outras seis instituições (UFF, UFRJ, UERJ, FGV, Fiocruz e UFSCar/SP), que apresentaram 52 pesquisas entre os dias 23 e 25 de setembro de 2025.

As apresentações dos GTs contemplaram um amplo espectro de questões contemporâneas da Comunicação: desde jornalismo ambiental, plataformas digitais, governança algorítmica e estratégias de desinformação, até debates sobre estética, audiovisual, consumo, narrativas identitárias, política e cultura digital. A amplitude temática demonstrou não apenas a complexidade dos fenômenos comunicacionais que atravessam nosso mundo contemporâneo, mas também o compromisso da pós-graduação em Comunicação com abordagens interdisciplinares e metodologias experimentais, capazes de tensionar fronteiras entre tecnologia, política e sensibilidade estética.

O evento foi estruturado em torno de duas mesas de debate que deram o tom crítico do seminário.

A Mesa de Abertura, realizada no dia 23 de setembro, apresentou um panorama histórico e político da comunicação ambiental. A jornalista e pesquisadora Cláudia Sarmiento, professora visitante do PPGCOM, recuperou marcos fundamentais da Rio-92 para contextualizar os desafios atuais da cobertura climática. O jornalista Agostinho Vieira, fundador do Projeto #Colabora, destacou as mudanças no jornalismo ambiental e apontou a mídia independente como espaço que prioriza o impacto social sobre a lógica da audiência. Em diálogo, o professor e pesquisador Leonel Aguiar (PPGCOM/PUC-Rio) enfatizou o compromisso ético com a verdade como forma de resistir à cultura da desinformação que fragiliza o jornalismo. A ex-aluna e jornalista Duda Menegassi, do site ((o))eco, reforçou a urgência de conectar os eventos climáticos extremos às ações humanas na natureza, aproximando o debate científico do cotidiano das pessoas.

Encerrando o seminário, no dia 25 de setembro, a mesa “Infraestruturas digitais e comunicação da crise climática” trouxe reflexões essenciais sobre os impactos ecológicos das tecnologias de informação. O pesquisador e professor Marcelo Alves (NuTeC/PUC-Rio) ressaltou que a inteligência artificial constitui hoje uma das maiores ameaças ao meio ambiente, devido ao modelo extrativista que sustenta sua operação – baseado no consumo intensivo de terra, água e energia – e à assimetria entre usos socialmente benéficos e danosos da tecnologia.

Na sequência, a pesquisadora Liz Rejane Issberner (IBICT/UFRJ) abordou a articulação entre negacionismo climático, desinformação e desigualdades de acesso ao conhecimento, destacando como essas dinâmicas comprometeram a capacidade da sociedade de agir diante da emergência climática. A mesa foi mediada pela professora Tatiana Dourado (PPGCOM/PUC-Rio), que articulou as discussões em torno dos desafios éticos, políticos e comunicacionais colocados pelas infraestruturas digitais.

Além das mesas de debate e das sessões de Grupos de Trabalho, o seminário contou com seis minicursos, que aprofundaram discussões sobre tecnologia, Antropoceno, moda, comunicação ambiental, escrita audiovisual e métodos de pesquisa, ampliando o escopo formativo dos participantes e aproximando a prática acadêmica dos desafios contemporâneos da comunicação.

As sessões de apresentação de pesquisa foram realizadas em oito grupos de trabalho, sendo eles: GT - Estudos de Jornalismo; GT - Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual; GT - Mídias Digitais, Tecnologias e Dados; GT - Corpos, Identidades e Interseccionalidades; GT - Publicidade e Consumo; GT - Comunicação Política e Esfera Pública; GT - Economia Política da Comunicação; GT - Narrativas e Culturas Midiáticas

Os Anais do XVII Póscom reúnem, assim, um conjunto significativo de reflexões produzidas por jovens pesquisadores e pesquisadoras comprometidos com a compreensão crítica das mediações comunicacionais em um mundo atravessado pela crise climática, pela plataformização da vida cotidiana e por novas disputas tecnopolíticas. Que esta coleção de artigos contribua para ampliar debates, fortalecer redes de pesquisa e inspirar novas formas de pensar e agir diante das urgências do presente.

Comissão Discente do PPGCOM/Puc-Rio

GT

Estudos de

Jornalismo

JORNALISMO AMBIENTAL E MUDANÇAS CLIMÁTICAS: a urgência de um novo olhar¹

Filipe Navarro Brasil²

Resumo

Esta pesquisa tem como tema o Jornalismo Ambiental, com foco na cobertura de eventos climáticos extremos. Será analisada a cobertura do Jornal Nacional em 2024, em especial as das enchentes no Rio Grande do Sul e das queimadas, agravadas na época de seca. Por meio de Análise de Conteúdo, o trabalho pretende avaliar: “Como a cobertura jornalística do Jornal Nacional em 2024 abordou a relação entre os eventos climáticos extremos e a implementação de políticas públicas ambientais?”. O estudo está baseado nos princípios do Jornalismo Ambiental, conforme autores como Ilza Maria Tourinho Girardi e Wilson Bueno, e tem como uma das principais motivações discutir a relevância do princípio da precaução na cobertura, em vista dos riscos produzidos pelas Mudanças Climáticas.

Palavras-chave: Jornalismo Ambiental; Mudanças Climáticas; Desastres; Riscos; Jornal Nacional.

1. Jornalismo Ambiental e as Mudanças Climáticas

Esta pesquisa está inserida no tema mais amplo do Jornalismo Ambiental, com enfoque na cobertura da imprensa brasileira sobre os chamados eventos climáticos extremos. Para isso, será realizada uma análise da cobertura realizada pelo Jornal Nacional em 2024, com atenção para o noticiário sobre enchentes ocorridas em abril e maio no Rio Grande do Sul, e para as queimadas que se espalharam pelo território brasileiro na época de seca. O trabalho pretende avaliar: “Como a cobertura jornalística do Jornal Nacional em 2024 abordou a relação entre os eventos climáticos extremos e a implementação de políticas públicas ambientais?”.

Entre os objetivos, estão avaliar a relação entre a ocorrência de desastres e a presença de pautas relacionadas às políticas públicas sobre Meio Ambiente; analisar o uso das fontes na construção da cobertura; avaliar o nível de contextualização e continuidade da cobertura do tema ambiental ao longo do ano; e ainda analisar o nível de cobrança e tom de denúncia das reportagens frente às ações governamentais.

^{1*} Trabalho apresentado no GT – Estudos de Jornalismo durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, filipe77brasil@hotmail.com.

Nesse caminho, será utilizada a Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) para extrair, organizar e categorizar o conteúdo. As reportagens serão acessadas por meio do GloboPlay e, posteriormente, transcritas para exame particular. Foram selecionados três meses para análise: Maio, como o mês marcado pelas maiores consequências das chuvas no território gaúcho (G1, 2024), Setembro, considerado o pior mês do ano em relação às queimadas em todo país (CLIMAINFO, 2024), e Janeiro, a ser analisado como mês em que não houve nenhum desastre ambiental de grande repercussão, e que possa servir de comparação em relação à presença das pautas ambientais, e à abordagem sobre a implementação de políticas públicas ligadas ao Meio Ambiente.

O trabalho está baseado nos princípios do Jornalismo Ambiental, conforme autores como Ilza Maria Tourinho Girardi, Wilson Bueno, Eloise Beling Loose e Débora Gallas Steigleder. Nesse sentido, a pesquisa está orientada a avaliar se o jornalismo produzido pelo Jornal Nacional contém aspectos propostos na literatura para uma cobertura de Meio Ambiente qualificada. Entre esses elementos, estão a presença de reportagens que apresentem uma visão sistêmica das problemáticas, uma pluralidade de vozes pelas fontes ouvidas e ainda uma proximidade dos assuntos com a realidade do público.

E para além desses valores do Jornalismo Ambiental - que não é apenas jornalismo sobre Meio Ambiente - está ainda um novo elemento, que aparece como um dos grandes motivadores desta pesquisa: o princípio da precaução. Em tempos em que as Mudanças Climáticas, e os riscos e incertezas envolvidos no fenômeno, estão no foco do debate, torna-se evidente a necessidade de adaptar o jornalismo a essa realidade.

Conforme Girardi et al. (2020), em análise sobre *A contribuição do princípio da precaução para a epistemologia do Jornalismo Ambiental*, apesar de figurar como um princípio fundamental no cenário de incertezas trazido pelas Mudanças Climáticas, a precaução ainda está distante da discussão jornalística. Nesse sentido, os autores ponderam que os critérios de noticiabilidade orientam, principalmente, a repercussão de acontecimentos concretos, já vividos. No entanto, eles concluem que “em um contexto de mudanças globais de efeitos ainda não totalmente previstos, a não ampliação do entendimento sobre o que é considerado pauta pode prejudicar o papel social do jornalismo de informar aquilo que é de interesse público” (GIRARDI ET AL., 2020).

Nesse contexto, as políticas públicas ambientais foram selecionadas como um elemento central na resolução do problema. Como agente de cobrança e capaz de gerar mudança de pensamento, o jornalismo deve, ao mesmo tempo, vigiar o governo e cobrar ações preventivas, e exibir ao público, de forma contextualizada, as possíveis consequências da inação.

Filipe Navarro Brasil

Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, com publicação recente de artigo no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação de 2025 e artigo publicado na Revista de Gestão Social e Ambiental sobre cobertura ambiental da imprensa brasileira

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: filipe77brasil@hotmail.com

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Traduzido por Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BUENO, W. C. Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, n. 15, p. 33-44. Editora UFPR: jan./jun. 2007.

CLIMAINFO. Brasil em chamas: com quase 85 mil focos, setembro foi o pior mês do ano em incêndios florestais. Climainfo. 2 out. 2024. Disponível em: <https://climainfo.org.br/2024/10/02/brasil-em-chamas-com-quase-85-mil-focos-setembro-foi-o-pior-mes-do-ano-em-incendios-florestais/#:~:text=Ag%C3%A2ncia%20Brasil%2C%20Correio%20Braziliense%20e,A%20VEJA%20deu%20mais%20informa%C3%A7%C3%B5es.&text=ClimaInfo%2C%202%20de%20outubro%20de,Newsletter%20di%C3%A1ria%20completa%20do%20ClimaInfo>. Acesso em 20 jul. 2025.

GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; LOOSE, Eloisa Beling; STEIGLEDER, Débora Gallas; BELMONTE, Roberto Villar; MASSIERER, Carine. A contribuição do princípio da precaução para a epistemologia do Jornalismo Ambiental. **RECIIS**, [S. l.], v. 14, n. 2, 2020. Disponível em: <https://www.reciis.iciet.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2053>. Acesso em: 3 maio. 2025.

G1. Um mês de enchentes no RS: veja cronologia do desastre que atingiu 471 cidades, matou mais de 170 pessoas e expulsou 600 mil de casa. Rio Grande do Sul. 29 maio. 2024. Disponível em:

<https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2024/05/29/um-mes-de-enchentes-no-rs-veja-cronologia-do-desastre.ghml>. Acesso em: 25 jul. 2025.

GLOBOPLAY. Transmissões do Jornal Nacional. Disponível em:
<https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/t/MyCrVrr6gW/>. Acesso em: 20 maio. 2025.

LOOSE, Eloisa Beling; GIRARDI, Ilza Maria Tourinho. O Jornalismo Ambiental sob a ótica dos riscos climáticos. **Interin: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens Universidade Tuiuti do Paraná**. Curitiba, PR. Curitiba, PR: UFPR. Vol. 22, n. 2 (jul./dez. 2017), p. 154-172, 2017.

Amazônia, Jornalismo Ambiental e interesse público: as coberturas do desmatamento da Amazônia brasileira no processo de construção social da realidade¹

Mariana Moreira de Menezes²

Resumo

Este trabalho, inserido em um projeto de tese, busca analisar o espaço do jornalismo ambiental na cobertura da Amazônia. Utilizaremos a metodologia de Análise de Conteúdo para verificar as nuances da cobertura do desmatamento da Amazônia brasileira ao longo das últimas décadas, em três momentos: Eco-92, Rio+20 e COP30. Vamos verificar os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia, os formatos de cobertura, quais as fontes ouvidas e os enfoques principais. Verificaremos se as notícias situam os problemas ambientais nos contextos econômico, político, social e cultural. Estudar o jornalismo enquanto uma ordem do discurso – com poder para disciplinar e controlar a multiplicidade dos acontecimentos em regularidades discursivas que produzem um determinado saber sobre o real.

Palavras-chave: jornalismo ambiental; Amazônia; desmatamento; mudanças climáticas; meio ambiente.

1. Introdução

A Amazônia tem sido tema rotineiro nas redações dos veículos de comunicação não só do Brasil, mas de todo o mundo. É o ecossistema que abriga a maior diversidade biológica. A divulgação de catástrofes ambientais na região é motivo de preocupação para cientistas, ambientalistas e governos. A preocupação mundial com as perdas dos bosques tropicais vem aumentando desde a década de 1980. Com a intensificação do debate sobre o aquecimento global e o papel essencial que as florestas tropicais têm na regulação do clima e no estoque de carbono, a conservação dessas áreas tornou-se ainda mais estratégica para o planeta (VERÍSSIMO apud AGUIAR; ÂNGELO, 2022).

Este ano, Belém (PA) será a sede da Conferência do Clima das Nações Unidas – a COP 30 – considerado o maior e mais importante encontro mundial relacionado ao clima do planeta. A Conferência das Partes da Convenção das Nações Unidas sobre

^{1*} Trabalho apresentado no GT8 - Estudos de Jornalismo durante o XVII PÓSCOM PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio (PPGCOM/PUC-Rio). mariana.moreira.menezes@gmail.com.

Mudanças de Clima reúne anualmente lideranças mundiais para debater soluções para conter o aquecimento global e criar alternativas sustentáveis para a vida na Terra. A Amazônia, mais uma vez, nos colocará no foco das notícias mundiais.

Vilmar Berna (2008) afirma que a informação ambiental de qualidade e em quantidade suficiente é ferramenta indispensável para a formação e mobilização da cidadania ambiental. Por outro lado, informações ambientais deficientes, mentirosas ou incompletas podem levar à desmobilização da cidadania.

A democratização da informação ambiental é fundamental para o exercício pleno da cidadania crítica e participativa, pois quando as pessoas, o povo, ou as organizações não dispõem de informação de qualidade, fica comprometida a capacidade de fazer escolhas entre as diferentes alternativas e caminhos. Quando falo de informação ambiental de qualidade falo de uma informação que mostre os fatos geradores da crise ambiental, para que as pessoas tomem consciência e possam atuar sobre as causas e não apenas sobre os efeitos. Um tipo de informação que revele as raízes de nossos problemas ambientais e não apenas que reforcem uma visão romântica do quanto a natureza é linda ou é vítima de nossa ganância. (BERNA apud GIRARDI et al, 2008, p. 90)

Este trabalho propõe o levantamento e análise de matérias jornalísticas sobre o desmatamento da Amazônia ao longo das últimas décadas com enfoque principal nas coberturas de três momentos: a II Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – Rio-92 – realizada no Rio de Janeiro, entre 3 e 14 de junho de 1992; a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (CNUDS) – Rio+20 – realizada entre os dias 13 e 22 de junho de 2012 também no Rio de Janeiro; e a Conferência do Clima das Nações Unidas – a COP 30 – que acontecerá em novembro de 2025 em Belém do Pará. Vamos trabalhar com notícias e reportagens de veiculação nacional e local, pesquisando via palavras-chave, como Amazônia, desmatamento, meio ambiente e mudanças climáticas, em jornais como O Globo e O Liberal.

Utilizaremos a metodologia de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011) para extrair, organizar e categorizar o conteúdo. As buscas por palavras-chave e as reportagens serão acessadas a partir do acervo digital dos jornais. Vamos verificar os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia, os formatos de cobertura, quais as fontes ouvidas e os enfoques principais. Verificaremos se as notícias situam os problemas ambientais nos contextos econômico, político, social e cultural. Outra perspectiva teórica deste projeto é determinada pelos métodos genealógicos e arqueológicos de análise das práticas discursivas e suas relações de poder-saber propostos por Michel Foucault. Estudar o jornalismo enquanto uma ordem do discurso – com poder para disciplinar e controlar a

multiplicidade dos acontecimentos em regularidades discursivas que produzem um determinado saber sobre o real.

Mariana Moreira de Menezes

Doutoranda e mestre em Comunicação Social - Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Analista de comunicação do Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (FUNBIO). Integra o grupo de pesquisa Teorias do Jornalismo e Experiências Profissionais (Tejor) da PUC Rio.

Rio de Janeiro-RJ, Brasil

E-mail: mariana.moreira.menezes@gmail.com

Referências

AGUIAR, Leonel Azevedo de; ÂNGELO, Fabrício Fonseca. Amazônia em pauta no regime militar: uma análise da revista Realidade. **Revista Eletrônica Mutações**, v. 15, n. 25, p.93-110, 2022. Disponível em:

<<https://www.periodicos.ufam.edu.br/index.php/relem/article/view/11940/8499>> Acesso em: 12 out.2023.

AGUIAR, Leonel Azevedo de. O jornalismo investigativo e seus critérios de noticiabilidade: notas introdutórias. **Alceu — Revista de Comunicação, Cultura e Política**, v. 7, n. 3, p. 73-84, jul./dez. 2006. Disponível em:

<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu_n13_Aguiar.pdf>. Acesso em: 12 out. 2023.

AGUIAR, Sonia. Análise dos estudos sobre jornalismo ambiental: primeiras incursões. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 9. 2011, **Anais... ECO** - Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ. SPBJor, 2011. Disponível em:

<http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/9encontro/CC_23.pdf> Acesso em: 12 out. 2023.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa edições, 1979.

BUENO, Wilson da Costa; Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito.

Desenvolvimento e Meio Ambiente, n. 15, p. 33-44, jan./jun. 2007. Editora UFPR.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos culturais da globalização**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

CARVALHO, Clarissa Presotti Guimarães. **Amazônia em crise: o avanço do desmatamento nos grandes jornais do Brasil**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável), Universidade de Brasília, 2009.

COSTA, L.; CUNHA, K.; VELLOSO, B. Quando as fontes são de lá: o discurso

jornalístico dos jornais OESP e FSP sobre desmatamento durante a COP15. In: XXXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, **Anais...** Fortaleza/CE, Brasil. 2012.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Edições Loyola, 1996.

GIRARDI, I. M. T. et al. Caminhos e descaminhos do jornalismo ambiental. **Comunicação & Sociedade**, v. 34, p.131-152, 2012. Disponível em:

<<https://www.metodista.br/revistas/revistasims/index.php/CSO/article/viewArticle/2972>> . Acesso em: 12 out.2023.

GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; MASSIERER, Carina; SHWAAB, Reges Toni Shwaab. Pensando o Jornalismo Ambiental na ótica da sustentabilidade. Rio Grande do Sul. **UNirevista**. Vol.1, nº3. 2006. Disponível em:

<<http://www.jornalismoambiental.org.br/portal/wpcontent/uploads/2011/09/Pensando-o-Jornalismo-Ambiental-na-%C3%B3tica-da-Sustentabilidade.pdf>> Acesso em: 12 out.2023.

GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; SHWAAB, Reges Toni Shwaab (org.). **Jornalismo ambiental**: desafios e reflexões. Porto Alegre: Ed. Dom Quixote, 2008.

IMAZON. **Desmatamento da Amazônia tem queda de 60% no primeiro semestre**. Disponível em <<https://imazon.org.br/imprensa/desmatamento-da-amazonia-tem-queda-de-60-no-primeiro-semester/>> Acesso em: 12 out.2023.

LOOSE, Eloisa Beling et al. A cobertura climática pode levar à ação? O olhar de ativistas sobre o jornalismo. **Revista Ciências Humanas**, v. 15, n. 3, p. 8-21, 2022. Disponível em: <<https://www.rchunitau.com.br/index.php/rch/article/view/923/451>> Acesso em: 12 out.2023.

LOOSE, E. B. **Jornalismo e riscos climáticos: percepções e entendimentos de jornalistas, fontes e leitores**. Curitiba: Editora UFPR, 2020. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/68854>>. Acesso em: 12 out.2023.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **O que o brasileiro pensa do meio ambiente e do consumo sustentável**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/meio-ambiente/2012/08/pesquisa-revela-o-queo-brasileiro-pensa-do-meio-ambiente-e-do-consumo-sustentavel>>. Acesso em: 12 out.2023.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **ONU confirma Belém (PA) como sede da COP-30, a conferência para o clima**. Disponível em: <<https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/noticias/2023/05/onu-confirma-belem-pa-como-sede-da-cop-30-conferencia-para-o-clima>> Acesso em: 12 out.2023.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: EdUnisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

TRIGUEIRO, André. **Mundo Sustentável** – Abrindo espaço na mídia para um planeta

em transformação, Editora Globo, São Paulo, 2005.

TRIGUEIRO, André (Org.) **Meio Ambiente no século 21** – 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento, Editora Sextante, Rio de Janeiro, 2003.

TRIGUEIRO, André. **Quando o Mundo Sustentável é Notícia**. Mundo Sustentável, 2006. Disponível em: <<http://www.mundosustentavel.com.br>> Acesso em: 12 out.2023.

Fato, notícia e conhecimento: Um Estudo Foucaultiano da Cobertura Jornalística de Declarações Falsas de Autoridades Públicas

Andréia Munhoz Lago¹

Resumo

Este trabalho, inserido em um projeto de tese, investiga o papel dos discursos jornalísticos como regime de verdade na contemporaneidade. A pesquisa busca compreender qual conhecimento é produzido quando o jornalismo reproduz declarações falsas ou distorcidas de autoridades públicas, explorando as implicações para a prática jornalística no século XXI. O estudo analisa as publicações do portal UOL sobre a *live* do ex-presidente Jair Bolsonaro em julho de 2021 para apresentar provas de fraudes nas urnas eletrônicas. As conclusões preliminares apontam uma inversão na relação entre fato e notícia no intervalo entre o anúncio da *live* e as horas posteriores à transmissão, levantando questões sobre os efeitos de verdade da extensa cobertura dada à ideia de fraude eleitoral pelo maior portal de notícias digitais do Brasil.

Palavras-chave: Jornalismo; Narrativas Jornalísticas; Verdade; Discurso; Política.

1. Introdução

A partir da premissa de que cada sociedade produz as suas verdades pautando-se em seus próprios discursos (Foucault, 2014), este trabalho se propõe a analisar que papel desempenham os discursos jornalísticos como regime de verdade na cena contemporânea. Como parte de projeto de tese em andamento, pretende-se entender qual é o conhecimento produzido pelo jornalismo ao reproduzir declarações falsas ou distorcidas de autoridades públicas que fazem uso político recorrente da mentira e da desinformação, bem como suas implicações para a *práxis* jornalística no século XXI.

O objeto deste trabalho são as publicações do portal de notícias UOL durante a cobertura jornalística da *live* conduzida pelo ex-presidente Jair Bolsonaro para divulgar

¹ Andréia Munhoz Lago, mestra em Comunicação (UFRJ) e doutoranda em Comunicação, PUC-Rio, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Rio de Janeiro, RJ. andreiamlago@gmail.com.

provas de fraudes nas urnas eletrônicas brasileiras². Maior publisher digital do país³, o portal UOL alcança sete em cada dez brasileiros conectados mensalmente, o que equivale a uma audiência de 100 milhões de brasileiros mensais. Além de publicar conteúdo próprio e distribuído por agências de notícias como Reuters e Estadão, a plataforma hospeda páginas com conteúdos de outros meios, como textos e vídeos da BBC Brasil, BandTV e RedeTV, entre outros.

Com base em valores-notícia de referência (Guerra, 2013) que orientam as práticas jornalísticas, o anúncio da *live* pelo Palácio do Planalto multiplicou-se em diferentes abordagens e formatos noticiosos no portal UOL antes, durante e após a transmissão ao vivo feita pelo presidente da República. Assim, a ideia de que Bolsonaro disporia de provas de fraudes nas eleições e iria apresentá-las ao fim daquele dia foi enunciada por diferentes jornalistas de diferentes organizações jornalísticas dentro do portal UOL por cerca de 30 horas, estendendo-se ao noticiário do dia seguinte.

2. Fato, notícia e conhecimento

A discussão teórica deste artigo parte da ideia de que uma grande parcela dos aportes teóricos construídos no século XX sobre o papel do jornalista ensejam uma reflexão nos tempos atuais. As novas tecnologias de comunicação e a consequente desintermediação da produção de notícias colocaram em xeque o próprio papel do jornalismo de produzir conhecimento (Miguel, 2022; Carlson, *idem*).

Os efeitos desses desenvolvimentos são bem conhecidos: notícias coexistem com outras formas de comunicação pública — algumas semelhantes ao jornalismo e outras totalmente diferentes. Atores políticos antagônicos aos jornalistas falam diretamente com o público. (CARLSON, 2020, p. 231, tradução nossa)

No entanto, as principais práticas epistêmicas que norteiam o jornalismo permanecem as mesmas, pautando-se por valores-notícia já estabelecidos e por premissas históricas de garantir espaço ao outro lado e reportar com objetividade, enquanto as fontes se capacitaram para produzir acontecimentos noticiáveis e a

² UOL, 2021. Bolsonaro convoca imprensa para apresentar supostas provas de fraudes em eleições passadas. Disponível em <<https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2021/07/29/bolsonaro-convoca-imprensa-para-apresentar-s-upostas-provas-de-fraudes-em-eleicoes-passadas.htm>>. Acesso em 20 junho 2025.

³ UOL. Mídia Kit 2025. Disponível em <<https://ads.uol.com.br/agencias/uol-ads-midia-kit-2025.pdf>>. Acesso em 27 de julho de 2025.

interferir na pauta jornalística, alterando a própria relação entre fato e notícia (Carlson, idem; Chaparro, 2007; Barsotti; Aguiar, 2021).

Uma das principais estudosas da relação entre jornalismo, memória e poder, Barbie Zelizer (2020) tem debatido a necessidade de reavaliar o papel da mídia e dos acadêmicos do campo em um contexto no qual países com fortes tradições democráticas estão enfrentando uma guinada de natureza autoritária que testa os limites da democracia.

Não apenas os fundamentos do setor de mídia mudaram, mas teorias e paradigmas também precisam mudar se alguém pretende compreender como os diferentes tipos de mídia ajudam a moldar as sociedades contemporâneas e como seus valores e práticas estão sendo desafiados e alterados por mudanças econômicas, políticas e culturais. (RIBEIRO; ZELIZER, 2020, p. 2-3, tradução nossa)

3. Considerações preliminares

Ao mapearmos as publicações do portal UOL nos dias 29 e 30 de julho de 2021 a respeito da *live* de Bolsonaro, preliminarmente observa-se que a relação entre fato e notícia se inverte ao longo do dia, nas horas que separam o anúncio e a transmissão da *live*. Se, como afirma Foucault (idem), o discurso torna as formulações discursivas e o contexto da enunciação mais importantes do que a enunciação em si, que efeitos de verdade podem ter as publicações no maior portal de notícias digitais do país ao dar ampla cobertura à ideia de que haveria provas de fraude eleitoral?

Andréia Munhoz Lago

Graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela PUC-RS com mestrado em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. É doutoranda em Comunicação na PUC-Rio (bolsista Capes), onde pesquisa as mudanças nas práticas jornalísticas na contemporaneidade.

*Rio de Janeiro, RJ, Brasil
andreiamlago@gmail.com*

Referências

BARSOTTI, A.; AGUIAR, L. Nomear a mentira: a estratégia do jornalismo para resgatar seu locus de verdade em meio ao cenário de desinformação e plataformização. **Libero** (Cáspes Libero), São Paulo, v. 49, p. 123-140, 2021. Disponível em <<https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/1633>>. Acesso em 20 junho 2025.

CARLSON, M. Journalistic epistemology and digital news circulation: infrastructure, circulation practices, and epistemic contests. **New Media & Society** (Sage Journals), vol. 22, n. 2, p. 203-246, 2020. Disponível em <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444819856921>>. Acesso em 29 de julho de 2025.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus Editorial, 2007.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 24ª edição, 2014.

GUERRA, J. L. Uma discussão sobre o conceito de valor-notícia. In: SILVA, G.; SILVA, M. P. da; FERNANDES, M. L. **Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Ed. Insular, 2013.

MIGUEL, L. F. O jornalismo no novo ambiente comunicacional: uma reavaliação da noção do “jornalismo como sistema perito”. **Tempo Social** (USP), vol. 34, n. 2, p. 195-216, 2022. Disponível em <<https://revistas.usp.br/ts/article/view/195368>>. Acesso em 20 junho 2025.

RIBEIRO, N.; ZELIZER, B. When formerly becomes now: populism and the media. **Communication, Culture and Critique** (International Communication Association), vol. 13 n. 1, p. 111-116, março 2020. Disponível em <<https://academic.oup.com/ccs/article-abstract/13/1/111/5801067?redirectedFrom=fulltext>>. Acesso em 23 julho 2025.

Jornalismo Cidadão como Práxis Educativa: O Papel do Coletivo A Voz do Lins na Ressignificação do Jornalismo no Complexo do Lins¹

Patricia Gabrig²

Resumo

Este trabalho analisa o coletivo de comunicação "A Voz do Lins", atuante no Complexo do Lins, Rio de Janeiro, como um estudo de caso sobre o papel do jornalismo cidadão na ressignificação da prática jornalística em territórios periféricos. A partir de uma abordagem que conecta o jornalismo à sua função educativa, investiga-se como essa iniciativa, ao priorizar a escuta, a proximidade e o protagonismo dos moradores, desafia os modelos de produção hegemônicos e promove uma práxis transformadora. A pesquisa explora como o coletivo utiliza plataformas digitais para construir narrativas contra-hegemônicas, fortalecer a identidade local e fomentar a cidadania, reposicionando o jornalismo como uma ferramenta de compromisso social e pedagógico.

Palavras-chave: Jornalismo Cidadão; Comunicação Comunitária; Função Educativa do Jornalismo; A Voz do Lins; Práxis Transformadora.

1. Narrar a Favela por Dentro: A Práxis do Coletivo A Voz do Lins

O jornalismo contemporâneo enfrenta uma crise de representatividade e confiança, especialmente em sua abordagem sobre territórios periféricos, frequentemente retratados por meio de estereótipos que reforçam estigmas. Em contrapartida, emergem práticas de jornalismo cidadão que buscam resgatar o compromisso social da profissão, atuando como ferramentas de transformação e empoderamento. Este estudo de caso foca no coletivo "A Voz do Lins", uma iniciativa de comunicação comunitária no Complexo do Lins, Rio de Janeiro, para analisar como o jornalismo cidadão pode se manifestar como uma práxis educativa e transformadora. Partindo da premissa de que o jornalismo possui uma função pedagógica intrínseca (Freire, 1983), argumenta-se que o coletivo ressignifica a prática jornalística ao priorizar princípios como proximidade, representatividade e protagonismo dos moradores.

^{1*} Trabalho apresentado no GT - Estudos de Jornalismo durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestre em Comunicação Social pela PUC-Rio, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Niterói, Rio de Janeiro, patriciagabrig@outlook.com.br.

A atuação do "A Voz do Lins" exemplifica o jornalismo de proximidade, que se caracteriza por um forte vínculo com o território e sua comunidade (Lisboa, 2005). A iniciativa surgiu da necessidade de contestar narrativas oficiais e dar visibilidade a questões locais ignoradas pela grande mídia. Como afirma seu fundador, Rafael Sousa, a missão é "falar para o mundo que o Lins existe", não apenas denunciando problemas, mas também valorizando a cultura e as potências locais. Essa abordagem transcende a mera divulgação informativa e se configura como um projeto político-cultural que promove um sentimento de pertencimento e combate o estigma associado à favela.

A prática de escuta ativa do território é um elemento central. As pautas derivam de conversas informais, interações em redes sociais e da vivência cotidiana dos comunicadores, que são, em sua maioria, moradores do Complexo. Essa imersão confere legitimidade e um acesso profundo às dinâmicas internas, permitindo uma cobertura que reflete a complexidade e a diversidade de vozes locais, em contraste com a visão externa e frequentemente superficial do jornalismo tradicional. O uso estratégico de plataformas como o WhatsApp e o Instagram democratiza a produção de conteúdo, permitindo que qualquer morador possa se tornar fonte e produtor de informação, narrando os acontecimentos em tempo real e a partir de sua própria perspectiva.

Essa dinâmica alinha-se à função educativa do jornalismo, que, para além de informar, deve atuar na formação crítica dos indivíduos (Aguilar, 2007). Ao capacitar jovens comunicadores locais, como no curso "Novas Vozes do Lins", e ao transformar moradores em agentes ativos do processo comunicacional, o coletivo promove uma pedagogia libertadora. Os sujeitos são convidados a refletir sobre sua realidade e a atuar nela, desenvolvendo não apenas habilidades técnicas, mas também uma consciência crítica sobre seu direito à comunicação. Conclui-se que o "A Voz do Lins" não apenas produz notícias, mas educa para a cidadania, demonstrando que o jornalismo, quando exercido com e para a comunidade, retoma seu compromisso social e se torna uma poderosa ferramenta de transformação.

Patricia Gabrig

Doutoranda e mestre em Comunicação Social pela PUC-Rio, bolsista FAPERJ Nota 10. Pesquisa jornalismo comunitário, desinformação e educação midiática. Atua no curso de extensão Novas Vozes do Lins e autora de artigos sobre valor-notícia, comunicação comunitária e propaganda computacional em sites de desinformação.

Niterói, Rio de Janeiro, Brasil.

E-mail: patriciagabrig@outlook.com.br

Referências

AGUIAR, L. ; BARSOTTI, A. Jornalismo amador: proposta para definir as práticas jornalísticas exercidas pelo público em ambientes interativos. Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, v.1, n.1, p. 43-58, jan./jul. 2014. Disponível em <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/6081/3725>

FREIRE, P. Extensão ou comunicação? Tradução de Rosisca Darcy de Oliveira.** 7. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

GALLI, Gessica. O jornalismo comunitário, a democracia e as identidades individuais e coletivas. Alterjor, São Paulo, v. 23, n. 1, p. 99-124, 2021. DOI: 10.11606/issn.2176-1507.v23i1p99-124.

GOODE, Luke. Social news, citizen journalism and democracy. New Media & Society, [S. l.], v. 11, n. 8, p. 1287-1305, 2009. DOI: 10.1177/1461444809341393.

HALL, Stuart. Cultura e representação. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

LISBOA, Sivaldo; BENETTI, Márcia. O jornalismo como crença verdadeira justificada. Brazilian Journalism Research, Brasília, DF, v. 2, n. 2, p. 10-29, 2015.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

PERUZZO, Cíclia M. K. Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.

SANTOS, Milton. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SOARES, Ismar de Oliveira. Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação, contribuições para a reforma do ensino médio. São Paulo: Paulinas, 2011.

MAIS VALIOSAS QUE FUZIL: as representações midiáticas de mulheres traficantes e a construção discursiva nos jornais¹

Thayssa Ferreira Rios²

Táilson Felipe Ferreira de Sena³

Resumo

Este estudo investiga as questões de gênero no tráfico de drogas carioca, com ênfase na experiência das mulheres traficantes e na maneira como o machismo, preconceito, classe social e racismo são retratados no jornalismo. As mulheres nesse contexto enfrentam dupla discriminação: além de estarem subjugadas dentro das facções, são frequentemente representadas de forma erotizada ou como exceções à “fragilidade feminina”, uma construção social que marginaliza sua participação no crime. A pesquisa adota a Análise Crítica do Discurso (Van Dijk, 2018) como abordagem teórica e metodológica, a fim de compreender como o discurso jornalístico não apenas reflete, mas também perpetua desigualdades sociais. Ao analisar a cobertura midiática sobre essas mulheres, o estudo revela como o acesso ao discurso é desigual e como isso contribui para a construção de estigmas sociais que associam as mulheres traficantes a figuras marginalizadas, rompendo com os estereótipos de gênero e desafiando as normas tradicionais sobre o papel da mulher na sociedade.

Palavras-chave:

Mulheres traficantes; Desigualdade de gênero, Jornalismo.

Ser mulher e funcionária na boca de fumo revela uma realidade distinta daquela vivida pelos homens. As questões de gênero atravessam o tráfico de drogas carioca, onde o universo das mulheres envolvidas é cercado de discriminação, especialmente no que diz respeito ao lugar da mulher nas relações de trabalho dentro das “leis” das facções. Essa realidade sai dos becos e vielas das favelas e alcança até as páginas de jornais e os noticiários televisivos da grande mídia. Nesse espaço, o que para os homens é, na maioria das vezes, apenas a cobertura dos atos criminosos em si, para as mulheres se traduz em notícias constantemente carregadas de erotização e estranhamento do rompimento da “fragilidade feminina”, revelando como

¹* Trabalho apresentado no GT8 - Estudos de Jornalismo durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Thayssa Ferreira Rios: Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da UFF/Niterói, Rio de Janeiro. E-mail: th_rios@id.uff.br.

³ Táilson Felipe Ferreira de Sena: Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da UFF/Niterói, Rio de Janeiro. E-mail: talisondesena@gmail.com

moralidades, preconceitos e questões sociais se refletem na prática jornalística.

O objetivo principal deste trabalho é compreender, por meio das mulheres traficantes, como as questões relacionadas ao machismo, preconceito, gênero, classe social e racismo foram reproduzidas no jornalismo ao longo dos últimos cinco anos e que, na maioria das vezes, não são consideradas nos estudos que envolvem a objetividade e a subjetividade jornalísticas. Além disso, o trabalho se propõe a mostrar, no que diz respeito às questões de gênero, uma das principais linhas que orientam a produção noticiosa e garante mais ou menos visibilidades temáticas (Veiga, 2014) e explica algumas das diferenças de cobertura entre homens e mulheres atuando na mesma “profissão” (Torquato, 2021).

Para isso, utilizamos a análise crítica do discurso, pois essa se trata de uma abordagem tanto teórica como metodológica que busca investigar como o discurso molda pilares sociais que reverberam as desigualdades. Para Van Dijk (2018, p.89), “um elemento importante na reprodução discursiva do poder e da dominância é o próprio acesso ao discurso e a eventos comunicativos. Nesse ponto, discurso é similar a outros recursos sociais valorizados que constituem a base do poder e cujo acesso é distribuído de forma desigual”.

Observamos que, muitas vezes, as mulheres traficantes se encontram em posição de subalternidade. Isso ocorre, seja quando precisam se afastar de tudo o que é considerado feminino (nas vestimentas e falas) e, por isso, precisam construir uma virilidade sem homens, seja para dar plantão na boca ou quando são noticiadas, como no caso de Rayane Nazareth Cardozo da Silveira, conhecida como Hello Kitty⁴. Ela teve suas fotos de biquíni estampadas em diferentes matérias do jornal *Extra* (Rio), com títulos como 'Saiba quem era a cantora evangélica que se tornou traficante', enfatizando no lead da matéria, no dia de sua morte, imagens dela na 'obra do Senhor', com aspas que diziam: 'Ela saiu da igreja e agora está no mundo fazendo a obra do mal'. Muitas dessas mulheres usam essas imposições para se manterem e 'vencerem na vida', através das feminilidades masculinas que constroem para sua sobrevivência nesse espaço — seja passando no meio de operações policiais sem serem vistas como envolvidas com o tráfico pelos agentes, já que não há um estigma social de como é

⁴ Em 2021, aos 21 anos, a jovem foi assassinada durante uma ação do 7º BPM (Alcântara) e da 72ª DP (Mutuá) no Complexo do Salgueiro, em São Gonçalo, na Região Metropolitana do Rio. A matéria pode ser consultada em <https://oglobo.globo.com/rio/saiba-quem-era-hello-kitty-cantora-evangelica-que-se-tornou-traficante-25112820> Último acesso em 30/08/2025.

uma mulher traficante (diferente dos homens), seja em matérias que as reportam, como a *Folha de São Paulo*, que, em 2021, publicou uma matéria intitulada 'Por amor, dinheiro e poder, mulheres recorrem ao tráfico e lotam cadeias', na qual, na linha fina, enfatizam que 'Líderes como Gatinha da Cracolândia, Sandra Sapatão e Hello Kitty são minoria na massa feminina do crime', visto que são mulheres que alcançaram cargos de chefia.

Referências

DJIK, T. A. V. **Discurso e poder**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2018.

ALBUQUERQUE, Ana Luiza; BARBON, Júlia. Por amor, dinheiro e poder, mulheres recorrem ao tráfico e lotam cadeias. *Folha de S. Paulo*, Rio de Janeiro, 3 ago. 2021.

Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2021/08/por-amor-dinheiro-e-poder-mulheres-recorrem-ao-trafico-e-lotam-cadeias.shtml>. Acesso em: 29 ago. 2025.

SAIBA QUEM ERA HELLO KITTY, A CANTORA EVANGÉLICA QUE SE TORNOU TRAFICANTE. *Extra*, Rio de Janeiro, 16 nov. 2021. Disponível em:

<https://extra.globo.com/casos-de-policia/saiba-quem-era-hello-kitty-cantora-evangelica-que-se-tornou-traficante-25112903.html>. Acesso em: 25 ago. 2025.

TORQUATO, Chalini. **Gênero, mídia, subversões normativas e Economia Política da Comunicação**: reflexões para uma aproximação teórica decolonial. In: Ivonete da Silva Lopes; Verbena Córdula Almeida. (Org.). *Subversão epistêmica: gênero e raça na Economia Política da Comunicação*. 1ª ed. Natal: Editora Xeroca!, 2021, v. 1, p. 64- 78.

VEIGA, M. **Masculino, o gênero do jornalismo**: modos de produção das notícias. Florianópolis: In- sular, 2014.

GT Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual

CONTRAVENÇÕES DO OLHAR: o que olham os bichos no cinema de Ana Vaz?¹

Ana Clara Silva Mattoso²

Resumo

Partindo de noções da crítica feminista, de gênero e de raça sobre o olhar enquanto uma ferramenta de poder, proponho uma aliança à essa literatura, de modo a contribuir com uma perspectiva ecológica, perspectivista e anticolonial. Por meio de um recorte do cinema contemporâneo latino-americano, sustento que o olhar contraventor — para me articular com bell hooks e seu olhar opositor (2019) — pode ser localizado em diferentes narrativas que desejam contrariar a episteme patriarcal, racista, colonizadora e violenta assumida pelo imaginário fílmico clássico. Para tal, proponho uma análise do filme *É noite na América* (2022), da realizadora brasileira Ana Vaz.

Palavras-chave: olhar contraventor; cinema latino-americano; perspectivismo.

1. Introdução

O cinema fronteiriço contemporâneo latino-americano é um cinema que reivindica o direito ao olhar (Mirzoeff, 2016). Para além de desordenar um certo regime de visualidade dominante, entendido aqui como herdeiro da moderno-colonial, essas obras se filiam ao sensorial para instaurar uma espectralidade que desafia a hegemonia da visão como apreensão do mundo. Ou, no sentido perspectivista ao qual esse artigo se filia: dos mundos. Portanto, vale frisar, logo de saída, que este conjunto de filmes – entre eles: *É noite na América* (2022), de Ana Vaz, *Los Silencios* (2018), de Beatriz Seigner, *Memória*, de Apichatpong Weerasethakul (2021), *A febre* (2019), de Maya Da-Rin, e *Eami* (2022), de Paz Encina –, compromete-se formalmente com o háptico (Marks, 2000), tematicamente com as disputas territoriais que fundam a América Latina, e atualiza, por uma série de estratégias, o contrato espectral firmado entre corpo do filme e corpo do espectador e espectadora.

^{1*} Trabalho apresentado no GT – Estudos de cinema, fotografia e audiovisual durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Doutoranda em Tecnologias da Comunicação e Estéticas, PPGCOM-UFRJ, Rio de Janeiro – RJ, anacmattoso@gmail.com.

Nesta atualização, o direito ao olhar é convocado para: 1) balizar nosso chão em comum, isto é, o campo teórico que analisa a visualidade moderna para, a partir desta análise, encontrar as brechas para tencioná-la; 2) compreender que o olhar depende de uma estrutura de poder, ou seja, existe uma hierarquia forjada pelos sistemas de visão e vigilância que não se constitui depois de suas instituições, mas através delas — em outras palavras, o observador (Crary, 2012) não se estabelece apenas pelo meio, ao contrário, ele “é a um só tempo produto histórico e lugar de certas práticas, técnicas, instituições e procedimentos de subjetivação” (p. 15); 3) notar que os modos de reivindicação desse direito ao olhar não se restringem à visão, mas podem ser efetuados por “um conjunto de relações que combinam informação, imaginação e introspecção em uma interpretação do espaço físico e psíquico.” (Mirzoeff, 2016, p. 748).

Contravenções do olhar seriam, portanto, radicalizações do direito ao olhar que envolvem rebeldia, transgressão, resistência e, sobretudo, permanência. Permanecer é a palavra de ordem porque exige habitar as ruínas de um mundo fraturado, ao mesmo tempo que, para isso, mobiliza agência para enfrentar o extrativismo que corrompe nossos corpos e terras. Esta é a paisagem na qual esse ensaio se insere: poderíamos chamá-la de Antropoceno (Costa, 2022), Plantationceno (Tsing, 2015), Capitaloceno (Moore, 2022) e outras variantes que tentam nomear o ponto de não retorno ao qual chegamos. São também tentativas de endereçar o colapso climático e social junto aos responsáveis por sua emergência. Se não seria toda a humanidade, como sugere o conceito de maior aderência, Antropoceno, seria então o regime de plantation ou o sistema capitalista que se instalou em nossas sociedades supostamente globais (Latour, 2020). Também poderia ser a revolta de Gaia, como defendeu Bruno Latour (2020) e Isabelle Stengers (2015). Ou, simplesmente, colonização, essa palavra que se estende para além das invasões territoriais e classifica um modo de pensamento pautado na violência, dizimação e apropriação — perpetrado por séculos e restaurado continuamente.

Partindo de noções ancoradas na crítica feminista, de gênero e raça sobre o exercício do olhar enquanto uma ferramenta de poder, proponho uma aliança à essa literatura, de modo a contribuir com uma perspectiva ecológica, perspectivista e anticolonial. Por meio de um recorte do cinema contemporâneo latino-americano, sustento que o olhar contraventor — para me articular com bell hooks e seu olhar opositor (2019) — pode ser localizado em diferentes narrativas que desejam contrariar a episteme patriarcal, racista, colonizadora e violenta assumida pelo imaginário fílmico clássico, sobretudo o

hollywoodiano. Para tal, proponho uma análise do filme *É noite na América* (2022), da realizadora brasileira Ana Vaz.

Ana Clara Silva Mattoso

Doutoranda em Tecnologias da Comunicação e Estéticas pelo PPGCOM – UFRJ, com bolsa CAPES. Mestre em Estudos Contemporâneos das Artes pelo PPGCA-UFF. Pesquisa imaginários climáticos no cinema contemporâneo latino-americano. Também atua como escritora, roteirista e artista visual.
Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.
E-mail: anacmattoso@gmail.com

Referências

- COSTA, A. O Antropoceno é o nosso tempo. In: **Habitar o Antropoceno**. MOULIN, G. et al. (eds.). BDMG Cultural. 2022.
- CRARY, J. **Técnicas do observador**. Rio de Janeiro: Contraponto. 2012.
- hook, bell. Olhares negros – raça e **representação**. Tradução de Stephanie Borges. Rio de Janeiro: Editora Elefante, 2019.
- LATOUR, B. **Diante de Gaia: oito conferências sobre a natureza no Antropoceno: ensaio de antropologia simétrica**. São Paulo / Rio de Janeiro: Editora Ubu / Ateliê de Humanidade Editorial, 2020
- MARKS, L. **The Skin of the Film – Intercultural Cinema, Embodiment, and the Senses**. Durham: Duke University Press. 2000
- MIRZOEFF, N. Direito ao olhar. **Educação temática digital**, v. 18, n. 4, p. 745-768. 2016
- MOORE, Jason W. **Antropoceno ou Capitaloceno? Natureza, história e a crise do capitalismo**. Tradução de Antônio Xerxenesky & Fernando Silva e Silva. Rio de Janeiro: Editora Elefante, 2022.
- STENGERS, I. **No tempo das catástrofes - resistir à barbárie que se aproxima**. São Paulo: Cosac Naif, 2015
- TSING, A. Margens indomáveis: cogumelos como espécies companheiras. **Ilha Revista de Antropologia**, Florianópolis, v. 17, n. 1, p. 177–201, 2015.
- VIVEIROS DE CASTRO, E. A antropologia perspectivista e o método de equivocação controlada. Tradução de Marcelo Giacomazzi Camargo e Rodrigo Amaro. **Aceno – Revista de Antropologia do Centro-Oeste**, v. 5, n. 10, p. 247-264, agosto-dezembro de 2018.

Pornotopia e Desejo Masculino Hétero no Cinema de Fauzi Mansur¹

Murilo Barbosa Simões²

Resumo

Este trabalho propõe investigar, ao longo da filmografia que Fauzi Mansur realiza na Boca do Lixo entre o final dos anos 1960 e a metade dos anos 1980, os elementos narrativos e estéticos através dos quais um *regime de verossimilhança* pautado pelo conceito de *pornotopia* age sempre em favor de diferentes manifestações de um certo *desejo* hétero-masculino reconhecido socialmente como hegemônico. Apoiar-nos-emos nos estudos sobre masculinidade de Paul Preciado e Raewyn Connel para observar os processos pelos quais determinadas *fantasias* cunhadas pela normatividade encontram vazão através da *escopofilia* provocada pela imagem cinematográfica. Esta filmografia será contextualizada histórica e culturalmente a partir de sua inserção econômica no ciclo de produções cinematográficas estigmatizadas à época como “*porno chanchadas*”.

Palavras-chave: Estudos de masculinidade; Cinema brasileiro erótico; Pornotopia.

1. Resumo expandido

Fauzi Mansur realiza seus filmes no contexto cultural da Boca do Lixo, inserindo-se em um ciclo de produções denominado à sua época “*porno chanchada*”. O conceito foi cunhado pejorativamente pela imprensa, e incorporado pela publicidade das próprias obras, na primeira metade dos anos 1970 a partir da junção da palavra “*chanchada*”, referente às comédias dos anos 1940 e 1950, com o prefixo abreviado de “*pornografia*”, pretendendo assim designar um suposto gênero de comédias eróticas que estavam sendo produzidas em massa e atingindo grande apelo popular. Acontece, porém, que o escopo de filmes realizados pelo cineasta não compreendeu apenas comédias, mas também dramas, melodramas, de cangaço, históricos, musicais, de aventura e horror.

Este trabalho pretende investigar, através do contato direto com obras de gêneros tão diversos, as diferentes maneiras como um regime de verossimilhança pautado pelo absurdo parece operar sempre em favor da construção, legitimação e realização de alguma fantasia relativa à masculinidade heterossexual hegemônica. Este regime, operante em filmes como “*A Noite das Fêmeas*” (1976) e “*Sexo às Avessas*” (1982), age retirando os personagens do mundo comum, mergulhando-os em terrenos cada vez mais seguros,

^{1*} Trabalho apresentado no GT 2 – Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestrando no PPGCine – Programa de Pós-Graduação em Cinema e Audiovisual da UFF – Universidade Federal Fluminense, Niterói/RJ. E-mail: murilobarbosasimoes@gmail.com.

conforme as obras se desenvolvem em sequência cronológica, para a circulação e a perpetuação de um certo desejo masculino hétero. Variáveis em seu conteúdo, essas diegeses internas aos filmes constituem sempre verdadeiras distopias para estes homens que as habitam, como se a vontade de uma entidade masculina extradiegética criadora regesse as regras de uma realidade onde desejos determinados circulam e se expressam.

Com a progressiva adesão ao sexo explícito (devido, em parte, ao refreamento da censura e à entrada em cena do competitivo produto pornográfico estrangeiro), este desejo encontra a sua plena manifestação através do elemento grotesco, resposta destas produções a um público que, já familiarizado com simulações simples de atos sexuais, tende a perder o interesse e a esvaziar-se. Neste sentido, obras pornográficas como “A Seita do Sexo Profano” (1985) e “Devassidão Total até o Último Orgasmo” (1986) aparecem como exemplos de universos diegéticos hermeticamente fechados em que a vazão deste desejo imbrica-se à violência, manifestada pelo horror gráfico. Aos poucos, pautado cada vez mais pelo exagero, um regime de verossimilhança que compreendemos desde os anos 1970 como pornotópico – conceito buscado em Paul Preciado – progride e se estabelece em sua forma mais franca e reconhecível.

Para apoiar esta compreensão são acionados estudos realizados sobre masculinidade não apenas no cinema, mas nos campos da cultura e da sociologia. Para tanto, este trabalho se sustenta na obra Raewyn Connel e James W. Messerschmidt para pensar a masculinidade heterossexual hegemônica que é observada na obra de Mansur não como um dado sólido e consensual ou ponto de partida pré-estabelecido, mas como uma chave possível de olhar – a ser conceitualizada, contextualizada e debatida.

Pesquisas já realizadas no campo da “pornoanchada” tensionam esse olhar dito “hegemônico”; a dissertação de mestrado de Oliveira Júnior, *Masculinidades Excessivas e Ambivalentes na Pornochanchada dos anos 1980* (2019), realizada na UFF, evidencia, por exemplo, como diversas produções da Boca do Lixo trazem o corpo musculoso de David Cardoso percorrido pela câmera, muitas vezes observado por uma personagem feminina, que toma para si o poder do olhar. Na obra mansuriana, acionaremos esta pesquisa para fundamentar a indicação de tensões semelhantes na dramaturgia de filmes como *A Noite das Fêmeas* (1976), *Belas e Corrompidas* (1977), *Sexo às Avessas* (1982) e *Sadismo – Aberrações Sexuais* (1983), muito embora parte destas tensões se resolvam, em cada um deles, por elementos da *mise en scène*, pela decupagem ou por reviravoltas narrativas através das quais uma certa fantasia hétero masculina tenta sempre se sobrepor.

Murilo Barbosa Simões

*Bacharel em Cinema pela UFF (2023) e em Ciências Sociais pela Unicamp (2013).
Assistente de Direção no programa “Manual de Sobrevivência para o Séc. XXI”, do
Canal Futura. Crítico na Revista Ganga Bruta, cobriu a 21ª e a 22ª Mostras de Cinema
de Tiradentes.
Niterói, RJ, Brasil
E-mail: murilobarbosasimoes@gmail.com*

Referências

BALTAR, Mariana. Moldura narrativa como (re)designação moral e política na pornografia comercial – um exercício de análise para o papel das feminilidades em Sexo dos Anormais. Anais do Congresso Fazendo Gênero 11 - ST Olhares Pornográficos, 2017;

CONNELL, Raewyn; MESSERSCHMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. Revista Estudos Feministas, v. 21, n. 1, p. 241-282, abr. 2013;

FREIRE, Rafael de Luna. A ideia de gênero no cinema brasileiro: a chanchada e a pornochanchada. In: X Estudos de cinema e audiovisual – Socine, v. 10. São Paulo: Socine, 2010;

OLIVEIRA JÚNIOR, Luciano Carneiro de. Masculinidades Excessivas e Ambivalentes na Pornochanchada dos anos 1980. Niterói, 2019;

PRECIADO, Paul. Pornotopia: An essay on Playboy’s architecture and biopolitics. Princeton University Press, 2014;

RIBEIRO, Anderson Francisco. Desnudando a ditadura militar: as revistas erótico-pornográficas e a construção da(s) identidade(s) do homem moderno (1964-1985), 2016.

*A ficção científica em Carro Rei num Brasil distópico*¹

Resumo

O presente artigo tem o objetivo de analisar o filme brasileiro *Carro Rei* (2021), da diretora Renata Pinheiro em três pontos. Primeiramente, a intenção é encontrar elementos que categorizam *Carro Rei* como uma obra de ficção científica, baseando-se nas obras de Adam Roberts e Braulio Tavares. Também no conceito do filósofo Marshall McLuhan, a respeito dos meios de comunicação. No segundo momento, *Carro Rei* pode ser pensado numa alegoria sobre as transformações das cidades, dialogando diretamente com a tese da autora Ana Fani Alessandri Carlos e com o filósofo alemão Robert Kurz, sobre a crise do capitalismo automobilístico. Por último, identificar como *Carro Rei* se relaciona com contexto político e sanitário do país na época em que foi lançado.

Palavras-chave: carro; cidade; ficção científica; distopia

Carro Rei (2021), de Renata Pinheiro conta a história de Uno, que tem a habilidade de conversar com um carro desde criança. O carro se torna seu grande amigo. Sua família possui uma frota de táxi. Quando uma lei proíbe que carros com mais de 15 anos circulem pela cidade, Uno juntamente com seu tio têm a ideia de ajudar seu pai, transformando seu antigo carro em uma super máquina, capaz de conversar e de possuir sentimentos humanos.

Renata usa elementos da ficção científica para falar do Brasil. Semelhanças de *Carro Rei* com o país da época mostram-se evidentes. Primeiramente, o culto aos carros, que circulam pelas ruas cada vez menos transitadas por pessoas. Além disso, o etarismo, precarização do trabalho e sobrevivência tratada como empreendedorismo e gentrificação são exemplos dessas “meras coincidências” da ficção.

Os objetivos da proposta apresentada é reconhecer *Carro Rei* como um filme de ficção científica, pois ele apresenta elementos que se relacionam com o gênero. O segundo é pensar a cidade de Caruaru do filme como uma alegoria da cidade a serviço do capitalismo. Terceiro objetivo é estabelecer a relação entre o filme e o contexto político e social do país na época.

^{1*} Trabalho apresentado no GT 2 - Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

Analisar o filme, estabelecendo uma relação com as referências teóricas. Adam Roberts e Braulio Tavares, para tratar de Carro Rei como gênero de ficção científica. Ana Fani A.Carlos e Berman Marshall para abordar o conceito de cidade a serviço do capital. Robert Kurz para abordar o carro como símbolo de um capitalismo em crise. Lance Trate, Adriano Braga, Paul Levinson e Marshall McLuhan para abordar a tecnologia e os meios de comunicação como extensão humana.

Carro Rei pode ser categorizado como ficção científica, pois ele aborda a relação entre o ser humano e a máquina, além da ciência como experiência biológica e química. A fotografia, a trilha sonora e o figurino ajudam a composição estética do filme dando-lhe em muitos momentos uma visão futurista.

Figura 1 – Fotograma do filme Carro Rei



Figura 2 – Fotograma do filme Carro Rei



O futuro distópico começa a ser projetado justamente no final do filme, onde os carros, em grande quantidade chegam a Caruaru. Além de exercerem poder, eles pretendem extrair todos os recursos naturais da cidade.

A distopia foi um dos conceitos incorporada à ficção científica. Entende-se distopia como oposição a utopia. *A Utopia*, de Thomas More foi escrita em 1516. Na obra, um personagem chamado Rafael Hitlodeu, um navegador, faz um relato sobre uma ilha afastada da Europa, perfeita, onde não havia diferenças sociais e o bem estar das pessoas é pensado como prioridade pelo governo local. Uma reação a sociedade inglesa do seu tempo.

Nesse sentido, a distopia estaria na contramão do desejo de Thomas Morus. No lugar de uma sociedade igualitária, haveria um poder opressor e a população pobre seria oprimida. Caruaru de *Carro Rei* é o Brasil do governo Bolsonaro.

No início da pandemia houve uma grande dúvida de como seria a vida depois deste acontecimento. Não apenas isto. O medo das mudanças climáticas e a violência urbana são outros exemplos que geram incertezas sobre o futuro.

A sequência final de *Carro Rei* remete a esperança. Ao mesmo tempo assistimos a Caruaru a um passo de transforma-se num lugar hostil aos cidadãos, Uno e Amora mostram que sonhar coletivamente faz parte da construção de uma utopia.

Referências

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar**. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

CARLOS, Ana Fani A. **A cidade**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

KURZ, Robert. **Os últimos combates**. Petrópolis: Editora Vozes, 1997.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como a extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 2011.

MORUS, Thomas. **A utopia**. Rio de Janeiro. Saraiva de Bolso. Nova Fronteira. 2011.

ROBERTS, Adam. **A verdadeira história da ficção científica: do preconceito à conquistas das massa**. São Paulo: Editora SEOMAN, 2018.

TAVARES, Bráulio. **O rasgão no real: metalinguagens e simulacros na narrativa de ficção científica**. João Pessoa: Marca de fantasia, 2005.

TRATE, Lance; BRAGA Adriano; LEVINSON, Paul. **Introdução à ecologia das mídias**. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2019.

O cinema de Found Footage como ato de resistência e linha de fuga: uma análise de Dragonfly Eyes e Influenza¹

Mariana de Paula Costa²

Resumo

Este artigo investiga o cinema de *found footage* como ferramenta de crítica social e reinvenção estética no cinema contemporâneo. A partir da análise dos filmes *Dragonfly Eyes* (Xu Bing, 2017) e *Influenza* (Bong Joon-ho, 2004), examinamos como a apropriação e ressignificação de imagens de câmeras de segurança transformam-se em atos políticos e filosóficos. Argumentamos que esses filmes operam como um ato de resistência foucaultiana, ao subverterem a lógica de controle do olhar vigilante para expor a desumanização do poder, e como uma linha de fuga deleuziana, ao escaparem das convenções do cinema hegemônico, criando novas potências estéticas e agenciamentos expressivos.

Palavras-chave: *Found Footage*; Panóptico; Resistência; Linha de Fuga;

1. Introdução

A onipresença de câmeras de vigilância na sociedade contemporânea evoca frequentemente o conceito de Panóptico, de Foucault, para analisar as dinâmicas de poder e controle social. Nesse contexto, emerge uma vertente do cinema de *found footage* que constrói narrativas ficcionais a partir dessas imagens. Este trabalho analisa *Influenza* (2004), de Bong Joon-ho, que encena uma ficção para câmeras de segurança reais em Seul, e *Dragonfly Eyes* (2017), de Xu Bing, que constrói um enredo a partir de gravações públicas na China. A tese central é que essa apropriação de imagens de vigilância nesses filmes constitui um duplo gesto político-filosófico: um ato de resistência, nos termos de Foucault, e uma linha de fuga, conforme Deleuze e Guattari.

A subversão do olhar panóptico em *Influenza*

O curta-metragem de Bong Joon-ho narra a decadência social e moral de seu protagonista, Cho Hyuk-rae, exclusivamente através da estética fria, granulada e distanciada de câmeras de segurança reais. A narrativa, que acompanha a transição de

¹* Trabalho apresentado no GT - Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Doutoranda em Comunicação Social - PPGCOM PUC Rio, Rio de Janeiro, RJ, marianacosta1503@yahoo.com.br.

Cho de desempregado à criminoso, materializa o Panóptico urbano, um sistema de vigilância onipresente. Contudo, o filme revela uma falha crítica na lógica disciplinar foucaultiana. O poder do Panóptico reside na internalização da vigilância pelo sujeito, que se autocorrigue por temer a punição e desejar a conformidade (Foucault, 1975/2014). Entretanto, em *Influenza*, o protagonista já foi expelido do sistema social; ele não tem mais nada a perder. Para ele, a vigilância deixa de ser uma ameaça disciplinar e se torna um mero registro insensível de seu desespero. O sistema não o corrige, apenas arquiva sua degradação. Assim, o curta demonstra a indiferença do olhar panóptico quando confrontado com a exclusão social absoluta, transformando o “olho que tudo vê” em uma testemunha passiva e inútil das próprias falhas do sistema que deveria corrigir.

Apropriação e a sociedade da transparência em *Dragonfly Eyes*

A obra de Xu Bing radicaliza a apropriação ao construir uma complexa história de amor e obsessão inteiramente a partir de *streams* de CCTV publicamente acessíveis na China, atribuindo vozes e um enredo a indivíduos anônimos que se tornam "atores" involuntários. O filme é uma materialização da "sociedade da transparência" de Byung-Chul Han, onde a exigência de visibilidade total elimina a privacidade, e do "capitalismo de vigilância" de Shoshana Zuboff, que trata a experiência humana como matéria-prima gratuita a ser extraída e processada. Mais do que um filme *sobre* esse fenômeno, *Dragonfly Eyes* é uma *performance* de sua lógica. Xu Bing, como diretor, emula as corporações de tecnologia ao reivindicar unilateralmente dados visuais da vida alheia e reconfigurá-los em um novo produto - a narrativa cinematográfica. Esse processo transforma o espectador em um cúmplice desconfortável no ato de apropriação, forçando uma confrontação com as implicações éticas de uma realidade em que nossas vidas podem ser reeditadas em narrativas que não nos pertencem.

Resistência e linha de fuga no gesto cinematográfico

A prática de ficcionalizar imagens de vigilância funciona como um duplo movimento crítico. Primeiramente, é um ato de resistência foucaultiana. Ao se apropriar das ferramentas do poder – a imagem de vigilância –, os cineastas subvertem sua função original de controle para expor a lógica desumanizante do próprio sistema. É uma forma de *détournement*, uma crítica que opera desde o interior do aparato de poder. Em segundo lugar, a prática constitui uma linha de fuga deleuzo-guattariana. Ela escapa dos

territórios codificados (espaços estriados) do cinema hegemônico, com sua estética de alta definição, narrativas lineares e grandes orçamentos. Ao abraçar a "imagem pobre" – granulada, de ângulo fixo, funcional – cria um novo território expressivo (espaço liso), desterritorializando a produção e a linguagem cinematográficas (Deleuze e Guattari, 1980/2012).

Mariana de Paula Costa

Doutoranda em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro). Realizou estágio de pesquisa doutoral (período sanduíche) na Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Alemanha. Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Bacharel em Cinema e Audiovisual pela Universidade Federal de Juiz de Fora (2015).

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: marianacosta1503@yahoo.com.br

Referências

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia 2*. São Paulo: Editora 34, 2012.

DRAGONFLY EYES. Direção: Xu Bing. China: Xu Bing Studio, 2017. Longa-metragem.

FOUCAULT, M. *História da sexualidade I: A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2017.

FOUCAULT, M. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 2014.

HAN, B-C. *Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder*. Belo Horizonte: Âyiné, 2018.

INFLUENZA. Direção: Bong Joon-ho. Coreia do Sul: Jeonju International Film Festival, 2004. Curta-metragem.

ZUBOFF, S. *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

Experiências negras e trabalho doméstico e reprodutivo no documentário brasileiro dos anos 80¹

Maria Rita Aguilar Nepomuceno de Oliveira²

Resumo

Para relacionar imagens documentais de mulheres negras em curtas metragens dirigidos por diretoras mulheres brancas ligadas ao movimento feminista carioca com a reflexão de Lélia Gonzalez sobre a experiência de mulheres negras no movimento feminista da cidade, o artigo propõe a análise fílmica dos documentários *Tempo Quente* (1980), de Leilany Fernandes e *Vida de Mãe é Assim Mesmo?* (1983), de Eunice Gutman. A proposta é discutir aspectos interseccionais nas relações de poder entre diretoras e as mulheres negras das classes populares filmadas por elas através da análise das soluções formais para a inserção da temática do trabalho doméstico e reprodutivo na história do cinema documentário brasileiro.

Palavras-chave: Interseccionalidade; documentário; feminismo

Este artigo é um recorte de uma pesquisa de doutorado em andamento cujo tema é a representação do trabalho doméstico e da luta feminista no cinema documentário brasileiro de autoria feminina. O tema deste recorte é a representação de experiências de mulheres negras em dois curtas-metragens produzidos no início dos anos 80: *Tempo Quente* (1980), dirigido por Leilany Fernandes Leite e *Vida de Mãe é Assim Mesmo?* (1983), dirigido por Eunice Gutman. O seu objetivo é discutir as relações de poder entre diretoras brancas da classe média e mulheres negras trabalhadoras domésticas das classes populares filmadas por elas. Para isso, recorremos a aspectos da história do debate de gênero no movimento negro a partir da crítica de Gonzalez (1985/ 2020) ao movimento feminista brasileiro e do incômodo das feministas brancas quando se denunciava a exploração das mulheres negras dentro do próprio campo feminista:

“Quando, por exemplo, denunciávamos a opressão e exploração das empregadas domésticas por suas patroas, causávamos grande

1

Trabalho apresentado no GT 2 - Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

2

Maria Rita Aguilar Nepomuceno de Oliveira: doutoranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro/ PPGCOM PUC-RJ, Rio de Janeiro, mariarita.nepomuceno@gmail.com

mal-estar: afinal, dizíamos, a exploração do trabalho doméstico assalariado permitiu a ‘liberação’ de muitas mulheres para se engajarem nas lutas ‘da mulher’.” (Gonzalez, 1985/ 2020, p. 105)

Como essas imagens imprimem a forma como as feministas brancas da chamada “segunda onda” percebiam a experiência das mulheres negras, dentre as quais aquelas que cuidavam de suas casas e de seus filhos para que elas pudessem se aproximar da experiência social e política do Brasil dos anos 80 ?

Os filmes testemunham o uso do documentário para a formação da consciência de gênero e convocação política de ação no feminismo. Tanto pela documentação da preocupação com a inserção das mulheres negras na luta feminista, como pelas estratégias de convocação formal de engajamento com espectadoras mulheres para a ampliação da experiência de gênero.

A dimensão da “disfuncionalidade” que o olhar das diretoras brancas da classe média sugere como qualidade para o trabalho doméstico, reprodutivo e a para vida afetiva de mulheres racializadas, sugere uma aposta na funcionalidade produtiva da família operária. A dimensão crítica à família do feminismo da autoconsciência parece não apostar na potência da família afrocentrada para além da denúncia da sua vulnerabilidade.

A geração de cineastas de que Leilany e Eunice fazem parte, é guiada pelo lema “o pessoal é político”. As diretoras, como mulheres da classe média no contexto brasileiro, parecem querer adequar às vivências das mulheres trabalhadoras as pautas do direito ao aborto e da consciência de gênero em relação à opressão masculina. Porém, como observa-se na análise fílmica, não encontram nas escolas suas redes de apoio, e menos ainda no casamento, ainda que o direito ao aborto e à educação formal seja uma base comum às feministas interclasses que construíram o movimento feminista brasileiro.

A partir da reflexão sobre a relação do feminismo brasileiro com a perspectiva sindical, podemos apontar uma aposta das diretoras na possível funcionalidade da família nuclear heteronormativa como uma romantização da família operária. A solidão da vida familiar das mulheres das camadas médias parece se apropriar das vivências das mulheres negras nessa direção, enquanto as imagens nos mostram elas estão sempre em grupos, exercendo o trabalho de cuidado de forma coletiva. A dimensão positiva da vivência comunitária escapa à mediação narrativa, e dá lugar à ênfase na suposta falta/ ausência - do Estado, de consciência, de afeto. Este fato sugere uma baixa politicidade

na experiência do trabalho doméstico e reprodutivo como possibilidade de afirmação de formas de subjetivação comunitárias e afro centradas.

Maria Rita Aguilar Nepomuceno de Oliveira

Cineasta formada pela UFF, mestre em Multimeios pela UNICAMP, doutoranda do PPGCOM PUC-RJ, foi pesquisadora visitante no DAMS da Universidade de Bolonha em 2025, com bolsa CAPES. Dirige a série documental “Mães da Terra” (2025, 6X52min) sobre maternidades periféricas, em exibição no Cultne TV.

Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

E-mail: mariarita.nepomuceno@gmail.com

Referências

- HOLANDA, K. Cinema (documentário) e feminismo no Brasil. In: CORSEUIL, A. R.; NÚNEZ, F.; HOLANDA, K. **Cinema e América Latina estética e culturalidade**. Editora SOCINE: Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual 2016.
- BERNARDET, J. G. **Cineastas e Imagens do Povo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- GONZALEZ, L. **Por um feminismo afro-latino-americano**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.
- PEDRO, J. M. O feminismo de “Segunda Onda” – corpo, prazer e trabalho. In: PINSKY, C. B.; PEDRO, J. M. **Nova História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012.

PATRIARQUIVO: A ética e a ótica patriarcal nas imagens da vida privada¹

Patricia Fróes

Resumo

Este artigo tem como objetivo mapear e sistematizar um corpus composto por filmes de família produzidos em 1989, em ambiente doméstico e contexto festivo. A partir da análise crítica desse conjunto, propomos um debate sobre como o monopólio paterno na produção de imagens de arquivos familiares contribuiu para a inscrição de uma perspectiva de gênero nos registros da vida privada. Em resposta a esse regime discursivo persistente, nos dedicamos à formulação do conceito de *Patriarquivo*, com o intuito de refletir criticamente sobre estratégias de visibilização e produção de visualidades do trabalho materno e doméstico, a partir — e por vezes contra — os próprios arquivos familiares analisados.

Palavras-chave: *Patriarcado. Trabalho materno. Filmes de família.*

Resumo expandido

Este artigo tem como ponto de partida uma experiência pessoal vivenciada durante o processo de montagem do documentário *Incondicional – o mito da maternidade* (2024). Em minha estreia como diretora de longa-metragem, propus-me a abordar uma das principais causas do adoecimento psíquico de mulheres na contemporaneidade: a sobrecarga materna, derivada, sobretudo, pela desigual distribuição das tarefas domésticas. Considerando o arquivo familiar como dispositivo narrativo, projetei a possibilidade de localizar soluções visuais que ilustrassem o trabalho materno e doméstico por meio de registros audiovisuais da minha infância. Buscava, nesse gesto, identificar vestígios imagéticos que, direta ou indiretamente, pudessem remeter às tarefas culturalmente atribuídas à maternidade.

Entretanto, ao me debruçar sobre as fitas VHS gravadas por meu pai — proprietário desses arquivos —, tornou-se evidente um apagamento sistemático das figuras femininas e da dimensão cotidiana da vida privada. A prática da montagem *in camera* escancarava a ausência da figura materna, frequentemente relegada a aparições periféricas. Em contraposição, a presença invisível de meu pai, posicionado atrás da

¹ GT2 - Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual

câmera, operava como condição de existência da própria imagem, instaurando uma lógica de monopólio da memória audiovisual familiar.

Mais do que as imagens explícitas, são as lacunas que impulsionam os principais questionamentos desta pesquisa. Produzido na década de 1980, esse acervo revela-se desvinculado não apenas de um contexto social ainda marcado pela forte relação entre mulheres e as tarefas domésticas, bem como se mostra alheio às transformações que, no mesmo período, mobilizavam o debate público em torno das pautas feministas. Mesmo quase uma década após as formulações da segunda onda do feminismo, que reivindicavam a vida privada como espaço político, os registros da minha família permaneciam alheios a tais movimentos, sustentados por uma lógica na qual a autoridade paterna detinha o direito exclusivo de narrar e registrar a memória familiar.

A partir de sucessivas visualizações — em um gesto análogo ao do trapeiro benjaminiano que, ao caminhar, detém-se para recolher os resíduos que encontra pelo caminho (BENJAMIN, 1991) — emergiram indagações: em que medida essa experiência individual revela aspectos de uma realidade coletiva? O controle masculino sobre a produção das imagens da vida privada era uma prática disseminada à época ou constituía uma particularidade daquele núcleo familiar? Seria possível localizar, nos registros audiovisuais do período pré-digital, imagens do trabalho materno e dos cuidados domésticos? Existiria, à época, um olhar feminino sobre o cotidiano familiar capaz de instaurar outras formas de visualidade, ou tais representações estariam igualmente pautadas por uma ética patriarcal? Que outros acervos familiares permitiriam estabelecer comparações e, caso existam, como garantir seu acesso?

Tais questionamentos e a premissa dessas lacunas visuais orientaram a construção de uma metodologia dividida em três etapas principais: (1) a elaboração do conceito de “*Patriarquiavo*”, articulando os fundamentos do patriarcado com uma reflexão sobre o arquivo como espaço de poder e disputa simbólica. (2) o mapeamento de vídeos domésticos contemporâneos àquele analisado; (3) a sistematização do material por meio de sessões de visionamento crítico.

É a partir dessas inquietações que este artigo se desenvolve, com o objetivo de refletir criticamente sobre o impensado de uma época (LINDEPERG, 2013), bem como vislumbrar estratégias de visibilização e produção de visualidades para o trabalho

materno e doméstico, a partir — e, por vezes, em confronto — com os próprios arquivos familiares analisados.

Patricia Fróes

*Mestranda em comunicação no programa de pós-graduação da PUC-Rio, curadora e documentarista. É diretora dos curtas *Abismo* (2020) e *The Patriarchal Period* (2023); e do longa-metragem *Incondicional - O mito da maternidade*.*

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: pfroes@gmail.com

Referências bibliográficas

- AGUIAR, N. "Patriarcado". In: FLEURY-TEIXEIRA, Elizabeth (org.) **Dicionário feminino da infâmia**. Rio de Janeiro, Editora Fundação Oswaldo Cruz, 2015
- ARTIÈRES, P. "Arquivar a própria vida" in **Revista Estudos Históricos**, vol.21. Rio de Janeiro: FGV/CPDOC, 1998.
- AZOULAY, A. **História potencial: Desaprender o imperialismo**. São Paulo: Ubu, 2023.
- BENJAMIN, W. **Obras escolhidas III. Charles Baudelaire. Um lírico no auge do capitalismo**. 2a Ed. São Paulo. Brasiliense. p 79. 1991.
- BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminino e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010
- DERRIDA, J. **Mal de Arquivo: Uma impressão freudiana**. Rio de Janeiro: Relume, 2001.
- DOS SANTOS, A; MUSSE C. (Auto)encenação nos filmes domésticos: da pose fotográfica à espetacular. In: **Rebeca - Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual**. E: 1133. São Paulo, 2025.
- LINDEPERG, S. O caminho das imagens: três histórias de filmagens na primavera-verão de 1944. In: **Est. Hist.**, Rio de Janeiro, vol. 26,. 2013.
- _____, SZCZEPANSKA, A. **Who owns the images?** London: Bloomsbury Academic, 2021.
- MBEMBE, A. O poder do arquivo e seus limites. Tradução de Camila Matos. Publicado em inglês como *The power of the archive and its limits* in HAMILTON, C.; HARRIS, V.; TAYLOR, J. (org.). **Refiguring the archive**. ed. Kluwer Academic Publishers, 2002.
- ODIN, R. El cine doméstico en la institución familiar. In: CUEVAS ÁLVAREZ, Efrén (ed.). **La casa abierta: el cine doméstico y sus reciclajes contemporáneos**. Madri: Ayuntamiento de Madrid, 2010. pp. 39 - 60.
- PATEMAN, C. **O contrato sexual**. São Paulo, Editora Paz e Terra. 1993
- PERROT, M. **Minha história das mulheres**. Tradução de Angela M. S. Córrea. São Paulo: Contexto, 2007
- SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil para a análise histórica. In: Hollanda, Heloisa

- Buarque (org). **Pensamento Feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.
- SONTAG, S. **Diante da dor dos outros**. Ed. Companhia das Letras. São Paulo, 2003. pg. 35
- WALBY, S. **Theorizing patriarchy**. Ed. Basil Blackwell. Cambridge, MA, USA 1990.

Internacionalização da Animação Infantil Brasileira e Análise Preditiva de Monetização¹

Ana Beatriz Rodrigues Camargo²

Resumo

A internacionalização da produção audiovisual infantil brasileira representa uma oportunidade estratégica para a inserção de narrativas culturalmente autênticas no competitivo cenário global. Esta pesquisa analisa o processo de internacionalização por meio de um estudo de caso de animações nacionais com estratégias de distribuição global no YouTube. A partir de um referencial teórico que abarca a trajetória histórica da animação no Brasil e suas políticas de fomento, o estudo investiga casos de sucesso. Complementarmente, aplicou-se uma técnica de mineração de dados, utilizando o algoritmo de Árvore de Decisão, para uma análise preditiva do potencial de monetização. Os resultados validam a hipótese de que a audiência norte-americana apresenta um valor comercial superior, fornecendo subsídios para o desenvolvimento de diretrizes práticas de internacionalização.

Palavras-chave: Animação Infantil; Produção Audiovisual; Distribuição Global; Youtube

1. Introdução

A internacionalização da produção audiovisual brasileira infantil representa uma oportunidade estratégica para diversificar conteúdos com narrativas culturalmente autênticas no cenário global competitivo. O presente estudo analisa o processo de internacionalização através de um estudo de caso de animações nacionais que adotam estratégias de distribuição global na plataforma YouTube. A pesquisa justifica-se pela necessidade de compreender os fatores que impulsionam o sucesso internacional e de fornecer subsídios para produtoras nacionais. Complementarmente, aplicou-se uma técnica de mineração de dados em um canal do YouTube como teste preditivo para desenvolvimento aprofundado em fases posteriores da investigação.

2. Fundamentação Teórica e Contexto Histórico

¹ Trabalho apresentado no GT – Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Estudante de mestrado, bolsista CNPq/ProPG da Pós-Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos, Brasil; E-mail: anabrc@estudante.ufscar.br. Orientado(a) por João Carlos Massarolo; E-mail: massaro@ufscar.br

O referencial teórico fundamenta-se na trajetória histórica da animação brasileira, que remonta ao início do século XX com obras pioneiras como "O Kaiser" (1917), de Álvaro Marins, e o primeiro longa-metragem "Sinfonia Amazônica" (1952), de Anélio Latini. O surgimento da TV Tupi em 1950 marcou um novo período, com destaque para as produções publicitárias. Marcos significativos incluem o reconhecimento internacional de "Meow" (1981), de Marcos Magalhães, premiado em Cannes, e a criação do Anima Mundi³ em 1993, que fomentou o mercado nacional (QUEIROZ, 2019). O declínio da programação infantil na TV aberta após restrições à publicidade redirecionou o foco para as plataformas digitais (HOLZBACH, 2021).

A partir dos anos 2000, emergiram casos paradigmáticos de sucesso internacional, como Galinha Pintadinha (2006), Peixonauta (2009) e O Show da Luna (2014) (PINHO; ROCHA, 2015). Estes produtos beneficiaram-se da Lei 12.485/2011 e da expansão das plataformas de Vídeo on Demand (VoD), particularmente o YouTube. Segundo Nyko e Zendron (2019), o crescimento do setor foi impulsionado pela demanda por conteúdo original em plataformas digitais e pelo aumento de canais infantis na TV por assinatura.

3. Metodologia

A pesquisa tem uma abordagem exploratória e descritiva, utilizando um estudo de caso de produções de animação brasileiras com estratégias de distribuição global no YouTube. Os critérios de seleção incluem tempo de atividade do canal, regularidade das publicações, número de seguidores e engajamento.

Complementarmente, realizou-se um estudo de mineração de dados com análise preditiva de potencial de monetização, aplicado a um canal de conteúdo infantil bilíngue. Utilizando dados de 30 vídeos extraídos do YouTube Studio, empregou-se o algoritmo de Árvore de Decisão na plataforma KNIME para validar a hipótese de que a audiência norte-americana representa superior potencial de monetização. A escolha do algoritmo fundamenta-se em sua eficácia comprovada para análise de dados do YouTube, conforme demonstrado por Aufar, Andreswari e Setiawan (2020).

4. Resultados e Discussão

³ Criado em 1993, o Anima Mundi é o Festival Internacional de Animação do Brasil, considerado o maior da América Latina e um dos mais importantes eventos para o fomento do mercado de animação nacional. (Queiroz, 2019)

Os resultados obtidos confirmaram a hipótese inicial com uma acurácia de 83,3%. A análise evidenciou que a variável geográfica é o fator preditivo mais significativo para o potencial de monetização. Conteúdos direcionados ao público norte-americano apresentam um Custo por Mil impressões (CPM) substancialmente superior ao do mercado brasileiro, corroborando estratégias de internacionalização orientadas para mercados de maior valor agregado.

Esta pesquisa evidencia a relevância estratégica da internacionalização da animação brasileira, não apenas como vetor de expansão cultural, mas como modelo de negócio sustentável. Os insights da mineração de dados fornecem fundamentação empírica para as estratégias de distribuição, demonstrando como técnicas analíticas podem subsidiar decisões estratégicas no mercado audiovisual contemporâneo.

Ana Beatriz Rodrigues Camargo

Produtora audiovisual, artista e consultora de marketing. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da UFSCar, onde desenvolve pesquisa sobre a internacionalização da animação brasileira, com foco na distribuição e monetização de conteúdo em plataformas digitais. São Carlos, São Paulo, Brasil.

São Carlos, São Paulo, Brasil.

E-mail: anabrc@estudante.ufscar.br

Referências

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA – ANCINE. **Vídeo sob demanda: Análise de Impacto Regulatório.** Relatório de Análise de Impacto 001/2019/ANCINE/SAM/CAN. Versão pública. Brasília: ANCINE, 2019. Disponível em: <https://mapeamentoanimacao.com.br/apresentacao/>. Acesso em: 3 nov. 2024.

AUFAR, M.; ANDRESWARI, R.; SETIAWAN, Y. Sentiment analysis on youtube social media using decision tree and random forest algorithm: A case study. In: 2020 International Conference on Data Science and Its Applications (ICoDSA). IEEE, 2020. p. 1-6. DOI: 10.1109/ICoDSA50139.2020.9213078. (Citado 74 vezes)

HOLZBACH, Ariane Diniz. Galinha Pintadinha Runs the World: A Made-for-Children Brazilian Cartoon in the Global Flow of Television Content. *Television & New Media*, v. 1, p. 1-15, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/15274764211025611>. Acesso em: 3 nov. 2024.

NYKO, Diego; ZENDRON, Patrícia. O mercado consumidor de animação no Brasil. *Revista do BNDES*, Rio de Janeiro, v. 25, n. 49, p. 7-27, mar. 2019.

PINHO, Maria Luiza Carvalho de Aguillar; ROCHA, Angela Maria Cavalcanti da. TV PinGuim: licenciamento de personagens no processo de internacionalização. *Revista Brasileira de Casos de Ensino em Administração, São Paulo*, v. 5, n. 1, p. 1-8, jan./jun. 2015.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnica da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013

QUEIROZ, Aída. **Animação brasileira: entre a liberdade de criação e o mercado**. *Cinémas d'Amérique latine*, n. 27, 2019. Disponível em: <http://journals.openedition.org/cinelatino/5941>. DOI: <https://doi.org/10.4000/cinelatino.5941>. Acesso em: 24 out. 2024.

MARIA HELENA SALDANHA: Contexto histórico e político de sua produção cinematográfica¹

Sofia Costa Guimarães²

Resumo

Este artigo, um recorte de uma pesquisa de mestrado em andamento, propõe a localizar o contexto histórico e político da produção de Maria Helena Saldanha, cineasta apagada da historiografia do Cinema Brasileiro. Ela realizou três documentários entre os anos de 1978 e 1982, período que caracterizou-se por uma extensa produção de filmes dirigidos por mulheres, muitos deles esquecidos. Analisaremos, em destaque, o contexto de produção do longa-metragem *Terra: A medida do ter*, documentário sobre as lutas camponesas no nordeste e no sudeste, filmado em 1979 e finalizado em 1982, a partir de entrevistas com seus colaboradores Paulo Jabur (assistente de fotografia), Mauro Lando (codiretor e som direto) e Flávio Ferreira (diretor de fotografia).

Palavras-chave: Maria Helena Saldanha; Cinema de Mulheres; Ditadura Militar.

1. Resumo expandido

A partir da investigação da história das imagens da prisão Frei Caneca, o grupo de pesquisa Práticas do Contra-arquivo coordenado pela professora Patricia Machado, ao entrevistar Noilton Nunes, fotógrafo de *Água, Açúcar e Sal*³, se deparou com memórias de um filme por ele fotografado: era “Anistia: Nada Será Como Antes”, um dos primeiros filmes realizados sobre a anistia no Brasil, com depoimentos de Darcy Ribeiro, Chico Buarque e Iramaya Benjamin; dirigido em 1979 por uma cineasta até então desconhecida, Maria Helena Saldanha, que nos despertou profunda curiosidade.

Apesar de uma pesquisa feita em jornais da época apontar que o filme circulou em alguns cineclubes no Rio de Janeiro, em São Paulo e no Acre; o mesmo caiu no esquecimento - ainda não encontramos sua cópia em película nos acervos - assim como sua autora, falecida em 1985 fora do Brasil.

A pesquisa sobre Saldanha evidencia os apagamentos históricos que atingiram muitas cineastas mulheres, cujas obras foram negligenciadas tanto pela crítica quanto

¹ Trabalho apresentado no GT – Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestranda, PUC-Rio, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, sofiacostag@gmail.com.

³ Filme realizado em 1979 durante a última greve de fome pela anistia dos presos políticos da Frei Caneca. A greve durou 32 dias e o filme foi finalizado posteriormente pelos esforços de Noilton Nunes, Stella Valadão e Theresa Jessouroun, com fotografia de Noilton Nunes e Paulo Jabur.

pelas instituições de preservação. A escassez de registros, a deterioração de cópias e a falta de reconhecimento em sua época refletem um cenário mais amplo de invisibilização do cinema feito por mulheres.

Entretanto, pudemos encontrar no Centro Técnico Audiovisual - CTAv, cópias dos seus outros filmes em estado moderado/avançado de deterioração no CTAv: “A Menina e a Casa da Menina” (9’, 1979) e “Terra: A Medida do Ter” (88’, 1982).

Os mistérios que circundam a vida e a obra de Maria Helena Saldanha nos mobilizaram à realização da presente pesquisa, recorte de uma pesquisa de mestrado em andamento. Busca-se aqui mapear o contexto histórico e político de sua produção, fixada entre 1979 e 1982 através de uma pesquisa bibliográfica e da realização de entrevistas com alguns colaboradores de seus filmes, como Paulo Jabur, Mauro Lando e Flávio Ferreira.

Durante o referido período, houve surpreendentemente uma profícua produção do cinema de mulheres, movimentos políticos pela anistia e redemocratização liderados por mulheres, novas políticas públicas do audiovisual brasileiro, a crise mundial do petróleo que culminou na criação do Programa Nacional do Álcool, e a efervescência mundial do feminismo, que teve decretada a década de 1970 e o ano de 1975 como a década e o ano, respectivamente, internacional das mulheres pela ONU.

A produção de Saldanha, mesmo que breve, foi bastante rica ao buscar temáticas como infância, mulheres, reforma agrária, e anistia, inserindo-se no contexto de efervescência cultural, lutas sociais e redemocratização. Sua obra demonstra um compromisso estético e político com a denúncia das desigualdades e a valorização de vozes silenciadas, características que a aproximam de outros realizadores do cinema independente da época.

A redescoberta de Maria Helena Saldanha ressalta a importância de iniciativas de resgate de narrativas excluídas da história oficial do cinema. Em nossa pesquisa partimos da premissa de que essa história foi negligenciada “tanto dentro como fora dos arquivos”⁴, e é nosso objetivo apresentar sua história e seus filmes à novas audiências.

⁴ para citar uma frase do texto que introduz a mostra online de filmes de mulheres “Cinema: uma outra história” – uma parceria entre Cinelimit e Another Screen – que disponibilizou seis documentários de realizadoras nos anos 1970 e 1980.

Sofia Costa Guimarães

Designer (UTFPR) e mestranda (PUC-Rio) em Comunicação, sob orientação da professora Patricia Machado. Faz parte do grupo de estudos Práticas do Contra-Arquivo e pesquisa sobre a vida e obra da diretora Maria Helena Saldanha, cineasta desconhecida inserida no período da ditadura militar. Atua há 10 anos no mercado pós-produção audiovisual como montadora e assistente de montagem.

Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

E-mail: sofiacostag@gmail.com

Referências

BLANK, Thais.; MACHADO, P. Em busca de um método: entre a estética e a história de imagens domésticas do período da ditadura militar brasileira. **Intercom**: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 43, n. 2, 2020.

CASTRO, Natalia de. **Revisão de Filmes Manual Básico**. Rio de Janeiro: Editora do MAM, 2023.

DUARTE, Constância L. Feminismo: uma história a ser contada. In: Heloisa Buarque de Hollanda (Org.). **Pensamento feminista brasileiro**: formação e contexto. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019, v. 1, pp. 25-48.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de. **Feminista, eu?** Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2022.

JABUR, Paulo. **Entrevista concedida para pesquisa do grupo Práticas do contra-arquivo** (PUC-Rio/FAPERJ), 2025.

LANDO, Mauro. **Entrevista concedida para pesquisa do grupo Práticas do contra-arquivo** (PUC-Rio/FAPERJ), 2025.

LAMHA, Camila; MACHADO, Patricia; NEPOMUCENO, Maria Rita (no prelo). As mulheres da Corcina: a trajetória de filmes esquecidos produzidos na ditadura militar. **Revista Interações Sociais**, Rio Grande.

LAURETIS, Teresa de. A Tecnologia de gênero. In: Hollanda, H. (Org.). **Tendências e Impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994, pp. 206-241.

LINDEPERG, Sylvie. O caminho das imagens: três histórias de filmagens na primavera-verão de 1944. **Est. Hist.**, Rio de Janeiro, vol. 26, n. 51, pp. 9-34, jan-jun de 2013.

NUNES, Noilton. **Entrevista concedida para pesquisa do grupo Práticas do contra-arquivo** (PUC-Rio/FAPERJ), 2024.

PERROT, Michelle. **As mulheres ou os silêncios da história**. Bauru, SP: EDUSC, 2005.

SOIHET, Rachel. **Cisões, Alianças e Sucessos dos Feminismos no Rio de Janeiro**. Anos. 1970-1980. Labrys (Edição em Português. Online), v. 15/16, p. 9-9, 2009.

APROXIMAÇÃO DA PRODUÇÃO DE MULHERES NA PRÁTICA DE VÍDEO: um encontro com a diretora Noni Carvalho¹

Laura de Aguiar Miranda²

Resumo

No Rio de Janeiro, entre os anos 1980 e 1990, a prática do vídeo assumiu uma característica singular ao ser apropriada pelas organizações não-governamentais em parceria com movimentos sociais como relevante ferramenta de mobilização política e social. As características desta nova tecnologia favoreceram a ampliação da presença e a diversidade de cineastas e de temas, inaugurando um momento singular do audiovisual. Dentre os novos cineastas, destaco as realizadoras mulheres. Alinhando o momento histórico nacional, retomando discussões sobre quais processos e atores intervêm no trabalho de construção e formalização das memórias (JELÍN, 2002), recorro à ideia de uma espectadora curiosa (MULVEY, 1993) e das mulheres que perturbam a ordem (FEDERICI, 2017), para apresentar a diretora Noni Carvalho.

Palavras-chave: Cinema de Mulheres; Vídeo Comunitário; Subjetividades.

Neste trabalho, busco compartilhar alguns dos primeiros achados de minha pesquisa de mestrado, interessada em filmes realizados por mulheres no contexto da ditadura civil-militar brasileira (1964 - 1985). Eu trazia um percurso de estudos realizados na graduação sobre a participação de mulheres na militância política e a importância da escuta de suas narrativas, que ganharam uma organização no meu trabalho de conclusão de curso “Das narrativas anônimas às narrativas de si: imagens de mulheres em resistência”.

Ao final do primeiro ano do mestrado, mobilizada pelas discussões realizadas durante as disciplinas cursadas e por inquietações surgidas durante as reuniões de orientação, decidi por uma mudança de recorte do meu projeto de pesquisa que me deu entrada no curso de Mestrado em Comunicação. Optei por deixar os filmes em película para trabalhar com vídeos. Mais especificamente, me voltei para a prática do vídeo realizada por organizações não-governamentais cariocas, em parceria com movimentos sociais, entre os anos 1980 e 1990. Estes anos compreendem o período de redemocratização após a ditadura civil-militar e um momento de efervescentes disputas

¹Trabalho apresentado GT 2 - Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual durante o XVII POSCOM PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

²Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio (PPGCOM/PUC-Rio), Rio de Janeiro, RJ. E-mail: mirandoalaura@gmail.com.

sociais e políticas, em que a prática do vídeo se apresentou como uma importante ferramenta de incidência, “caminho para fazer uma ‘guerrilha de imagens’ contra a televisão e o cinema hegemônico” (FRANÇA, 2024, p.4).

A chegada do vídeo como nova tecnologia audiovisual, possibilitando o uso de câmeras menores e menos pesadas, facilitando o transporte e a aproximação de outros objetos, atores e situações, favoreceu a ampliação da presença e a diversidade de cineastas e de temas, inaugurando um momento singular. Dentre os novos cineastas que começam a conquistar espaço e produzir mais livremente sobre suas experiências, destaco as realizadoras mulheres.

Por isso, dentro do novo recorte da pesquisa, iniciei uma busca por vídeos produzidos por mulheres. O primeiro acervo que pesquisei para conhecimento da produção foi do Centro de Criação de Imagem Popular (CECIP) e, de imediato, capturou o meu interesse. A repetida presença na função de direção, a criatividade, as escolhas estéticas e o compromisso ético com os personagens com os quais dialoga, marcavam o nome de Noni Carvalho. A indefinição de gênero, a ausência de imagens dos bastidores de seu trabalho e as poucas informações a seu respeito, potencializaram a minha inquietação e curiosidade. Descobrir quem era esta pessoa tornou-se um dos primeiros objetivos na pesquisa.

O encontro de uma dissertação que a princípio não tinha muito a ver com a minha investigação, me presenteou com fragmentos de informações que aos poucos foram se encaixando com conhecimentos anteriores meus. Noni Carvalho é uma mulher, filha de imigrantes poloneses fugidos do regime nazista; sua mãe, a reconhecida artista plástica Fayga Ostrower. Noni Leonor Ostrower Carvalho. Nós já nos conhecíamos, uma senhora de voz tranquila e olhar profundo que eu havia encontrado pessoalmente havia apenas duas semanas, em um evento que fotografei em homenagem ao ex-deputado Rubens Paiva, assassinado pela ditadura civil-militar.

A partir deste encontro, a minha pesquisa se altera mais uma vez. Alinhando o momento histórico nacional, retomando discussões sobre quais processos e atores intervêm no trabalho de construção e formalização das memórias (JELÍN, 2002), recorro à ideia de uma espectadora curiosa (MULVEY, 1993) e das mulheres que perturbam a ordem (FEDERICI, 2017), para apresentar a diretora Noni Carvalho. Com isto, procuro me aliar a pesquisadoras que têm realizado um trabalho de resgate e de valorização das vozes femininas, rompendo os silêncios impostos e diluindo as sombras (PERROT, 2019) que rodeiam essas personagens.

Laura de Aguiar Miranda

Mestranda em Comunicação no PPGCOM-PUC -Rio, com bolsa CAPES. Integrante dos grupos de pesquisa IMADIS (PPGCOM-PUC -Rio) e INARRA (PPCIS-UERJ). Antropóloga visual pelo departamento de Ciências Sociais da UERJ e fotógrafa, atua nas áreas de memória, direitos humanos, gênero e documentário social.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: mirandoalaura@gmail.com

Referências

DUARTE, C. L. Feminismo: uma história a ser contada. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de. (org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

FEDERICI, S. **Calibã e a bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva**. Tradução: Coletivo Sycorax. São Paulo: Elefante, 2017.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Roberto Machado (org.). 6ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017.

FRANÇA, A. O vídeo, as ONGs cariocas e a solidariedade como princípio - entrevista com Mauricio Lissovsky. **Revista Significação**, v. 51, p. 1-22. São Paulo, 2024.

FRANÇA, A. Amália Lucy e o dalmata: diante do arquivo da família Geisel. **Revista Estudos Históricos**, v. 37, nº 84. Rio de Janeiro, 2025.

JELÍN, E. **Los trabajos de la memoria**. Madrid: Siglo XXI de España Editores, 2002.

MIRANDA, L. L. **Criadores de Imagens, Produtores de Subjetividade: A Experiência da TV Pínel e da TV Maxambomba**. 290f. Orientadora: Prof. Solange Jobim e Souza. Tese (Doutorado) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Psicologia. Rio de Janeiro, 2002.

MULVEY, L. Prazer visual e cinema narrativo. In: XAVIER, Ismail (org.). **A experiência do cinema**. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

PERROT, M. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2019.

TOJA, N. de O. **TV Maxambomba: processos de singularização**. 88 f. Orientador: Prof. Mauro José Sá Rego Costa. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Educação da Baixada Fluminense. Rio de Janeiro, 2010.

VEIGA, A. M. **Cineastas brasileiras em tempos de ditadura: cruzamento, fugas, especificidades**. Tese de Doutorado em História. Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2013.

MARIA THEREZA GOULART: uma análise de imagens e gênero nas revistas O Cruzeiro e Manchete (1961)

Adriana Munhoz¹

Resumo

Este trabalho propõe analisar as imagens de Maria Thereza Goulart que circularam nas revistas O Cruzeiro e Manchete em 30 de agosto de 1961, utilizando o gênero como categoria analítica. A análise das fotografias e seus respectivos textos, legendas e reportagens buscará compreender como a imprensa da época construiu narrativas visuais sobre a recém-nomeada Primeira-Dama nas edições publicadas em 30 de agosto de 1961, um momento político de elevada tensão no País. A análise busca compreender como as revistas, ao alinharem a imagem de Maria Thereza Goulart a estereótipos de beleza e dedicação ao lar, participaram da legitimação de condutas normativas e da perpetuação dos papéis sociais da mulher naquele contexto.

Palavras-chave: Imagem, Gênero; Imprensa; História, Mulheres

1. Introdução

A partir do entendimento de que as dinâmicas de poder e relações sociais que permeiam as desigualdades de gênero nas narrativas históricas nem sempre são claras (Scott, 2019), este trabalho se propõe a analisar as imagens de Maria Thereza Goulart, que circularam nas revistas O Cruzeiro e Manchete de 30 de setembro de 1961, considerando o gênero como categoria analítica.

Esse recorte justifica-se pela relevância do contexto histórico brasileiro naquele período. De 25 de agosto a 7 de setembro de 1961, o Brasil vivia uma crise institucional que quase culminou em golpe militar ou guerra civil, após a renúncia de Jânio Quadros. O Vice-Presidente da República João Goulart estava fora do País, em visita oficial à China, assim como sua esposa Maria Thereza Goulart, que se encontrava na região da Catalunha, com os filhos do casal. Após muitas pressões e negociações, em setembro de 1961 João Goulart assumiu a Presidência do Brasil em um novo regime político, o parlamentarismo (Willian, 2019).

¹ Adriana Munhoz: doutoranda, PUC-Rio, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Rio de Janeiro, RJ, lago.adriana@gmail.com

Esta pesquisa tem como objeto as matérias especiais publicadas nas revistas O Cruzeiro e Manchete de 30 de agosto de 1961, veículos de maior circulação no País na época, que destacaram em suas capas a primeira aparição pública de Maria Thereza Goulart como Primeira-Dama do Brasil.

Como metodologia, partiremos sempre das imagens que circularam nas revistas e, a partir delas, buscaremos outros elementos a fim de compreender os sentidos, as possíveis lacunas ou apagamentos históricos de Maria Thereza Goulart, sempre retornando às imagens como elemento central da pesquisa (Blank; Machado, 2020). Nesse sentido, analisaremos também as legendas, textos das matérias e outras fontes bibliográficas, como a biografia de Maria Thereza Goulart, escrita pelo jornalista Wagner Willam (2019).

2. O Gênero Como Categoria Analítica

Os silenciamentos impostos, as imagens distorcidas, a falta de informações e também a desigualdade de gênero das fontes colaboraram para a invisibilidade das mulheres na história (Perrot, 2007).

Em geral, a história das mulheres é contada por cronistas, jornalistas e historiadores do gênero masculino. Assim também acontece com as imagens das mulheres, que ao longo do tempo foram produzidas por homens. No início eram artistas que retratavam as mulheres nas telas das suas pinturas e depois os fotógrafos, que registram o seu olhar sobre as mulheres (Perrot, idem). Como Susan Sontag argumenta em Sobre Fotografia (Sontag, 2020), a imagem fotográfica, apesar de sua pretensão de ser um reflexo objetivo, é um ato de poder e apropriação do fotógrafo.

Nesse sentido, o gênero, como categoria analítica, é uma lente relevante para compreender os contextos e processos envolvidos nas relações de poder da narrativa histórica tradicional. Para isso, se faz necessário estudar o passado a fim de identificar elementos que participaram dessa construção narrativa, propondo reflexões e oferecendo possibilidades para a ressignificação da história (Scott, idem).

3. Considerações Finais

O gênero, enquanto categoria analítica, traz contribuições essenciais para compreendermos aspectos relacionados com os processos de poder que estão envolvidos na subvalorização do papel das mulheres nos acontecimentos e como agente de sua própria história.

A partir da análise das imagens de arquivo e das fotografias produzidas para ilustrar as matérias sobre a nova Primeira-Dama, Maria Thereza Goulart, publicadas nas edições de 30 de agosto das revistas O Cruzeiro e Manchete, podemos identificar vários aspectos apontados por Michelle Perrot (Idem) como influenciador dos silenciamentos das mulheres na histórica. Entre eles, a dissimetria sexual das fontes, que nos permitiu refletir sobre como os autores masculinos podem reforçar visões estereotipadas das mulheres. Podemos observar que, as imagens, as legendas e os textos da matéria procuravam destacar características de Maria Thereza que melhor se encaixavam no modelo feminino amplamente valorizado na época.

Adriana Munhoz

*Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela PUC-RS com
mestrado em Comunicação pela PUC-Rio. É doutoranda em Comunicação na
PUC-Rio, onde pesquisa as imagens das mulheres em diferentes períodos históricos e a
produção de sentido, a partir de uma perspectiva de gênero*

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: lago.adriana@gmail.com

Referências

BEAUVOIR, S. de. **O segundo sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1949.

BLANK, T. C.; MACHADO, P. M. F. **Em busca de um método: entre a estética e a história de imagens domésticas do período da ditadura militar brasileira**. Intercom - RBCC, São Paulo, v. 43, n. 2, p.169-183, maio/ago., 2020.

FERREIRA, C.; CAMPOS, J. **Gênero, cor e classe nas revistas O Cruzeiro e Manchete (1950-1959)**. Revista História em Reflexão, Florianópolis, v. 17, n. 33, p. 13-30, mar./jul. 2023.

FERREIRA, C.; SILVA, E. R. S. **O retorno do imortal: D. Pedro I mitificado pelos militares nas representações imagéticas das Revistas O Cruzeiro e Manchete no Sesquicentenário da Independência (1972)**. Tempo e Argumento, Florianópolis, v. 6, n. 11, p. 355-385, jan./abr. 2014.

FRONTISI-DUCROUX, F. **Les Mysteres du GYflécée**. Paris: Gallimard. 1998.

LISSOVSKY, M. **A máquina de esperar**. In: GONDAR, J.; BARRENECHEA, M. A. (Orgs.). Memória e espaço: Trilhas do contemporâneo. Rio de Janeiro: 7Letras, 2003. p. 15-23.

MALUF, M.; MOTT, M. L. **A mulher brasileira nos anos 60**. São Paulo: Editora Contexto, 1992.

MARTINEZ, M.; LAGO, C.; HEIDEMANN, V. **Estudos de gênero na pesquisa em jornalismo no Brasil: A relação tênue continua**. Revista FAMECOS, v. 29, n. 1, e41919, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2022.1.41919>. Acesso em: [22/07/2025].

PERROT, M. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2007.

PERROT, M. **As mulheres ou os silêncios da história**. Tradução de Viviane Ribeiro. Bauru: EDUSC, 2005.

PRIORE, M. D. (org.). **Histórias das mulheres no Brasil**. 8. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

ROBLES, M. **Mulheres, mitos e deusas: o feminino através dos tempos**. Editora Aleph, 2019.

SANT'ANNA, D. B. **História da beleza no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2022.

SCHWARCZ, L. M. **Imagens da branquitude: A presença da ausência**. São Paulo: Companhia das Letras, 2024.

SCOTT, J. **Gênero: uma categoria útil para a análise histórica**. In: HOLLANDA, H. B. (org). **Pensamento Feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

SETEMY, A. C. L. **Em defesa da moral e dos bons costumes: a censura de periódicos no regime militar (1964-1985)**. 2008. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

SONTAG, S. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WEIL, P. **O corpo fala: A linguagem silenciosa da comunicação não verbal**. Petrópolis: Vozes, 2015.

WILLIAM, W. **Uma mulher vestida de silêncio: A biografia de Maria Thereza Goulart**. São Paulo: Editora Record, 2019.

EM DEFESA DO CINEMA IMERSIVO¹

João Cláudio Simões de Oliveira (JC Oliveira)²

Resumo

O que significa *cinema imersivo*? Ao analisarmos a história do cinema, podemos constatar que sempre existiu a ideia da imersão, de trazer o público para dentro das imagens em movimento, e diversas tecnologias foram criadas ao longo dos anos com esse intuito. No entanto, hoje, afinal, podemos dizer que experiências ditas “imersivas”, dentro do campo das realidades estendidas (XR), como realidade virtual (VR) e vídeo 360°, são cinema? O trabalho problematiza as nomenclaturas para essas obras, buscando entender como classificar esses diversos tipos de produção audiovisual, ao mesmo tempo em que investiga a nova relação de espetorialidade que surge nesses trabalhos, defendendo a íntima relação que possuem com o cinema tradicional.

Palavras-chave: cinema imersivo; realidade virtual; realidade estendida.

Nos últimos anos, o termo *realidades estendidas* (também conhecido como XR, do inglês, *extended realities*), se tornou comum para se referir a experiências audiovisuais em 360°, realidade virtual (*virtual reality*, VR), realidade aumentada (*augmented reality*, AR), realidade mista (*mixed reality*, MR) e outras possibilidades que ganharam a alcunha de *imersivas*, em contraste ao audiovisual tradicional, *flat*, do cinema ou da televisão. No entanto, talvez a nomenclatura *imersiva* possa soar problemática, já que desde o surgimento do cinema no final do século XIX, a imersão do espectador esteve em constante debate e, ao longo do tempo, tecnologias de imagem e som, como *CinemaScope*, *IMAX*, 3D, *Dolby* e tantas outras, buscaram trazer cada vez mais o público para “dentro” da obra audiovisual.

David Bordwell (2007 p. 284) confirma que tentativas de se fazer filmes com uma imagem mais expandida existiram desde o início do cinema, e que formatos mais largos de tela foram sendo criados a o longos das décadas como um caminho não só para concorrer com a televisão mas como uma maneira de dar maior sensação de imersão. Além do tamanho da imagem, diferentes tecnologias de som também foram criadas através dos anos para proporcionar maior sensação imersiva. Cesar Baio (2015, p. 75-76) afirma que o cinema, desde sempre, almejou o “sonho de imersão total” e que trabalhos

^{1*} Trabalho apresentado no GT2 – Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Doutorando no Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal Fluminense (PPGCine-UFF), Niterói, RJ, jc.cinema@gmail.com.

em realidade virtual “levam adiante a ideia de aprimorar um regime de sentido fundado na *absorção* do sujeito no universo interno da imagem”.

Desde o início, as pesquisas técnicas para o desenvolvimento de ambientes virtuais mantinham no seu horizonte a promessa de amplificar ainda mais a capacidade de imersão gerada pelo cinema. Talvez por isso, estes ambientes mantenham com o cinema tão grande proximidade, pelo menos no que se refere à busca pela imersão total do espectador. (Baio, 2015, p. 88)

Para além da questão subjetiva da imersão, uma das características definidoras que opõe o audiovisual dito tradicional do audiovisual das realidades estendidas é justamente a tela. Enquanto que no cinema e na TV (e também em computadores e celulares), a tela é definida, invariavelmente, por um retângulo onde as imagens são projetadas ou formadas, nas XR, a tela não possui bordas. Lev Manovich (2001, p.97) afirma que, no caso da realidade virtual, a tela desaparece quando o espectador utiliza um *headset* que preenche totalmente seu campo de visão. Ao invés de estar olhando para um retângulo, o usuário é transportado para dentro da tela, para dentro da obra. Mesmo com o desaparecimento da tela, o autor defende que o usuário na experiência virtual vê aquele mundo por meio de um quadro retangular, como no cinema tradicional (p. 81-82). E talvez um dos grandes potenciais dessa tecnologia seja justamente o fato de que uma mesma obra nunca vai ser vista da mesma forma. A cada nova apreensão da experiência em realidade estendida, uma mesma pessoa fará diferentes escolhas e diferentes pessoas trarão infinitos olhares sobre um mesmo trabalho.

O termo *cinema* também possui significados distintos e é constantemente associado a movimentos e qualidades específicos. André Parente (2017, p. 24) classifica como *forma cinema* o modelo de cinema que se tornou hegemônico. Gene Youghblood (1970) fala em *expanded cinema* (*cinema expandido*), uma referência a formas audiovisuais que expandissem os limites do quadro. Katia Maciel (2017) usa o conceito de *transcineas* para identificar formas híbridas entre artes visuais e cinema. Por outro lado, a palavra *audiovisual*, é considerada uma espécie de termo guarda-chuva para lidar com o espectro de tecnologias, saberes e possibilidades em imagens em movimento. Fernão Pessoa Ramos (2016, p. 18) é um dos que defende que cinema é apenas um dos dispositivos audiovisuais, que “o campo da expressão artística com imagens moventes e sons é amplo”.

O problema permanece: como chamar o audiovisual produzido na forma de experiências em realidades estendidas (XR)?

João Cláudio Simões de Oliveira (JC Oliveira)

Doutorando no PPGCine-UFF. Mestre no PPGMC-ECO-UFRJ. Realizador independente, montador e pesquisador, aliando pesquisa acadêmica e experiência prática no mercado audiovisual de cinema, TV e XR.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: jc.cinema@gmail.com

Referências

BAIO, Cesar. **Máquinas de Imagem: Arte, Tecnologia e Pós-Virtualidade**. São Paulo: Annablume, 2015.

BELTON, John. **Widescreen Cinema**. Cambridge: Harvard University Press, 1992.

BORDWELL, David. **Poetics of Cinema**. Nova Iorque: Routledge, 2007.

MACIEL, Katia. **Transcineas**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2017.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Cambridge: The MIT Press, 2001.

MÁRQUEZ, Israel. **Una genealogía de la pantalla: del cine al teléfono móvil**. Barcelona: Anagrama, 2015.

PARENTE, André. A Forma Cinema: Variações e Rupturas. In: MACIEL, Katia. **Transcineas**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2017.

RAMOS, Fernão Pessoa. Mas afinal o que sobrou do cinema? A querela dos dispositivos e o eterno retorno do fim. In: SOBRINHO, Gilberto Alexandre (Org.). **Cineas em Redes: Tecnologia, Estética e Política na Era Digital**. São Paulo: Papirus, 2016.

YOUNGBLOOD, Gene. **Expanded cinema**. Nova Iorque: Dutton, 1970.

Filmes que ensaiam sobre filmes: desktop documentary a serviço da cinefilia

Rafaela Maciel Barreto Soares

Resumo

O artigo discute o *desktop documentary* como desdobramento contemporâneo do filme-ensaio, situando-o no contexto de uma "revolução pós-cinematográfica". Com o avanço das tecnologias digitais, imagens e sons tornam-se instrumentos de reflexão, instaurando uma escrita audiovisual da experiência (GERVAISEAU, 2006). O *desktop documentary* explora a tela do computador como dispositivo crítico e confessional. A obra de Lého Galibert-Lainé exemplifica essa forma ao ensaiar sobre outros filmes, remontando-os e refletindo sobre sua recepção, articulando cinefilia, crítica e performance. Nesse gesto, a tela torna-se espaço de pensamento e prática crítica contemporânea.

Palavras-chave: filme-ensaio; desktop documentary; cinefilia

O filme-ensaio é um formato que alia reflexão subjetiva e experimentação formal, instaurando uma escrita audiovisual da experiência (GERVAISEAU, 2006, p. 93). O avanço do vídeo digital, aliado ao acesso crescente a filmes em DVD e, posteriormente, em plataformas virtuais, permitiu que estudiosos do cinema escrevessem utilizando os próprios materiais que constituem seu objeto de estudo: imagens em movimento e sons. Dessa maneira, ao mesmo tempo em que tais tecnologias provocam uma nova maneira de assistir e pensar sobre filmes, elas também oferecem uma nova maneira de conduzir e apresentar pesquisas cinematográficas. Surgem dessa forma filmes-ensaios que falam sobre o próprio cinema.

A emergência do filme-ensaio está ligada a uma "revolução pós-cinematográfica" (WEINRICHTER LÓPEZ, p. 43), que questiona os padrões estabelecidos do cinema. Se a pós-cinematografia existe, ela parece ter servido ao próprio pensamento cinematográfico. Uma das características mais marcantes do filme-ensaio é sua forte dimensão reflexiva e subjetiva, muitas vezes manifestada através de um "eu" autoral que questiona, investiga e dialoga com o espectador. O ensaio é uma "escrita de uma experiência" (GERVAISEAU, p. 93), onde o autor experimenta e observa. E a experiência é a história de um sujeito (SCOTT, p. 320). O "eu" do cineasta-ensaísta é central, trazendo uma perspectiva pessoal e questionadora.

E o “eu” se torna ainda mais visível quando se trata de *desktop documentary*. Esse termo nomeia uma forma emergente de produção cinematográfica e de mídia que apresenta o mundo como ele é vivenciado por meio de telas de computador e interfaces em rede. Em termos cinematográficos, trata a tela do computador tanto como uma lente de câmera quanto como uma tela, concretizando seu potencial como meio artístico. Em experimentos marcantes a serem destacados nesse seminário, o *desktop cinema* não apenas retrata a experiência na tela, mas também reflete criticamente sobre ela. Se o gênero documentário se destina a capturar a realidade da vida, o *desktop documentary* reconhece que as telas de computador são agora um modo primário de experiência diária preenchida por dados audiovisuais. E a experiência *desktop* é individual: ao guiar o espectador a partir de uma tela, enxergamos o realizador não só a partir de sua intimidade virtual (a organização de sua área de trabalho), mas seu olhar diante de algo que todos nós nos encontramos navegando diariamente.

O objeto central deste seminário é Lého Galibert-Laîné, cineasta e pesquisador que se utiliza dessa linguagem para se debruçar sobre filmes: mostra-os, pausa-os, decupa-os. Não necessariamente numa intenção de desvendar, mas com interesse de explorar a “experiência espectral que podem ocasionar” (GALIBERT-LAINÉ, 2020, p.3). Utiliza da própria experiência com a obra de Chris Marker, para realizar seu *desktop documentary* e/ou filme ensaio *GeoMrkr*, onde investiga o videogame online GeoGuessr, bem como a filmografia do cineasta, explorando assim o passado e o presente das práticas mediadas de exploração do mundo. Em outro filme, compartilha sua experiência ao assistir *The Pain of Others* (2018) de Penny Lane através de seu computador, onde remonta o documentário em um software de edição e elabora sobre suas sensações e questionamentos diante do filme. Em *Forensickness*, analisa *Watching the Detectives* (2017), de Chris Kennedy, e mergulha em um enorme arquivo de mídia produzido após os ataques de Boston; suas divagações online oferecem uma exploração performática da história do pensamento crítico e da política da produção da verdade. Estes filmes não realizam somente uma vídeo crítica das obras que trabalham, mas um ensaio sobre sua experiência pessoal para com eles, num movimento contemporâneo de cinefilia.

Rafaela Maciel Barreto Soares

Pesquisa filme-ensaio no grupo de estudos IMADIS (coord. Andréa França) e também faz parte do grupo de pesquisa contra-arquivo (coord. Patrícia Machado). É professora de projetos sócio-educativos do NEAM PUC-Rio e Núcleo de Memória da PUC-Rio.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: rafaela@mbsoares.com

Referências

CORENTIN, L. GALIBERT-LAÎNÉ, L. GRANDJEAN, G. Contemplation, examen et affect forensique: GeoMarkr, GeoGuessr, Chris Marker. **Multitudes**, nº 89, p. 115-122, 2022.

GALIBERT-LAÎNÉ, L. What Scholarly Video Essays Feel Like. **The Cine-files**, v. 15, 2020. Disponível em:

<<http://www.thecine-files.com/what-scholarly-video-essays-feel-like/>> Acesso em: 31 de agosto de 2025.

GERVAISEAU, H. A. Estruturas e figurações do ensaio. In: TEIXEIRA, Francisco Elinaldo (org.). **O ensaio no cinema: Formação de um quarto domínio das imagens na cultura audiovisual contemporânea**, São Paulo: Hucitec Editora, 2015.

SCOTT, J. A invisibilidade da experiência. **Projeto História**, São Paulo, n. 16, p. 303-304, 1998.

WEINRICHTER LÓPEZ, A. Um conceito fugidio. Notas sobre o filme-ensaio. In: TEIXEIRA, Francisco Elinaldo (org.). **O ensaio no cinema: Formação de um quarto domínio das imagens na cultura audiovisual contemporânea**, São Paulo: Hucitec Editora, 2015.

Assistindo a dor dos outros (*Watching the pain of others*). Direção: Lého Galibert-Laîné (anteriormente Chloé Galibert-Laîné). França, 2019. Média-metragem. Disponível em: <<https://vimeo.com/298425068>> Acesso em: 31 de agosto de 2025.

Forensickness. Direção: Lého Galibert-Laîné (anteriormente Chloé Galibert-Laîné). França, 2020. Média-metragem. Disponível em: <<https://lehogalibertlaine.com/forensickness>> Acesso em: 31 de agosto de 2025.

GeoMrkr. Direção: Lého Galibert-Laîné (anteriormente Chloé Galibert-Laîné). França, 2020. Curta-metragem. Disponível em: <<https://lehogalibertlaine.com/geomarkr>> Acesso em: 31 de agosto de 2025.

Reflexões sobre a atuação no primeiro cinema¹

Rafael Romão Silva, doutorando em Educação (PROPED/UERJ)²

Resumo

O Primeiro Cinema, longe de ser primitivo, possuía um Modo de Representação Primitivo (Burch) distinto, com estética frontal e não naturalista. Sua atuação, influenciada pelo vaudeville e depois pelo teatro erudito, era experimental: gestos expansivos, coreográficos e direcionados à câmera, como visto nas irmãs Serand no filme “A Fada do Repolho” (Alice Guy Blaché, 1896). Filmes como “O assassinato do Duque de Guise” (Charles Le Bargy, André Calmettes, 1908) mostram a transição, onde a encenação teatral ainda ditava as regras. Estudar essas performances revela que a linguagem fílmica é uma construção histórica, desnaturalizando o realismo hegemônico atual e expandindo as possibilidades expressivas da atuação cinematográfica.

Palavras-chave: primeiro cinema; estudos atoriais; atuação no primeiro cinema

Uma das perspectivas que mais revolucionou os estudos da História do Cinema é o chamado Primeiro Cinema, que contribuiu para o surgimento da *New Film History* (COSTA, 2006). O reencontro com os filmes do período inicial leva a um reconhecimento das suas características estéticas para além de um primitivismo. Noel Burch (1999) descreveu seus traços como um "modo de representação primitivo": composição frontal, câmera distante, falta de linearidade e personagens pouco desenvolvidos. Em contraste com o "modo de representação institucional" de Hollywood, o modo primitivo denunciava a linguagem do cinema como um produto histórico e não natural), reflexão que pode ser estendida para o campo da atuação. Como refletir sobre tais atuações? O que elas podem colocar em diálogo sobre o impacto do Cinema nos sistemas de representação e sobre os limites da atuação contemporânea?

Ainda longe de Hollywood, o Primeiro Cinema dialoga com o Teatro de Vaudeville (COSTA, 2005), um estilo de entretenimento popular com variedade de atos. Os aparelhos de projeção foram incorporados como uma das atrações e os primeiros filmes contavam com artistas do vaudeville. Essa distância da representação dramática também se expressa na forma como a nova arte era vista pelas esferas eruditas. No mundo

^{1*} Trabalho apresentado no GT – Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Licenciado e Mestre em Cinema e Audiovisual (PPGCINE) pela Universidade Federal Fluminense, Doutorando em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação (UERJ), Rio de Janeiro/RJ, rafael.romaos@gmail.com

do Teatro de repertório, o Cinema não era bem-visto. Ao se associar ao divertimento barato, atores de grandes teatros omitiam suas participações em filmagens.

Entretanto, é no Primeiro Cinema que surgem os primeiros filmes ficcionais. Considerado o primeiro deles, “A Fada do Repolho” (1896) de Alice Guy Blaché, também pode ser considerado o momento em que se estreia a primeira atriz. E quem seria ela? Para além de não existirem créditos, com o Primeiro Cinema ficam evidentes os problemas desse discurso de “pioneiros”, há registros de que este filme foi refilmado diversas vezes, com as irmãs Germaine Serand e Yvonne Serand. Sobre a atuação das senhoras Serand, é possível perceber:

1. interação com o cenário e figurino como elementos que entram no jogo da atuação;
2. movimento corporal que remete a uma dança;
3. gestos que indicam onde se deve pousar a atenção;
4. gestos grandes e característicos de poses tradicionais;
5. a atriz nunca fica de costas para a câmera;
6. consciência da espetatorialidade, dirigindo-se diretamente à câmera.

A distância entre Cinema e Teatro variará durante toda a história. Durante o Primeiro Cinema também ocorreram aproximações. A Pathé Frères, maior produtora da época, fazia filmes a partir de peças com um discurso de elevar a qualidade dos filmes e alcançar as elites. Inicialmente as peças eram filmadas com a câmera posicionada na plateia. O Teatro se aproxima então do Cinema de forma irredutível. O Cinema que deveria se adaptar ao Teatro.

Um exemplo, “O assassinato do Duque de Guise” (1908) da Le Film D'Art, braço da Pathé, explora a profundidade de campo, o que permite ver a atuação em sua duração, sem cortes. Observações sobre as atuações:

1. o enquadramento e o cenário criam possibilidades e dificuldades; enquadrar na diagonal adiciona profundidade e permite maior movimentação;
2. a atriz Gabrielle Robinne entra e esbarra em uma cadeira, acende uma vela para indicar que o ambiente estava escuro, embora a iluminação não se altere;
3. é difícil perceber os momentos da cena a partir dos gestos dos atores;
4. a atuação ainda é focada em se voltar para a frente, como para uma plateia, com gestos expansivos.

Em conclusão, aproximar-se dos estilos de atuação encontrados no Primeiro Cinema revelam que a atuação neste período foi um campo de experimentação

fundamental, longe de qualquer noção de primitivismo, e que dialogavam com concepções históricas hoje muito apagadas das telas hegemônicas. As convenções do MRP, dialógicas com o vaudeville e depois com o teatro erudito, mostram que a linguagem cinematográfica é construída historicamente também no âmbito da atuação. Analisar essas performances nos permite questionar a naturalização dos modos realistas hegemônicos atuais e ampliar nossa compreensão sobre as possibilidades expressivas da atuação frente à câmera, reconhecendo sua história plural e não linear.

Bibliografia

BURCH, Noël. **El tragaluz del infinito**: contribución a la genealogia del lenguaje cinematográfico. Madrid: Cátedra, 1999.

CHARNEY, LEO & SCHARTZ, VANESSA R. (org.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. Tradução de Regina Thompson. 2 ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2004. 458p.

COSTA, Flávia. **O primeiro cinema**: espetáculo, narração, domesticação. Rio de Janeiro: Editora Azougue, 2005.

_____. **Primeiro Cinema**. Em: MASCARELLO, Fernando (org). História do Cinema Mundial. Campinas: Papirus, 2006.

GT

**Narrativas e
Culturas
Midiáticas**

“A “meinha de lurex” e a moda da telenovela”¹

Alexandra Santo Anastácio²

Resumo:

Este trabalho tem como base a pesquisa de doutorado que se propõe a investigar a interseção entre os campos da comunicação e da moda a partir da análise de figurinos, especialmente no contexto das telenovelas brasileiras. Compreende-se a moda como um meio de comunicação em si mesma (mídia) que ultrapassa o âmbito de vestuário e lançamentos de tendências e torna-se vetor para a análise das condições sociais que produzem a eficácia simbólica nesse processo.

Palavras- chave: moda; mídia; figurino; teledramaturgia

Entre julho de 1978 e janeiro de 1979, a novela Dancin’Days entrou para a memória da televisão como um marco do casamento entre televisão, figurino e moda. As meias coloridas de lurex combinadas com sandálias de salto alto marcaram o novo visual da ex detenta Julia Mattos (Sônia Braga). Era o “twist” da trama, a nova etapa da personagem glamorizada. O autor Gilberto Braga, surpreendido pelo impacto do figurino chegou a dizer que achava estar escrevendo um drama entre duas irmãs quando na verdade, era a história de uma moça que usava uma meinha de lurex (Memória Globo).

Por que o objeto virou moda? A partir dessa questão, busca-se analisar o figurino como vetor da moda, compreendida como um sistema de comunicação. Nesse sentido, parte-se da premissa de que a moda pode ser compreendida como uma nova forma de mídia, que participa ativamente na construção de significados sociais e atua como capital simbólico, sendo sua análise fundamental para compreender padrões de beleza e performance disseminados por meio da publicidade (on e/ou off line), do cinema, da televisão e, especificamente no Brasil, da teledramaturgia.

^{1*} Trabalho apresentado no GT 4– Narrativas e Culturas Midiáticas durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Doutoranda em Comunicação na PUC RIO, mestre em Comunicação e Cultura - ECO UFRJ, @asantoanastacio@gmail.com.

Na trama, a meia de lurex simboliza a superação na história de vida de uma mulher, de presidiária a lançadora de tendências da moda. A meia, mais do que uma peça de roupa, transforma-se em um bem mágico, simbólico, que materializa o estilo moderno e ousado de Júlia Mattos. A figurinista Marília Carneiro ao compor o visual para Sônia Braga, que encarnou a personagem de Gilberto Braga, produziu a crença no poder do criador, o que Bourdieu designou por "teoria da magia" (2006).

Essa "magia" se deu inicialmente nos filmes hollywoodianos da década de 1930, quando o cinema lançava estrelas-mercadoria (MORIN, 2007) dentro do star-system. As personagens davam forma a estilos de vida que eram almejados pelo público que lotava as salas de cinema, e sonhava em estar naquele lugar como a personagem Rose em Rosa Púrpura do Cairo (ROCHA, 1995). Ao se aproximar do real, o cinema estimulou a identificação com as estrelas das telas e o quase possível ligou definitivamente o herói ao espectador. (MORIN, 2007)

Dessa forma, o poder simbólico atua como "magia" porque faz com que os indivíduos internalizem e naturalizem modos de estar no mundo já que o efeito mágico não está nas palavras em si, mas no reconhecimento coletivo da legitimidade de quem as profere. "Na produção de bens simbólicos, as instituições aparentemente encarregadas de sua circulação fazem parte integrante do aparelho de produção que deve produzir, não só o produto, mas também a crença no valor de seu próprio produto." (BOURDIEU, 2006, p. 163)

No Brasil dos anos 1970 e 80, as novelas são consumidas como a principal matriz da cultura popular (MARTIN-BARBERO, 2009), como uma "narrativa da nação" (LOPES, 2003). Os protagonistas da Hollywood brasileira (ALENCAR, 2002), esse novo star-system produzem a crença no valor dos objetos e novos gostos se espalham rapidamente por outras mídias.

Desse modo, o estudo de caso da novela Dancin'Days(1978) permite compreender como um elemento do figurino transforma-se em boom de consumo, por traduzir aspirações de uma classe média emergente que aspirava por modernidade e ascensão social. Julia Mattos vira it girl que domina o imaginário de mulheres que gostariam de estar em seu lugar. E ela usava uma "meinha de lurex". E a moda se fez mídia.

Referências Bibliográficas

ALENCAR, Mauro. Hollywood brasileira. Rio de Janeiro: Editora SENAC Rio, 2002.

BOURDIEU, Pierre. O costureiro e sua grife. In A produção da crença. 3.ed. - Porto Alegre, RS, Zouk, 2006.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. Comunicação e Educação. São Paulo: Brasil, n.26, p-17-34, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MEMÓRIA GLOBO. Entre tramas, rendas e fuxicos. São Paulo: Globo, 2007.

MORIN, Edgar. Cultura de Massas no Século XX. Volume 1: Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

ROCHA, Everardo. A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo. Rio de Janeiro: Mauad Ed., 1995.

*Alexandra Santo Anastácio – Doutoranda em Comunicação na PUC RIO, pesquisa com foco em Comunicação e Moda. Mestre em Comunicação e Cultura na ECO/UFRJ - “Comunicação e Moda na Periferia do Rio de Janeiro: entre balas e belas.” Rio de Janeiro/RJ/ Brasil-
asantoanastacio@gmail.com*

A PEQUENA ÁFRICA NO INSTAGRAM: cidade, geolocalização e memória¹

Julio Jorge Trindade Duarte²

Resumo

Com os avanços tecnológicos e dos dispositivos midiáticos, a relação entre memória e esquecimento vem sendo transformada. Este projeto de pesquisa tem como objetivo investigar os tipos de registros feitos através do Instagram na região da Pequena África, no Rio de Janeiro, principal porto de escravos africanos no Brasil, que resistiu às inúmeras tentativas de apagamento ao longo de sua história, e tem se tornado um destino turístico, em meio a novas especulações imobiliárias no centro da cidade. Para tanto, realizamos a coleta e categorização dos tipos de publicação feitos na região postados nesta rede social, em janeiro e fevereiro de 2023, que utilizam a geolocalização “Pequena África”, analisando sua relação com a memória daquele espaço, seus personagens e eventos históricos.

Palavras-chave: cidade; memória; mídias digitais.

Durante as obras iniciadas em 2009 para o projeto que buscava a modernização da cidade para receber a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016, o Rio de Janeiro que olhava para o futuro esbarrou, literalmente, no passado que sempre tentou escamotear. Em 2011, uma equipe do Museu Nacional/UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro) que acompanhava o empreendimento do chamado “Porto Maravilha”, projeto de revitalização urbana da Região Portuária do Rio de Janeiro, encontrou, em meio às escavações, o que os/as pesquisadores/as já imaginavam que estaria sob aquela área: o Cais do Valongo, sítio arqueológico do maior porto de entrada de negros e negras escravizados/as da América Latina.³

¹ Trabalho apresentado no GT 4 – Narrativas e culturas midiáticas durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Doutorando em Comunicação (PUC-Rio)

³ Disponível em < https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/09/politica/1499625756_209845.html#>
Acesso em 02/03/2023.

Esse fato ilustra como, apesar das tentativas constantes de apagamento, a história da diáspora africana no Brasil e no Rio de Janeiro insiste em resistir. Desde então, junto às novidades estruturais e arquitetônicas levadas para a Região Portuária, como o Museu do Amanhã, o Museu de Arte do Rio, AquaRio, entre outras, a região conhecida como Pequena África⁴ também vem sendo redescoberta, com diversas iniciativas para ter sua história e relevância preservadas através de atitudes pessoais e de algumas políticas públicas, com grande contribuição dos movimentos negros.⁵

Em novembro de 2018, o Cais do Valongo recebeu o título de Patrimônio Mundial da Unesco, classificado como sítio histórico sensível, por se tratar de local que desperta memórias traumáticas e dolorosas, em razão dos mais de 1 milhão de escravizados/as africanos/as que foram trazidos à força para o Brasil.⁶ A luta pela preservação deste espaço e sua memória, no entanto, ainda são constantes.

Em junho de 2021, a Câmara de Vereadores do Rio de Janeiro aprovou o projeto *Reviver Centro*, que busca atrair novos empreendimentos para esta região da cidade. Foi incluída no projeto uma emenda, proposta pela bancada do PSOL⁷, para a criação do Distrito de Vivência e Memória Africana, na área do Porto, com o objetivo de preservar os espaços históricos e a cultura africana com apoio das artes e da economia criativa.⁸

Diante do aumento do interesse pela área e por sua história na última década, foram criados monumentos, pinturas, circuitos turísticos, eventos culturais, gastronômicos e religiosos, entre outras iniciativas, justamente com o objetivo de preservar a história e a memória da região. Além do sítio arqueológico do Cais do Valongo, outros importantes centros de preservação da diáspora africana são o Instituto de Pesquisa e Memória Pretos Novos (IPN), criado em 2005, e o Muhcab – Museu da História e da Cultura Afro-Brasileira, inaugurado em 2017.

⁴ Localizada na Zona Portuária da cidade do Rio de Janeiro, a Pequena África compreende os bairros de Santo Cristo, Gamboa e Praça Onze.

⁵ Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/web/muhcab/sobre-o-projeto-territorios-negros>. Acesso em: 05/07/2021.

⁶ Disponível em <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2018/11/23/unesco-concede-ao-cais-do-valongo-o-titulo-de-patrimonio-mundial.ghtml>. Acesso em: 27/06/2021.

⁷ A bancada do PSOL (Partido Socialismo e Liberdade) é composta por sete vereadores e tem forte representatividade dos movimentos negros.

⁸ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/camara-dos-vereadores-aprova-projeto-reviver-centro-que-busca-revitalizar-area-central-do-rio-1-2507286>. Acessado em: 26/06/2021.

Estas atividades nos locais que compõem a Pequena África são registradas nas redes sociais online por moradores, turistas e organizações. Diariamente, são produzidos novos registros no Instagram, por exemplo, da estátua de Mercedes Baptista, no Largo de São Francisco da Prainha, primeira bailarina negra a integrar o corpo de baile do Theatro Municipal do Rio de Janeiro. São também criados olhares diversos sobre o busto de Zumbi dos Palmares na Praça Onze, das rodas de samba na Pedra do Sal, percepções sobre o próprio Cais do Valongo como sítio arqueológico, além de diversas manifestações culturais e religiosas de origem africana que acontecem nesses locais.

Considerando que estas criações individuais, em fotografias e vídeos, são postadas nas redes sociais online, que possuem ferramentas de indexação, como *hashtags*⁹ e geolocalização¹⁰, podemos questionar de que forma esses fragmentos pessoais são capazes de construir uma espécie de memória coletiva da Pequena África, contribuindo para a preservação da história da diáspora africana no Rio de Janeiro e no Brasil.

A rede social escolhida como objeto de pesquisa é o Instagram por alguns fatores, tais como sua possibilidade de associar imagens à geolocalização, formando uma espécie de cartografia visual do espaço e também por sua relevância no país e no mundo. Em 2021, o Instagram passou a marca de 1.2 bilhão de usuários/as ativos/as, com 500 milhões acessando-o diariamente.¹¹ O Brasil é o terceiro no ranking mundial de usuários/as ativos/as, com cerca de 95 milhões, atrás apenas de Estados Unidos e Índia.⁹

Ao tratar de questões relativas à memória, também é possível refletir sobre dinâmicas associadas ao esquecimento. Este tensionamento se aprofunda ao se tratar de uma rede social online, em particular o Instagram, que tem como características a rapidez e a impermanência, e nos leva ao seguinte questionamento: que tipo de "memória coletiva" é configurada a partir dos registros individuais publicados nas redes sociais online, utilizando a mesma geolocalização?

⁹ Hashtag é um termo associado a tópicos que podem ser pesquisados em redes sociais, inserindo o símbolo do "jogo da velha" (#) antes da palavra, frase ou expressão.

¹⁰ A geolocalização permite localizar o espaço em que o registro foi feito e também funciona como um link para publicações na mesma região.

¹¹ Disponível em: <https://etus.com.br/blog/as-maiores-redes-sociais-em-2021/>. Acesso em: 20/07/2021.

⁹ Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 20/07/2021.

Julio Jorge Trindade Duarte

Doutorando em Comunicação (PUC-Rio), mestre em Mídias Criativas (ECO-UFRJ),

jornalista (PUC-Rio)

Rio de Janeiro, RJ

E-mail: juliojtd@gmail.com

Referências

ABREU, Regina. **Patrimônio Cultural: tensões e disputas no contexto de uma nova ordem discursiva**. In: Apostila Seminários Temáticos Arte e Cultura Popular. Primeira Edição, 2006/2007. Museu Casa do Pontal, Rio de Janeiro. p. 54-63.

AQUINO, Maria Clara. **Hipertexto 2.0, folksonomia e memória coletiva: Um estudo das tags na organização da web**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós graduação em Comunicação, [s.i], v. 9, n. 1, p.1-18, ago. 2007. Disponível em:
<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/165/166>. Acesso em 08/04/2021.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
GONÇALVES, José Reginaldo dos Santos. **Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios**. Rio de Janeiro, Coleção Museu Memória e Cidadania. Editora Garamond Ltda, 2017.

GONDAR, Jô. **Cinco proposições sobre memória social**. Revista Morpheus: estudos interdisciplinares em Memória Social, v, n, p. 19-40, 2016.

GURAN, Milton (Org.). **Roteiro da Herança Africana no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2018.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice / Revista dos Tribunais LTDA, 1990.

HUYSEN, Andreas. **Culturas do passado-presente: modernismos, artes visuais, políticas da memória**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2014.

HUYSEN, Andreas. **Seduzidos pela Memória: arquitetura, monumentos e mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

LEMO, André; PASTOR, Leonardo. **A fotografia como prática conversacional de dados. Espacialização e sociabilidade digital no uso do Instagram em praças e parques na cidade de Salvador**. In: COMUN. MÍDIA CONSUMO, SÃO PAULO, V. 15, N. 42, 2018. Disponível em:

<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/1611>.
em 12/03/2021.

Acesso

LIMA E SOUSA, Monica. Cais do Valongo. *In*: GURAN, Milton (Org.). **Roteiro da Herança Africana no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2018.

MOURA, Roberto. **Tia Ciata e a Pequena África no Rio de Janeiro**. São Paulo, Editora Todavia, 2022.

NOGUEIRA, Nilcemar. Museu do Samba: Espaço de Memórias Vivas. *In*: GURAN, Milton (Org.). **Roteiro da Herança Africana no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2018.

NORA, Pierre. **Entre memória e história: a problemática dos lugares**. Projeto História. São Paulo: PUC-SP. N° 10, p. 12. 1993.

RENDEIRO, Marcia Elisa Lopes Silva; RIBEIRO, Leila Beatriz: **O mundo musealizado - Memória e Esquecimento nas redes sociais da web**. Artefactum (Rio de Janeiro), v. 14., 2017.

SILVA JUNIOR, Paulo Melgaço da. **Mercedes Baptista: a criação da identidade negra na dança**. Brasília: Fundação Cultural Palmares, 2007.

VASSALO, Simone Pondé; CICALO, André. **“Por onde os africanos chegaram: o Cais do Valongo e a institucionalização da memória do tráfico negreiro na região portuária do Rio de Janeiro.”** Horizontes Antropológicos. Porto Alegre, ano 21, nº 43, p. 239-271, jan/jun 2015

EXPERIÊNCIA E MEMÓRIA EM DOCUMENTÁRIOS MUSICAIS BRASILEIROS¹

Amanda Cunha Weaver²

Resumo

O investimento da plataforma Globoplay em documentários serializados sobre músicos brasileiros já falecidos solidificou-se com os conteúdos originais *O Canto Livre de Nara Leão* e *Vale Tudo com Tim Maia*, lançados em 2022 sob a efeméride de que os artistas homenageados completariam 80 anos. Dirigidas por Renato Terra, as duas séries foram objetos de estudo da dissertação de mestrado de Amanda Weaver, orientada por Tatiana Siciliano. O trabalho discutiu tanto a trajetória dos biografados no contexto espaço-temporal quanto o enquadramento de histórias de vida no audiovisual. Para tal propósito, recorreu-se à análise de uma entrevista exclusiva que Renato Terra concedeu à pesquisadora. Como desdobramento do material, o objetivo deste artigo é abordar a autoria na produção de documentários a partir da ótica e da obra do diretor em questão.

Palavras-chave: documentário; biografia; séries; streaming; Renato Terra.

1. Introdução: biografando o biógrafo

Nascido em 05 de maio de 1981 no Rio de Janeiro, Renato Terra é documentarista de cinema e streaming. Formado em Publicidade pela PUC-Rio, escreveu sua monografia de final de curso sobre a era dos festivais de música brasileira. É colunista do jornal *Folha de S.Paulo*, roteirista do programa *Conversa com Bial* (TV Globo) e ministrante do curso *Novos olhares sobre os documentários*. Foi editor da revista *Piauí*, veículo para o qual dirige projetos, como a série de videoaulas *A Longa Arte de Antonio Carlos Jobim* (2024).

Ele assina a direção das séries *Noites de Festival* (com Ricardo Calil; 2020), *O Canto Livre de Nara Leão* (2022), *Vale Tudo com Tim Maia* (com Nelson Motta; 2022) e *Um Beijo do Gordo* (2024). Dirigiu os filmes *Uma Noite em 67* (com Ricardo Calil; 2010), *Fla x Flu – 40 Minutos Antes do Nada* (2013), *Eu Sou Carlos Imperial* (com Ricardo Calil; 2016), *Narciso em Férias* (com Ricardo Calil; 2020) e *O Brasil Que Não Houve – As Aventuras do Barão de Itararé no Reino de Getúlio Vargas* (com Arnaldo Branco; 2025). Também assina o roteiro do longa-metragem *Erasmus 80* (com Ricardo

^{1*} Trabalho apresentado no GT Narrativas e Culturas Midiáticas, durante o XVII POSCOM PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro; e-mail: mandyweaver@hotmail.com.

Calil e Ricardo Alexandre; 2021) e da série *O Século do Globo* (com George Moura, Ricardo Calil, Renato Onofre e Flavia Bessone; 2025).

O primeiro contato com o cineasta foi feito dia 27 de maio de 2024, via mensagem privada na rede social LinkedIn. Ele respondeu prontamente, aceitando o convite para ser entrevistado. Agendou-se a conversa, que ocorreu de forma presencial, dia 07 de junho de 2024, das 17h às 19h, em dois pequenos restaurantes no bairro de Laranjeiras, Rio de Janeiro. O diretor respondeu a todas as perguntas de maneira séria e vigilante, mantendo-se conectado ao assunto até mesmo durante a caminhada de um bistrô para o outro. Enquanto fonte empírica da pesquisa, ele se manteve tranquilo e atento ao longo do bate-papo. Sucedeu-se uma conversa direta, sob os protocolos inerentes à prática acadêmica.

Vale ressaltar que, nutrindo a indagação em torno do método de construção documental, o discurso de Renato Terra concerne à formação, à trajetória, ao estilo desenvolvido, à marca autoral, à rotina em equipe, à criatividade na representação de histórias, ao diferencial do som enquanto elemento recorrente no portfólio e às impressões acerca dos limites da não ficção. Portanto, a análise da entrevista gira em torno da obra, profissão e visão dele em meio ao panorama cultural do Brasil, desembocando na discussão de documentários biográficos de artistas, testemunhos e eventos que alteraram o curso da música nacional.

2. De publicitário a cineasta

Renato Terra ingressou na faculdade de Publicidade em 1999, com objetivo de se especializar em roteiro. À época, o cinema brasileiro estava evoluindo lentamente, em decorrência do conturbado contexto político-econômico herdado do mandato presidencial de Fernando Collor. Embora o movimento do cinema de retomada já houvesse começado, ainda parecia uma realidade distante para a maioria dos aspirantes à profissão. Já a propaganda vivia uma época de ouro, atraindo cineastas para atuar na área.

O diretor conta que queria trabalhar com humor e mirava ser roteirista de filme publicitário. Durante o período universitário, aceitou o que aparecia, como funções ligadas a marketing e internet, e enveredou pela rotina corporativa, mas sempre com o desejo de lançar um produto vinculado à música. Então, escreveu sua monografia de conclusão de curso sobre a era dos festivais e, após se formar, ficou tentando produzir um filme a partir dessa pesquisa. Aos 26 anos, durante o processo criativo de seu primeiro projeto, Terra propôs uma parceria a Ricardo Calil, crítico da *Folha de S.Paulo* e seu

chefe no portal *iBest*. Foi uma decisão acertada, já que Terra entendia mais de música – e Calil, de cinema. O dois se complementam, se parecem e não brigam.

Durante o percurso de transição de carreira, Terra – que trabalhava no marketing da empresa Oi – descobriu que, para fazer cinema, não basta uma boa ideia; é preciso empreender, bater de porta em porta, falar com muita gente, juntar pessoas, batalhar por patrocínio, vender o projeto, fazer o filme acontecer. Ele nomeia o ponto de virada em sua trajetória pessoal: João Moreira Salles, com quem, inclusive, foi trabalhar na revista *Piauí*, algum tempo depois de realizar seu primeiro projeto cinematográfico.

3. Estilo do diretor e escrita no audiovisual

Citando como referência pessoal os cineastas João Moreira Salles e Eduardo Coutinho, Renato Terra menciona a importância das pausas na digestão de uma obra, bem como a paridade entre forma e conteúdo na hora de filtrar a história. Nesse sentido, ser entrevistador de documentário difere de qualquer outro tipo de entrevista. Visando extrair emoções dos depoentes durante a produção dos filmes, o método de montagem de Terra, junto ao parceiro de trabalho Ricardo Calil, passa por ativar a sensibilidade a partir de intervenções com algum elemento-surpresa – seja um disco, uma revista, um relatório ou até uma camisa, desde que o objeto tenha valor simbólico para quem o recebe.

Além de gerar silêncios marcantes, a técnica surpreende tanto os entrevistados quanto os espectadores. Exemplo disso é quando o diretor entrega a edição específica da *Revista Manchete* que Caetano Veloso cita durante depoimento ao filme *Narciso em Férias* (2020), gesto que causa emoção imediata no cantor. Seguem-se um longo silêncio, uma breve recordação e um pedido do depoente, de olhos marejados, para pausar a conversa.

Como Caetano Veloso entrou em uma espécie de fluxo de consciência, Terra deixou-o falar à vontade para não interromper o raciocínio elíptico do cantor. A intenção do entrevistador foi criar um ambiente de relaxamento e livre associação de ideias, à medida que Veloso só concluía os assuntos abordados após digressões e derivações. E o trabalho de pesquisa de Ricardo Calil nesse filme provou-se crucial; foi ele, inclusive, quem achou a revista para ser mostrada de surpresa a Veloso.

Já *Uma Noite em 67* (2010) foi o primeiro longa-metragem de Renato Terra. Ele revela que todos os seus filmes são ligados pela ideia que João Moreira Salles lhe transmitiu de que o bom documentário não é didático, mas sim uma experiência; assim,

transporta as pessoas para outro lugar, a ponto delas saírem do cinema perguntando se chegaram de carro ou metrô. Seguindo esse pensamento, Terra aborda novamente a questão do silêncio ao dizer que, diferentemente do jornalista, o cineasta deve priorizar a cena e o envolvimento emocional – ou seja, sempre que possível, mostrar em vez de falar.

A visão do documentário como experiência também está presente em Eduardo Coutinho, afirma Terra, ao observar que esse mestre da sétima arte testa até onde o cinema pode ir quando elementos considerados fundamentais – como roteiro, atores, cenário e trilha sonora – são cortados. O filme mantém-se erguido pela força da palavra, da entrevista viva, de conversas em que cada detalhe importa.

Reproduzindo o aprendizado, Terra não leva roteiro de perguntas às entrevistas que conduz, mas sim contracena e presta atenção em cada gesto do depoente, para saber se deve respeitar ou interromper as pausas. Ele só faz uma pergunta se achar que vai contribuir com a cena. Resultado desse método é que, por vezes, o entrevistado dá uma deixa que o entrevistador sem lista de perguntas está preparado para pegar, e a conversa espontânea gera respostas valiosas, imprevistas, capazes de alterar o rumo da narrativa. Enquanto, em *Uma Noite em 67*, Calil conduziu quase todas as entrevistas, nos trabalhos posteriores – sozinho ou em dupla –, Terra adquiriu segurança para conduzir a conversa.

O segundo documentário dirigido por ele, *Fla x Flu – 40 Minutos Antes do Nada* (2013), partiu de um convite da produtora Sentimental, em razão do centenário da rivalidade entre Flamengo e Fluminense no futebol. Apesar da mudança temática, o cineasta percebeu rapidamente a “chama” comum entre esporte e música: a paixão. O argumento estava além do jogo; era sobre amor, entusiasmo, idolatria. Decidido de que não produziria um catálogo com jargão futebolístico, Terra passou bastante tempo meditando sobre como filmar a vivência dessa paixão por um clube.

Foi aí que se afirmou a autoria de seu método de montagem. Como ele é tricolor, convidou o flamenguista Luiz Antonio Ryff para ajudar a realizar as entrevistas, ambos vestidos com as camisas de seus respectivos times. Em determinados momentos das conversas com depoentes fanáticos, os diretores trocavam de lugar, passando, cada um, a entrevistar torcedores do time rival. Terra orientou Ryff a se sentar em frente às pessoas e ficar quieto, para capturar reações no calor do momento. Tal postura objetivava filmar a paixão, pois uma simples camisa adversária diante dos depoentes foi capaz de lhes arrancar choros, expressões transtornadas e – conforme Eduardo Coutinho aconselhara Renato Terra – grandes silêncios.

Outra técnica de produção diz respeito ao processo de pesquisa desse longa-metragem. A montadora de todos os filmes de Terra, Jordana Berg – que trabalhou para Eduardo Coutinho de 1999 até o falecimento dele, em 2014 –, e as produtoras Carolina Benevides e Laura Liuzzi frequentaram pontos movimentados do Rio de Janeiro, como Central do Brasil e Largo da Carioca, com uma câmera e uma placa, convidando os transeuntes a irem até elas para contar uma boa história sobre o tema Fla x Flu. Centenas de pessoas deram depoimento nesse estágio de pré-produção. Paralelamente ao material coletado nas ruas e às indicações de torcedores de carteirinha por parte das diretorias do Flamengo e do Fluminense, a produção peneirou durante meses até chegar ao time final de depoentes.

Critério decisivo foi a escolha de histórias que transmitissem paixão para a câmera. Segundo Terra, convencer o espectador de documentários de esporte é um desafio, e ele ainda dobrou a aposta, ao visar também o público de quem não tem ligação com futebol: “Por isso, apostei em um documentário sobre paixão. Há, por exemplo, a história de um cara que faltou ao próprio casamento. Não importa se você gosta de futebol; é uma história”³.

Na série de seis videoaulas musicais *A Longa Arte de Antonio Carlos Jobim* (2024), produzida para o canal do YouTube e o site da revista *Piauí* por ocasião dos 30 anos de morte do biografado, o olhar de Renato Terra persegue os segredos de Tom Jobim, misturando canção, conversação e aprendizado em um clima intimista, direcionado aos detalhes que uma audiência aficionada por música exige. A produção orbita o mundo do documentário musical, à medida que inclui informação e testemunho, mas se diferencia dele ao se apresentar como aula de composição, em que letra, melodia e harmonia viajam nos recursos de voz e violão. Nada como um abraço entre gêneros audiovisuais distintos para coroar a obra de um maestro fora da curva.

Já no longa-metragem *Eu Sou Carlos Imperial* (2016), a perspicácia cinematográfica de Terra (junto a Ricardo Calil) pega o espectador desprevenido ao captar o clima aparentemente racional e descontraído de Marco Gracie Imperial, um dos filhos do biografado, entoando uma canção de sua autoria durante a filmagem. O testemunho revela que se trata de uma composição mostrada ao pai antes dele morrer. Quando a interpretação termina e dá lugar à rememoração por parte do entrevistado, que

³ Renato Terra, em entrevista presencial concedida a Amanda Weaver, dia 07 de junho de 2024, no bairro de Laranjeiras, Rio de Janeiro.

se emociona, a atmosfera se transforma, revertendo a carga leve da música em uma saudade doída. Sorrisos e lágrimas se misturam na face do depoente, conforme a sonoridade da voz dele constrói imagens, sem que a tela precise ser coberta por arquivos.

4. Desenho da narrativa por meio do som

Enxergando o documentário como gênero que permite a criatividade cênica, Renato Terra reforça que a paixão por música sempre o guiou no processo de trabalho. Ele revela ter uma relação quase religiosa com isso: desde criança, quando coloca uma canção para rodar, sente o tempo passar de forma diferente, como se houvesse perfume no ar e a magia o conectasse a um estado de espírito mais lúdico, poético e otimista. O cineasta ressalta que o Brasil abriga uma vastidão de compositores, cantores e músicos geniais, cujo brilhantismo comporta um conceito de país – arriscando dizer que talvez a ideia mais bem realizada da nossa nação esteja presente na música.

Ele conta que, em *Uma Noite em 67*, aprendeu a construir significado para as músicas, exibindo-as praticamente sem cortes, junto a imagens de bastidor. A pausa, o silêncio e o respiro foram explorados, dando tempo para o espectador desfrutar da atmosfera e observar comportamentos, como cortes de cabelo e pessoas fumando. Terra define o estilo de acreditar que tudo é cena como uma valorização da espetatorialidade, pois tanto a imagem quanto as pausas conduzem o olhar de quem assiste.

Assim, já em sua estreia nas telonas, ele compreendeu que cada música inserida deveria estar impregnada de significado. Terra ressalta que, em *Uma Noite em 67*, o contexto por trás de Caetano Veloso interpretar sua composição *Alegria, Alegria* com os argentinos cabeludos da banda Beach Boys era o valor dos festivais, que revelaram uma geração emblemática da música brasileira. O clima estava tenso naquele ano; por exemplo, o cantor Sérgio Ricardo quebrou o violão e o jogou na plateia, após ser vaiado.

Ao citar o embate entre Jovem Guarda – que incorporava guitarras à música nacional – e MPB – que se engajava por um som genuinamente brasileiro, a ponto de fazer uma passeata contra a guitarra elétrica –, o diretor pontua que Veloso mudou o curso da música no país ao defender *Alegria, Alegria*. Sendo assim, *Uma Noite em 67* explora o significado sonoro, político e comportamental dessa icônica apresentação.

Terra pontua que Caetano Veloso e Gilberto Gil lideraram uma mudança de comportamento na sociedade, à medida que suas apresentações no festival de 1967 traduziram diversos anseios do jovem brasileiro da década de 1960, tais como: ganhar

visibilidade, imprimir opiniões, vestir-se com autonomia, namorar por escolha, experimentar novidades, misturar a guitarra com outros instrumentos e exercer a liberdade em todos os aspectos.

O diretor comenta que, do mesmo modo que artistas como Veloso, Gil, Maria Bethânia e Chico Buarque formaram um pouco de sua visão de mundo, aguçando sua sensibilidade social, muitos espectadores compartilham da mesma experiência, que inclui estudar as letras das composições, encantar-se com a poesia das canções e refletir sobre as temáticas.

Na ótica de Terra, a espetatorialidade é atravessada pela música e a transcende. Esse movimento inconsciente e sinestésico é ilustrado por Chion (2011, p. 91): “De fato, a maioria das nossas experiências sensoriais são, assim, bolas de sensações aglomeradas. (...) É que o som deve aqui contar um fluxo de sensações compósitas e não apenas a realidade sonora propriamente dita do acontecimento”.

Visto isso, Terra busca repetir a fórmula em todos os seus documentários musicais, por enxergar na sonoridade um potencial quase religioso – mentalidade que coaduna com os argumentos de Chion (2011, p. 90): “Os sons atraem, por um magnetismo ligado a toda a indefinição e a todo o desconhecido que os rodeia, efeitos pelos quais, na verdade, não são especialmente responsáveis”. Ou seja, quando histórias são embaladas pelos ventos da música, a autoria bebe da fonte da audiência e vice-versa.

5. Criatividade na montagem de histórias

Questionado sobre possíveis limites de formato no traço autoral como documentarista, Renato Terra revela acreditar no movimento contrário: quanto mais se mexe no contorno, maiores as possibilidades do documentário se expandir, o que configura uma contribuição positiva para o desenvolvimento do gênero. Por exemplo, seu mais recente trabalho, que é sobre o Barão de Itararé⁴, mistura a linguagem formal da cinematografia com recursos informais – como memes e códigos de redes sociais –, além de explorar uma narração metalinguística que questiona o próprio produto.

Não obstante, ele acredita que o documentário é o estilo fílmico mais criativo que existe, o que proporciona inúmeras possibilidades de substância e formato – incluindo configurações como quadrinho, desenho animado, encenação, narração, ausência de

⁴ Lançado em agosto de 2025 na Festa Literária Internacional de Paraty (Flip), o documentário *As Aventuras do Barão de Itararé no Reino de Getúlio Vargas* estava em processo de produção na ocasião da entrevista.

narração, etc. No ponto de vista de Terra, a prática documental consiste em um laboratório em que se testam todos os elementos do cinema e até se apresentam elementos novos. Assim, ele defende que o único limite a se respeitar nesse ofício é o ético.

Acerca da linha tênue entre fato e imaginação, o diretor cita a ética e o compromisso com os depoentes. Como o documentário é veiculado na mídia, os entrevistados sofrem impacto real na vida deles a partir do marco da transmissão. Já no filme de ficção, um ator pode interpretar um assassino e falar barbaridades sem prejudicar sua reputação, pois todo mundo sabe que se trata de um personagem. Em contrapartida, tal nível de cautela não compromete a liberdade. Para Terra, o documentário configura um território no qual é permitido fabular, misturar histórias reais com contos ficcionais, desde que se mantenha o compromisso de resguardar os participantes que expõem sua pessoa física por meio da obra.

A parceria com Jordana Berg fez Terra enxergar que, quando o assunto é criatividade, a figura do bom montador é imperativa. Um dos diferenciais desse profissional durante o processo é justamente não participar das filmagens. Essa neutralidade permite o desapego de encontrar, ao lado do diretor, o que tem força na ilha de edição. Ao ver o material pela primeira vez, sem roteiro pronto, o montador é capaz de selecionar e potencializar as imagens. E, para Terra, o gênero documental não tem uma forma dada; em vez de apenas preencher a película com entrevistas e material de arquivo, os realizadores precisam pensar no curso da montagem ao longo da produção.

Por isso, segundo lhe esclarece Jordana Berg, o montador não pode ir à filmagem. Às vezes, um diretor pega uma canoa na Amazônia para entrevistar uma tribo local, percorre lugares onde ninguém nunca esteve, gasta muitas horas de viagem, perde bastante tempo no caminho, posiciona a câmera... Mas, no momento da filmagem, o material não tem força. Como o diretor teve trabalho imenso em tal jornada, deseja aproveitar o que foi produzido. É aí que entra o papel do montador de dizer se as imagens que chegam à ilha de edição funcionam ou não na tela, em uma postura de desapego integral ao processo.

Terra revela que, em seu trabalho, a forma varia de acordo com o que ele quer comunicar. Citando alguns exemplos, explica que, em *Narciso em Férias*, realizou uma única e contínua entrevista com Caetano Veloso, sem nenhum material de arquivo, no intuito de exprimir a experiência de agonia (e até tédio) que o biografado vivenciou quando esteve na prisão, durante a ditadura militar. Já em *Vale Tudo com Tim Maia*, não

produziu nenhuma entrevista, mas sim utilizou arquivos de Tim dando depoimento, por se tratar da experiência do próprio artista falando, brincado e se autobiografando. E, em *O Canto Livre de Nara Leão*, entrevistou pessoas que tinham a delicadeza e elegância de Nara, trazendo essa aura para a série.

7. Construindo Nara Leão e Tim Maia no acervo Globoplay

Consideramos o trabalho de Renato Terra nas séries documentais *O Canto Livre de Nara Leão* e *Vale Tudo com Tim Maia* uma escrita de biografias audiovisuais em série. Assim, inquirir-se de que maneira a memória desses dois ícones da música popular brasileira é retratada por meio de biografias seriais, musicais e documentais produzidas pelo braço digital do Grupo Globo. Observa-se que todas as produções assinadas por Terra abrigam-se em um guarda-chuva que expressa a personalidade dele enquanto contador de histórias que adquirem vida própria.

E, justamente por serem guiadas por um diretor ligado à música, as séries *O Canto Livre de Nara Leão* e *Vale Tudo com Tim Maia* apresentam uma trilha sonora que assume protagonismo em diversos momentos. Equilibram-se a essa característica: uma montagem estratégica; o estilo do diretor de privilegiar a experiência cênica em detrimento da rigidez informacional; a construção de atmosferas temáticas de acordo com a trajetória de cada personagem; e uma partitura imagética que realça a autonomia do arquivo, embaçando temporalidades. Assim, a memória de Nara Leão e Tim Maia dialoga com o trajeto espaço-temporal percorrido por eles no Brasil entre as décadas de 1950 e 1990.

Mudanças substanciais no curso da cultura brasileira – incluindo novos estilos musicais e comportamentos sociais – passaram por Nara Leão e Tim Maia, que viveram no Rio de Janeiro na mesma época. Embora a “musa” tenha trafegado por diferentes gêneros, como bossa nova, arte de protesto, samba de morro e lirismo, sua principal marca era a personalidade, o que a caracterizou como pioneira na autoafirmação como mulher livre (em termos de opiniões e atitudes) em um meio artístico que ainda refletia uma arena pública predominantemente masculina.

Já Tim Maia entrou para a indústria do som como outsider ao estourar o soul brasileiro, produzindo composições e batidas autênticas, à margem de movimentos como Jovem Guarda, Festivais e Tropicália – que foram abraçados por Nara Leão, intérprete que transitava por diferentes cenas com naturalidade e consagrava os compositores que

gravava. Ambos revolucionaram a forma de se pensar música no Brasil: Nara, desafiando o sistema por dentro, e Tim, por fora.

Enquanto a série sobre Nara Leão mescla acervos a depoimentos feitos exclusivamente para a produção, a biografia de Tim Maia é inteiramente costurada por arquivos. Os dois documentários contam com materiais inéditos e auxílio de familiares dos homenageados – seja à frente das câmeras ou nos bastidores –, mas o primeiro enquadra a cantora sob a ótica de múltiplos depoentes, ao passo que o segundo é narrado pelo próprio biografado. Em termos de som e montagem, *O Canto Livre de Nara Leão* exprime a delicadeza da artista retratada, instituindo atmosferas específicas para cada episódio e expressando uma sonoridade discreta, em razão do timbre doce e do temperamento suave da “musa”. A grande variação de ritmo e som é percebida a partir da transição entre as fases de bossa nova e protesto.

Já *Vale Tudo com Tim Maia* aposta no suíngue da polêmica figura do “síndico”, apresentando-se como uma série mais ágil, ritmada, musical e engraçada. Mesmo nos trechos melancólicos, a sonorização se mantém encorpada a fim de traduzir a voz potente do músico, sua conduta desviante e os arranjos vigorosos que ele tanto valorizava. Em suma, tais obras projetam o espírito de uma época como opostos complementares, redesenhando a memória de dois artistas consagrados em cujos registros vocais a música brasileira continua se reinventando até os dias de hoje.

8. Considerações finais

O presente artigo se propõe a descrever brevemente um biógrafo musical com base em sua visão, experiência e trajetória pública. Tal movimento levanta a questão da autoria em meio a um trabalho coletivo, aponta caminhos com relação à montagem de histórias de vida em suporte audiovisual e gera questionamentos quanto aos limites do método documental. O primeiro ponto a se sublinhar diz respeito à questão do campo: assim como os artistas biografados, Renato Terra se afirmou na profissão não somente pelo talento, mas também pelo encaixe em um cenário pré-existente. A curva ascendente do cinema de retomada e dos documentários musicais no Brasil confluiu com a aposta do diretor João Moreira Salles, já estabelecido no meio cultural, no projeto inicial de Terra, que buscava migrar da publicidade para os filmes. Além do mencionado “padrinho”, outra referência que inspirou a carreira de Terra foi o cineasta Eduardo Coutinho, o que marca a influência de nomes consagrados em seu percurso autoral.

Outro aspecto relevante concerne aos elementos que o entrevistado elenca na edificação documental. O tema escolhido tem de representar uma paixão filmada – no caso dele, a música. E, em vez do didatismo, a obra deve funcionar como experiência pautada na cena viva; por isso, ao dialogar com os depoentes, ele utiliza métodos-surpresas que convidam ao improviso de uma conversa espontânea, imprimindo autenticidade às declarações (ou confissões). Quanto a supostas fronteiras narrativas, Terra opina que o documentário é o tipo de filme mais criativo que existe e que, portanto, a única barreira no caminho de uma produção do gênero é a ética. Ele enfatiza a importância da figura do montador – que detecta os trechos que ganham mais força quando projetados na tela – e defende o crédito à astúcia da espetatorialidade – cuja leitura da obra retroalimenta a escrita audiovisual. Ou seja, o roteiro de um filme ou de uma série continua em aberto após se tornar público.

Apesar de reconhecer a autoridade de sua marca autoral no processo criativo, o diretor reforça o contrapeso da equipe de pesquisa na aquisição de acervos, testemunhos e insights diferenciados. Além disso, ele pontua que o formato varia de acordo com o conteúdo que se decide privilegiar ao longo da montagem. Já em relação à sonoridade enquanto linguagem, o entrevistado ressalta o poder da pausa como técnica de comunicação e o caráter místico da música, que atinge repertórios por vezes adormecidos na audiência, transportando-a para uma dimensão além da realidade crua. Logo, ao mesmo tempo em que som e silêncio atuam na construção de sentidos a partir de referências culturais pré-estabelecidas, ambos evocam emoções com um imediatismo dificilmente encontrado em outros recursos fílmicos. Tangenciando essa constatação, deduz-se que um diretor de documentário, do subgênero musical ou não, deve explorar a cadência da fala, da palavra e dos sons inerentes à existência humana enquanto discursos.

Amanda Cunha Weaver

Mestra em comunicação, jornalista e artista, escreveu a dissertação "A dona da história e o desviante: Nara Leão e Tim Maia nas séries documentais, biográficas e originais da plataforma Globoplay", sob orientação da Prof^a. Tatiana Siciliano.

Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

E-mail: mandyweaver@hotmail.com.

9. Referências

- ALVES, Bernardo Marquez. Trilha sonora: o cinema e seus sons. São Paulo: **Novos Olhares**, v. 1, n. 2, p. 90-95, 2012.
- BECKER, Howard S. **Outsiders**: estudos de sociologia do desvio. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- BELLEBONI, Luciene. Algumas relações entre as imagens e os sons no audiovisual contemporâneo: o crepúsculo de uma era. Porto Alegre: **Núcleo de Pesquisa Mídia Sonora da Intercom**, set. 2004.
- BENJAMIN, Walter. Sobre o conceito da História. In: ____ **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, p. 222-232, 1987.
- BOURDIEU, Pierre. A ilusão biográfica. In: AMADO, Janaína; FERREIRA, Marieta de Moraes. **Usos e abusos da história oral** (8ª edição). Rio de Janeiro: Editora FGV, p. 183-191, 2006.
- _____. **As regras da arte**: gênese e estrutura do campo literário. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- CARRASCO, Ney. Trilhas: o som e a música no cinema. Campinas: **ComCiência**, n. 116, 2010.
- CARVALHO, Márcia. A história da MPB em documentários musicais: canção, biografia e Bossa Nova. Buenos Aires: **Imagofagia**, n. 13, 2016.
- CHION, Michel. **A audiovisual**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2011.
- COELHO, Sandra Straccialano. Música e biografia no documentário brasileiro: uma análise semiopragmática de “A música segundo Tom Jobim”. Porto Alegre: **Sessões do Imaginário**, v. 22, n. 38, p. 190-198, 2017.
- COSTA, Fernando Moraes da. Mil e uma noites, Arábia. Vozes de narradores, sons ambientes, silêncios, crise, trabalhismo. Rio de Janeiro: **C-Legenda**, v. 1, n. 38-39, p. 160-175, 2020.
- _____; CARREIRO, Rodrigo; MIRANDA, Suzana Reck. Uma entrevista com Claudia Gorbman. São Paulo: **Rebeca**, vol. 5, n. 1, p. 386-401, jan./jun. 2016.
- ELIAS, Norbert. **Mozart**: sociologia de um gênio. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1995.
- FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. Encenação da realidade: fim ou apogeu da ficção? São Paulo: **MATRIZES**, v. 3, n. 1, p. 131-143, ago./dez. 2009.
- FRANÇA, Andréa. A reencenação no cinema documentário. São Paulo: **Matrizes**, 2010.
- GEROLAMO, Ismael de Oliveira. **Nara Leão**: canção popular, performance e crítica nos anos 60. Campinas: Tese (Doutorado) – Instituto de Artes da Unicamp, 2018.

GIL, Inês. O som do silêncio no cinema e na fotografia. Lisboa: **Babilônia**, número especial, p. 177-185, 2011.

HIDALGO, João Eduardo. Linguagem audiovisual: documentário, registro factual ou realidade ficcionalizada? In: NETO, Joachin Melo Azevedo; ALMEIDA, Flávio Aparecido de (Org.). **Língua, Literatura e Cultura**: sob a Perspectiva do Discurso (1ª edição). Guarujá: Editora Científica Digital, v. 1, p. 71-92, 2023.

KAPP, Mariana Sbaraini. **Ah, se o mundo inteiro me pudesse ouvir**: a construção do personagem Tim Maia e a indústria cultural no Brasil. Porto Alegre: Dissertação (Mestrado) – Instituto de Letras da UFRGS, 2021.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. A televisão, hoje: TransTV – a televisão como ecossistema digital-narrativo. Niterói: **Grupo de Trabalho Estudos de Televisão**, 33º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal Fluminense (UFF), 23 a 26 de julho de 2024.

MARTINEZ, José Luiz. Ópera contemporânea e seus arredores: intersemiose e multimídia. In: SEKEFF, Maria de Lourdes; ZAMPRONHA, Edson F (Org.). **Arte e Cultura VI**: Estudos Interdisciplinares. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2006.

MELO, Cristina Teixeira Vieira de. O documentário como gênero audiovisual. Goiânia: **Comunicação & Informação**, v. 5, n. 1/2, p. 25-40, jan./dez. 2002.

MORATELLI, Valmir. **O que as novelas exibem enquanto o mundo se transforma**: análise temática das produções da TV Globo no período 1998-2018. Rio de Janeiro: Dissertação (Mestrado) – Departamento de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2018.

NETO, Valdemir Soares dos Santos. A hipertelevisão no cenário mediático brasileiro: uma análise das estratégias adotadas pela plataforma de streaming Globoplay. Braga: **Comunicação e Sociedade**, v. 45, 2024.

_____; LESSA, Leonardo Alexsander; JÚNIOR, Mario Abel Bressan. Pensar a memória e a função do arquivo televisivo na era do streaming: um olhar para a plataforma Globoplay. Rio de Janeiro: **Estudos Históricos**, v. 36, n. 78, p. 182-200, jan./abr. 2023.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas: Papirus Editora, 2010.

OPOLSKI, Débora. A comunicação no cinema dos sentidos: abordando a imersão sob a perspectiva do som. Curitiba: **Ação Midiática** – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura, n. 9, p. 1-13, 2015.

_____; CARREIRO, Rodrigo. O espectro do som como ferramenta de análise fílmica. Belo Horizonte: **PÓS** – Revista do Programa de Pós-graduação em Artes da EBA/UFMG, v. 12, n. 24, p. 388-414, jan./abr. 2022.

PRIORE, Mary Del. Biografia: quando o indivíduo encontra a história. Rio de Janeiro: **Topoi**, v. 10, n. 19, p. 7-16, jul./dez. 2009.

RAMOS, Eutália; BORGES, Gabriela. Construindo um modelo de streaming no Brasil? Uma breve análise do Globoplay. São Luís: **Cambiassu**, v. 16, n. 28, jul./dez. 2021.

RAMOS, Fernão Pessoa. O que é documentário? In: ____; CATANI, Afrânio (Org.). **Estudos de Cinema SOCINE 2000**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2001.

RIDENTI, Marcelo. **Em busca do povo brasileiro**. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

SANTANA, Geórgia Cynara Coelho de Souza; NOGUEIRA, Lisandro Magalhães. Cansaço e não pertença: a importância da canção na trilha sonora do filme “Terra Estrangeira”, de Walter Salles. Caracas: **Investigación Universitaria Multidisciplinaria**, v. 10, n. 10, p. 71-79, dez. 2011.

SARAIVA, Daniel Lopes. “Eu e a música”: a emancipação feminina nas trajetórias de Wanda Sá e Nara Leão. Florianópolis: **Anais do XXVIII Simpósio Nacional de História**, 2015.

SCHMIDT, Benito Bisso. Construindo biografias... Historiadores e jornalistas: aproximações e afastamentos. In: OLIVEIRA, Lúcia Lippi; FERREIRA, Marieta de Moraes; GRZYNSZPAN, Mario (Org.). **Estudos históricos: indivíduo, biografia, história**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, v. 10, n. 19, 1997.

SERELLE, Marcio. O mundo (quase) entre parêntesis: a dramatização do fato em narrativas seriadas. Niterói: **Grupo de Trabalho Cultura das Mídias**, 33º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal Fluminense (UFF), 23 a 26 de julho de 2024.

SILVA, Marcela de Oliveira Santos; OLIVEIRA, Maria da Glória de; GUIMARÃES, Thais França. Biografia, um campo de possibilidades. Paraná: **Revista Diálogos Mediterrânicos**, n. 20, p. 143-159, 2021.

TEODORO, Bruna G. Malta Victal; DAVINO, Glaucia E. Tempos de streaming: implicações na produção audiovisual no Brasil. Aveiro: **Avanca Cinema**, p. 794-802, 2020.

VELHO, Gilberto. **Desvio e divergência: uma crítica da patologia social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

VIEIRA, Amanda Veronesi; MURTA, Cíntia Maria Gomes. Globoplay: a plataforma da Rede Globo. São Carlos: **GEMInIS**, UFSCar, v. 8, n. 2, p. 31-47, mai./ago. 2017.

DE OS TESTAMENTOS A SOUTH PARK NA BUSCA POR MENOS BÍBLIA E MAIS SÁTIRA¹

Liciane Guimarães Corrêa²

Resumo

Benjamin propõe que a resposta à estetização da política seja a politização da arte, e, diante da manipulação do discurso religioso por Trump nos Estados Unidos, vemos algumas respostas na indústria cultural. A proposta da comunicação é comparar o romance *Os testamentos*, da autora canadense Margaret Atwood, que começou a ser escrito em 2016 e foi publicado em 2019, e o primeiro episódio da 27ª temporada de *South Park*, animação criada por Trey Parker e Matt Stone, que foi ar ao em 2025. Podemos dizer que ambos atendem à proposta de Benjamin, mas em medidas diferentes: se a sátira de Atwood é comedida e até ambígua, Parker e Stone respondem com acidez a Trump e suas medidas.

Palavras-chave: *Os testamentos*; *South Park*; sátira; dessecularização; Trump.

Numa alusão à frase de Margaret Atwood que estampou o *El País* em 2021 — “as *utopias* voltarão porque *precisamos* imaginar como salvar o mundo” (Fernández, 2021) —, proponho que as narrativas críticas sobre religião voltarão porque *precisamos* imaginar como salvar o mundo da dessecularização. Seu romance *Os testamentos* (2019) é uma sátira sobre o início da derrocada de Gilead, um governo teocrático nos Estados Unidos do futuro, cuja escrita começou em 2016, momento em que a autora refletia sobre a corrida presidencial de Trump como forte candidato (Atwood, 2022).

Os testamentos retrata Gilead quinze anos depois do fim da história de *O conto da aia* (1985), e nele as três narradoras, tia Lydia, Agnes e Nicole, unem-se para pôr fim à teocracia instaurada pelos Filhos de Jacó. O romance bebe de um momento em que as minorias estão menos dispostas a se calar diante da opressão, a exemplo de ondas revolucionárias como a Primavera Árabe, e na cena feminista explode o número de mulheres trazendo à tona temas como sexo, relacionamentos abusivos e misoginia. Isso se reflete na construção das três narradoras, que atendem ao *fan service* sedento por protagonistas proativas, acompanhando o que aconteceu na série *The Handmaid's Tale*.

^{1*} Trabalho apresentado no GT 4 – Narrativas e Culturas Midiáticas durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação PUC-Rio; mestre em Estudos de Literatura pela Uerj, Rio de Janeiro, RJ, licianegcorrea@gmail.com.

Saindo de 2019 para 2025, Trump começa seu segundo mandato presidencial com um tsunami de ações que tentam varrer dos Estados Unidos quem não se encaixa em seu ideal de cidadão: conservador, branco, heteronormativo. Seu governo tem provocado não só receios de uma guinada autocrática quanto também reações de crítica ácida e direta. Um dos exemplos é a nova temporada de *South Park*, animação de Trey Parker e Matt Stone, que é retomada com o episódio “Sermon on the ’Mount”, uma alusão clara à *Bíblia* e ao sermão *A Model of Christian Charity* (Winthrop in Baym *et al.*, 2012), um texto seminal da formação da nação estadunidense.

Feito por John Winthrop a bordo do *Arbella* na vinda à colônia, o sermão tornou-se referência na época, com reprodução de trechos d’*A Bíblia* como estratégia para explicar e fundamentar suas ideias: os ricos exerceriam caridade e misericórdia ajudando os pobres; os pobres exercitariam paciência e obediência servindo aos ricos. A religião tornava-se um modelo político de funcionamento da sociedade. Uma das imagens mais fortes construídas sobre os Estados Unidos vem do sermão: a cidade na colina, referência às Escrituras e uma visão da colônia em Boston como exemplo para o mundo. John F. Kennedy e Ronald Reagan usariam a expressão com frequência em seus discursos.

O episódio inicial da 27ª temporada de *South Park* é movido pela presença de Jesus na escola local e tem como enredo o Diretor apresentando a *Bíblia* como salvação para que o ambiente escolar não seja corrompido pelos tempos atuais; Eric Cartman deprimido porque as pessoas agora podem voltar a ser politicamente incorretas e perde a exclusividade de proferir ofensas contra gays e judeus, e o pai de Stan Marsh mobiliza a comunidade contra a presença de Jesus na escola, o que leva Trump processar a cidade.

Ao contrário de *Os testamentos*, em que a colaboração de tia Lydia na manutenção da opressão em Gilead é ambígua (Corrêa, 2023), em *South Park* Jesus alerta aos moradores, durante o sermão que dá nome ao episódio, que está ali como refém de um acordo extrajudicial entre Trump e a Paramount — uma alusão direta ao fim do contrato da emissora com o apresentador Stephen Colbert, por falar ao vivo que a Paramount havia subornado Trump para permitir uma fusão bilionária com a Skydance. O Jesus de *South Park* não fala de vida após a morte nem de virtude moral, religiosa ou política; aqui, em vez de providência divina, vemos prudência jurídica. A arte escancara que a dessecularização é apenas um verniz retórico para assegurar o poder, e não um crescimento espontâneo coletivo de se professar a religião apenas pela

fé cristã; tanto romance quanto série fazem politização da arte como melhor resposta à estetização da política, como Walter Benjamin (1994) reivindica.

Liciane Guimarães Corrêa

Professora substituta na Escola de Comunicação/UFRJ e professora na pós-graduação de Tradução da PUC-Rio. Doutoranda em Comunicação na PUC-Rio, mestre em Estudos de Literatura pela Uerj. Editora de livros, selecionada Buchmesse's Frankfurt Fellowship Programme (2015), associada Intercom GP Produção Editorial.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: licianegcorrea@gmail.com

Referências

- A BÍBLIA. Deuteronomio. Português. In: *A Bíblia sagrada: antigo e novo testamento*. Trad. João Ferreira de Almeida. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 1993. p. 165-201.
- A BÍBLIA. Levítico. Português. In: *A Bíblia sagrada: antigo e novo testamento*. Trad. João Ferreira de Almeida. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 1993. p. 93-122.
- ARENDT, Hannah. *Entre o passado e o futuro*. 7ª ed. Trad. Mauro W. Barbosa. São Paulo: Perspectiva, 2011.
- ARMSTRONG, Karen. *Em nome de Deus: o fundamentalismo no judaísmo, no cristianismo e no islamismo*. Trad. Hildergard Feist. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- ATWOOD, Margaret. *Burning questions*. London: Chatto & Windus, 2022.
- ATWOOD, Margaret. *The handmaid's tale*. London: Vintage Books, 2017 [1985].
- ATWOOD, Margaret. *The testaments*. New York: Nan A. Talese; Doubleday, 2019.
- BAYM, Nina et al. (ed.). *The Norton anthology of American literature: from beginnings to 1865*. New York: W. W. Norton & Company, 2012.
- BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas*. Vol. 1 — Magia e técnica, arte e política. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BENJAMIN, Walter. *Sobre o conceito de história*. Trad. de Adalberto Müller e Marcio Seligmann-Silva. São Paulo: Alameda, 2020.
- BERGER, Peter. A dessecularização do mundo: uma visão global. *Revista Religião e sociedade*, Rio de Janeiro, n. 1, p. 9-24, 2000.
- BOOTH, Wayne C. *The rhetoric of fiction*. 2. ed. Chicago/London: The University of Chicago Press, 1983.
- CANDIDO, Antonio. O direito à literatura. In: CANDIDO, Antonio. *Vários escritos*. 6. ed. Rio de Janeiro: Ouro sobre Azul, 2017 [1989]. p. 171-194.
- CORRÊA, Liciane Guimarães. *A distopia teocrática por diferentes ângulos: o impacto da escolha das narradoras na representação de Gilead*. 2023. 145 f. Dissertação

(Mestrado em Letras) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

EDWARDS, Jonathan. Sinners in the hands of an angry God. In: LEMAY, Leo (ed.). *An early American reader*. Washington. D.C.: United States Information Agency, 1988. p. 313-323.

EPISÓDIOS completos. *South Park*, [S. l.], [s.d.]. Disponível em: <https://www.southparkstudios.com.br/>. Acesso em: 20 ago. 2024.

EVARISTO, Bernardine. *Girl, woman, other*. London: Hamish Hamilton, 2019.

FERNÁNDEZ, Laura. Margaret Atwood: “As utopias voltarão porque precisamos imaginar como salvar o mundo”. *El País*. 29 maio 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/cultura/2021-05-29/margaret-atwood-as-utopias-voltarao-porqu-e-precisamos-imaginar-como-salvar-o-mundo.html>. Acesso em: 12 ago. 2025.

LE GOFF, Jacques. *História e memória*. Trad. Irene Ferreira, Bernardo Leitão, Suzana Ferreira. Campinas: Unicamp, 2005.

LÖWY, Michael. *Walter Benjamin*: aviso de incêndio. Trad. Wanda Nogueira Caldeira Brant, Jeanne Marie Gagnebin, Marcos Lutz Müller. São Paulo: Boitempo, 2005. Edição digital.

O ATAQUE ao Capitólio [Filme]. Direção: Jules Clément Naudet e Thomas Gédéon Naudet. Produção: HBO Max, 2023. Cor. 97min.

ORWELL, George. *A revolução dos bichos*. Trad. Adalgisa Campos da Silva. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2020.

PAZ, Octavio. *O arco e a lira*. Trad. Olga Savary. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1982.

THE SPIRIT of Christmas. Direção: Trey Parker e Matt Stone. 1992. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Tkmxks20MPk>. Acesso em 12 ago. 2025.

THE SPIRIT of Christmas. Direção: Trey Parker e Matt Stone. Produção: Krankin/Blass. 1995. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=olMsAy8HTUo>. Acesso em 12 ago. 2025.

VIANA, Natalia. Apresentação: O WikiLeaks e as batalhas digitais de Julian Assange. In: ASSANGE, Julian. *Cypherpunks*: liberdade e o futuro da internet. Trad. Cristina Yamagami. São Paulo: Boitempo, 2013.

NARRATIVAS DIGITAIS E A CONSTRUÇÃO DE IMAGINÁRIOS NA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL EDUCACIONAL¹

Gilvane Aparecida de Carvalho²

Resumo

Este trabalho investiga como narrativas digitais em múltiplas plataformas moldam imaginários na comunicação institucional educacional. Partindo da transformação digital e seus desafios para instituições de ensino, a pesquisa analisa como estratégias comunicacionais impactam a percepção pública e as (re)apropriações subjetivas do público. Focando em plataformas como *Instagram*, *TikTok* e *YouTube*, o estudo busca identificar a articulação entre dimensões informativas e estéticas para engajamento. Utilizando metodologia mista (análise de conteúdo e métricas digitais), pretende-se propor um modelo flexível de comunicação digital, resultado da análise das dinâmicas observadas. O objetivo é fortalecer a presença online das instituições e ampliar imaginários positivos, contribuindo para debates sobre cultura participativa, convergência midiática e processos comunicacionais no campo educacional.

Palavras-chave: Narrativas Digitais; Comunicação Educacional; Mídias Multiplataforma; Imaginário Social; Cultura Participativa.

Introdução

A proliferação das mídias digitais e a mudança nos hábitos de consumo de informação desafiam as instituições de ensino, especialmente na comunicação institucional. Num cenário de atenção disputada, é essencial criar narrativas envolventes e adaptadas a diferentes plataformas. Este trabalho analisa como narrativas digitais constroem imaginários institucionais na educação, com foco em *Instagram*, *TikTok*, *YouTube* e *LinkedIn*. Investiga como discursos em múltiplas mídias moldam percepções sobre a educação pública e impulsionam engajamento. Alinha-se ao GT 4 – Narrativas e Culturas Midiáticas, abordando a comunicação educacional como prática não ficcional que usa estratégias narrativas para engajar, informar e persuadir.

A análise de como instituições constroem suas mensagens em plataformas digitais revela a hibridização de linguagens e a apropriação de formatos que transitam entre o informativo e o entretenimento, buscando maior ressonância com o público jovem.

1. Fundamentação Teórica

¹ Trabalho apresentado no GT 4– Narrativas e Culturas Midiáticas durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Bacharel em Administração, Universidade Paulista, Programa de Pós-Graduação em Produção de Conteúdo Multiplataforma - UFSCar, São Carlos, São Paulo, gilvane.apcarvalho@gmail.com.

A análise das narrativas digitais na comunicação educacional baseia-se em referenciais que articulam educação, mídias digitais e transmidialidade. Conceitos como narrativas transmídia (Martinez, 2025), convergência midiática (Teles et al., 2017) e dataísmo (Van Dijck, 2023) ajudam a entender como instituições constroem imaginários em ambientes multiplataforma. A educação transmídia estimula engajamento criativo, integrando linguagens diversas, enquanto as literacias digitais exigem competências críticas para navegar ecossistemas informacionais complexos.

A retórica persuasiva nas narrativas conecta-se a Barthes (1970), para quem a comunicação organiza sentidos e afetos. No visual, Barthes (1984) mostra como imagens geram implícitos recurso-chave na comunicação institucional atual. A hibridização entre informação e entretenimento, típica das redes, é reforçada por Recuero (2020), que vê nas interações mediadas a formação de comunidades por afinidade e ressonância emocional.

O capital emocional (Castellano; Pinho; Noronha, 2018) torna-se estratégico em plataformas como *Instagram*, *TikTok* e *YouTube*, onde formatos lúdicos elevam o engajamento. Essa lógica alinha-se ao Marketing 4.0 (Kotler, 2017), centrado na co-criação de valor, e à cultura da convergência, que reconhece o público como agente ativo na circulação e reinterpretação de narrativas institucionais.

2. Metodologia

O estudo adota abordagem metodológica mista (qualitativa e quantitativa). A revisão bibliográfica sistemática estabelece o marco teórico, enquanto a pesquisa de campo envolve a coleta de métricas de engajamento em *Instagram*, *TikTok* e *YouTube*, além de questionários, grupos focais com alunos e professores, observação dos participante e entrevistas com gestores educacionais. A análise de dados identificará padrões de engajamento e a efetividade das narrativas digitais. A validação ocorrerá por devolutiva colaborativa com as instituições.

3. Resultados Esperados

Espera-se que este estudo contribua com um modelo flexível de criação estratégica de conteúdos multiplataforma para instituições públicas de ensino. Ao analisar a construção e percepção de narrativas digitais, busca-se compreender a plataformização da educação e aprimorar práticas comunicacionais, em diálogo com a cultura participativa, comunidades digitais e imaginários alinhados à sociedade da informação.

Minicurrículo: Gilvane Aparecida de Carvalho

Aluna de Mestrado Profissional em Produção de Conteúdo Multiplataforma (UFSCar).

Coordena cursos técnicos em Administração e Marketing na Etec. Docente nas Faculdades de Tecnologia do Estado de São Paulo (FATECs). Facilitadora CPS Carreiras, promove inovação educacional e integração escola-mercado.

São Carlos, São Paulo, Brasil.

E-e-mail:

gilvane.apcarvalho@gmail.com

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARTHES, Roland. **A retórica antiga**. In: COHEN, Jean et al. Pesquisas de retórica. Tradução de Leda Pinto Mafra Iruzun. Petrópolis: Vozes, 1975. p. 147-224.

BARTHES, Roland. **A retórica da imagem**. In: BARTHES, Roland. O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III. 2. ed. Tradução de Léa Novaes. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990. p. 27-43.

CASTELLANO, Mayka; PINHO, João Pedro; NORONHA, Iara. **“Netflix, eu te amo!”: o capital emocional no consumo de plataformas de streaming**. Fronteiras – estudos midiáticos, São Leopoldo, v. 20, n. 3, p. 343–357, set./dez. 2018. DOI: <https://doi.org/10.4013/fem.2018.203.12>.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

MARTINEZ, S. **Educação transmídia: novas narrativas para o ensino e a aprendizagem**. Rio de Janeiro: Editora Universitária, 2025.

RECUERO, Raquel. **Introdução à análise de redes sociais online**. Salvador: EDUFBA, 2017.

TELES, M. et al. **Literacias digitais e competências multiplataforma: desafios para a educação no século XXI**. Curitiba: InterSaberes, 2017.

VAN DIJCK, J. **A cultura da conectividade: uma história da mídia social**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2017.

VAN DIJCK, J. **O dataísmo e a sociedade dos algoritmos**. São Paulo: Contracorrente, 2023.

A FASCINAÇÃO PELO HORROR: o crescimento dos documentários de *true crime*¹

Paula S. Palumbo de Albuquerque²

Resumo

O gênero *true crime*, que teve grande ascensão nos últimos anos, desperta interesse pelo fascínio humano diante da violência, presente desde práticas públicas de punição até o entretenimento moderno. Atraindo por seu apelo emocional e sensorial, mistura elementos do bizarro e do horrível a questões contemporâneas, associando o assassino a uma figura rebelde e até romântica. O formato documental, em plataformas de streaming e no YouTube, alia narrativa envolvente e evidências, permitindo que o espectador atue como “investigador”. Embora ainda pouco estudado academicamente, o gênero revela-se culturalmente significativo. O apelo combina emoções, curiosidade e relevância social, tornando o *true crime* um fenômeno cultural que mistura informação, entretenimento e reflexão sobre a violência contemporânea.

Palavras-chave: true crime; violência; fascínio

Frente à crescente demanda e ascensão do gênero *true crime*, faz-se válido analisar a relevância de tal para o mundo audiovisual. "Assassinato, pode-se dizer, é o ópio da modernidade" (DOWNING, 2018 p.185). Por isso, esta pesquisa põe em questão a proeminência do *true crime* como narrativa midiática e tem como objetivo estudar a ascensão do gênero como documentário e sua relevância.

Segundo Komatsu, doutor em psicologia e pesquisador da USP, o interesse com a morte parece ser algo intrínseco ao ser humano desde as punições em praças públicas e os gladiadores que lutavam um contra o outro. "Para os seres humanos que viveram nos tempos pré-históricos, a violência da natureza, que a tudo destruíra, e a violência mortal dos animais de rapina devem ter sido traumatizantes, angustiantes, mas ao mesmo tempo fascinantes" (HAN, 2017, p.32).

O gênero apela às emoções e ao sensorial. Além disso, a violência atrai espectadores como um tipo de voyeurismo, quase uma perversão. O gênero "torna-se

^{1*} Trabalho apresentado no GT 4 - Narrativas e Culturas Midiáticas durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestranda em Comunicação Social na PUC-Rio, Rio de Janeiro, RJ, paulapalumbo@icloud.com

significativo para o seu público precisamente porque combina histórias do bizarro e do horrível com discursos de interesse contemporâneo e imediato" (BIRESSI, 2001, p.2).

A sua crescente demanda pode se dar pois "a figura do assassino acumula uma atração, um glamour e uma associação ao rebelde com uma criatividade romântica que se deve ao link entre assassinato e arte na sociedade moderna" (DOWNING, 2018, p.185). E, "a sociedade de hoje se desonera cada vez mais da negatividade do outro e do que é alheio" (HAN, 2017, p.9). Em "Tales of Murder" (Foucault, 1973), Foucault sugere que se consome mídia sobre assassinatos para aprender mais sobre a sociedade que produz crimes e criminosos e não somente para instruir-se mais sobre assassinatos em si.

Em "Discipline and Punish" (Foucault, 1977), Foucault escreve que o assassinato continua a ser um objeto de fascínio e estetização na cultura moderna, é um fenômeno amplamente comprovado pela popularidade duradoura do gênero. A relevância do *true crime* nos dias de hoje é tão gritante que "o documentário que conta a história de Avery ("Making a Murderer", Netflix) teve mais de 19 milhões de espectadores nos EUA só no mês de estreia" (MOREIRA; BONAFÉ, 2022, p.10). Cinquenta por cento dos americanos dizem gostar do gênero e treze por cento confirmam ser seu favorito.

Os documentários *true crime*, diferentemente de *podcasts*, ainda são um assunto novo no mundo acadêmico. Assim, fazendo-se relevante socialmente pois "nenhum de nós está inteiramente separado da sedução de nosso próprio momento cultural. Até o mais crítico será implicado no discurso que está em alta no momento, mesmo que ele o critique" (DOWNING, 2018, p.200).

O espetáculo público de pessoas e corpos dilacerados e privados é também o espetáculo de um estilo de sociedade (SELTZER, 2013). "Esses documentários são ricos o suficiente para proporcionar um prazer além do abertamente informativo, e convidam e merecem uma segunda visualização que, por exemplo, um programa de notícias não oferece" (BIRESSI, 2014, p.405).

O canal de *YouTube* "Explore with Us" produz vídeos-documentários de *true crime* usando apenas imagens de arquivo. Seus vídeos chegam a mais de 500 mil visualizações em menos de 24 horas. Os vídeos contém elaboradas narrações que explicam o caso e se complementam com evidências do crime em si para que o público

tente descobrir o desfecho do homicídio. Nesse caso, o espectador de *true crime* se torna emancipado, como diria Jacques Rancière, já que ele se torna um investigador.

O interesse no *true crime* se dá por motivos variados, seja pela busca por justiça ou pelo desejo de entender a mente de um criminoso. Desvendar mistérios, estar preparado para enfrentar situações semelhantes ou estar incluído nos assuntos podem ser outras razões pelo fascínio. "O *true crime*, em seu discurso, simulante e estimulante de fatos e ficção emocionantes, pode continuar a ser o crack de nossa época pós-moderna" (DOWNING, 2018, p.200).

Paula S. Palumbo de Albuquerque

Atuou como foquista durante 7 anos nos EUA. Trabalhou como produtora na BPS e como coordenadora de distribuição na Picturehouse. No Brasil, finalizou seu diploma em Comunicação Social na PUC-Rio e está cursando o Mestrado na mesma área.

Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

E-mail: paulapalumbo@icloud.com

Referências

- BIRESSI, Anita. "Crime, fear and the law in true crime stories". **Springer**, 2001.
- BIRESSI, Anita. "Inside/out: Private trauma and public knowledge in true crime documentary." **Screen** 45.4, 2004.
- DOWNING, Lisa. "Foucault and true crime." *After Foucault: Culture, Theory and Criticism in the 21st Century*. **Cambridge University Press**, 2018.
- DURHAM III, Alexis M., H. Preston ELROD, and Patrick T. KINKADE. "Images of crime and justice: Murder and the 'true crime' genre." **Journal of Criminal Justice** 23.2, 1995.
- FOUCAULT, Michel. "**Vigiar e punir: nascimento da prisão**": tradução de Raquel Ramallete. Petrópolis, Vozes, 1987.
- HAN, Byung-Chul. "**Topologia da Violência**": tradução de Enio Paulo Giachini. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

MOREIRA, Carol; BONAFÉ, Mabê. "**Modus Operandi: guia de true crime**". Editora Intrínseca, 2022.

RANCIÈRE, Jacques. "**O Espectador Emancipado**": tradução de Ivone C. Benedetti. - São Paulo : Editora WMF Martins Fontes, 2012.

SELTZER, Mark. "True crime: Observations on violence and modernity". **Routledge**, 2013.

GT Mídias Digitais, Tecnologias e Dados

Conexões entre a desinformação político-eleitoral e a moderação de conteúdo no Brasil¹

Gabriela Pavão Pereira²

Resumo

O presente trabalho dedica-se a apresentar uma revisão bibliográfica referente à análise do fenômeno da desinformação político-eleitoral, a moderação de conteúdo e a checagem de fatos no contexto político-eleitoral brasileiro. Propõe-se a exploração e a sintetização da literatura existente sobre os temas analisados, com o objetivo de: identificar o conhecimento empírico já produzido, apontar novas possibilidades de desdobramentos para pesquisas dos campos da Comunicação Política, dos Estudos de Mídia e dos Estudos de Plataforma e apresentar conceitos-chave relevantes.

Para compreender as características da desordem informacional, da moderação de conteúdo e da checagem de fatos, o trabalho apresenta a significado e a evolução histórica de cada um, a nível nacional.

A partir dessa apresentação, o objetivo principal da pesquisa é analisar devidamente a forma como a compreensão sobre os temas em questão se desenvolveu ao longo das últimas duas décadas e a relação dos mesmos com a democracia. Assim, pretende-se contribuir de forma relevante para pesquisas acadêmicas sobre desinformação e moderação de conteúdo no âmbito nacional.

Considerando o escopo do recorte temporal escolhido, tem-se como objetivo secundário medir o impacto da desinformação, da moderação de conteúdo e de legislações sobre o cenário político brasileiro atual e as transformações no comportamento social.

Em seguida, aborda-se o papel essencial desempenhado pela moderação de conteúdo, em seus diferentes formatos, no combate à desinformação, relacionando moderação e moderação e no processo de regulação das plataformas digitais, em seus variados formatos e modalidades.

^{1*} Trabalho apresentado no GT - Mídias Digitais, Tecnologias e Dados durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestranda em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio (PPPGCOM PUC-Rio) e Pesquisadora no Grupo de Pesquisa em Comunicação, Dados e Tecnologias Digitais orientado pelo Professor Marcelo Alves., Rio de Janeiro, RJ, gabrielapp9@gmail.com.

Considerando a relevância das plataformas digitais como meio de propagação para os assuntos tratados, trabalha-se os conceitos de “plataformas digitais”, explicado por Tarleton Gillespie no livro *Custodians of the Internet* (2018) e de governança (aplicado ao meio digital). Para os fins deste trabalho, considera-se como plataformas digitais “sites e serviços que apresentam expressão pública, a armazenam e a oferecem na nuvem, organizam o acesso a isso por meio de busca e recomendação ou o instala em dispositivos móveis” (Gillespie, 2017, p.1).

Partindo do pressuposto que falta transparência sobre os critérios de regulação adotados nas plataformas, o trabalho também fortalece, em relação à moderação de conteúdo, o argumento de que a ausência de clareza dificulta o combate à desinformação nas plataformas e afeta a integridade democrática.

Os espaços de circulação da informação são amplamente disputados por atores com interesses diversos em meio a um momento de crise epistemológica das instituições consolidadas em torno da produção de verdade. As novas dinâmicas introduzidas pela plataformização da sociedade, trazem à tona novos problemas e questões político-sociais, além de novos mecanismos para e veiculação de informações e da desinformação.

Desta forma, pretende-se analisar e relacionar, a partir de uma revisão bibliográfica, os conceitos desinformação político-eleitoral, a moderação de conteúdo e a checagem de fatos no contexto político-eleitoral-social brasileiro. Busca-se apresentar o desdobramento dos temas em questão nas últimas no Brasil e compreender a conexão a desinformação, democracia, plataformas digitais e moderação de conteúdo, a partir de conceitos e autores relevantes.

Palavras-chave: Desinformação; Moderação; Checagem de Fatos; Plataformas; Brasil

Gabriela Pavão Pereira

*Mestranda em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em
Comunicação da PUC-Rio (PPPGCOM PUC-Rio) e Pesquisadora no Grupo de
Pesquisa em Comunicação, Dados e Tecnologias Digitais orientado pelo Professor
Marcelo Alves.*

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: gabrielapp9@gmail.com

Referências Bibliográficas

GILLESPIE, T. **Custodians of the Internet**: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media. Yale University Press, 2018.

GILLESPIE, T. **The politics of 'platforms'**: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media. *New Media & Society* 12, no. 3, 2010.

MENOS QUE HUMANO, MAIS QUE MEMES: O monstruoso como sintoma ideológico nas disputas políticas¹

Thiago Costa²

Resumo

O trabalho analisa o meme "Wojak de Cabelo Azul" como artefato ideológico que monstrifica sujeitos progressistas, articulando imaginário, afetos e fantasias políticas. A partir da psicanálise, da crítica ideológica e dos estudos dos afetos, propõe-se o conceito de Dispositivo Afetivo-Ideológico (DAI) para investigar como esses memes operam como significantes vazios (Laclau) que condensam angústias (Freud, Lacan), abjeções (Kristeva) e fantasias de gozo (Žižek). A monstruosidade funciona como operador epistêmico, simbólico e afetivo que estrutura antagonismos e identidades políticas nas redes. Conclui-se que memes atuam como dispositivos de adesão libidinal a discursos regressivos, mascarando antagonismos sociais sob imagens grotescas e estigmatizantes que sustentam economias afetivas de exclusão.

Palavras-chave: memes; monstros; ideologia; políticas do cotidiano; polarização política.

1. Introdução

O artigo investiga a figura do "Wojak de Cabelo Azul" (WCA) como artefato cultural que sintetiza disputas ideológicas nas mídias digitais. A partir da psicanálise, da crítica ideológica e dos estudos dos afetos, analisa-se como memes operam como dispositivos estético-discursivos que monstruificam sujeitos progressistas, mobilizando afetos como nojo, medo e raiva. Define-se o meme digital como conjunto de itens culturalmente reconhecíveis que circulam e se transformam na internet (Shifman, 2014). O objetivo é compreender como tais memes articulam imaginário, afeto e emoção, funcionando como significantes vazios (Laclau, 1996) investidos de *jouissance*³ (Lacan, 2006; Žižek, 2023), capazes de estruturar identificações regressivas na política do cotidiano (Highfield, 2016).

¹* Trabalho apresentado no GT6 – Mídias Digitais, Tecnologias e Dados durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Doutorando na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Rio de Janeiro, RJ, thiagoleti@ufrj.br.

³ Em Lacan (2006), o termo *jouissance* designa uma experiência que ultrapassa os limites do prazer, caracterizada por um excesso que frequentemente implica sofrimento, operando como uma transgressão das normas simbólicas e como um ponto de contato com o real. A opção por manter o termo em francês busca evitar simplificações conceituais e situar o leitor dentro da tradição teórica que o sustenta.

2. A Monstruosidade do Wojak de Cabelo Azul

O meme do "Wojak" é desdobramento do personagem "Feels Guy", que evoluiu para múltiplos remixes. O WCA opera como caricatura grotesca de ativistas feministas, LGBTQ+ e antirracistas, consolidando-se como figura infame e estigmatizante. Tal representação reforça a "monstruificação" como operação retórica que deslegitima o outro político (Hill, 2019). Essa imagem se associa a tropos visuais que conjugam a estética "woke" a traços de irracionalidade e agressividade. Como apontam Massanari e Chess (2018), o humor memético reproduz discursos de ódio e permite que afetos violentos se expressem sob a aparência da comédia. Nesse processo, memes se tornam espelhos distorcidos da realidade social (Laineste et al., 2024), condensando medos e estigmas num "monstro político" (Adams, 2023; Botting, 2014; Cohen, 1996; Scharold, 2015).

3. Ladrões angustiantes de *jouissance*

A monstruosidade do meme articula-se à teoria da abjeção (Kristeva, 1980), ao representar aquilo que o sujeito rejeita para manter sua coesão psíquica. O Wojak evoca o "infamiliar" (*Unheimlich*) freudiano (1919), aquilo que é ao mesmo tempo íntimo e estranho, provocando angústia (Lacan, 2004). A figura transgressiva do "monstro" evoca também o conceito de "extimidade" (Lacan, 1986), um interior radicalmente exterior. Esse desconforto se intensifica na figura do duplo, que evidencia o objeto *a* (Lacan, 2013), aquilo que está em excesso e não se deixa simbolizar. O "monstro" goza em nosso lugar e por isso é objeto de ódio e desejo. Segundo McGowan (2022), a fantasia se estrutura não no desejo por um objeto, mas no ódio por um obstáculo, projetado no Outro. Assim, o Wojak é um ladrão de *jouissance* — aquele que goza demais e cuja destruição prometida oferece uma ilusão de ordem simbólica restaurada (Žižek, 2022).

4. O Dispositivo Afetivo-Ideológico

Propõe-se o conceito de Dispositivo Afetivo-Ideológico (DAI), que articula imaginário (Wunenburger, 2013; Durand, 1996), afeto e emoção (Ahmed, 2004a, 2004b; Hoggett; Thompson) como operadores estruturantes da ideologia e motivadas por *jouissance*. Desse modo, a *jouissance* (∞) resulta da modulação da interseção entre imaginário (*i*), afeto (*a*) e emoção (*e*) — $\infty = f(i \cap a \cap e)$. A ideologia (I) opera como constante estrutural que incide sobre o conjunto $\{i, a, e, \infty\}$ sem alterar suas naturezas, formalizada por $I(x) = x$. Ela condiciona o campo de atuação, mas não transforma os elementos — apenas os

enquadra em sua lógica. Inspirado em Foucault (1994), o dispositivo é entendido como rede que atravessa práticas, saberes e afetos, operando como máquina simbólica de subjetivação. A ideologia não é mero erro de percepção, mas fantasia inconsciente que estrutura a realidade (Žižek, 2008a), frequentemente sustentada por mecanismos como o desmentido (Freud, 1928; Mannoni, 1969). Emoções, embora pareçam autênticas, aderem à ideologia por criar vínculos afetivos que ancoram sujeitos a formações sociais (Ahmed, 2004b). O meme do Wojak, portanto, sintetiza visualmente essa articulação: a monstruosidade do outro produz medo, gozo e pertencimento, funcionando como chave de leitura afetiva para o mundo.

5. Considerações finais

Conclui-se que o Wojak de Cabelo Azul é mais do que uma figura cômica: trata-se de uma imagem condensadora de exclusões simbólicas, afetos regressivos e operações ideológicas. O meme funciona como significante vazio (Laclau, 1996), capaz de aglutinar fantasias (Žižek, 2008a), estruturar antagonismos políticos e reforçar fronteiras identitárias. O DAI permitiu demonstrar como imaginários digitais atualizam figuras monstruosas que dramatizam a crise da ordem simbólica. Por fim, propõe-se que futuras pesquisas explorem as contranarrativas possíveis — modos dissidentes de reapropriação do "monstruoso" como potência criativa, crítica e política.

Referências

- ADAMS, P. J. **Monster metaphors: When rhetoric runs amok**. New York: Routledge, 2023.
- AHMED, S. Affective economies. **Social Text**, v. 22, n. 2, p. 117–139, 2004b.
- _____. **The cultural politics of emotion**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2004a.
- BOTTING, F. Metaphors and monsters. **Journal for Cultural Research**, v. 7, n. 4, p. 339–365, 2014.
- COHEN, J. J. Monster culture (seven theses). In: _____. (ed.). **Monster theory: Reading culture**. p. 3–25. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.
- DURAND, G. **Champs de l'imaginaire**. Grenoble: ELLUG, 1996.
- FOUCAULT, M. Le jeu de Michel Foucault. In: DEFERT, D.; EWALD, F. (orgs.). **Dits et écrits**. v. 3, p. 298–329. Paris: Gallimard, 1994.
- FREUD, S. Das Unheimlich. **Imago**, v. 5, n. 1, p. 297–401, 1919.

_____. *Fetischismus*. In: STORFER, A. J. (ed.). **Almanach der Psychoanalyse**. p. 17–24. Viena: Internationaler Psychoanalytischer Verlag, 1928.

HILL, I. E. J. Monsterization, mechanization, contradiction: Marx's rhetoric of technology. **Rethinking Marxism**, v. 31, n. 4, p. 493–510, 2019.

HOGGETT, P.; THOMPSON, S. **Introduction**. In: _____; _____. (eds.). *The politics and the emotions*. p. 1–20. London: Continuum, 2012.

KRISTEVA, J. **Pouvoirs de l'horreur**: Essai sur l'abjection. Paris: Éditions du Seuil, 1980.

LACAN, J. **D'un autre à l'autre**. Livro XVI. Paris: Éditions du Seuil, 2006.

_____. **L'angoisse**. Livro X. Paris: Éditions du Seuil, 2004.

_____. **L'éthique de la psychanalyse**. Livro VII. Paris: Éditions du Seuil, 1986.

_____. **On the Names-of-the-Father**. Cambridge: Polity, 2013.

LACLAU, E. **Emancipation(s)**. London: Verso, 1996.

LAINESTE, L. et al. The power of memes: Personification as a marker of psychological distance in memes about the war in Ukraine. **Humor**, v. 37, n. 3, p. 1–37, 2024.

MANNONI, O. **Clefs pour l'imaginaire ou l'autre scène**. Paris: Éditions du Seuil, 1969.

MASSANARI, A. L.; CHESS, S. Attack of the 50-foot social justice warrior: The discursive construction of SJW memes as the monstrous feminine. **Feminist Media Studies**, v. 4, n. 1, p. 1–18, 2018.

McGOWAN, T. **The racist fantasy: Unconscious roots of hatred**. London: Bloomsbury, 2022.

SCHAROLD, I. Zur Definition des Monsters und des Monströsen. In: GROßE, P. et al. (eds.). **Monster**: Fantastische Bilderwelten zwischen Grauen und Komik. p. 26–40. Nürnberg: Germanisches Nationalmuseum Nürnberg, 2015.

SHIFMAN, L. **Memes in digital culture**. Cambridge: The MIT Press, 2014.

WUNENBURGER, J. **L'imaginaire**. Paris: Que sais-je?, 2013.

ŽIŽEK, S. Matrix Resurrections, or jouissance as a political factor. In: PANATTONI, R.; VIGHI, F. (eds.). **Capitalism and the new political unconscious**: A philosophy of immanence. p. 183–194. London: Bloomsbury Academic, 2023.

_____. **Surplus-enjoyment**. London: Bloomsbury Academic, 2022.

_____. **The sublime object of ideology**. London: Verso, 2008a.

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA MODERADA POR ALGORITMOS: o desafio de romper a bolha acadêmica¹

Estela Magalhães²

Resumo

Este artigo explora os desafios que a divulgação científica universitária enfrenta para alcançar o público não especializado nas plataformas digitais. O desenvolvimento de filtros-bolha pelos algoritmos de curadoria de conteúdo nas redes sociais impõe barreiras à democratização do conhecimento, isolando o conteúdo em um circuito acadêmico e aumentando a vulnerabilidade dos usuários à desinformação. Além disso, a moderação de conteúdo, por meio de práticas opacas como o *shadowbanning*, censura termos cruciais à divulgação científica. Discute-se, então, o surgimento do *algospeak* como resposta a essa censura, e o dilema que ele impõe ao comunicador: arriscar a invisibilidade ou sacrificar a clareza e a seriedade da mensagem.

Palavras-chave: algoritmos; divulgação científica; filtros-bolha.

Segundo estudo conduzido por pesquisadores da Unicamp (Pereira, 2023), um dos grandes desafios da divulgação científica pública é “furar a bolha” acadêmica e fazer com que a informação chegue até as outras esferas da sociedade. Com dados de 2022, a pesquisa mostra que todas as 51 universidades federais avaliadas tinham perfis no YouTube e no Instagram e a maioria também ocupava o Facebook, o X e o WhatsApp. Entretanto, 72,5% dos gestores afirmaram que “a maior parte do público que acessa informações de C&T publicadas pelos canais das instituições e demonstra algum engajamento tem perfil acadêmico – são estudantes, professores e pesquisadores” (Schmidt, 2024).

O fenômeno da formação de filtros-bolha é uma consequência da separação de usuários e informações feita pelos algoritmos de recomendação de conteúdo nas redes sociais. Os algoritmos tendem a privilegiar a conexão entre “igual com igual”, criando um ambiente com excesso de “feedback positivo”, onde os usuários recebem conteúdos que confirmam seus enquadramentos e visões de mundo (Cesarino, 2022). Assim, os usuários são divididos em bolhas, onde só consomem conteúdo do tipo que tendem a preferir e concordar. Se a divulgação da ciência produzida pelas universidades existe

^{1*} Trabalho apresentado no GT 6 - Mídias Digitais, Tecnologias e Dados durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFRJ. Rio de Janeiro, RJ. E-mail: estelamagalhaesr@gmail.com.

numa bolha de acadêmicos, o propósito de democratizar o acesso ao conhecimento científico e incluir “cidadãos no debate sobre temas especializados e que podem impactar sua vida e seu trabalho” (Bueno, 2010, p.1) não acontece.

Além disso, ao confiar na seleção feita pelos algoritmos para determinar qual informação é mais relevante, os usuários deixam ter uma diversidade de fontes para comparar, criando um terreno fértil para a propagação de desinformação (Heller *et al.*, 2020).

Outra consequência importante da distribuição de conteúdo mediada por algoritmo privado é a censura de palavras que são, muitas vezes, chave para a divulgação científica. O termo *algospeak*³ faz referência às grafias alternativas de palavras nas redes sociais para evitar a remoção do conteúdo das plataformas ou a redução da sua entrega pelo algoritmo.

Uma pesquisa conduzida por Steen *et al.* (2023) entrevistou criadores de conteúdo do TikTok sobre *algospeak* e revelou que a moderação do algoritmo da plataforma é vista como tendenciosa contra comunidades marginalizadas, como LGBTQ+, pessoas negras e com deficiência. Vídeos com palavras como "lésbica" ou "gay" são frequentemente removidos ou sofrem *shadowbanning*, que significa uma redução de visibilidade.

A ocorrência do *shadowban* é secreta e pouco perceptível: a distribuição do conteúdo é reduzida e as publicações são ocultas das páginas de exploração, o que leva a um engajamento menor (Are, 2021).

Os dados da pesquisa (Steen *et al.*, 2023) também revelam que termos como aborto, autismo, COVID-19 e pandemia já tem “traduções” para essa linguagem. Essas palavras estão presentes em uma diversidade de conteúdos de divulgação científica, sobre especialmente a área de saúde pública. Se os algoritmos reduzem o alcance de publicações com essas palavras-chave, se torna ainda mais difícil furar a bolha acadêmica para informar outras esferas da sociedade. Por outro lado, se os termos são substituídos por alternativas codificadas, o entendimento pode ser reduzido e a seriedade do assunto pode ser perdida.

A arquitetura das plataformas digitais apresenta obstáculos sistêmicos à divulgação científica que transcendem a mera produção de conteúdo. Dessa forma, a promessa de ampliar o acesso à ciência é confrontada pela própria lógica operacional

³ Disponível em:

<https://ijnet.org/pt-br/story/unaliving-language-online-how-journalists-can-decode-%E2%80%99algospeak%E2%80%99-social-media>. Acesso em: 10/08/2025

das plataformas, que privilegiam o engajamento segmentado e a moderação automatizada em detrimento da circulação livre e qualificada do conhecimento.

Estela Magalhães

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da ECO/UFRJ, com pesquisa voltada para mídia sonora, podcasting e divulgação científica. Bolsista do Programa de Excelência Acadêmica da CAPES e jornalista formada pela UFRJ.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: estelamagalhaesr@gmail.com

Referências

ARE, Carolina. 2021. The Shadowban Cycle: an autoethnography of pole dancing, nudity and censorship on Instagram. **Feminist Media Studies**, Vol. 0, 0 (May 2021), 1--18.

BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. *Informação & Informação*, v. 15, n. 1 esp., p. 1-12, dez. 2010.

CESARINO, Letícia. **O mundo do avesso**: verdade e política na era digital. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

HELLER, Bruna & JACOBI, Greison & BORGES, Jussara & Ci,. (2021). Por uma compreensão da desinformação sob a perspectiva da ciência da informação. **Ciência da Informação**. 49. 189-204.

PEREIRA, Cibele Maria Garcia de Aguiar. Por uma utopia na comunicação dialógica: modelo de monitoramento e avaliação para a comunicação pública de ciência e tecnologia. 2023. 1 recurso online (259 p.) Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Geociências, Campinas, SP. Disponível em: 20.500.12733/9554. Acesso em: 13 ago. 2025.

SCHMIDT, Sarah. O desafio de furar a bolha acadêmica. **Revista Pesquisa FAPESP** nº 345, 2024.

STEEN, E., YURECHKO, K., and KLUNG, D. (2023). “You Can (Not) Say What You Want: Using Algospeak to Contest and Evade Algorithmic Content Moderation on TikTok” **Social Media+ Society**,9(3), 20563051231194586.

Referências Artificiais: fabricação de citações em chatbots de

IA¹

Beatriz Gasparette dos Santos Montenegro²

Resumo

A pesquisa investiga os impactos do uso de inteligência artificial como ferramenta de buscas para revisão bibliográfica e, mais especificamente, citações diretas. A partir de um referencial teórico, situa-se esta tecnologia para além do aspecto técnico, reconhecendo IA como um conjunto de práticas sociais, que refletem e produzem relações e compreensões de mundo. Elaborando métodos experimentais de testagem, será traçado um comparativo entre diferentes inteligências artificiais (ChatGPT, Gemini, Claude, DeepSeek), verificando a capacidade de localizar citações e de referenciar corretamente textos acadêmicos e noticiosos. A partir dos resultados, reflete-se sobre os impactos da adoção de ferramentas de inteligência artificial e principalmente chatbots na produção de conhecimento.

Palavras-chave: ChatGPT; inteligência artificial; modelos de linguagem

1. Introdução

No lançamento do GPT-5, em julho de 2025, o CEO da OpenAI Sam Altman comparou o chatbot a um “time de especialistas de nível de doutorado no seu bolso” (InfoMoney, 2025). A recepção pública, no entanto, foi negativa, e Altman admitiu que o modelo tinha problemas e liberou o acesso para o GPT-4o, versão anterior (Mashable, 2025; Hindustan Times, 2025).

A comparação de Altman é um dos muitos exemplos do discurso mercadológico ao redor de inteligências artificiais (IAs). Elon Musk afirmou que, no futuro, “a IA e os robôs fornecerão quaisquer bens e serviços que você desejar”, e trabalho será apenas um *hobby* (Murphy, 2024); Dario Amodei, CEO da Anthropic, escreveu o ensaio *Machines of Loving Grace* (2024) para elaborar como inteligência artificial poderia tornar o mundo melhor, se “tudo der certo”. A mensagem geral é clara: o futuro abundante comandado por IAs estaria próximo, e elas já dão sinais de sua superioridade de memória e processamento se comparado a humanos.

^{1*} Trabalho apresentado no GT – Mídias Digitais, Tecnologias e Dados durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestranda com comunicação pelo Programa de Pós Graduação da PUC-Rio, Rio de Janeiro, RJ, bgsmontenegro@gmail.com

Este imaginário, no entanto, não condiz com a realidade técnica atual, como demonstrou o lançamento do Chat GPT-5. Além da recepção pública, pesquisas têm revelado as limitações latentes de modelos de linguagem, que por vezes se revelam fontes pouco confiáveis. Levantam-se questões como viés de confirmação (Perez et. al, 2022), fabricação de citações e respostas falsas entregues como certas (Jazwinska e Chandrasekhar, 2025). A presente pesquisa surge da exploração das limitações de ferramentas de inteligência artificial que já são amplamente adotadas, como ChatGPT, buscando mapear seus vieses e reforçar a reflexão crítica sobre o uso de IA na produção de conhecimento e construção de referencial próprio.

2. Referencial teórico-metodológico

Enquanto campo de pesquisa estabelecido nos anos 1950, IA sofre de um ‘problema de hype’ desde sua concepção (Mitchell, 2019). Com ciclos financeiros e midiáticos de excitação e decepção, chamados de ‘primavera’ e ‘inverno’, as narrativas que cercam esta tecnologia são tão ou mais relevantes do que seu desempenho técnico factual (Katz, 2020). O campo também se caracteriza por um objeto de contornos notadamente vagos, com uma diversidade técnica que torna difícil definir exatamente o que se enquadra no rótulo de IA (Ibid.). Com definições por vezes circulares – a busca pela compreensão da inteligência, a partir da sintetização de inteligência (Mitchell, 2019), IA se torna simplesmente o que é produzido pelos cientistas e desenvolvedores que adotam o rótulo (Katz, 2020).

Tendo em vista este contexto, compreende-se que inteligências artificiais não são um aparato técnico fixo, mas sim “práticas e técnicas e sociais, instituições e infraestruturas, política e cultura”, e que elas “refletem e produzem relações sociais e entendimentos de mundo” (Crawford, 2010, p.8). A exploração de seus limites técnicos permite que as relações (re)produzidas pela adoção destas ferramentas sejam examinadas com cuidado, para além dos discursos mercadológicos. Este trabalho adota uma abordagem de testes experimentais, propondo uma mensuração comparada da capacidade de modelos de linguagem como ChatGPT, DeepSeek, Claude e Gemini de localizar corretamente citações e retornar informações fidedignas para prompts em português. Perez et. al (2022) e Jazwinska e Chandrasekhar (2025) são referências metodológicas para o estudo.

3. Conclusão

Esta pesquisa visa mapear limitações de ferramentas de inteligência artificial utilizadas para produção de conhecimento e informação, sistematizando possíveis impactos de seu uso indiscriminado neste ecossistema. Os resultados, situados em relação aos discursos otimistas sobre a tecnologia e ao referencial teórico sobre o tema, podem contribuir para o debate sobre processos comunicacionais diante da ampla adoção de inteligência artificial e seu recente papel crescente como ferramenta de busca.

Beatriz Gasparette dos Santos Montenegro

Mestranda em Comunicação Social pelo PPGCOM da PUC-Rio e formada em economia pela USP. Especialista em pesquisa de mercado para tendências e

comportamento digital.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: bgsmontenegro@gmail.com

Referências

- AMODEI, Dario. **Machines of Loving Grace**. Dario Amodei Blog, out. 2024
<<https://www.darioamodei.com/essay/machines-of-loving-grace#basic-assumptions-and-framework>> Acesso em: 31 de agosto de 2025
- CRAWFORD, Kate. **Atlas of AI: Power Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence**. New Haven: Yale University Press, 2021
- “ESPECIALISTA de nível de doutorado”, diz Sam Altman sobre modelo de IA do GPT-5. **InfoMoney**, 7 ago. 2025. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/business/especialista-de-nivel-de-doutorado-diz-sam-altman-sobre-modelo-de-ia-do-gpt-5/>>. Acesso em: 31 de agosto de 2025
- JAZWINSKA, K. e CHANDRASEKAR, A. **AI Search Has A Citation Problem**. Columbia Journalism Review, Nova York, mar. 2025. Disponível em: <https://www.cjr.org/tow_center/we-compared-eight-ai-search-engines-theyre-all-bad-at-citing-news.php>. Acesso em: 31 de agosto de 2025.
- KATZ, Yarden. **Artificial Whiteness: Politics and Ideology in Artificial Intelligence**.

New York: Columbia University Press, 2020

KNOW why thousands are slamming OpenAI's 'horrible' GPT-5 on social media. **Hindustan Times**, Nova Delhi, 9 ago. 2025. Disponível em: <<https://www.hindustantimes.com/trending/us/know-why-thousands-are-slamming-openais-horrible-gpt-5-on-social-media-101754682770356.html>>. Acesso em: 31 de agosto de 2025

MITCHELL, Melanie. **Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans**. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2019

MURPHY, Samantha. **Inteligência artificial vai tirar todos os nossos empregos, diz Elon Musk**. CNN Brasil, 23 mai. 2025. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/negocios/inteligencia-artificial-vai-tirar-todos-os-nossos-empregos-diz-elon-musk/#goog_rewarded>. Acesso em: 31 de agosto de 2025

PEREZ, E. et al. Discovering Language Model Behaviors with Model-Written Evaluations. Arxiv (Cornell University), arXiv:2212.09251, 2022. Disponível em <<https://arxiv.org/abs/2212.09251>>

PANDEMIA E MEMÓRIA: acervos da Covid-19 nas mídias digitais da Avico e do SoU_Ciência¹

Marcella Maria Monteiro Vieira²

Resumo

Este trabalho investiga como duas instituições de caráter civil vêm se organizando em espaços midiáticos digitais para impulsionar políticas de memória relacionadas à pandemia: a Associação de Vítimas e Familiares de Vítimas da Covid-19 (Avico Brasil) e o centro de estudos SoU_Ciência, da Unifesp. Fundadas em 2021, no auge pandêmico, as duas entidades firmaram parceria e lançaram o projeto *Acervo da Pandemia*, plataforma digital que reúne diversas evidências sobre as negligências do então governo federal durante o período. Analisamos aqui a divulgação do projeto nas mídias sociais das duas instituições, abordando como a desinformação científica em saúde pode impedir a efetivação de políticas de memórias em relação às vítimas da pandemia.

Palavras-chave: Pandemia; Memória; Direitos Humanos; Mídias Digitais, Desinformação em Saúde

1. Pandemia e políticas de memória

As políticas de memória, verdade, justiça e reparação oriundas de complexos acontecimentos sociopolíticos e graves violações aos Direitos Humanos também encontram espaço nas negligências ocorridas no campo da saúde pública. O período da pandemia de Covid-19 foi terreno fértil para que tais políticas fossem necessárias na reparação de negligências contra os povos de diversas partes do mundo. No Brasil, a gestão federal durante a pandemia foi marcada por deliberada omissão, atrasos, caos e desinformação, levando ao alarmante número de mais de 700 mil vidas perdidas.

Este trabalho pretende investigar como duas instituições de caráter civil vêm se organizando em espaços midiáticos digitais para impulsionar mecanismos de comunicação pública e políticas de memória relacionadas à pandemia: a Associação de Vítimas e Familiares de Vítimas da Covid-19 (Avico Brasil) e o centro de estudos SoU_Ciência, vinculado à Universidade Federal de São Paulo (Unifesp). Fundadas em 2021, no auge pandêmico, as duas entidades vêm firmando parcerias e colaborações sobre os processos históricos relacionados à emergência sanitária, buscando ampliar os debates e estabelecer estratégias de memória sobre o período na agenda pública do país.

¹ Trabalho apresentado no GT 6 – Mídias Digitais, Tecnologias e Dados durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestre em Mídia e Cotidiano pela Universidade Federal Fluminense (UFF), Rio de Janeiro, RJ, marcella.vieira@gmail.com.

Esta pesquisa, que já vem sendo trabalhada em outras instâncias acadêmicas³, analisa, portanto, como essas duas organizações civis vêm se organizando em diferentes espaços midiáticos digitais, especialmente desde o lançamento, em março de 2025, do projeto *Acervo da Pandemia* (<https://acervopandemia-souciencia.unifesp.br>). Criado para marcar os cinco anos do início da Covid-19 como emergência de saúde global, a plataforma digital reúne evidências que revelam omissões políticas e desinformação deliberada durante o período, trabalhando sob a lógica da memória, da ciência pública e da denúncia histórica.

Como afirmam Sacramento, Falcão e Monari (2023, p. 34), o tecido social contemporâneo é encharcado pelo tecnológico. E é nesse tecido que circulam os muitos discursos sobre saúde, doença e corpo, entre outras temáticas. Neste trabalho, pretendemos, assim, abordar como a disseminação e o espalhamento deliberado de desinformação científica em saúde podem contribuir para o impedimento de efetivas políticas de memórias em relação às vítimas da pandemia de Covid-19.

2. Pandemia e desinformação em saúde

Na seara dos trabalhos de memória, “essa operação coletiva dos acontecimentos e das interpretações do passado que se quer salvaguardar” (POLLAK, 1989, p. 9), mostramos como as duas entidades utilizam os espaços midiáticos digitais para fortalecer a importância de reparação e responsabilização. Nos últimos anos, esses trabalhos e estratégias memoráveis puderam ser ampliados devido às ambiências digitais, com destaque para as plataformas de mídias sociais.

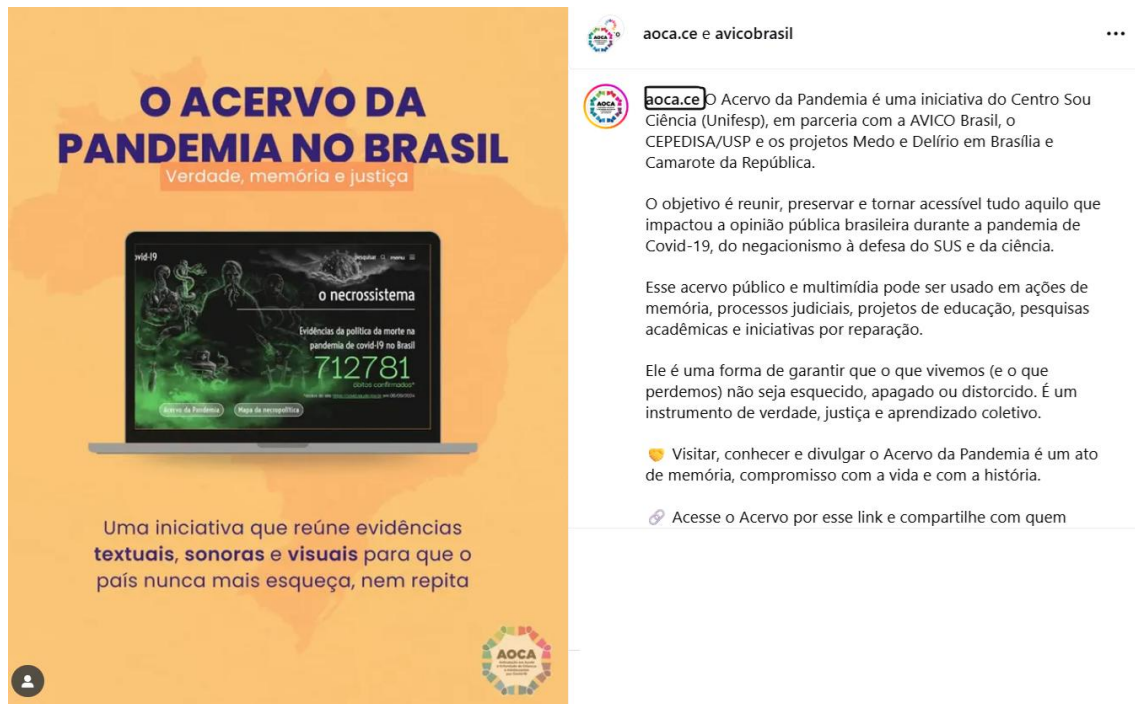
Pinto (2023) lembra que, durante o período de vigência da Covid-19 como pandemia, foi possível notar a visibilidade do tema da saúde pública em diversas instâncias midiáticas, com destaque para o Instagram. Segundo ela, essa mesma visibilidade, porém, “contrastou com o avanço da desinformação sobre a pandemia, principalmente nas redes sociais – inclusive no próprio Instagram”.

Dessa forma, este trabalho também analisa como se dão esses contrastes, que culminam com a memória da pandemia ainda em disputa e em constante tensionamento. As duas entidades estão presentes nas redes sociais digitais, as mesmas por onde mais circula e se espalha a desinformação científica em saúde. O estudo contempla pesquisa

³ Este resumo é parte de trabalho ampliado que também foi submetido e aprovado para apresentação em dois outros congressos no mês de setembro: o 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom Nacional), cuja etapa presencial será realizada de 1º a 5 de setembro de 2025; e o I Congresso Internacional de Enfrentamento à Fome e à Desinformação, de 16 a 18 de setembro, na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

do tipo exploratória e engloba levantamento bibliográfico, além de análise de informações contidas em páginas e plataformas de mídias sociais.

Figura 1 – Divulgação da página Acervo da Pandemia no Instagram



Fonte: Postagem nos perfis da Avico Brasil (<https://www.instagram.com/avicobrasil/>) e da Articulação em Apoio à Orfandade de Crianças e Adolescentes pela COVID-19 (<https://www.instagram.com/aoca.ce/>). Acesso em 20/08/2025.

Marcella Maria Monteiro Vieira

Jornalista no Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde da Fundação Oswaldo Cruz (Icict/Fiocruz), onde coordenou a Assessoria de Comunicação no período 2023-2025. Professora substituta da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: marcella.vieira@gmail.com

Referências

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública: estado, mercado sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

LEMOS, Cláudia; PINHEIRO, Débora. Comunicação pública da ciência e da saúde no pós-pandemia. **RECIIS**, [S. l.], v. 17, n. 4, p. 751–756, 2023. DOI: 10.29397/reciis.v17i4.4060. Disponível em:

<https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/4060>. Acesso em: 24 mai. 2025.

MACHADO, Izamara Bastos. O SUS midiático e a chegada da covid-19 ao Brasil na cobertura do jornal O Globo. In: MALINVERNI, Cláudia et al. (org.). **Desinformação e covid-19: desafios contemporâneos na comunicação e saúde**. São Paulo: Instituto de Saúde, 2023, p. 135-160. Disponível em: <https://portolivre.fiocruz.br/desinformacao-e-covid-19-desafios-contemporaneos-na-comunicacao-e-saude>. Acesso em: 23 mai. 2025.

MOREIRA, Thaiane (org.). [Guia] **Desinformação sobre saúde: vamos enfrentar esse problema?**, Rio de Janeiro. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2024. Disponível em:

https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/63242/cartilha_sus_desinformacao_s_aude.pdf. Acesso em: 24 mai. 2025.

MOROSINI, L. Crime e reparação: familiares de vítimas da covid-19 buscam a responsabilização pelos crimes cometidos na pandemia. **RADIS**. Disponível em: <https://radis.ensp.fiocruz.br/reportagem/covid-19/tragedia-e-luto-no-brasil/crime-e-reparacao/>. Acesso em: 6 jun. 2025.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19**. 2020. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf. Acesso em: 24 mai. 2025.

PINTO, Pâmela Araujo. **Boas práticas de saúde pública no Instagram: estudo comparado entre Portugal e Brasil**. DigiMedia – N°4. UA – Universidade de Aveiro, Portugal. Editora Universidade de Aveiro Serviços de Biblioteca, Informação Documental e Museologia, 2023. Disponível em: <https://portolivre.fiocruz.br/boas-praticas-de-saude-publica-no-instagram-estudo-comparado-entre-portugal-e-brasil>. Acesso em: 2 jun. 2025.

POLLAK, M. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-25, 1989.

SACRAMENTO, Igor; FALCÃO, Hully; MONARI, Ana Carolina. Sob o regime contemporâneo da pós-verdade: o bios midiático, a desinformação científica em saúde e a importância da perspectiva das mediações. In: MALINVERNI, Cláudia et al. (org.). **Desinformação e covid-19: desafios contemporâneos na comunicação e saúde**. São Paulo: Instituto de Saúde, 2023, p. 135-160. Disponível em: <https://portolivre.fiocruz.br/desinformacao-e-covid-19-desafios-contemporaneos-na-comunicacao-e-saude>. Acesso em: 23 mai. 2025.

VIEIRA, Marcella Maria Monteiro. Comunicação pública da saúde no Instagram: guia de boas práticas para enfrentar um ambiente digital dominado pela lógica privada. **RECIIS**, [S. l.], v. 19, n. 2, p. 1–7, 2025. DOI: 10.29397/reciis.v19i2.5175. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/5175>. Acesso em: 30 jul. 2025.

GOVERNANÇA PELAS PLATAFORMAS: informação e desinformação sobre saúde no YouTube¹

Eliana Pegorim Abreu e Silva²

Resumo

Durante a pandemia de Covid-19, o YouTube foi criticado por veicular e monetizar vídeos com desinformação sobre a doença. Em resposta, a plataforma criou uma política de desinformação em saúde e um programa de parcerias com organizações e profissionais de saúde. O programa, chamado YouTube Health, cria uma seção em destaque para canais credenciados, e inclui um painel informativo nas páginas dos vídeos. A pesquisa investiga as estratégias de governança do YouTube para o conteúdo de saúde por meio deste programa. Ao separar uma seção para conteúdo de saúde e certificar fontes de autoridade, podemos dizer que o YouTube está funcionando como uma empresa de mídia, utilizando um conceito de editoria e seleção de fontes clássico do jornalismo?

Palavras-chave: Governança; Desinformação em saúde; Estudos de Plataforma; YouTube; Curadoria.

Vídeos e publicações em plataformas de mídias digitais com desinformação sobre saúde foram muito disseminados durante a pandemia de Covid-19. Temas como vacinas, métodos naturais e medicamentos para prevenção do vírus e tratamento da doença, entre outros, foram objeto de desinformação em plataformas como o WhatsApp (Galhardi et al., 2020), X (Araujo; Oliveira, 2020), Instagram (Soares et al., 2021) e YouTube.

O YouTube foi particularmente criticado pela circulação e monetização da desinformação sobre a Covid-19 na plataforma (Garcia; Evangelista Cunha; Oliveira, 2021; Tokojima Machado et al., 2022). Como forma de enfrentar a desinformação, a plataforma criou uma política de desinformação em saúde específica para conteúdos relacionados à Covid-19 e um programa de parcerias com organizações de saúde pública, universidades, clínicas privadas e plataformas de educação médica para disponibilizar conteúdo de saúde de alta qualidade para espectadores de todo o mundo e para que esta rede de parceiros possa “compartilhar seus conhecimentos e trazer novas formas de comunicar informações sobre saúde pública” (Graham, 2022).

^{1*} Trabalho apresentado no GT - Mídias Digitais, Tecnologias e Dados durante o XVII Póscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da PUC-Rio. Eliana.pegorim@gmail.com

O programa, chamado YouTube Health, cria uma seção em destaque antes dos resultados da busca do YouTube para conteúdo de saúde de canais de autoridade credenciados com o título “Fontes de informação de saúde” (também chamada de prateleira de saúde pelo programa). Além de aparecer em destaque na prateleira de saúde, os vídeos dos canais participantes recebem um painel de informação na própria página do vídeo, abaixo do nome do canal, com informações do contexto daquela fonte.

A partir desse pano de fundo, este trabalho investiga as estratégias de governança do YouTube para o conteúdo de saúde por meio do programa YouTube Health. O trabalho busca responder às seguintes perguntas: como o YouTube exerce a curadoria do conteúdo de saúde por meio do programa YouTube Health?; ao criar uma área separada para exibir conteúdos de parceiros, podemos dizer que o YouTube está exercendo uma função editorial do jornalismo, de seleção de fontes de autoridade e exibição em destaque de uma editoria?; de que forma essas estratégias são eficazes no enfrentamento da desinformação?

Para responder a essas perguntas, nosso referencial teórico abrange os estudos de desinformação (Wardle; Derakhshan, 2017; Oliveira, 2020; Recuero, 2024), os estudos de plataforma (Dijck; Poell; Waal, 2018; Gillespie, 2019; Poell; Nieborg; Duffy, 2022; Poell; Nieborg; Dijck, 2020), de infraestrutura (Plantin et al., 2018; Plantin; Punathambekar, 2019), e de jornalismo (DeVito, 2017).

Wardle e Derakhshan propõem o conceito de “desordem informacional” para analisar a desinformação, separando em três tipos: informação falsa, desinformação e informação maliciosa (Wardle; Derakhshan, 2017; Wardle; Derakhshan, 2023). Na informação falsa não há intenção de causar dano; enquanto na desinformação há deliberadamente a intenção de causar dano, e na informação maliciosa as informações são verdadeiras, mas são divulgadas com a intenção de causar dano, como no caso de vazamento de informação sigilosas. Ou seja, podemos dizer que os três tipos definidos por Wardle e Derakhshan focam na intencionalidade do compartilhamento (se há ou não intenção de causar dano) e no conteúdo das mensagens (se é verdadeiro ou falso).

No entanto, o problema da desinformação extrapola a questão do conteúdo e da intencionalidade e é visto como sistêmico e extremamente vinculado à própria estrutura de funcionamento e sistema das plataformas de mídias digitais (Recuero, 2024). Plataformas são “arquiteturas programáveis projetadas para organizar interações entre usuários” (p.9), que “moldam como vivemos e como a vida em sociedade é organizada” (Dijck; Poell; Waal, 2018, p.9). Isto significa que para entendermos o fenômeno da

desinformação, é preciso analisarmos as infraestruturas que possibilitam e facilitam a criação e circulação desse conteúdo, assim como os incentivos financeiros.

Em relação à abordagem metodológica, propomos como corpus de análise: análise do site do YouTube Health; análise da política de desinformação em saúde do YouTube; entrevistas com representantes do YouTube Health/Google; entrevistas com participantes de organismos internacionais na criação das diretrizes que definem o que são fontes confiáveis para o programa; entrevistas com médicos e profissionais de saúde que fazem parte do programa; um estudo de caso para verificar quais vídeos aparecem na prateleira de saúde, tendo como objeto específico o câncer, que é mencionado diretamente na política de desinformação em saúde.

Eliana Pegorim Abreu e Silva

Doutoranda do PPGCOM da PUC-Rio, Mestre em Cultura da Mídia pela Universidade de Bremen (Alemanha), graduada em Comunicação Social – jornalismo pela UFRJ, Analista em Ciência e Tecnologia no Instituto Nacional de Câncer, membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Dados e Tecnologias Digitais (Condado Lab).

Rio de Janeiro, RJ, Brasil

E-mail: eliana.pegorim@gmail.com

Referências

AJUDA DO YOUTUBE. **Informações sobre conteúdos relacionados à saúde - Ajuda do YouTube.** [S. l.], 2024. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/9795167>. Acesso em: 6 dez. 2024.

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira; OLIVEIRA, Thaianne Moreira De. Desinformação e mensagens sobre a hidroxicloroquina no Twitter: da pressão política à disputa científica. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, [s. l.], v. 9, n. 2, p. 196, 2020.

DEVITO, Michael A. From Editors to Algorithms: A values-based approach to understanding story selection in the Facebook news feed. **Digital Journalism**, [s. l.], v. 5, n. 6, p. 753–773, 2017.

DIJCK, José van; POELL, Thomas; WAAL, Martijn de. **The platform society**. New York: Oxford University Press, 2018.

GALHARDI, Cláudia Pereira *et al.* Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, [s. l.], v. 25, n. suppl 2, p. 4201–4210, 2020.

GARCIA, Marcelo; EVANGELISTA CUNHA, Simone; OLIVEIRA, Thaiane. Regimes de verdade na pandemia de Covid-19: discursos científicos e desinformativos em disputa no Youtube. **Fronteiras - estudos midiáticos**, [s. l.], v. 23, n. 2, p. 104–117, 2021.

GILLESPIE, Tarleton. **Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media**. [S. l.]: Yale University Press, 2019. Disponível em: <https://www.degruyter.com/document/doi/10.12987/9780300235029/html>. Acesso em: 20 mar. 2025.

GRAHAM, Garth. **Answering your health questions in Brazil, India, and Japan**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://blog.youtube/news-and-events/answering-your-health-questions-brazil-india-and-japan/>. Acesso em: 11 dez. 2024.

OLIVEIRA, Thaiane Moreira De. Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia. **Liinc em Revista**, [s. l.], v. 16, n. 2, p. e5374, 2020.

PLANTIN, Jean-Christophe *et al.* Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. **New Media & Society**, [s. l.], v. 20, n. 1, p. 293–310, 2018.

PLANTIN, Jean-Christophe; PUNATHAMBEKAR, Aswin. Digital media infrastructures: pipes, platforms, and politics. **Media, Culture & Society**, [s. l.], v. 41, n. 2, p. 163–174, 2019.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; DIJCK, José Van. Plataformização. **Fronteiras - estudos midiáticos**, [s. l.], v. 22, n. 1, 2020. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/19838>. Acesso em: 24 jul. 2025.

POELL, Thomas; NIEBORG, David B.; DUFFY, Brooke Erin. **Platforms and cultural production**. Medford: Polity Press, 2022.

RECUERO, Raquel. **A rede da desinformação: sistemas, estruturas e dinâmicas das plataformas de mídias sociais**. [S. l.]: Sulina, 2024.

SOARES, Felipe Bonow *et al.* Infodemia e Instagram: como a plataforma é apropriada para a produção de desinformação sobre a hidroxicloroquina?. **Fronteiras - estudos midiáticos**, [s. l.], v. 23, n. 2, p. 89–103, 2021.

TOKOJIMA MACHADO, Dayane Fumiyo *et al.* It-which-must-not-be-named: COVID-19 misinformation, tactics to profit from it and to evade content moderation on YouTube. **Frontiers in Communication**, [s. l.], v. 7, 2022. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fcomm.2022.1037432/full>. Acesso em: 24 jul. 2025.

WARDLE, Claire; DERA KHSHAN, Houssein. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making**: Council of Europe Report DGI 2017 (09). [S. l.: s. n.], 2017.

WARDLE, Claire; DERA KHSHAN, Hossein. **Desordem Informacional: Para um quadro interdisciplinar de investigação e elaboração de políticas públicas**. CAMPINAS, SP, SP: Coleção CLE, 2023. (Coleção CLE).

EMAGREÇA EM UM CLIQUE: promessas ‘detox’, brechas regulatórias e a oferta de produtos irregulares nas mídias digitais¹

Isabela Duarte Pimentel²

Resumo

O artigo analisa a venda de produtos irregulares para emagrecimento — especialmente suplementos com a promessa “detox” — por meio da publicidade digital no contexto pós-pandemia da Covid-19. A pesquisa parte da hipótese de que brechas nos Termos de Serviço de plataformas, como o *Google Ads*, têm favorecido a promoção de produtos suspensos pela Anvisa, como o *Lift Detox Black*, ampliando riscos à saúde e fraudes ao consumidor. O *corpus* analisa a comercialização do produto à luz dos eixos normativos da plataforma *Google*, evidenciando práticas de violação. O objetivo é compreender o papel das plataformas na promoção de produtos irregulares, identificar lacunas regulatórias e refletir criticamente sobre os desafios da Governança da Publicidade Digital nos assuntos relacionados à Saúde.

Palavras-chave: Publicidade Digital; produtos irregulares; suplementos para emagrecimento; Plataformas Digitais, Governança.

1.Introdução

A Internet é um dos principais canais para venda e publicidade de suplementos irregulares (Brasil, 2024). Segundo a Anvisa, mais de 55 mil anúncios foram removidos do *e-commerce* em 2024. Esses produtos vão de soluções em gotas e protocolos de cura a *ebooks* e grupos no *WhatsApp* e *Telegram*. No pós-pandemia, a combinação entre o aumento do consumo *online* e a baixa barreira à venda de produtos de saúde facilitou o acesso a suplementos irregulares (Peduzzi, 2022). Com base em estudos de Comunicação & Saúde (Deepak *et al.*, 2021; Dopter; Margaritis, 2021; Oliveira; Quinan, 2023), Publicidade Enganosa (Lee *et al.*, 2017; Alves, 2024; Pickett *et al.*, 2023; Shepherd *et al.*, 2023; Taylor *et al.*, 2020) e Métodos Digitais (Bounegru *et al.*, 2016; D’Andrea, 2020; Rogers, 2016), este trabalho analisa a venda de emagrecedores irregulares e como brechas regulatórias tornam as plataformas digitais terreno fértil para golpes. O objetivo é entender o papel dessas plataformas e identificar falhas na regulação.

^{1*} Trabalho apresentado no GT 6 - Mídias Digitais, Tecnologias e Dados durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Doutoranda em Comunicação na PUC-Rio, Mestre em Mídias Digitais pela UFRJ, Programa de Pós-Graduação em Linguagens e Tecnologias da Comunicação (PPGLTCOM), RJ, RJ. isabeladpimentel@gmail.com

2. Brechas regulatórias

Plataformas como o *Google* contribuem para a disseminação de produtos fraudulentos ao priorizar conteúdos de baixa credibilidade. Suplementos populares, como os de efeito “detox”, são frequentemente falsificados. Embora o *Google Ads* proíba esse tipo de promoção (Tabela 1), casos como o Lift Detox Black mostram que a regra nem sempre é aplicada.

Tabela 1 –Política do *Google*

Tema	Restrição
Suplemento	Promoção de suplementos não aprovados.
Promessas	Venda de produtos que alegam ser tão eficazes quanto medicamentos controlados ou prometem prevenir, curar ou tratar doenças. Promoção de produtos sujeitos a restrições regulatórias.
Nome	Uso de nome de produto que se confunda com medicamentos ou substâncias controladas.

Fonte: adaptado pela autora (Ano: 2025)

3. Método

A construção e delimitação do *corpus* da pesquisa e metodologia seguiu a perspectiva dos Métodos Digitais (Bounegru, Rogers, Venturini e Gray, 2016). A pesquisa desenvolveu-se a partir de abordagem exploratória e consulta aos dados da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), em seu Catálogo Eletrônico, chamado *Dossiê*.

Figura 1 – Dossiê Anvisa

Resultado da Consulta de Dossiê de Fiscalização				
Data da Última Medida Cautelar	Produto	Empresa	Tipo de Produto	Ações de Fiscalização
07/06/2024	SUPLEMENTO ALIMENTAR EM CÁPSULAS DA MARCA LIFT DETOX BLACK (FALSIFICADO).	DESCONHECIDA	Alimento	Apreensão: Proibição: Comercialização, Distribuição, Fabricação, Propaganda, Uso:
20/04/2023	SUPLEMENTO ALIMENTAR EM CÁPSULAS - LIFT DETOX CAPS.	DESCONHECIDA	Alimento	Apreensão: Proibição: Comercialização, Distribuição, Fabricação, Uso:
				Exportar para Excel Voltar

Fonte: produtos irregulares. Acesso em 7/12/2024³

A análise partiu da seleção de produtos irregulares associados aos termos “detox” e “emagrecimento”, com base em dossiês da Anvisa publicados entre março de 2020 e dezembro de 2024. A busca identificou 43 produtos distintos, entre medicamentos, alimentos e suplementos. Em seguida, foi aplicado o filtro de “produto suspenso” por propaganda enganosa, reduzindo a amostra a apenas três: dois da marca *Lift Detox* e um do *Detox Iônico*. A recorrência do Lift Detox entre produtos suspensos indica não apenas sua popularidade, mas também a insistência de seus promotores em burlar a regulação. Pesquisas nos buscadores revelaram que a marca opera por meio de uma estratégia comercial robusta, com presença multiplataforma e uma rede articulada de afiliados, parceiros e consultores (Figura 2). Apesar da suspensão, anúncios ativos do produto foram identificados no *Meta Ads* (11 ativos) e *Google Ads* (16 ativos), revelando falhas de moderação nas plataformas e reforçando a ideia de que o ambiente digital permite a reentrada contínua de produtos proibidos, mesmo após ações regulatórias.

³ Disponível em <https://consultas.anvisa.gov.br/#/dossie/25351211873202472/?parametroProduto=lift%20detox&tipoAssunto=1> Acesso em 07/12/2024.

Figura 2- Esquema de vendas



Fonte: (a autora, 2025.Dados coletados -11.ago.2025)

4.Conclusão

Embora o *Lift Detox* esteja oficialmente suspenso desde 2024 por comercialização e propaganda enganosa, ele continua amplamente disponível em redes sociais e anúncios. Essa contradição expõe a fragilidade dos mecanismos de controle e a fragmentação das ações de monitoramento. O cenário favorece a perpetuação do comércio de emagrecedores irregulares e demanda ações integradas e mais eficazes por parte das autoridades e das empresas de tecnologia, por meio de ações de Governança e Monitoramento.

Bibliografia

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). *Resolução-RE nº 2.174, de 6 de junho de 2024*. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, n. 108, p. 113, 07 jun. 2024. Ministério da Saúde / Agência Nacional de Vigilância Sanitária / 4ª

Diretoria / Gerência-Geral de Inspeção e Fiscalização Sanitária. Disponível em <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-re-n-2.174-de-6-de-junho-de-2024-564264190> Acesso em 07 ago. 2025.

ALVES, M. Estudo exploratório do financiamento da desinformação na web: fraudes, apostas, trading e clickbait. *Contracampo*, Niterói, v. 43, n. 1, p. 01-18, jan./abr. 2024. Disponível em <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/56987> Acesso em: 1 ago. 2025.

ANVISA. Emagrecedores irregulares: lista atualizada para o período de 01/01/2020 a 30/05/2024 de produtos similares ao “50 ervas”. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/fiscalizacao-e-monitoramento/produtos-irregulares/emagrecedores>. Acesso em: 9 nov. 2024.

BONEGRU, D.; ROGERS, R.; VENTURINI, T.; GRAY, J. A reality check(list) for digital methods. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/14614448.2016.1149436>. Acesso em: 10 junho. 2025.

BORTOLON, B.; FÁVERO, B.; MANGABEIRA, M.; BARTELS, R.; SOUSA, Y. Anúncios em sites jornalísticos e a desinformação sobre saúde: como as curas falsas são promovidas. *Aos Fatos*, 22 mar. 2023. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/anuncios-sites-jornalisticos-desinformacao-saude-curas-falsas/>. Acesso em: 29 nov. 2024.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Análise em Saúde e Vigilância de Doenças Não Transmissíveis. Plano de Ações Estratégicas para o Enfrentamento das Doenças Crônicas e Agravos não Transmissíveis no Brasil 2021-2030 [recurso eletrônico]. Brasília: Ministério da Saúde, 2021. 118 p. ISBN 978-65-5993-109-5. Disponível em: http://bvsmis.saude.gov.br/bvs/publicacoes/plano_enfrentamento_doencas_cronicas_agravos_2021_2030.pdf. Acesso em: 14 ago. 2025.

D’ANDRÉA, C. F. DE B.; HENN, R. Desinformação, plataformas, pandemia: um panorama e novos desafios de pesquisa. *Revista Fronteiras - estudos midiáticos*, v. 23, n. 2, 2021. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/23786>. Acesso em: 14 ago. 2025.

D’ANDRÉA, C. F. DE B. Cartografando controvérsias com as plataformas digitais: apontamentos teórico-metodológicos. *Galáxia (São Paulo)*, v. 21, n. 43, p. 28-39, 2018.

Disponível em <https://www.scielo.br/j/gal/a/CwnPQ8Py3ttcyrvGZXhBYtB/abstract/?lang=pt> Acesso em 1.nov.2024.

DEEPAK, P.; CHAKRABORTY, T.; LONG, C.; SANTHOSHKUMAR, G.V. Fake News in Health and Medicine. [S.l.]: [s.n.], 2021. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/351202182_Fake_News_in_Health_and_Medicine Acesso em 11. Aesso em 8 . ago. 2025.

DOPTER, A.; MARGARITIS, I. Food supplements: real food or fake medicine? *La Revue du praticien*, 1 fev. 2021. Disponível em: <https://www.semanticscholar.org/paper/%5BFood-supplements%3A-real-food-or-fake-medicine%5D-Dopter-Margaritis/12c8a9d6bab0dcd26e900ec2a8a98c13124f4e7b>. Acesso em: 6 . ago. 2025.

GOVERNO DO BRASIL. Como descobrir se um produto é realmente autorizado pela Anvisa. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/fatos/brasil-contrafake/noticias/2024/como-descobrir-se-um-produto-e-realmente-autorizado-pela-anvisa>. Acesso em: 9 nov. 2024.

LEE, K.S.; YEE, S.M.; ZAIDI, S.T.; PATEL, R.P.; YANG, Q.; AL-WORAFI, Y.M.; MING, L.C. Combating sale of counterfeit and falsified medicines online: a losing battle. *Frontiers in Pharmacology*, v. 8, 2017. Disponível em <https://www.frontiersin.org/journals/pharmacology/articles/10.3389/fphar.2017.00268/full> Acesso em 10.jul.2025.

MINTZ, A.; D'ANDRÉA, C. Circulação de imagens entre plataformas: desafios e experiências com uma API de visão computacional. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/342049465_APIs_de_Visao_Computacional_investigando_mediacoas_algoritmicas_a_partir_de_estudo_de_bancos_de_imagens Acesso em 10.jul.2025.

OLIVEIRA, T.; QUINAN, R. A focinheira do Covid: construção do discurso anti-máscara no YouTube. *Revista Culturas Midiáticas*, João Pessoa, v. 18, p. 62, 2023. Disponível em <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/cm/article/download/63884/37599/199508> Acesso em 10.jul.2025.

PEDUZZI, P. Anvisa identifica 17 mil ameaças de produtos vendidos na internet. *Agência Brasil*, 7 fev. 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2022->

[02/anvisa-identifica-17-mil-ameacas-de-produtos-vendidos-na-internet](#). Acesso em 11.jul.2025.

PICKETT, A. C.; BROWN, K. M.; DAMON, Z. J.; BRISON, N. T. Examining the impacts of influencer marketing and athlete endorsements on health product promotion. *Health and Behavioral Research*, v. 6, n. 2, p. 1–15, 2023. Disponível em: <https://newprairiepress.org/hbr/vol6/iss2/1/>. Acesso em: 3 dez. 2024.

ROGERS, R. O fim do virtual: os métodos digitais. *Lumina*, v. 10, n. 3, 2016. Disponível em <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21353> Acesso em 10.dez.2024.

SHEPHERD, D.; WHITMAN, K.; BUTTON, M.D.; WILSON, J.M. The Impact of Deviant Social Media Influencers and Consumer Characteristics on Purchasing Counterfeit Goods. *Deviant Behavior*, v. 44, p. 1746-1760, 2023. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/372245272_The_Impact_of_Deviant_Social_Media_Influencers_and_Consumer_Characteristics_on_Purchasing_Counterfeit_Goods Acesso em 11.jul.2025.

TAYLOR, E.; NEUDERT, L.; HOFFMANN, S.; HOWARD, N. Follow the Money: How the Online Advertising Ecosystem Funds COVID-19 Junk News and Disinformation. Oxford Internet Institute, 2020. Disponível em <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2020/08/Follow-the-Money-3-Aug.pdf> Acesso em 11.jul.2025.

A GOVERNANÇA DOS JOGOS DE AZAR ONLINE: na interface entre bets e tigrinho¹

Lorrana Melo²

Resumo

A pesquisa investiga de que modo os recursos sociotécnicos de governança de plataformas digitais estabelecem regras e procedimentos que influenciam a circulação de jogos de azar em um contexto de disputas político-econômicas e de alterações na delimitação de sua legalidade no Brasil. Argumenta-se que as plataformas não são meros intermediários, mas infraestruturas que impactam a produção, circulação e consumo dos jogos de azar por meio de uma governança que opera de maneira opaca e assimétrica, ao explorar dados e organizar fluxos de informação com vistas à monetização do ambiente. Metodologicamente, combinam-se a análise documental e a análise de conteúdo categorial das normativas reguladoras do Estado brasileiro e das políticas das plataformas Google e Meta. Além disso, realiza-se um mapeamento da presença online das empresas de jogos de azar. Tal combinação permite compreender como as plataformas digitais traduzem a legislação vigente para a circulação dos jogos de azar, bem como identificar como lidam cotidianamente com tais práticas de circulação.

Palavras-chave: Plataformização; Governança; Jogos de Azar Online; Regulamentação

1. Introdução

Predomina na mídia nacional um entendimento que impede de compreender que os sites de jogos de azar hospedam tanto as apostas esportivas, quanto os jogos de cassino online. O problema surge do fato de que ambas as modalidades entraram para o debate público de maneiras distintas: as *bets* surgem em decorrência das promessas e problemas do mundo do futebol; o *tigrinho* emerge como uma ameaça de golpes financeiros e ação criminosa de influenciadores. O que difere as formas de jogo e, portanto, os termos, advém dos *riscos* sistêmicos oferecidos por cada modalidade na contrapartida dos lucros calculados pelos atores responsáveis por sua produção e circulação.

Ainda que o jogo de azar não seja algo novo na cultura brasileira, tradicionalmente permeada pelo jogo do bicho (Labronici, 2024), torna-se urgente

^{1*} Trabalho apresentado no GT – Mídias Digitais, Tecnologias e Dados durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Lorrana Melo Cordeiro: mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio, Rio de Janeiro, RJ, lorrnamelofoto@gmail.com.

investigar do processo de plataformação desta mercadoria cultural. Enfrenta-se, atualmente, um aprofundamento das relações políticas e econômicas entre o mercado de jogos e o ambiente digital, no qual o *risco* se torna mais casual e a incerteza do jogo é normalizada, fazendo com que o jogo de azar emergja das sombras da associação ao pecado para se consolidar uma entre várias opções de consumo e lazer (Young, 2010; Markham e Young, 2015; Ross e Nieborg, 2021).

A pesquisa, assim, busca oferecer subsídios para refletir criticamente sobre as responsabilidades compartilhadas na mercantilização de uma prática que ameaça a integridade financeira e psicológica de seus consumidores. Em última instância, trata-se de compreender como a lógica permissiva das plataformas, combinada à busca incessante pelo lucro, intensifica vulnerabilidades sociais, tornando urgente a construção de um regime de governança que limite danos e responsabilize seus atores.

2. Concepção teórico-metodológica

À luz das questões desencadeadas pela plataformação, argumenta-se aqui que o jogo de azar é uma mercadoria cultural que torna-se *contingente* porque: a) depende de um grupo seletivo de plataformas digitais para ser produzido e circulado; b) por ser dependente, torna-se maleável, modulável e adaptável conforme os feedbacks de dados e recirculação constante de informações (Poell et al., 2020; Nieborg e Poell, 2018).

A governança, portanto, emerge como questão central ao compartilhar responsabilidades entre plataformas, Estados e mercados por meio de uma estrutura de poder fundamentalmente desigual (Gorwa, 2019). Diante disso, esta pesquisa parte da seguinte questão: de que modo os recursos sociotécnicos de governança de plataformas digitais estabelecem regras e procedimentos que influenciam a circulação de jogos de azar em um contexto de disputas político-econômicas e alterações sobre a delimitação de sua legalidade no Brasil?

Adotamos uma abordagem metodológica ancorada na análise documental e na análise de conteúdo categorial: a) das normativas legais do Estado, incluindo leis, projetos de lei, medidas provisórias, decretos e portarias ministeriais; b) das políticas e termo de uso das plataformas Google e Meta. Além disso, realiza-se o mapeamento da presença online de sites de jogos de azar nas plataformas digitais e das práticas comunicativas acionadas nos ambientes identificados. Os dois eixos permitem averiguar não só aplicabilidade do processo regulatório dos jogos de azar nas plataformas digitais, mas também as práticas de moderação dos jogos em plataformas.

3. Conclusão

Esta pesquisa pretende obter resultados sobre a sistemática tecnológica e social das plataformas digitais que impactam na circulação dos jogos de azar, de modo a apontar caminhos que possibilitem o desenvolvimento de políticas de governança que sigam princípios como segurança, integridade, justiça, transparência e prestação de contas. Ao tensionar o papel das plataformas digitais no processo de governança, o estudo pretende contribuir não só para o campo da comunicação e cultura digital, mas, principalmente, para os debates sobre regulação das plataformas digitais e do mercado de jogos de azar.

Lorrana Melo Cordeiro

Bolsista FAPERJ Mestrado Nota 10 no PPGCOM da PUC-Rio, onde também se graduou em Comunicação Social - Jornalismo (2022). Integra o Grupo de Pesquisa em Comunicação, Dados e Tecnologia (ConDado Lab), é membro do corpo editorial da Revista Alceu e da Comissão Discente do PPGCOM/PUC-Rio.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: lorranamelofoto@gmail.com

Referências

GORWA, Robert. What is platform governance? **Information, Communication & Society**, v. 22, n. 6, p. 854–871, 2019.

LABRONICI, Rômulo Bulgarelli. O emprego da sorte: o trabalho com a loteria do jogo do bicho nas ruas do Rio de Janeiro. 2024.

MARKHAM, Francis; YOUNG, Martin. “Big Gambling”: The rise of the global industry-state gambling complex. **Addiction Research & Theory**, v. 23, n. 1, p. 1–4, 2015.

NIEBORG, David B.; POELL, Thomas. The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. **New Media & Society**, v. 20, n. 11, p. 4275–4292, nov. 2018.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; DIJCK, José Van. Plataformização. **Fronteiras - estudos midiáticos**, v. 22, n. 1, p. 2–10, 4 abr. 2020.

ROSS, Alexander; NIEBORG, David. Spinning is winning: Social casino apps and the platformization of gamble-play. **Journal of Consumer Culture**, v. 21, n. 1, p. 84–101, fev. 2021.

YOUNG, Martin. Gambling, Capitalism and the State: Towards a New Dialectic of the Risk Society? **Journal of Consumer Culture**, v. 10, n. 2, p. 254–273, 2010.

MUNDO INSTAGRAMÁVEL: estéticas de um cotidiano espetacularizado e algorítmico¹

Bernardo de Quadros Bruno²

Resumo

Este trabalho analisa os espaços instagramáveis como ambientes que articulam atualidade e virtualidade a partir da lógica algorítmica e do compartilhamento digital. Mais do que cenários decorativos, esses espaços são projetados para existir, antes mesmo de serem compartilhados, enquanto imagens virtuais. Retomando a noção do hiper-real em Baudrillard (1991), proponho o espaço instagramável como ambiente exemplar para debater os cruzamentos entre o virtual e o atual. A pesquisa adota a observação participante em locais como shoppings, cafês, museus e exposições, buscando compreender como o instagramável altera percepções do sensível, da sociabilidade e da própria noção de real. Assim, o estudo se foca na dimensão estética entre arquitetura, a algoritmização e a espetacularização da vida cotidiana.

Palavras-chave: instagramável, estética, mídias sociais, espetáculo, arquitetura

1. Resumo expandido

De alguns anos para cá, o adjetivo “instagramável” tornou-se senso-comum para descrever locais que seriam, por essência, altamente compartilháveis e fotogênicos. Quando a curadoria estética algorítmica salta das plataformas digitais e começa a ser percebida no mundo físico e material, emerge a instagramização da vida (Bentes, 2018). O virtual e o algorítmico co-habitam com o material e o físico: desde uma corrida na praia até um passeio no shopping. Se na era da visibilidade 24/7 (Crary, 2014) nos tornamos autores do espetáculo da própria vida em tempo real (Sibilia, 2016), não estariam os espaços se tornando também cenários espetacularizados, ambientes físicos, mas permeados por virtualidade?

Neste trabalho, analiso os espaços instagramáveis, ambientes pensados desde a planta a partir de uma potência de virtualização por meio de fotos, vídeos, stories, tiktoks e outras formas de compartilhamento que satisfazem o desejo contemporâneo de ver e ser visto (Bruno, 2013). A ideia é pensar o instagramável sob uma perspectiva estética, entendendo não só como esses ambientes se apresentam, mas também como

^{1*} Trabalho apresentado no GT 6 - Mídias Digitais, Tecnologias e Dados durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestrando da Universidade Federal do Rio de Janeiro no PPGCOM-UFRJ, Rio de Janeiro, RJ, bernardoqbruno@gmail.com.

alteram a própria noção do sensível e do estar no mundo – remetendo à origem etimológica da palavra, *aisthesis*. Como se vê, sente, ouve e cheira o instagramável? Como é viver em cidades projetadas a partir do compartilhamento e virtualização?

Segundo Jaguaribe (2007), o mundo digital adicionou nova dimensão ao debate da representação, com realidades virtuais que fabricam efeitos hiper-reais. Retomando a hiper-realidade em Baudrillard (1991), proponho o espaço instagramável enquanto modelo ideal da precessão dos simulacros – ambiente que pode existir primeiro como imagem midiática e depois como lugar concreto. O instagramável caracteriza um espaço que funciona quase como central produtora de simulacros, set de cinema da contemporaneidade que espetaculariza o mundo e transforma tudo em imagem. Estes locais não são pensados só a partir de quatro paredes e um teto, mas por sua capacidade de continuamente se virtualizar e gerar novas cópias para gerar engajamento virtual (Sanz, Sousa e Campelo, 2021). A cópia vem antes do original?

Ao invés de pensar o virtual em detrimento do real – afinal a virtualidade faz parte da realidade (Marques e Hessel, 2021) – busco olhar para os atravessamentos do digital com o material no instagramável, que mistura a experiência estética de um “aqui e agora” advinda das exposições imersivas (Sacchetin, 2021) com os mundos virtuais do Instagram e TikTok. Ao invés de dois polos separados, prefiro pensar na multiterritorialidade do instagramável a partir de Haesbaert (2004), espaço que mistura atualização e virtualização o tempo todo e, por vezes, sugere o virtual antes mesmo do atual em uma lógica hiper-real em que a cópia geraria o real.

Além do campo teórico, analiso os espaços instagramáveis em seu funcionamento cotidiano na minha pesquisa. Adoto uma espécie de observação participante para entender como o instagramável afeta sensorialmente o sujeito – já que para observar não basta apenas olhar, é preciso também se juntar aos objetos (Ingold, 2018). Entre os locais analisados destacam-se shopping centers (Botafogo Praia Shopping, Barra Shopping), museus e exposições (Centro Cultural Banco do Brasil, Mundo Pixar), além de bares, cafés e restaurantes (Mia Cookies, Suru Bar).

Mais que estratégia de marketing ou design decorativo, o espaço instagramável pode nos ajudar a entender nosso lugar no mundo atual em que transformamos cotidiano em conteúdo e mesclamos virtual e atual. Jameson (1997) analisou a arquitetura pós-moderna como fonte privilegiada para compreender o capitalismo tardio, já que, de

todas as artes, é a mais diretamente relacionada ao econômico. Inspirada no autor, esta pesquisa propõe um olhar atento ao espaço instagramável para entender melhor a contemporaneidade, focando-se na relação entre atualidade e virtualidade nos espaços físicos condicionados pela estética e lógica dos algoritmos.

Bernardo de Quadros Bruno

*Mestrando do PPGCOM-UFRJ na linha Tecnologia da Comunicação e Estéticas e jornalista formado pela ECO-UFRJ. Atualmente trabalha como assessor de imprensa na FSB Comunicação. Atuou como organizador, debatedor e curador do Cineclube Cinerama UFRJ de 2020 a 2023.
Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
E-mail: bernardoqbruno@gmail.com*

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BENTES, Anna. **Instagramização Da Vida: Uma Curadoria Do Visível**, 2018.
Disponível em:
<<https://medialabufrj.net/blog/2018/08/dobras-15-instagramizacao-da-vida-uma-curadoria-do-visivel/>>. Acesso em: 25 ago. 2025.
- BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. 6ª Edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.
- INGOLD, Tim. Anthropology Between Art and Science: An Essay on the Meaning of Research. **Field Journal**, 8 set. 2018. Disponível em:
<<https://field-journal.com/issue-11/anthropology-between-art-and-science-an-essay-on-the-meaning-of-research>>. Acesso em: 25 ago. 2025.
- JAGUARIBE, Beatriz. **O Choque do Real: Estética, Mídia e Cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. 2ª Edição. São Paulo: Ática, 1997.

MARQUES, Marcos Aurelio; HESSEL, Ana Maria Di Grado. O conceito de “virtual”: de Bergson a Deleuze, de Deleuze a Lévy. **TECCOGS – Revista Digital de Tecnologias Cognitivas**, n. 24, jul./dez. 2021, p. 205-220.

SACCHETTIN, Priscila. De volta à caverna de Platão: notas sobre exposições imersivas. **ARS (USP)**, v. 19, p. 691–739, 2021. Disponível em: <<https://revistas.usp.br/ars/article/view/185248>>. Acesso em: 29 ago. 2025.

SANZ, C. L.; SOUZA, F.; CAMPELO, L. Vida instagramável: habitando tempos e espaços do mundo-empresa. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (ALAIC)**, v. 20, p. 53-62, 2021.

SIBILIA, Paula. **O Show do Eu: a intimidade como espetáculo**. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SOUZA E SILVA, W.; VIEIRA DE ALCÂNTARA, A. R. Olhares Dóceis Perante o Instagramável: A imagem no império das plataformas. **Revista Eco-Pós (UFRJ)**, v. 27, p. 210–225, 2024. Disponível em: <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/28163>. Acesso em: 29 ago. 2025.

NOTAS SOBRE O ECOSSISTEMA DE MÚSICA POP PERIFÉRICA DO RIO DE JANEIRO¹

Gabriel Gutierrez²
João Victor Pessanha³

Resumo

Este artigo investiga o processo de plataformação das gravadoras vinculadas à economia do rap, trap e funk que emergiram no Rio de Janeiro na última década. A partir da análise de seus modelos de negócio, propomos a hipótese de que o sucesso das estratégias digitais adotadas por essas gravadoras tem contribuído decisivamente para a consolidação de um midstream ligado à música urbana na cidade. Nesse contexto, a reorganização do consumo de música gravada, marcada pela emergência das plataformas de streaming como novos intermediários capazes de operar globalmente, tem reconfigurado profundamente as dinâmicas de produção, circulação e escuta. Argumentamos que a capacidade da música urbana de mobilizar essas dinâmicas revela sua capacidade de renovar os contornos da música pop brasileira contemporânea.

Palavras-chave: *plataformização; rap; funk; música gravada; indústria fonográfica*

1. A ascensão da música urbana feita no Rio de Janeiro

Nos últimos anos, temos assistido no Brasil ao crescimento exponencial do que Sá chama de “música pop periférica”. Ao verificarmos as listas de fonogramas mais ouvidos do país, atestaremos que o funk e o rap frequentemente conseguem atrapalhar a incontestável hegemonia de mercado do neo-sertanejo (amplamente impulsionado pelos recursos do agronegócio). Artistas como Anitta, Ludmila, Gloria Groove, Matuê, MC Ryan, Xamã, Kevin O Cris, Felipe Ret, Tasha e Tracie, Veigh, Kayblak e outros são sucesso de plays e views, têm espaço destacado nas playlists editoriais mais disputadas do país e vêm conseguindo espaço relevante nos principais festivais nacionais e internacionais. Segundo monitoramento da empresa Crowley, entre 2022 e 2023, o consumo de música urbana na plataforma teve um crescimento de 90%, chegando a um total de 2 bilhões de plays.

^{1*} Trabalho apresentado no GT 6 - Mídias Digitais, Tecnologias e Dados durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Pesquisador de pós-doutorado no PPGCOM/UFRJ. Rio de Janeiro, RJ. E-mail: gabriel.mendes34@gmail.com.

³ Doutorando no PPGCOM/UFRJ. Rio de Janeiro, RJ. E-mail: contatojvpessanha@gmail.com.

Criada nas periferias dos grandes centros urbanos, a partir de tecnologias digitais de autoprodução (as DAWs), e com incontestável protagonismo afro-diaspórico, a música urbana brasileira vem estabelecendo articulações também com diversos setores econômicos, como as majors do setor fonográfico, o segmento de vestuário e bebidas e com outras indústrias criativas, como a televisão. Observando essas articulações ligadas à economia da música, chama a nossa atenção o progressivo crescimento do mercado de música urbana e sua habilidade para lidar com a inovação e a digitalização, ainda que num contexto tomado pela informalidade.

Herschmann (2013) já elencou o trabalho de diversos pesquisadores que já vêm investigando este tipo de imbricação entre circuitos musicais locais e formas alternativas de organização econômica da cultura (YÚDICE, 2007; ALFARO, 2009; HERSCHMANN, 2007; OCHOA, 2001). Nestes contextos, podemos encontrar atores locais desenvolvendo modelos de negócio extremamente inovadores e criativos no âmbito das cenas musicais urbanas (YÚDICE, 2011). Ali, os fonogramas são meros artefatos de divulgação inseridos em esquemas de promoção, onde a sustentabilidade dos artistas se dá pelo concerto ao vivo e na medida de sua eficiente inserção nas redes sociais e em coletivos auto-organizados. Os casos brasileiros mais notórios frequentemente citados pela literatura são as cenas de tecnobrega em Belém do Pará (LE MOS & CASTRO, 2008), de forró em Fortaleza (TROT TA, 2011) e do funk no Rio de Janeiro (HERSCHMANN, 2000; SÁ, 2011).

Nossa hipótese sugere que o sucesso das estratégias digitais adotadas por essas gravadoras tem contribuído decisivamente para a consolidação de um *midstream* ligado à música urbana na cidade. Nesse contexto, a reorganização do consumo de música gravada, marcada pela emergência das plataformas de streaming como novos intermediários capazes de operar globalmente, tem reconfigurado profundamente as dinâmicas de produção, circulação e escuta. Argumentamos que a capacidade da música urbana de mobilizar essas dinâmicas revela sua capacidade de renovar os contornos da música pop brasileira contemporânea

Durante alguns anos, o debate sobre a economia da música sugeriu o enfraquecimento de intermediários no que se refere à distribuição e consumo de música na internet. Yúdice (2011) notava como este tipo de proposição era problemática já no início da década de 2010, mencionando a relevância de mediadores como o Youtube e o Myspace. Hoje podemos perceber um processo de reintermediação (VICENTE &

KISCHINHEVSKY & DE MARCHI, 2018), do consumo de música gravada, associado fundamentalmente às plataformas de streaming.

Principal especificidade desta reintermediação do consumo de música gravada, as plataformas de streaming dominam os principais mercados do mundo. Ainda que haja diferenciações marcante entre os serviços pagos e os gratuitos, o que parece estar claro é que o público hoje está menos interessado na posse da música e mais inclinado ao acesso à música, que pode ser ouvida em múltiplos dispositivos. Em outras palavras, saímos de uma "cultura da portabilidade" para uma "cultura do acesso" aos fonogramas (KISCHINHEVSKY, 2016), onde os usuários podem ouvir um montante quase infinito de arquivos digitais de áudio (KISCHINHEVSKY & VICENTE & DE MARCHI, 2015).

O propósito desse artigo é investigar como esse novo "circuito de música urbana carioca" relaciona-se com o processo geral de plataformização da produção, distribuição e consumo de música.

Gabriel Gutierrez Mendes

Pesquisador Pós-doc em Comunicação vinculado à linha de pesquisa Mídia e Mediações Socioculturais do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRJ; (PPGCOM/ UFRJ). Membro dos grupos de pesquisa CAC (UERJ/CNPq) e do NEPCOM (UFRJ/CNPq). Doutor em Comunicação Social pelo PPGCOM/UERJ.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: gabriel.mendes34@gmail.com

João Victor Pessanha

Doutorando em Comunicação e Cultura (UFRJ), iniciado em 2025, com projeto de pesquisa aprovado também nos Doutorados dos PPGCom da UERJ e UFF (2024/2025). Mestre em Cinema e Audiovisual pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Desde 2023, é docente de Comunicação Social e Produção Audiovisual no Centro Universitário IBMR-RJ / Ânima Educação.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: contatojvpessanha@gmail.com

Referências

ALFARO, Santiago. Economía y cultura de la música andina. 2009. Tese (Doutorado em Sociologia) – Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

DE MARCHI, Leonardo; HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Tendências de consumo musical nas plataformas digitais em tempos de pandemia. Comunicação oral apresentada no Congresso da Compós, 2021.

GUTIERREZ, Gabriel. É o Rap RJ: a cultura da música e as práticas comunicacionais da cena de rap do Rio de Janeiro. 2021. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 259 f.

HERSCHMANN, Micael. Indústria da música em transição. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

HERSCHMANN, Micael. Das cenas e circuitos às territorialidades (sônico-musicais). *Logos*, Rio de Janeiro, v. 25, n. 1, 2018.

LATOUR, Bruno. Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: Edufba, 2012.

LEMO, Ronaldo; CASTRO, Oona. Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

NOVAES, Dennis. Bastidores do baile: técnica, produção e circulação musical no mundo funk carioca. 2017. [Tipo de documento não especificado – se for tese ou dissertação, posso ajustar.]

SÁ, Simone; MIRANDA, Gabriela. Aspectos da economia musical popular no Brasil: o circuito do funk carioca. In: HERSCHMANN, Micael (Org.). *Nas bordas e fora do mainstream musical: novas tendências da música independente no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Faperj, 2011.

TROTTA, Felipe. Autonomia estética e mercado de música: reflexões sobre o forró eletrônico contemporâneo. In: SÁ, Simone Pereira de (Org.). *Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

TROTTA, Felipe; MONTEIRO, Marcio. O novo mainstream da música regional: axé, brega, reggae e forró eletrônico no Nordeste. *Revista E-Compós*, Brasília, v. 11, n. 2, 2008.

VICENTE, Eduardo; KISCHINHEVSKY, Marcelo; DE MARCHI, Leonardo. A consolidação dos serviços de streaming e os desafios à diversidade musical no

Brasil. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*, v. 20, n. 1, p. 25-42, 2018.

YÚDICE, George. Apontamentos sobre alguns dos novos negócios da música. In: HERSCHMANN, Micael (Org.). *Nas bordas e fora do mainstream*. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2011.

YÚDICE, George; SILVA, Marie-Anne. A conveniência da cultura: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006.

GT Corpos, Identidades e Interseccionalidades

A SUBJETIVIDADE DO PODCAST PROJETO QUERINO: um jornalismo de oposição às ideologias do pós-racialismo¹

Giovana Erthal²

Resumo

Este texto posiciona o podcast projeto Querino enquanto prática jornalística subjetiva, a partir da proposta de Moraes e Silva (2019), que se opõe às ideologias do pós-racialismo. Ao propor uma abordagem histórica do Brasil que centraliza raça, alçando ao protagonismo as personagens afrodescendentes e observando os efeitos do sistema-mundo capitalista, o podcast se afasta de uma representação limitante e colonizada da realidade propagada no jornalismo nacional, ao passo que desafia a ideia da transcendência racial. No processo de pontuar a racialidade na História brasileira, o Querino desconsidera o discurso que a trata como não-questão, optando por reconhecer as alteridades fundantes do país.

Palavras-chave: subjetividade; pós-racialismo; podcast; racialidade.

1. Introdução

O fazer jornalístico, sedimentado nas noções do cientificismo moderno, permitiu o assentamento de uma estrutura simplificadora da apreensão dos fatos. Moraes e Silva (2019), em artigo para a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), discutiram as bases epistemológicas da objetividade jornalística que contribuem para a manutenção de ideologias, como a do machismo e do racismo. De acordo com as autoras, o caráter objetivo da produção jornalística é constituído nas estruturas epistêmicas do sistema-mundo capitalista, que – por sua vez – tem o homem branco, ocidental e heterossexual como sujeito universal. Para recuperar a humanidade dos indivíduos alheios ao sujeito universal, é proposto um jornalismo que preveja o subjetivo e considere a estrutura social circundante.

Este trabalho pontua o podcast projeto Querino neste espaço de produção jornalística subjetiva que, para além de se atentar às questões pertinentes da sociedade, atua na valorização da história preta no desenvolvimento do Brasil. O Querino é uma produção da Rádio Novelo lançada em 2022. Desde o início, ele é tido como projeto jornalístico por englobar podcast, uma série de reportagens na revista Piauí e, mais

^{1*} Trabalho apresentado no GT 1 - Corpos, Identidades e Interseccionalidades durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestranda, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, giovanaerthal@ufrj.br.

recentemente, o livro que amplia a investigação. A premissa do Querino é recontar a História brasileira a partir de uma perspectiva afrocentrada, decompondo a espiral de racismo que está enraizada na construção nacional. É com base neste objetivo de centralizar raça no desenvolvimento da nação que este texto também defende que o podcast atua de maneira combativa à ideologia pós-racialista.

2. Fundamentação teórica

Ao desenvolver o conceito pós-racialista no caso do Brasil, o pesquisador Alexandre Emboaba da Costa destacou que "a miscigenação foi reimaginada como atributo positivo [...] como algo inerentemente antirracista que reduz diferenças, aumenta a harmonia inter-racial, une o povo [...]" (Da Costa, 2015, p. 43). A partir desse ideal de coletividade que se baseia na ideia de que a problemática da "diferença racial" foi superada, construiu-se um discurso essencialmente colonial.

As ideologias pós-racialistas operam através da deslegitimação e da negação do racismo. Nessa lógica de progresso racial, a raça não deveria ser elemento organizador de ação na sociedade (Noble; Roberts, 2020). A transcendência racial, dessa forma, prevê raça como uma não-questão, sem enfrentar as estruturas racializadas e as desigualdades que permeiam a realidade.

Ao projeto Querino é imprescindível racializar a história de um país que até hoje se atrapalha em atribuir responsabilidade aos sujeitos. A apuração do Querino desafia "universalismo racialmente neutro" (Cho, 2009) e mostra que as elites de outrora deixaram heranças geracionais – não só no que se trata de dinheiro, mas de influência e de poder.

Acionando a narratologia de Motta (2013), de caráter cultural e multidisciplinar, é possível identificar as maneiras com as quais o Querino narrativamente se opõe às ideologias de transcendência racial, considerando que esta produção é um dispositivo argumentativo (Motta, 2013, p. 120). Esta proposta de análise também se orienta pelos elementos que Moraes e Silva (2019) consideram essenciais à subversão dos modos de objetivação jornalística, como a instrumentalização da emotividade e a abordagem não espetacularizada.

3. Considerações

Ao se dedicar à investigação da História brasileira sob a lente da raça, o Querino se desloca deste jornalismo pautado em uma racionalidade colonizadora. O podcast,

alinhado às potencialidades das plataformas digitais, revisa o protagonismo propagado pelo discurso hegemônico em um processo de apuração que preza pela subjetividade. Nesta abordagem, baseada em primeira instância na humanidade, o projeto Querino desafia as ideologias do pós-racialismo que ainda se disseminam através de narrativas sobre democracia racial no Brasil.

Giovana Erthal

Jornalista formada pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Atualmente mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ. Seu interesse de pesquisa se volta ao radiojornalismo narrativo articulado ao silêncio e à memória.

Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

E-mail: giovanaerthal@ufrj.br

Referências

CHO, Sumi. Post-Racialism. **Iowa Law Review** 94, (p. 1589–1649), 2009.

DA COSTA, Alexandre Emboaba. Da miscigenação ao pluriculturalismo: questões em torno da ideologia pós-racial e a política da diferença no Brasil. **Revista Latino Americana de Direitos Humanos**, v. 6, n. 2, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.18542/hendu.v6i2.3876> Acesso em: 29 jul.2025.

MORAES, Fabiana; SILVA, Marcia Veiga da. A OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA TEM RAÇA E TEM GÊNERO: a subjetividade como estratégia descolonizadora. In: **Anais do 28º Encontro Anual da Compós**. Rio Grande do Sul: Compós, 2019.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora UnB, 2013.

NOBLE, Safiya Umoja; ROBERTS, Sarah T. Elites tecnológicas, meritocracia e mitos pós-raciais no Vale do Silício. **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos**, v. 22, n. 1, p. 36 - 46, jan/abr 2020. Unisinos. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.04> Acesso em: 03 ago. 2025.

PROJETO QUERINO. **Projeto Querino**, 2022. O projeto Querino mostra como a História explica o Brasil de hoje. Uma história que talvez você ainda não tenha ouvido, lido ou visto. Disponível em: <https://projetoquerino.com.br/> Acesso em: 03 ago. 2025.

O SEGREDO RESTANTE: representações do sexo no cinema brasileiro pós-pandêmico à luz do pornovídeo¹

João Lucas de Castro Pedrosa²

Resumo

Partindo da hipótese que o formato hegemônico do vídeo pornô conduz a uma metrificação neoliberal do desejo, a pesquisa busca traçar um “zeitgeist sexual” contemporâneo a partir de formas e meios que denotam a construção de um “olhar pornográfico consumidor” vigente na cultura de massa, tendo em vista principalmente o potencial de formação libidinal, educação dos prazeres e técnicas de si. Num segundo momento, é feita uma análise de obras do cinema brasileiro pós-pandêmico que explorem a sexualidade do(s) protagonista(s), na tentativa de compreender possíveis influências, assim como respostas a tais discursos e dinâmicas. Para a apresentação em questão, abordo “Regra 34” (2023), de Julia Murat.

Palavras-chave: representação do sexo, pornografia, pornovídeo, cinema brasileiro contemporâneo, sexualidade

1. Desenvolvimento

Ainda em fase inicial, esta pesquisa funciona em duas metades. A primeira tenta contornar um possível “zeitgeist sexual contemporâneo”, para cuja compreensão o vídeo pornô nos servirá de propulsor-chave. A pornografia, por meio da ostensiva exposição do que deve manter-se obscuro, tenta preencher um vazio, uma falta: trata a explicitação do desejo como sua materialização (ABREU, 2012); o *video* (latim para “eu vejo”, uma ação corrente) é como um objeto-processo, sem extremidades finais ou iniciais, à medida que se apresenta numa quantidade infinita de material, filtrado pelo gênero do corpo a ser consumido (gordos, pretos, latinos, asiáticos, twinks, etc), formato (amador/anônimo ou não) e prática (anal, sem camisinha, etc). A visão do corpo é cada vez menos acessada pelo realismo; cada vez mais pela ficção.

Levanto o objeto-pornovídeo como ferramenta neoliberal (involuntária ou não). O impacto da “imagem total” pornográfica (o gesto sexual explícito) na profusão do vídeo é a ilusão de transparência ilimitada; a rejeição das noções de segredo ou negatividade,

^{1*} Trabalho apresentado no GT 1 – Corpos, Identidades e Interseccionalidades durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² mestrando, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, joaolpedrosa@hotmail.com.

o estímulo à exposição constante (HAN, 2023). O seu efeito é a metrificação do desejo: a obrigatória progressão linear rumo ao clímax (aproximação dos corpos / felação / penetração / ejaculação), que rejeita outras manifestações do erotismo - como, por exemplo, em ondas (TRIKA, 2023).

Na segunda metade da pesquisa, debruço-me sobre filmes independentes brasileiros lançados durante ou após a pandemia. A iniciativa visa compreender como as obras dialogam com um contexto de centralidade do digital mas relações, viabilizando-as em sua quase totalidade. Mantenho à vista, todavia, a profundidade formativa que os produtos industriais (nisso, das grandes emissoras e produtoras de cinema, das marcas de produto, mas também a da pornografia) têm na condução dos costumes e na educação do sistema de prazer coletivo num geral, muito antes desse recorte temporal. Trazem formulações de mundo e do outro que inevitavelmente influenciam a dos próprios autores aqui analisados.

Nesta comunicação, abordo especificamente “Regra 34” (Julia Murat, 2023). O filme não apresenta grandes influências da mise-en-scène pornográfica *per se*: as cenas de sexo ou masturbação tendem a ser filmadas em close de rosto. Sua problemática se manifesta, principalmente, pelo roteiro. O filme segue Simone (Sol Miranda), estudante de direito recém aprovada numa defensoria pública que trabalha, por fora, como *cam girl*. Ela gosta do trabalho e, após ver determinado vídeo, passa a incorporar aplicações de dor e sofrimento à prática sexual. Simone rejeita da equação quaisquer protocolos de segurança por todo o filme, dando margens para ser abusiva e abusada. O filme flerta com diversos tópicos de uma só vez (sexo, aparato público, significados históricos do corpo, a autoimagem pornográfica, extremos da carne, etc) e anula os efeitos do consumo sobre a percepção de uma personagem que literalmente *se dá* para o consumo (aquisição e, potencialmente, destruição) de seu corpo ao fim do filme: Simone envia seu endereço a um estranho no Chaturbate por 20 mil tokens, para fazer o que quiser com ela (“A regra é que não há regras”). A conotação escravista é gritante.

2. Conclusão

Num contexto em que a diferença entre a liberdade do olhar consumidor sobre o corpo (ou seu potencial de ser consumido) e a liberdade do corpo em si se borram, o filme de Murat parece acreditar que os dois são o mesmo - “pornografia” e “sexo” são

equivalentes na trama, assim como “consumo” e “desejo”. Raspa a superfície da contradição dos desejos como subterfúgio do seu consumo. Assim se manifesta uma *autoria consumidora*, ficcionalizando o corpo e o mundo como se as originais observadas fossem versões suas já previamente ficcionalizadas. Não é o caso de um jogo vertiginoso de clichês e arquétipos, mas a crença de que se monta, na obra, uma representação ambígua ao invés de um pragmatismo fetichista. A ficção pornográfica se impõe como realismo cinematográfico.

João Lucas de Castro Pedrosa

Formado em Cinema (PUC-Rio) e Letras (UNIRIO); bolsista PIBIC 2017-2021; Menção Honrosa na JIC UNIRIO 2020; redator na “Multiplot!” (2019-presente); tutor na Oficina Pequeno Cineasta (2020-2024); diretor artístico na MT Projetos de Arte (2024-presente); bolsista mestrando na ECO-UFRJ (2025).

Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

E-mail: joaolpedrosa@hotmail.com

Referências

- ABREU, Nuno Cesar. **O Olhar pornô: A representação do obsceno no cinema e no vídeo**. São Paulo: Alameda Casa Editorial, 2012.
- BATAILLE, Georges. **O Erotismo**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.
- CRARY, Jonathan. **24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: Ubu Editora, 2016.
- DELEUZE, Gilles. **Conversações**. São Paulo: Editora 34 Ltda., 2008.
- DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.
- GERACE, Rodrigo. **Cinema explícito: representações cinematográficas do sexo**. São Paulo: Perspectiva: Edições Sesc São Paulo, 2015.
- HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: O neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Belo Horizonte: Editora Âyiné. 2023.
- TRIKA, Maria. **Se apropriar do desejo ou a métrica das imagens**. MULTILOT!, 2 de janeiro de 2024. Disponível em: <https://multiplotcinema.com.br/2024/01/se-apropriar-do-desejo-ou-a-metrica-das-imagens/>. Acesso em 25 de setembro de 2024.

ENTRE O CORPO E A FICÇÃO: uma proposta de análise sobre a representação de Anderson Herzer no filme Vera¹

Leo Ignis B. Pellegrino²

Resumo

O artigo analisa a representação transmasculina no filme *Vera* (1986), de Sérgio Toledo, inspirado na trajetória de Anderson Herzer, escritor do livro *A Queda para o Alto* (1982). A investigação se fundamenta nos Estudos Culturais e nos estudos de gênero para compreender as disputas simbólicas em torno da identidade de gênero no audiovisual brasileiro. A ausência de pessoas trans envolvidas na produção é discutida como indício de uma representação mediada por olhares externos. O estudo busca contribuir para o debate sobre representações, transgeneridades e visibilização, colaborando para consolidar o campo de estudos das transmasculinidades no cinema nacional.

Palavras-chave: Transmasculinidades; Cinema brasileiro; Representação audiovisual; Estudos de gênero

1. Resumo Expandido

A investigação sobre a representação de personagens transgêneros nas mídias constitui um campo relevante para compreender as dinâmicas que atravessam os estudos de gênero, cultura, comunicação e artes. Embora as representações de sujeitos gênero-dissidentes não sejam recentes, observa-se que têm conquistado maior visibilidade na sociedade, acompanhando as lutas sociais por direitos e reconhecimento. Explorar esse campo significa abrir-se a múltiplas possibilidades de análise. Nesse sentido, o presente estudo propõe examinar uma dessas representações, materializada no personagem inspirado na figura histórica de Anderson Herzer no filme *Vera* (1986).

O longa-metragem é livremente inspirado na trajetória real de Anderson Herzer, jovem transmasculino e autor do livro autobiográfico *A Queda para o Alto* (1982). Dirigido e roteirizado por Sérgio Toledo, cineasta brasileiro que se destacou na filmografia nacional entre as décadas de 1970 e 1990, *Vera* figura como uma das primeiras produções de ficção do cinema comercial brasileiro a apresentar um

^{1*} Trabalho apresentado no GT 1 – Corpos, Identidades e Interseccionalidades durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro - ECO/UFRJ. Rio de Janeiro/RJ. Contato: leoignis@ufrj.br ou iggnis2000@gmail.com

personagem transmasculino em papel protagonista. A narrativa propõe uma adaptação livre da experiência de Herzer, atravessada por institucionalização, rejeição social e pela luta pelo reconhecimento de sua identidade de gênero, condensada na personagem Bauer/Vera.

A pesquisa inscreve-se no horizonte dos Estudos Culturais, compreendendo a identidade e sua representação como campos de disputa de sentidos, conforme aponta Stuart Hall (2006) em suas reflexões sobre cultura, representação e diferença. A fundamentação teórica dialoga também com os estudos de gênero, mobilizando conceitos como a performatividade de gênero, formulada por Butler (2003), e a noção de sociedade cissexista (JESUS, 2012), a fim de discutir como as normas de gênero são produzidas, reiteradas e naturalizadas nas estruturas sociais e midiáticas. Soma-se a isso o conceito de “transexual oficial”, proposto por Berenice Bento (2017), que problematiza as formas de reconhecimento institucional da transexualidade e evidencia as tensões entre as múltiplas vivências trans e os enquadramentos normativos.

No que tange às relações de poder que atravessam as dinâmicas de gênero, o artigo recorre às reflexões de Paul B. Preciado (2014) sobre o biopoder e os regimes farmacopornográficos, que ampliam a discussão ao evidenciar como os corpos são atravessados por tecnologias, discursos e práticas que os constituem como objetos de controle e experimentação social. Esses referenciais permitem ampliar a leitura sobre a representação de Anderson Herzer em *Vera*, situando a obra nas disputas simbólicas em torno do gênero.

Nesse sentido, o artigo tem como objetivo mobilizar as ferramentas conceituais apresentadas para examinar as escolhas narrativas da produção, analisando tanto a proposta de representação de Anderson Herzer quanto o contexto em que essa representação se insere. Destaca-se, nesse processo, a ausência de pessoas trans envolvidas na criação, escrita, atuação ou em qualquer outra dimensão da realização do filme, ao menos no que se tem registro. Essa lacuna sugere uma representação mediada por olhares externos à experiência transmasculina, configurando uma das linhas possíveis de interpretação sobre a construção do personagem.

Revisitar o filme *Vera* constitui, portanto, uma oportunidade analítica para refletir sobre as disputas simbólicas que atravessam a representação das identidades de gênero no audiovisual brasileiro. A proposta busca articular os campos da comunicação, audiovisual, estudos culturais e teorias de gênero, contribuindo para o debate sobre representações, transgeneridades e modos de visibilização de corpos historicamente

marginalizados. Nesse percurso, o artigo também procura colaborar para a consolidação de um campo de estudos voltado às transmasculinidades na ficção cinematográfica nacional, que demanda ser mais explorado nos âmbitos da mídia, da cultura, da arte e da representação.

Leo Ignis B. Pellegrino

Mestrando em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ e bacharel em Comunicação Social - Publicidade pela mesma instituição. Trabalha com pós-produção e pesquisa audiovisual, tendo atuado como editor de promoções para televisão e internet.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil

E-mail: leoignis@ufrj.br

Referências

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico de cinema**. Tradução de Eloisa Araújo Ribeiro. Campinas: Papirus, 2006.

BENTO, Berenice. **A reinvenção do corpo: sexualidade e gênero na experiência transexual**. 3. ed. Salvador: Devires, 2017.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HERZER, Anderson. **A queda para o alto**. Digitalização: Vítor Chaves. São Paulo: Círculo do Livro, 1982.

JESUS, Jaqueline Gomes de. **Orientações sobre identidade de gênero: conceitos e termos**. Brasília, 2012. Disponível em: www.diversidadessexual.com.br/wp-content/uploads/2013/04/G%C3%8ANERO-CONCEITOSE-TERMOS.pdf.> Acesso em: 15 jun. 2025

PRECIADO, Paul B. **Testo Junkie: sexo, drogas e biopolítica na era farmacopornográfica**. Tradução de Maria Paula Gurgel Ribeiro. São Paulo: n-1 edições, 2018.

TOLEDO, Sérgio. **Vera**. [Filme]. São Paulo: Embrafilme, 1986.

“NÓS MULHERES BÁSICAS E DELICADAS”: a clean girl como empreendedora de si ultrafeminina¹

Mariana de Almeida Lage²

Resumo

A *clean girl* é uma tendência de plataformas sociais que promove a adoção de estéticas e comportamentos da “vida limpa” por jovens mulheres – prática de exercícios físicos, alimentação saudável, roupas de tons neutros, maquiagens discretas, entre outros. A partir das teorias sobre a produção de subjetividade no neoliberalismo, da biopolítica de Foucault e do bios midiático de Sodré, argumento que essa figura reflete um cruzamento entre o backlash ao feminismo e a produção de subjetividade do capitalismo contemporâneo. Proponho a ideia da disponibilidade de tempo como diferenciação da *clean girl*, evidenciando a performance moral de produtividade no neoliberalismo.

Palavras-chave: clean girl; neoliberalismo; feminilidade; produtividade; consumo.

A clean girl   uma tendência popularizada no Tiktok no último ano que promove a adoção de estéticas e comportamentos do chamado *clean living* (vida limpa ou pura) por jovens mulheres, como prática de exercícios físicos, alimentação “saudável”, uso de roupas de tons neutros, maquiagens “naturais”, entre outros. Meninas e jovens mulheres descrevem suas rotinas pessoais – que horas acordam, exercícios que praticam, alimentação rica em proteína e de baixa caloria – e sua aparência – roupas em tons neutros, cabelos longos presos em rabos de cavalo com gel, maquiagens discretas –, com legendas como: “ASMR dos meus hábitos matinais de clean girl”, “como passar a vibe de clean girl”, “nós mulheres que nunca seremos messy girls pq nascemos clean girls, amamos ser básicas, delicadas e ultrafemininas”.

Proponho uma análise desse fenômeno (também em outras redes como o Instagram e o X) enquanto manifestação eminentemente neoliberal (Safatle, 2022) de um arquétipo de produtividade e feminilidade que forma e molda subjetividades no bios midiático (Sodré, 2006). Proponho que o que une as diferentes características desse arquétipo é a disponibilidade de tempo: tempo para comprar as roupas certas, para se exercitar, para fazer skincare, para se maquiar, para acordar cedo (não para trabalhar, mas para fazer yoga); e que a conjunção destes elementos se estrutura em torno de uma

^{1*} Trabalho apresentado no GT 1 - Corpos, Identidades e Interseccionalidades durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Jornalista (UFMG) e mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ, Rio de Janeiro, RJ. Email: marianadealmeidlage@gmail.com

crítica implícita destinada ao feminismo e à indisciplina pessoal contrária à moral neoliberal (Dardot e Laval, 2016, p. 412).

As “*clean girl aesthetics*” (o uso dos anglicismos também simboliza a apropriação de correntes estrangeiras, principalmente estadunidenses, no Brasil) manifestam diferentes elementos do paradigma neoliberal (Safatle et al., 2020) da performance de disciplina sobre corpos femininos. A análise do discurso das *clean girls* permite identificar as estratégias de contraposição de comportamentos e estilos tido como indesejados e/ou contrários a elas (como a *messy girl* ou a *brat*), entre outros.

Segundo Safatle et al. (2020) em “Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico”, este sistema econômico é acima de tudo uma filosofia moral que produz sujeitos que se veem como “empreendedores de si” e “internalizam a racionalidade econômica como única racionalidade possível”, em “uma subjetividade própria a um esportista preocupado com performances” (Safatle, 2020). A difusão entre meninas e mulheres de uma performance de feminilidade e produtividade é marcada por itens de consumo: é preciso ter acesso aos produtos para cabelo, roupas e acessórios “certos”. Chamada também de “vibe”, a estética da *clean girl* é algo que se *compra* e se funda na magreza e na branquitude – é simultaneamente possível e impossível que uma “menina qualquer” se coloque no mundo como *clean girl*.

O discurso sobre ser “básica, delicada e ultrafeminina”, sem a roupagem da *clean girl*, não é uma novidade do Tiktok, mas faz parte do backlash (Faludi, 1991; Ahmed, 2018) contemporâneo ao feminismo. Este trabalho tenta compreender como meninas e mulheres assumem para si a responsabilidade por esse melhoramento pessoal cujo objetivo máximo é “transmitir a vibe” de uma *clean girl*; como esse discurso alia sentimentos de coletividade e pertencimento (ao grupo das mulheres “básicas, delicadas e ultrafemininas” que escolhem realizar os mesmos rituais) ao individualismo (consumo pessoal e ganhos sociais); e como esse discurso encontra espaço e aderência nas plataformas de mídias sociais. É possível formular uma hipótese sobre a estruturação dessa estética como, em última instância, um perfil de consumo a ser explorado por marcas e pelas plataformas.

Mariana de Almeida Lage

*Jornalista (UFMG) e mestranda no Programa de Pós-Graduação em
Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)*

Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

E-mail: marianadealmeidalage@gmail.com

Referências

AHMED, S. **Viver uma vida feminista**. Ubu, 2018.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

FALUDI, S. **Backlash**: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres. Rocco, 1991.

FOUCAULT, M. **O nascimento da Biopolítica**: curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008.

LOURO, Guacira Lopes. **Um corpo estranho**: ensaios sobre sexualidade e teoria queer. Belo Horizonte: Autêntica, 2020.

SAFATLE, V.; DA SILVA JUNIOR, N.; DUNKER, C. **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2020.

SODRÉ, Muniz. **As Estratégias Sensíveis**: Afeto, Mídia e Política. Petrópolis: Vozes, 2006.

GT

Publicidade

e Consumo

A cidade televisual no mundo real: imaginário, turismo e o consumo de experiência¹

Ana Gualda²

Resumo

Partindo de uma análise interdisciplinar do consumo, o seguinte trabalho se propõe a analisar a relação entre cidade real e cidade televisual, por meio dos conceitos de consumo de experiência e turismo audiovisual. Assim, pensando como os fãs buscam viver nas cidades reais emoções ligadas à ficção, discutiremos e observaremos como esses processos revelam o caráter contemporâneo do consumo, no qual desejos, afetos e identidades se entrelaçam com narrativas culturais nos espaços urbanos. Desse modo pretendemos analisar, ainda, como séries e produtos audiovisuais constroem imaginários urbanos que influenciam - entre outras coisas - gostos, estilos de vida, expectativas turísticas e formas de pertencimento.

Palavras-chave: Consumo de experiência; Cidade televisual; Imaginário; Turismo

Para analisarmos atividades relacionadas ao consumo, entendemos com Canclini (2006) a necessidade de um olhar interdisciplinar. Devido às suas distintas particularidades, devemos levar em consideração questões além da econômica e de suprimento de necessidades, nos atentando também, entre outras particularidades, para o consumo como uma ação de distinção e de realização de desejo. O consumo pode ser visto também como um ato de integração social, à medida que um indivíduo passa a sentir-se pertencente a uma comunidade a partir do reconhecimento de gostos e estilos de vida similares aos do grupo, refletidos por hábitos de consumo. O antropólogo ressalta ainda o caráter cultural do consumo, entendendo que consumir não é um ato apenas mercadológico, tampouco meramente algo para satisfazer necessidades, mas sim uma “elaboração psicossocial dos desejos” (*ibidem*, 1992, p.2).

A partir desse pensamento e refletindo sobre as múltiplas atividades de consumo que são apresentadas no dia a dia dos indivíduos, o foco deste trabalho é o consumo de experiência, isto é, uma forma de engajamento em um “ambiente alusivo a uma memória anterior e ao deslocamento do significado de identidades, objetos, ambientes, entre outros elementos constitutivos do mundo real” (PEREIRA *et al.*, 2015, p.10).

^{1*} Trabalho apresentado no GT – Publicidade e Consumo durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Ana Gualda, mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal Fluminense e doutoranda em Comunicação na PUC-Rio. Rio de Janeiro, RJ, anadgualda@gmail.com

Assim, por meio da análise deste consumo, e dedicando maior atenção ao consumo de experiência que ocorre nas cidades, iremos articular os conceitos que analisamos anteriormente, como estilo de vida, consumo e identidade, pensando a cidade televisual e a cidade real pela ótica do consumo de experiência. Perceberemos como os fãs buscam a ficção em ambientes reais e como esse encontro, de caráter tão subjetivo e carregado de emoções, traz em si as características do consumo moderno que comentamos no início do capítulo.

Ao pensar o consumo de experiência na cidade, devemos lembrar do *city marketing* e as várias formas como as cidades aparecem em produtos culturais, como filmes, séries, livros e outros. Observando especificamente as séries, entendemos que por vezes a cidade aparece nas narrativas apenas como um pano de fundo (MCNUTT, 2017), porém, em outros momentos ela tem um papel central na história, podendo ser um grande motor narrativo ou até mesmo um personagem naquela produção (*ibidem*). Nesses casos a cidade não se apresenta apenas como ela por si só, mas está carregada dos sentimentos presentes na narrativa (VAGIONIS & LOUMIOTI, 2011), como a ação do herói ou a paixão de um romance. Dessa forma, os produtos culturais criam e vendem imaginários sobre a cidade, associando-a a esses sentimentos, bem como a certos comportamentos e estilos de vida.

A partir dessa premissa, entenderemos que muitas vezes o lugar imaginado é consumido apenas por meio de uma experiência indireta, por meio dessas narrativas audiovisuais que mostram o lugar e contam sobre ele, criando uma versão imaginada dele no espectador. Faz-se uma peregrinação simbólica, imergindo em um lugar conhecido e familiar, acompanhado dos personagens da ficção que se consome (BROOKER, 2007; VILA, 2015). Desse modo, quando há a possibilidade de uma experiência direta do lugar por meio do turismo, o encontro é repleto desses imaginários anteriores. Significados atribuídos individualmente por cada um a partir de suas ideias, expectativas e afetos, bem como a identidade geográfica daquela cidade em que se está (GKRITZALI, *et al.*, 2015). Assim, o consumo de experiência se relaciona com os componentes afetivos que envolvem essas esferas de relação.

Neste trabalho, observaremos o consumo de experiência a partir da análise de uma seleção de séries que se passam em Nova York, em virtude do grande número de produções que a têm a cidade como palco, bem como pela sua fama e seu enorme fluxo turístico. Dentre os inúmeros produtos audiovisuais que mostram, de diferentes modos,

a vida nova-iorquina, foram escolhidas três ficções seriadas: *Friends*, *Sex and the City* e *Gossip Girl*.

Bibliografia

BROOKER, W. Everywhere and nowhere: Vancouver, fan pilgrimage and the urban imaginary. **International Journal of Cultural Studies**, v. 10, n.4, p. 423-444, 2007.

CANCLINI, N. G. Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. **Dialogos de la comunicación**, nº 32, 1992.

CANCLINI, N. G. El Consumo Cultural: una propuesta teórica. In: SUNKEL, G. **El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación**. 2ª Ed. ampliada y revisada. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006. (p. 72-95).

GKRITZALI, A.; et al;. **Blame it on Hollywood: The influence of films on Paris as product location**. Journal of business research, v. 69, n. 7, pp. 2363-2370, 2015.

MCNUTT, M. Narratives of Miami in Dexter and Burn Notice. **Series-International Journal of TV Serial Narratives**, v. 3, n. 1, p. 73-86, 2017.

PEREIRA, C.; et al. “Consumo de experiência” e “experiência de consumo”: Uma discussão conceitual. **LOGOS**, v.22, n. 02, 2015.

VAGIONIS, N.; LOUMIOTI, M. **Movies as a tool of modern tourist marketing**. Tourismos, 6, p. 353–362, 2011.

VILA, Noelia Araújo Y. De la economía de experiencias al turismo experiencial. Las series de ficción como creadoras de experiencias e inductoras a la visita de destinos turísticos. **PASOS**. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, v.13, n.4, 2015.

MODA E CONSUMO: um estudo sobre as narrativas da consultoria de imagem no ambiente digital¹

Júlia Sales Pinheiro²

Resumo

A pesquisa investiga o crescimento da consultoria de imagem no Brasil, impulsionado pelas mídias digitais, especialmente o Instagram. Analisa como consultores utilizam métodos como análise de coloração, estilo e *personal shopper* para alinhar imagem e objetivos pessoais, influenciando práticas sociais e consumo. A partir de referenciais da antropologia do consumo como Bourdieu (2011), Goffman (1975) e Campbell (2007), discute-se como narrativas e rituais da consultoria constroem capital simbólico, reforçam distinção e pertencimento e contribuem para a (re)construção identitária. Combinando etnografia presencial e virtual, entrevistas e revisão bibliográfica, o estudo revela como a consultoria redefine gostos, práticas e representações individuais, impactando dinâmicas de poder, mobilidade social e estratégias do mercado de moda e varejo no contexto contemporâneo.

Palavras-chave: consultoria de imagem, consumo, moda, identidade, mídias digitais.

A pesquisa propõe analisar o fenômeno crescente da consultoria de imagem no Brasil, impulsionado pelas mídias digitais. A prática consiste em uma ferramenta estratégica que visa gerenciar a percepção do outro sobre o sujeito e do sujeito sobre si mesmo, combinando diversos métodos e códigos sociais para garantir o alinhamento entre a imagem e os objetivos dos clientes. Dentre os métodos utilizados, destacam-se a análise de coloração pessoal; de estilo e o *personal shopper* - e combina interações *online* e *offline* entre seus interlocutores. Seus principais públicos são compostos por indivíduos, executivos, além de personalidades públicas.

Através da lente antropológica, questiona-se como os métodos, rituais e discursos narrativos da consultoria de imagem ajudam os indivíduos a constituir seu capital simbólico (Bourdieu, 2011); traduzi-lo em práticas socialmente reconhecidas; promover diferenciação ao (re)construir identidade e autenticidade. Como os consultores criam, desenvolvem e potencializam suas narrativas para impactar clientes?

^{1*} Trabalho apresentado no GT – Publicidade e Consumo durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestranda, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PPGCOM/PUC-Rio, Rio de Janeiro, RJ, ju.sales1@gmail.com.

Como amplificam os discursos, que fundamentam novos ou reforçam sistemas de classificação, desejo e aspiração?

O objetivo é, portanto, compreender forças, valores sociais e culturais que impulsionam a demanda pela atividade no Brasil e sua capacidade de redefinir as práticas e gostos dos clientes, criando uma nova imagem pessoal ancorada em objetos e símbolos culturais da contemporaneidade, sustentada pelas mídias digitais. Para tanto, optou-se por fazer um recorte sobre o Instagram, por trazer um conteúdo imagético, sedutor e aspiracional - assim como a moda - e ter uma abordagem cognitiva que estimula a adoção de novos produtos e maior interação social (Cobra, 2007). Busca-se compreender como consultores são capazes de influenciar no desejo de constituição de um novo capital simbólico, fomentando a dialética entre distinção e pertencimento, contribuindo para a construção da imagem dos indivíduos e de suas personalidades (Campbell, 2007). Pretende-se interpretar como essa proposta de construção identitária se articula como um passaporte poderoso para adentrar em um novo contexto sociocultural, diante de um cenário de individualismo galopante, cuja necessidade de afirmação e destaque em relação à massa é uma característica marcante da nossa sociedade (Lipovetsky, 2005).

A abordagem sócio-interacionista de Goffman (1975), que considera as representações e a performance do “eu” no cotidiano, são a base fundamental de análise. Na investigação, recorre-se às práticas do *offline*, com a observação participante para compreender costumes, crenças e práticas sociais nas quais os sujeitos estão inseridos (Geertz, 1989). No *online*, adota-se a etnografia virtual (Hine, 2000), entendendo a internet como como artefato cultural, capaz de gerar um vasto conjunto de dados, que serão confrontados com revisão bibliográfica. Também serão considerados documentos históricos e estudos de imagem (Magnani, 2009), além de entrevistas em profundidade para compreender as mensagens e narrativas analisadas (Eckert; Rocha, 2008).

A pesquisa busca ampliar a compreensão sobre as interações entre moda, identidade e consumo no Brasil ao investigar como a consultoria de imagem impacta na construção das representações individuais, nas dinâmicas de poder e mobilidade social; dialoga com conceitos centrais da antropologia do consumo, como *habitus* e capital simbólico (Bourdieu, 2011), constituição do self (Campbell, 2007), representação e fachada (Goffman, 1975), além das reflexões sobre ritual, magia e capitalismo (Rocha, 2017). A pesquisa contribui também para o segmento de moda e varejo, que podem se apropriar dessas narrativas para impulsionar estratégias de marketing, e ainda oferece

um olhar aprofundado sobre os mecanismos culturais que sustentam a ascensão e crescimento da consultoria de imagem no Brasil.

Júlia Sales Pinheiro

Gerente de Marketing no Nubank, com mais de 10 anos de experiência em estratégias de crescimento e posicionamento de produto. Especialista em comportamento do consumidor pela ESPM Rio e mestranda em Comunicação pela PUC-Rio.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: ju.sales1@gmail.com

Referências

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (orgs.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. 2. ed. Porto Alegre: Zouk, 2011.

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (orgs.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007. p. 47-64.

COBRA, Marcos. **Marketing & moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

ECKERT, Cornelia; ROCHA, Ana Luiza Carvalho da. Etnografia: saberes e práticas. **Illuminuras**, Porto Alegre, v. 9, n. 21, 2008. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/iluminuras/article/view/9301>. Acesso em: 30 jul. 2024.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Abordagens etnográficas. In: FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 167-204.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Rio de Janeiro: Vozes, 1975.

HINE, Christine. **Virtual ethnography**. London: SAGE, 2000.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Évelyne. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. Etnografia como prática e experiência. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 15, n. 32, p. 129-156, 2009.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura & consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

ROCHA, Everardo; AUCAR, Beatriz. Bens e sensibilidades: consumo, ritual e classificação publicitária. **Alceu**, v. 17, n. 34, p. 5-17, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.46391/ALCEU.v17.ed34.2017.129>. Acesso em: 30 ago. 2025.

A brasilidade da Netflix: entre afeto e mercadoria¹

Lorena Carvalho²

Resumo

Este trabalho analisa como a Netflix utiliza elementos da cultura brasileira em campanhas publicitárias para estabelecer conexões afetivas com o público nacional, ao mesmo tempo em que converte essas referências em mercadoria no contexto da indústria cultural (Adorno, 1978). Para isso, analisaremos cinco ações publicitárias realizadas entre 2015 e 2024, que utilizaram ícones populares e expressões culturais nacionais para divulgar produtos da marca no YouTube e Instagram. A pesquisa adota análise qualitativa dos conteúdo e dos comentários do público, ancorada também em Hall (2016), para discutir se a brasilidade performada pela marca constitui valorização cultural ou padronização simbólica voltada ao engajamento digital.

Palavras-chave: Netflix; brasilidade; indústria cultural; identidade; comunicação localizada.

1. Brasilidade à Netflix

Este trabalho investiga como a Netflix utiliza elementos da cultura brasileira em suas campanhas publicitárias, estabelecendo conexões emocionais com o público nacional, ao mesmo tempo em que se aproveita disso para se vender no contexto da indústria cultural (Adorno, 1978).

Para isso, analisaremos cinco campanhas realizadas entre 2015 e 2024, que circularam majoritariamente no YouTube e Instagram da Netflix Brasil: o videoclipe “Minha Poussey é o Poder” com Valesca Popozuda (2015), criado para divulgar a série *Orange is The New Black* (2013-2019); a ação promocional com Xuxa feita em 2016 para a série *Stranger Things* (2016-presente); o Tudum, evento global para fãs da Netflix, em sua edição presencial no Brasil em 2023; a campanha com Alcione para a divulgação de um dorama coreano chamado “Se a Vida Te der Tangerinas...” de 2025; e

¹ Trabalho apresentado no GT – **Publicidade e Consumo** durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Lorena Carvalho: Mestranda em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação de Comunicação, Rio de Janeiro-RJ, lorencarvalhor@gmail.com.

um Baile Funk para divulgar a última temporada da série *Bridgerton* (2020-presente) realizado no Theatro Municipal do Rio de Janeiro em 2024. Cada caso evidencia a apropriação de signos reconhecíveis da cultura nacional, do funk à nostalgia televisiva, do afeto popular à estética do subúrbio, em narrativas de engajamento que reforçam uma brasilidade performada para o consumo.

A investigação adota uma metodologia qualitativa baseada em análise de conteúdo e recepção, considerando os 100 comentários mais relevantes em cada publicação digital, conforme ordenação algorítmica das plataformas. Essa escolha metodológica permite observar tanto os sentidos acionados pelas peças publicitárias quanto a maneira como foram ressignificados pelo público. A análise se baseia em dois referenciais principais: a crítica da indústria cultural de Theodor Adorno (1978), que interpreta a produção midiática em larga escala como mercantilização da cultura e captura do afeto pelo capital, e a tradição dos estudos culturais britânicos, em especial Stuart Hall (2016), que compreende a cultura como campo de disputa simbólica, no qual diferentes grupos podem negociar sentidos e identidades.

O contexto em que a pesquisa se insere é marcado pela expansão global do streaming e pela necessidade de plataformas transnacionais criarem estratégias de localização comunicacional para fortalecer sua presença em diferentes países. No caso brasileiro, a Netflix aciona signos culturais de fácil reconhecimento e alto potencial de circulação digital, produzindo uma brasilidade midiática que combina humor, informalidade e afetividade. Essa brasilidade, entretanto, emerge de um processo seletivo e estrategicamente orientado, em que referências culturais complexas são simplificadas em narrativas memetizáveis. Discute-se, assim, se essas estratégias configuram uma valorização legítima da diversidade cultural ou se correspondem a um processo de estetização e padronização simbólica em nível local, voltado a maximizar engajamento e consumo.

O estudo busca contribuir para a reflexão sobre como marcas globais, ao atuarem no Brasil, não apenas traduzem suas comunicações internacionais, mas as localizam culturalmente, acionando símbolos nacionais como recurso estratégico. Pretende-se, ao final, compreender em que medida a Netflix promove diálogo e representatividade ou se limita a transformar a brasilidade em ferramenta de marketing, reforçando as contradições entre afeto e mercadoria na comunicação contemporânea.

Lorena Carvalho

*Mestranda em Comunicação pela PUC-Rio. Pesquisadora do LACON/PUC-Rio e do
OBITEL Brasil. Graduada em Jornalismo pela UFRJ, com especialização em
Comunicação Integrada (FACHA) e MBA em Marketing e Branding (Descomplica).*

Atua em planejamento estratégico de comunicação na Globo.

Cidade, Estado, País.

E-mail: lorena.carvalho@aluno.puc-rio.com.br

Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Editora Nacional, 1978. p. 287-295.

DAMASCENO, Alhen Rubens Silveira. Brasilidade e publicidade: a imagem do Brasil nos comerciais de tevê. **LOGOS**, Rio de Janeiro, n. 36, 2012. Disponível em:
<<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/3305/2905>> Acesso em: 8 jul. 2025.

EXTRA. **Alcione faz homenagem a Tadeu Schmidt e veste blusa com rosto do jornalista**. 2018. Disponível em:
<<https://extra.globo.com/tv-e-lazer/alcione-faz-homenagem-tadeu-schmidt-veste-blusa-com-rosto-do-jornalista-22292612.html>> Acesso em: 10 jul. 2025.

GROSSBERG, Lawrence; WARTELLA, Ellen; WHITNEY, D. Representando identidades. In: _____. **MediaMaking: mass media in a popular culture**. Londres: Sage Publications, 1998. p. 218–234. Disponível em:
<<https://archive.org/details/mediamakingmassm0000gros/mode/2up>> Acesso em: 8 jul. 2025.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Organização e Revisão Técnica: Arthur Ituassu; Tradução: Daniel Miranda e Wiliam Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016. p. 17-56.

KELLNER, Douglas. Os estudos culturais britânicos e o seu legado. In: _____. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001. p. 47–63. Disponível em:
<https://ufabcpoliticacultural.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/08/kellner_a-cultura-da-mc3addia_2001.pdf> Acesso em: 10 jul. 2025.

MORAES, Nycolle de; AZEVEDO, Leticia de. **Dos doramas aos shows no Brasil, mulheres +50 mostram que também podem ser fãs**. TAG Revista, 2024. Disponível em:
<<https://www.tagrevista.com/post/dos-doramas-aos-shows-no-brasil-mulheres-50-mostram-que-tambem-podem-ser-fas>> Acesso em: 10 jul. 2025.

NETFLIX BRASIL. **Alcione canta em coreano! | Se a Vida Te Der Tangerinas... | Netflix Brasil** [s.l.]: Netflix Brasil, 2025. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=pcbrQaeu_gs> Acesso em: 10 jul. 2025.

NETFLIX BRASIL. **Baile funk inspirado em Bridgerton no Theatro Municipal do Rio de Janeiro**. [s.l.]: Instagram, 2024. Publicado por: @netflixbrasil. Disponível em:
<<https://www.instagram.com/reel/C7R4cXoBNxS/>> Acesso em: 10 jul. 2025.

NETFLIX BRASIL. **Cobertura de Samanta Alves do Baile funk inspirado em Bridgerton**. [s.l.]: Instagram, 2024. Publicado por: @netflixbrasil e @mantaalves. Disponível em:
<<https://www.instagram.com/reel/C7R4cXoBNxS/>> Acesso em: 10 jul. 2025.

NETFLIX BRASIL. **Minha Poussey é o poder | Orange is the New Black**. [s.l.]: Netflix Brasil, 2015. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=dIYRjiWLjuo>> Acesso em: 10 jul. 2025.

NETFLIX BRASIL. **O TUDUM está de volta ao Brasil | Netflix Brasil**. [s.l.]: Netflix Brasil, 2023. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=EgklfIxbhpY>> Acesso em: 10 jul. 2025.

NETFLIX BRASIL. **Stranger Things - Xuxa e o baixinho que sumiu** [s.l.]: Netflix Brasil, 2016. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=2t-AIbErqts>> Acesso em: 10 jul. 2025.

NOGUEIRA, Maria Alice Figueira. Do discurso global das marcas às narrativas localizadas no espaço da recepção. In: **INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Caxias do Sul, n. 19, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2079-1.pdf>> Acesso em: 8 jul. 2025.

OLIVEIRA, Jéssica. **Com elenco dizendo "Tudum", Netflix anuncia evento mundial para fãs**. Propmark, 2021. Disponível em: <<https://propmark.com.br/com-elenco-dizendo-tudum-netflix-anuncia-evento-mundial-para-fas/>> Acesso em: 15 jul. 2025.

PORTO ROCHA. **Tudum Global**. [s.l.]: Porto Rocha, s.d. Disponível em: <<https://portorocha.com/tudum-global>> Acesso em: 15 jul. 2025.

GT Comunicação Política e Esfera Pública

GÊNERO, EQUALIZAÇÃO E NORMALIZAÇÃO: Renovação política e mídias digitais nas eleições para a Câmara dos Deputados em 2022¹

Aline Lopes²
Arthur Ituassu³

Resumo

Este artigo analisa a relação entre gênero, renovação política e mídias digitais nas eleições para a Câmara dos Deputados em 2022, explorando o debate entre equalização e normalização. Investigamos se as ferramentas digitais favorecem candidatas novatas, permitindo maior competitividade eleitoral. A análise quantitativa inclui dados sobre custos de campanha, engajamento no Facebook e Instagram e investimento em anúncios digitais. Os resultados indicam que mulheres novatas investem proporcionalmente mais em anúncios e obtêm maior engajamento no Instagram, sugerindo uma estratégia de compensação diante de barreiras institucionais. No entanto, não há comprovação causal entre mídias digitais e equalização. Além disso, o fenômeno pode estar associado à radicalização, desafiando a suposição de que a ampliação do acesso fortalece a democracia. O estudo contribui para o debate sobre o impacto das tecnologias digitais no cenário eleitoral brasileiro.

Palavras-chave: Gênero. Equalização. Normalização. Mídias digitais. Eleições 2022.

1. Introdução

A literatura de comunicação política discute se as mídias digitais reduzem barreiras estruturais, ampliando a competitividade de atores com poucos recursos (hipótese da equalização), ou se reforçam desigualdades pré-existentes, favorecendo elites políticas já estabelecidas (hipótese da normalização). No Brasil, essa discussão ainda é recente, e poucos estudos analisam seus efeitos sobre candidaturas femininas. Diante da persistente sub-representação das mulheres na política, apenas 17,5% das cadeiras na Câmara em 2022, este trabalho investiga se as mídias digitais funcionam como instrumento de compensação, especialmente para mulheres novatas.

¹* Trabalho apresentado no GT – Comunicação Política e Esfera Pública durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio (PPGCOM/PUC-Rio). alinelopes@aluno.puc-rio.br.

³ Professor Associado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio (PPGCOM/PUC-Rio). Pesquisador Associado ao Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD). ituassu@puc-rio.br.

2. Referencial teórico

Os conceitos de equalização e normalização têm sido aplicados a diferentes contextos eleitorais desde os anos 1990 (Margolis & Resnick, 2000; Norris, 2003). A Web 2.0 reforçou a ideia de oportunidades democratizantes, mas estudos recentes mostram efeitos contraditórios. No Brasil, autores como Braga e Carlomagno (2018), Barbieri et al. (2021) e Ituassu (2023) identificam tendências distintas: de um lado, a reprodução de assimetrias; de outro, a hipótese de que anúncios digitais podem reduzir barreiras de entrada. Inserimos nessa discussão a variável gênero, considerando como as desigualdades estruturais afetam especialmente candidatas sem experiência política prévia.

3. Metodologia

A análise concentra-se nas eleições de 2022 para a Câmara dos Deputados. Utilizamos dados do TSE e da plataforma Crowdtangle para construir uma base com custos de campanha, gênero, status de renovação, engajamento no Facebook e Instagram e investimentos em anúncios digitais. Foram classificados como novatos os eleitos em primeiro mandato (2022) ou segundo (2018). As variáveis analisadas incluíram percentual de recursos destinados a anúncios (%ads), interações em redes sociais e associações entre gênero e renovação. Aplicamos estatística descritiva, teste qui-quadrado e correlação ponto-bisserial.

4. Resultados e discussão

Foram eleitos 422 homens e 91 mulheres. Entre as mulheres, 74,7% eram novatas, contra 60,9% dos homens. A análise mostrou que mulheres novatas investiram proporcionalmente mais em anúncios digitais (6,68% dos custos totais), enquanto os demais grupos permaneceram em torno de 4 a 5%. O teste qui-quadrado apontou associação significativa entre ser mulher novata e investir acima da média em anúncios. Além disso, as novatas apresentaram maior engajamento no Instagram, com correlação positiva e estatisticamente significativa.

Esses achados sugerem que mulheres novatas utilizam as mídias digitais como estratégia de compensação, ampliando sua visibilidade diante de barreiras de financiamento e redes políticas frágeis. Contudo, essa equalização é parcial e

condicional: exige altos investimentos proporcionais e não elimina as desigualdades estruturais.

5. Conclusão

O estudo indica que as mídias digitais podem atuar como ferramenta de equalização para mulheres novatas, permitindo maior engajamento e visibilidade. No entanto, não se pode afirmar que o fenômeno implica democratização, pois a relação entre digitalização e pluralismo político é mediada por fatores como financiamento, algoritmos e até discursos de radicalização. Assim, embora haja evidências de equalização parcial, o processo não garante maior diversidade ou fortalecimento democrático. A pesquisa contribui ao demonstrar que gênero é variável central no debate sobre normalização e equalização no Brasil, mas abre espaço para investigações qualitativas sobre discurso, ideologia e efeitos de longo prazo das campanhas digitais.

Nome Aline Lopes

Doutoranda em Comunicação pela PUC-Rio. Pesquisa sobre gênero, campanhas políticas e mídias digitais. Pesquisadora no COMP: Grupo de Pesquisa em

Comunicação e Política (PUC-Rio).

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: alinelopes@aluno.puc-rio.br

Arthur Ituassu

Professor Associado da PUC-Rio. Doutor em Relações Internacionais (IRI/PUC-Rio).

Pesquisador do INCT.DD e do Conselho do Instituto Democracia em Xequê. Foi presidente da COMPOLÍTICA (2017-2019) e é Diretor do Departamento de

Comunicação da PUC-Rio.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: ituassu@puc-rio.br

Referências

BARBIERI, C. H. C. et al. *Equalização da disputa ou reprodução de desigualdades? Uso do Facebook por candidatas à Câmara Federal por São Paulo em 2018*. Opinião Pública, v. 27, n. 2, p. 650–680, 2021.

BENE, M. *Who reaps the benefits? A cross-country investigation of the normalization and equalization theses in the 2019 European Parliament elections*. New Media & Society, v. 25, n. 7, p. 1708–1727, 2023.

BRAGA, S.; CARLOMAGNO, M. *Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas pelas tecnologias digitais nas campanhas eleitorais brasileiras (1998–2016)*. Revista Brasileira de Ciência Política, n. 26, p. 7–62, 2018.

ITUASSU, A. *Postmodern Without Modernization: Ages, Phases, and Stages of Political Communication and Digital Campaigns in Brazil (2010–2020)*. International Journal of Communication, v. 17, p. 3133–3153, 2023.

MARGOLIS, M.; RESNICK, D. *Politics as Usual: The Cyberspace 'Revolution'*. Thousand Oaks: Sage, 2000.

NORRIS, P. *Preaching to the converted? Pluralism, participation, and party websites*. Party Politics, v. 9, n. 1, p. 21–45, 2003.

SACCHET, T.; SPECK, B. W. *Dinheiro e poder: financiamento de campanhas e desigualdades de gênero na política brasileira*. Revista de Sociologia e Política, v. 20, n. 42, p. 49–65, 2012.

USO DE CAMPANHA NEGATIVA PELA DIREITA RADICAL NA AMÉRICA LATINA: análise comparada de postagens no Instagram entre Bolsonaro, Kast e Hernández¹

Fernanda Rodrigues Fialho²

Luis Felipe Grave Brandão de Azevedo³

Resumo

O estudo analisa o uso da estratégia de campanha negativa em perfis no Instagram de políticos da direita radical na América Latina enquanto candidatos à presidência. Investigamos as estratégias utilizadas a partir da categorização da natureza dos ataques e da presença de características essenciais de políticos da direita radical. A análise reuniu 283 publicações, oriundas das semanas que antecederam o primeiro e segundo turno dos pleitos presidenciais mais recentes, que foram interpretadas qualitativamente sob a ótica da análise de conteúdo. Os resultados mostram que, apesar da identificação de peças negativas, a campanha realizada no Instagram contém menos elementos de radicalização, tendo sido Jair Bolsonaro o maior incidente de negatividade. O trabalho acrescenta às pesquisas sobre campanha negativa na América Latina.

Palavras-chave: Campanha negativa. Direita radical. América Latina. Mídias digitais.

1. Resumo expandido

A campanha negativa como estratégia durante o período eleitoral adquire novos contornos e perde delimitações nas mídias digitais. Partindo do entendimento de que a internet amplia o alcance da propaganda negativa (Joathan, Marques, 2017), os casos escolhidos enfocam as campanhas para eleições presidenciais em países da América Latina de Jair Bolsonaro, do Partido Liberal, nas eleições brasileiras de 2022, José Antonio Kast, do Partido Republicano do Chile, em 2021, e Rodolfo Hernández, que disputou o pleito de 2022 na Colômbia pela Liga Anticorrupção dos Governadores.

O trabalho empírico da pesquisa concentrou-se em, em primeiro lugar, mapear as postagens (fotos e vídeos na modalidade *reels*) compreendidas como campanha negativa

^{1*} Trabalho apresentado no GT 5 - Comunicação Política e Esfera Pública durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestranda na PUC-Rio no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM/PUC-Rio), Rio de Janeiro, RJ, rf.fernanda11@gmail.com
instituição, Programa de Pós-Graduação, Cidade, Estado, e-mail.

³ Mestrando na PUC-Rio no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM/PUC-Rio), Rio de Janeiro, RJ, pipe.grave@gmail.com

dos perfis de cada candidato na semana imediatamente anterior à data do primeiro e do segundo turno em cada país. A análise quantitativa resultou em um corpus de trabalho de, no total, 283 publicações.

Tabela 1 - Período das postagens analisadas e total de publicações por candidato

Candidato	Período de análise no primeiro turno	Período de análise no segundo turno	Total de postagens
Jair Bolsonaro	24/09/2022 a 01/10/2022	22/10/2022 a 29/10/2022	82
José Antonio Kast	13/11/2021 a 20/11/2021	11/12/2011 a 19/12/2021	102
Rodolfo Hernández	21/05/2022 a 28/05/2022	11/06/2022 a 18/06/2022	99

Fonte: elaborado pelos autores (Ano: 2025).

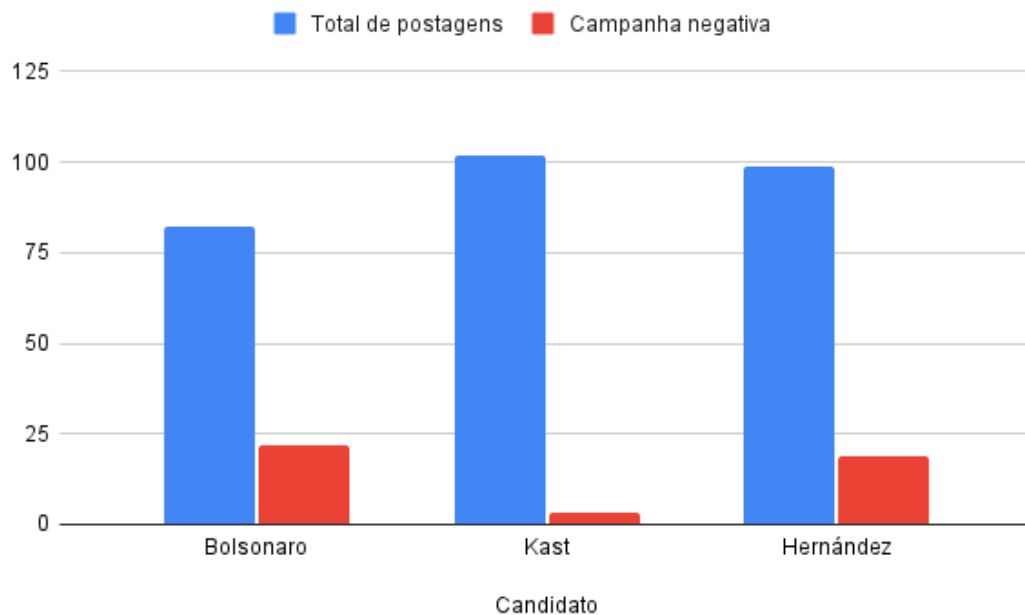
As postagens foram compartimentadas em uma forma de categorização macro que divide as postagens entre as consideradas campanha negativa e as que não são. Deste quantitativo, segmentamos os resultados segundo a natureza dos ataques, compreendendo-os em um primeiro momento como ataques pessoais, — aos atributos; figura individual do candidato — ataques à gestão, como às propostas ou ao partido ou grupo político ao qual o presidenciável pertence e, finalmente, ataques antissistema.

O estudo é delimitado a partir do pressuposto que a campanha negativa teria espaço nos perfis dos candidatos, já que os algoritmos das plataformas favorecem esse tipo de discurso. Além disso, todos os candidatos se colocam como outsiders e têm como alvo os políticos tradicionais. A hipótese se fundamentou também no pressuposto de que as postagens negativas teriam uma natureza ideologicamente alinhada aos preceitos da direita radical definidos por Cas Mudde (2007; 2019) – populismo, nativismo e autoritarismo – pelo posicionamento e discurso dos então presidenciáveis fora do recorte de seus próprios perfis oficiais, como em entrevistas na imprensa, falas em manifestações e discursos sustentados durante a carreira política.

Entretanto, o que se constatou foi que tanto as estratégias de ataque como os elementos que caracterizam a vertente da direita radical têm menos presença em publicações no Instagram do que em outros espaços do debate público. A utilização de campanha negativa é mais presente no perfil de Bolsonaro (26,5%), enquanto Kast (2,9%) e Hernández (19,2%) optaram por um posicionamento mais centralizado em suas próprias

figuras do que ataques ao adversário, o que pode sugerir uma estratégia de não inserção no frame dos oponentes, promovendo um nicho próprio de pautas – por vezes contraditórias em relação ao que indicam pensar as personas políticas, como apontamos na análise de conteúdo.

Tabela 2 – Incidência de campanha negativa em relação ao total de postagens em cada perfil



Fonte: elaborado pelos autores (Ano: 2025).

A maior incidência de campanha negativa por parte do brasileiro pode advir de concessões na própria na legislação nacional. A Lei 12.981 aumentou a flexibilidade das campanhas de como apresentar os candidatos no ambiente virtual, incluindo possibilidades de campanha negativa (Ituassu, 2023). Além disso, a partir da legislação eleitoral de 2018 (que elegeu Bolsonaro como presidente) foram regulamentadas diversas medidas que favorecem as mídias sociais (Alves; Tavares; De Albuquerque, 2019), como a permissão para impulsionar conteúdos na internet, o que tende a diminuir a relevância dos meios tradicionais para as campanhas.

Nos casos chileno e colombiano, por sua vez, observam-se contradições entre o discurso online de Kast e Hernández e o posicionamento em outros canais de campanha. Um exemplo é o nativismo, presente em falas de Kast quando trata de projetos do governo, mas ausente em postagens no perfil de Instagram. Já Hernández se contradiz ao

afirmar nas redes sociais defender o Ministério da Cultura, ao mesmo passo em que se posiciona com ideias autoritárias durante a campanha.

Fernanda Rodrigues Fialho

Jornalista formada pela Uerj e mestranda no PPGCOM/PUC-Rio. Participante do Condado Lab de pesquisa em comunicação, dados e tecnologias digitais, com foco específico no estudo do uso de chatbots como fonte de informação jornalística. No âmbito profissional, é editora de conteúdo no portal g1 desde 2022.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: rf.fernanda11@gmail.com

Luis Felipe Grave Brandão de Azevedo

Jornalista formado pela PUC-Rio. É repórter das editorias Política e Brasil do jornal O GLOBO. Integra o Grupo de Pesquisa em Comunicação, Internet e Política da PUC-Rio. Com orientação do professor Arthur Ituassu, pesquisa sobre desinformação na América Latina.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: pipe.grave@gmail.com

Referências

ALVES, M., TAVARES, C., & DE ALBUQUERQUE, A. (2019). Datificação e redes na comunicação política: mapeamento de redes e fluxos no Facebook. **Esferas**, (14), 37-53.

ITUASSU, A. (2023). Postmodern without modernization: Ages, phases, and stages of political communication and digital campaigns in Brazil (2010–2020). **International Journal of Communication**, 17, 1–23.

JOATHAN, I.; MARQUES, F.P.J. (2017). Campanha negativa e formas de uso do Facebook nas eleições presidenciais brasileiras de 2014. In: MOREIRA, A.; ARAÚJO, E.; SOUSA, H. (Org.). **Comunicação e Política: tempos, contextos e desafios**. Braga: CECS, p. 225-257.

MUDDE, C. (2007). **Populist radical right parties in Europe**. Cambridge University Press.

MUDDE, C. (2019). **The far right today**. Polity Press.

GT Economia Política da Comunicação

A privatização da cidadania: caridade, consumo e poder no discurso de Whindersson Nunes¹

Luana Matos do Nascimento²

Resumo

O trabalho analisa como Whindersson Nunes, influenciador nordestino de grande alcance, representa a cidadania no Nordeste a partir do vídeo “De volta para minha terra”. Parte-se do conceito de cidadania em Marshall (1967), que envolve direitos civis, políticos e sociais, sendo estes últimos fundamentais para garantir igualdade. No contexto neoliberal, porém, a cidadania é esvaziada, reduzida a consumo ou caridade, enquanto o Estado assume caráter assistencialista (MORETZSOHN, 2011). A Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 2019) mostra que Whindersson adota essa lógica: privilegia doações e estímulo à ascensão econômica em vez da cobrança por políticas públicas. Sua trajetória e falas revelam a associação entre cidadania e enriquecimento, vinculando dignidade a conquistas individuais.

Palavras-chave: Cidadania; Consumo; Whindersson Nunes.

1. Itens enumerados, em negrito e apenas a primeira letra maiúscula

O Nordeste é historicamente marcado pela ausência de cidadania plena, evidenciada pela dificuldade de acesso à água, energia elétrica, saneamento básico e outros serviços essenciais. Diante dessa realidade, o presente trabalho se propõe a analisar como Whindersson Nunes — um dos maiores influenciadores brasileiros e nordestinos — retrata a questão da cidadania na região. A escolha pelo influenciador se justifica por seu grande alcance e relevância no cenário nacional. Para tanto, será analisado o vídeo “De volta para minha terra”, disponível na plataforma YouTube, no qual o humorista retorna ao Piauí, seu estado natal, para apresentar as belezas locais e sua própria trajetória de vida.

O primeiro passo da análise consiste em compreender o conceito de cidadania. Segundo Marshall (1967), a cidadania é um status de igualdade em direitos e deveres concedido aos membros de uma sociedade. Esses direitos se subdividem em três dimensões: civis, políticos e sociais. Os direitos civis correspondem às liberdades individuais, como ir e vir e a liberdade de expressão; os políticos dizem respeito à

^{1*} Trabalho apresentado no GT Economia Política da Comunicação durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, matosdonascimento.luana@gmail.com.

participação na vida pública; já os sociais incluem acesso à água, energia, educação e demais garantias vinculadas ao Estado de bem-estar social. Essa última dimensão se mostra central, pois, sem ela, o indivíduo não consegue participar da vida em sociedade em condições de igualdade.

No entanto, no contexto do neoliberalismo, o conceito de cidadania se desloca, confundindo-se com consumo ou caridade, já que muitas funções tradicionais do Estado são transferidas para a esfera privada. A cidadania, nesse cenário, passa a ser interpretada não como conquista política, mas como benevolência (MORETZSOHN, 2011, p. 141). Como os direitos sociais são vistos como barreiras à lógica de mercado, o papel do Estado tende a ser assistencialista, subvertendo o significado de cidadania como garantia de direitos, especialmente os sociais (MORETZSOHN, 2011, p. 147). Assim, a cidadania é rebaixada ao poder de consumo. Nesse contexto, incentivam-se ações de voluntariado e caridade, que, no entanto, dependem de vontades individuais e não asseguram garantias universais (MORETZSOHN, 2011, p. 154).

É a partir desse debate que se realiza a Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 2019), observando não apenas a fala e o vocabulário do influenciador, mas também vestimentas, cenários, enquadramentos, voz e gestos, elementos igualmente constitutivos do discurso. Essas dimensões são consideradas em articulação com as relações de poder e desigualdade que atravessam a narrativa.

A análise evidencia que Whindersson Nunes adota uma lógica alinhada ao neoliberalismo, na medida em que privatiza a noção de cidadania. Suas iniciativas tendem a estimular a ascensão econômica de seu público ou a prática de doações, em detrimento da cobrança por políticas públicas. Um exemplo disso foi a campanha para arrecadação de cilindros de oxigênio em Manaus, durante a pandemia da Covid-19 (2020). Essa lógica se explicita em seu próprio discurso: “Eu fiquei indignado, pensei em criticar os governos, a falta de humanidade, mas resolvi [...] transformar a revolta em amor. Em caridade, como está escrito na Carta de São Paulo aos Coríntios” (NUNES, 2021, p. 157). Em sua autobiografia, ao relembrar as dificuldades da infância, afirma: “só tínhamos o necessário. Não por opção, mas porque a gente nem sabia que tinha direito ao mundo” (Ibid., p. 40). Essa frase revela dois aspectos da lógica neoliberal: (i) a ausência da consciência de direitos; (ii) a associação da cidadania à ascensão material. Em outras palavras, torna-se necessário enriquecer para conquistar não apenas bens, mas também dignidade e cidadania.

Infere-se, assim, que o influenciador compreende ser necessário ascender financeiramente para poder ter acesso a cidadania.

Luana Matos do Nascimento

Historiadora, doutoranda em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PPGCOM/PUC-RJ), pesquisadora no grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) coordenado pela Dr.^a Eula Cabral e Mestre em Mídia e Cotidiano (PPGMC/UFF).

Rio de Janeiro, Brasil.

E-mail: matosdonascimentoluana@gmail.com

Referências

ARRETCHE, Maria. Trazendo conceito de cidadania de volta: a propósito das desigualdades territoriais In: **Trajetórias das desigualdades**: como o Brasil mudou nos últimos cinquenta anos / organização Maria Arretche. — 1. ed. — São Paulo: Editora Unesp; CEM, 2015.

ARAÚJO, Gustavo; BIEGING, Patricia. Estética do Consumo Imagético no Aplicativo Snapchat: Linguagem Efêmera e Filtros. In: **Cultura imagética e consumo midiático**. Beatriz Braga Bezerra, Patricia Biegging, Raul Inácio Busarello, organizadores. São Paulo: Pimenta Cultural, 2017.

BACKES, Suelen. **Produção e Consumo de Vídeos On-line**: Análise de práticas e técnicas para o desenvolvimento de influenciadores digitais profissionais a partir do YouTube. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Escola de Comunicação, Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica. Rio Grande do Sul, 2019.

CABRAL, Eula D.T. **Cultura, Comunicação e Informação na era digital**. Rio de Janeiro: FCRB, 2021. Disponível em: <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>. Acesso em 30 jun.2023.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil**: o longo caminho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

FAIRCLOUGH, Norman. Análise Crítica do Discurso como Raciocínio Dialético: Crítica, Explicação e Ação. In: **Policromias**, Dezembro/2019, Ano IV.

MARSHALL, T. H. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MORETZSOHN, Sylvia. **A Cidadania através do Espelho**: Do Estado do Bem-Estar às Políticas de Exceção. In: Sinais Sociais. Rio de Janeiro, v.5 n°15, p. 138-169, janeiro - abril 2011.

NUNES, Whindersson. **Vivendo como um Guerreiro**. São Paulo, Editora Serra, 2021.

_____. **De volta pra minha terra**. YouTube. 2022. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=3LMeN0PfPdA&t=2s>. Acesso em: 12. Jun. 2023.

RÍNCON, Osmar. O popular na comunicação: culturas bastardas + cidadanias celebrities.
In: **Revista ECO PÓS**, v. 19, n. 13, 2016.

PÔSTER, THUMBNAIL OU LIDE: o papel da imagem nos podcasts¹

Raphaella de Oliveira Condeixa²

Resumo

Este artigo investiga como as imagens de capa são utilizadas por podcasts brasileiros e quais sentidos elas mobilizam na experiência de escuta em plataformas digitais. Partindo da compreensão do podcast como uma mídia reconfigurada pela lógica da plataformização (Poell et al., 2022), articula-se o conceito de paratextualidade (Gray, 2010) à noção de elementos parassonoros (Kischinhevsky; Modesto, 2014) para compreender a função estratégica da visualidade nesse ecossistema. A metodologia combina um levantamento dos 100 podcasts mais ouvidos no Spotify Brasil com uma análise qualitativa de episódios dos programas Modus Operandi e Vortex. Os resultados indicam um uso recorrente de variações visuais nas capas e evidenciam que esses elementos funcionam como extensões simbólicas do conteúdo, moldando expectativas sobre os episódios.

Palavras-chave: Plataforma; podcast; Spotify; feed; capa.

1. Introdução

No contexto da segunda era do podcasting (Bonini, 2020), marcada pela profissionalização da produção, pela consolidação de um mercado consumidor do áudio sob demanda e pela integração do podcast a lógica da plataformização (Poell; Nieborg; Duffy, 2022), os podcasts assumem relevância crescente como produtos culturais e midiáticos. Conforme pesquisa Kantar Ibope (2024), no Brasil, 40% da população conectada consome podcasts, consolidando o país como o segundo maior mercado da categoria. Nesse cenário, o estudo parte da problemática de compreender como a dimensão visual tem sido mobilizada pelos podcasts brasileiros em suas capas e de que forma esses elementos influenciam a experiência de escuta e a circulação algorítmica do conteúdo. A análise articula o conceito de paratextualidade (Gray, 2010) e a noção de elementos parassonoros (Kischinhevsky; Modesto, 2014), compreendendo as imagens como dispositivos estratégicos na mediação simbólica e técnica das plataformas. O objetivo geral é mapear a utilização das artes de capa e discutir sua relevância como extensões discursivas e identitárias dos programas, com foco nas lógicas de visibilidade

^{1*} Trabalho apresentado no GT 7 - Economia Política da Comunicação durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Raphaella de Oliveira Condeixa: mestrandia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação, Rio de Janeiro, condeixaraphaella@gmail.com

e engajamento que estruturam a cultura da escuta plataformizada.

2. Metodologia

A pesquisa adota abordagem mista em duas etapas complementares. A primeira, de caráter quantitativo, consistiu no levantamento dos 100 podcasts mais ouvidos no Brasil, segundo o ranking do Spotify (08/07/2025). Foram registrados dados como posição, existência de variação visual, tipo de variação (por episódio, conteúdo ou ambos) e classificação temática. Consideraram-se como variações apenas alterações estruturais ou composicionais das imagens, desconsiderando ajustes textuais ou cromáticos simples. A segunda etapa, qualitativa, selecionou os podcasts *Modus Operandi* (true crime) e *Vortex* (sociedade e cultura) por apresentarem estratégias consistentes de variação visual. Para cada programa, foram analisados os logos e quatro capas de episódios, escolhidas aleatoriamente — com auxílio de um gerador de números online —, em diálogo com os referenciais teóricos de paratextualidade, elemento parassonoro e plataformização.

3. Análise e resultados

O levantamento quantitativo revelou que 64% dos podcasts do ranking apresentam algum tipo de variação nas capas, sendo que 56% modificam a imagem em todos os episódios. Observou-se que videocasts concentram grande parte das variações, enquanto programas jornalísticos tendem a manter capas fixas, reforçando identidade institucional e regularidade editorial. Esses dados apontam para um uso expressivo da imagem como recurso estratégico, embora não haja correlação direta entre popularidade e investimento visual.

Na etapa qualitativa, os casos analisados evidenciam abordagens distintas. O *Modus Operandi* adota padrão visual padronizado, com uso recorrente de fotografias sépia e marcação tipográfica, privilegiando legibilidade e coerência com a temática criminal. Suas capas operam como dispositivos de ancoragem interpretativa, alinhados às diretrizes algorítmicas das plataformas. Já o *Vortex* investe em ilustrações autorais e referências culturais variadas, transformando a capa em extensão narrativa do episódio, inclusive incorporando piadas internas e *easter eggs*. Essa liberdade estética, embora desafie recomendações de legibilidade do Spotify, reforça a identidade editorial e cria laços simbólicos com o público. A comparação entre os dois casos ilustra o espectro de possibilidades da função paratextual das imagens: do reforço padronizado da marca à expansão criativa da narrativa.

4. Considerações finais

A pesquisa alcançou o objetivo de mapear a função das imagens nos podcasts brasileiros, demonstrando que o uso de variações visuais é majoritário e desempenha papel relevante na mediação cultural da escuta. As capas operam como paratextos e elementos parassonoros, moldando expectativas, construindo identidades e interagindo com as lógicas algorítmicas das plataformas. Contudo, a análise também evidencia limites: o recorte exclusivo do Spotify e a concentração em dois estudos de caso restringem a generalização dos resultados. Ainda assim, o trabalho aponta a necessidade de ampliar a investigação sobre os elementos visuais no *podcasting*, incluindo modalidades como os videocasts, cuja lógica de produção intensifica a centralidade da imagem. Conclui-se que, longe de serem adereços, as capas de podcasts constituem ferramentas valiosas para compreender a relação entre conteúdo, audiência e mediação algorítmica na cultura da escuta digital.

Referências

BONINI, T. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 11, n. 1, 2020.

GRAY, J. **Show sold separately: promos, spoilers, and other media paratexts**. New York: New York University Press, 2010.

Kantar Ibope Media. **Inside Audio 2024**. São Paulo, 2024 Disponível em: <<https://kantaribopemedia.com/inside-audio-2024/>>. Acesso em: 16 de julho 2024.

LOPEZ, D. C. *et al.* Platformed listening in podcasting: An approach from material and scales potentials. **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, v. 29, n. 4, p. 836–853, 2023.

MODESTO, C.; KISCHINHEVSKY, M. Interações e mediações – Instâncias de apreensão da comunicação radiofônica, **Questões Transversais**, v. 2, n. 3, 2014.

MORRIS, J. W.; PATTERSON, E. Podcasting and its Apps: Software, Sound, and the Interfaces of Digital Audio. **Journal of Radio & Audio Media**, v. 22, n. 2,0, p. 220–23, 2015.

POELL, T; NIEBORG, D. B.; DUFFY, E. **Platforms and cultural production**. Medford: Polity Press, 2022.

SILVA, A. C. A segunda era dos podcasts no Brasil: Historiografia recente da consolidação da mídia sonora no contexto do rádio expandido. **Revista Comunicação, Cultura E Sociedade**, v.8 n.1., p. 01–18, 2022.

SULLIVAN, J. L. **Podcasting in a Platform Age: From an Amateur to a Professional Medium**. New York: Bloomsbury Academic & Professional, 2024.

Para uma crítica da economia política do tempo: trabalho, aceleração e controle dos regimes de percepção de temporalidade¹

Gustavo Requião Correa de Monlevad²

Resumo

Este trabalho busca repensar os postulados sobre aceleração do tempo através da teoria crítica marxiana do valor para fugir de um determinismo tecnológico comum ao campo. Compreendemos os avanços tecnológicos como catalisadores, e não como originários, das novas dinâmicas produtivas da indústria digital. A aceleração da vida objetiva uma maior produtividade do trabalho e ampliação dos processos de produção e extração de mais-valor. Articularemos principalmente autores do campo do marxismo, como Karl Marx, Gyorgy Lukács, Álvaro Vieira Pinto, César Bolaño, Walter Lippold e Deivison Faustino, mas também criticamente autores da aceleração e percepção, como Jonathan Crary e Paul Virilio. A passagem do tempo não mudou, a realidade permanece a mesma. O que mudou foi a forma como o percebemos.

Palavras-chave: Temporalidade; Aceleração; Trabalho; Teoria Crítica do Valor; Tecnologia.

1. Resumo Expandido

Existe certo consenso sobre os processos contemporâneos de aceleração da percepção do tempo. Autores dos mais diversos campos buscaram compreender as origens do fenômeno e suas consequências diretas ou indiretas. Das cidades aos avanços nos meios de transporte e comunicação (CAREY, 2009); do tempo coletivo aos relógios pessoais (THOMPSON, 1998); da hegemonia da escrita à proliferação imagem (FLUSSER, 2024); várias foram as justificativas para o fenômeno da aceleração. Uma vez que a técnica em si não é um determinante autônomo dos processos sociais, já que “a tecnologia é sempre uma parte concomitante ou subordinada a outras forças” (CRARY, 2012, p. 17), defendemos que todos esses fatores, frequentemente apontados como possíveis causas da percepção acelerada do tempo são, na verdade, consequências de processos mais profundos que avançam desde as origens do modo de produção capitalista. Os mecanismos capitalistas de expropriação de valor subordinam e

^{1*} Trabalho apresentado no GT 7 - Economia Política da Comunicação durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Doutorando, PUC-Rio, PPGCOM, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, gmonlevad@hotmail.com.

determinam o caráter das revoluções tecnológicas e dão à tecnologia a aparência de determinante autônoma dos processos de sociais (PINTO, 2005), inclusive os de percepção.

César Bolaño demonstra que o avanço dos meios de transporte e comunicação, associados ao desenvolvimento do capitalismo industrial, “desempenham um papel cultural integrador, (...) modificando padrões de comportamento ou mesmo alterando as formas de percepção do real” (BOLAÑO, 2000, p. 29. Grifo nosso.). Ao longo dos séculos XX e neste início do XXI, a sofisticação das relações de exploração do trabalho, o avanço das fronteiras do capital, o aumento populacional associado à necessidade de maior diferenciação da divisão do trabalho, a concentração de uma alta densidade populacional em centros urbanos e o avanço das tecnologias de comunicação a graus inimagináveis aos olhos do século XIX foram fatores que, associados, intensificaram ainda mais essas alterações perceptivas do real. Nos interessa desenvolver o apontamento de Bolaño para mostrar como o fenômeno da aceleração se materializa no capitalismo, mas não apenas a partir dos avanços do transporte e comunicação. O avanço dessas áreas contribuiu sim para a intensificação da percepção acelerada do tempo, mas apenas como catalisador de processos sociais anteriores. Acreditamos que uma mudança tão fundamental como a percepção do tempo deva ser derivada de alterações significativas na organização do cotidiano, principalmente por mudanças nas relações sujeito-trabalho impulsionadas por mediações técnico-informacionais.

A partir de uma interpretação lukácsiana do trabalho como originário da ontologia do ser social, buscamos compreender a relação do trabalho com o cotidiano cada vez mais acelerado por dinâmicas de controle da produção e da percepção humanas. Também apontamos em Marx as múltiplas relações entre trabalho, mercadoria, capital e tecnologia com a expropriação do tempo a partir do estabelecimento do modo de produção capitalista.

No capitalismo de plataforma, a criação de um ambiente digital de alta frequência (PEREIRA, 2024) se dá pela fragmentação do tempo cotidiano e a instrumentalização da dinâmica entre o tempo repetitivo do hábito com o tempo de ruptura da crise. Nossos celulares são, ao mesmo tempo, instrumentos de lazer e máquinas produtivas onipresentes. Estamos sempre conectados, disponíveis. O cotidiano e o trabalho se confundem em dinâmicas cada vez mais fracionadas e descontínuas (CRARY, 2019). O aprofundamento da sensação de aceleração amplia a precarização do trabalho quando “o tempo é controlado por uma autogestão que produz

a obrigação de perceber todos os momentos como potencial de produtividade e, portanto, de trabalho exaustivo” (FESTI, et al., 2024, pp. 22-23. Grifo nosso). À medida que o tempo de trabalho se sobrepõe ao tempo livre, dinâmicas aceleradas de trabalho colonizam todo o tempo cotidiano. O controle do fluxo de informação se torna uma das mais poderosas ferramentas de dominação de classe. A luta de classes é uma luta pelo tempo.

Gustavo Requião Correa de Monlevad

Mestre em Comunicação Social pela ECO/UFRJ. Doutorando em Comunicação Social vinculado à PUC-Rio. Orientando da professora doutora Andrea França. Bolsista CAPES.

Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: gmonlevad@hotmail.com

Referências

- ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital**. São Paulo: Boitempo, 2020.
- BOLAÑO, César. **Indústria Cultural: Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.
- CAREY, James W. **Communication as culture: essays on media and society**. New York: Routledge, 2009.
- CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- CRARY, Jonathan. **Suspensões da percepção: atenção, espetáculo e cultura moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.
- CRARY, Jonathan. **24/7: capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: Ubu editora, 2016.
- FAUSTINO, Deivison; Lippold, Walter. **Colonialismo digital: por uma crítica hacker-fanoniana**. São Paulo: Boitempo, 2023.
- FESTI, Ricardo; PELEJA, João Pedro; SANTOS, Kethury; GONTIJO, Laura. Consciência em Parallaxe: tensões e ambiguidades entre entregadores de aplicativos. IN: **As novas infraestruturas produtivas: digitalização do trabalho, e-logística e indústria 4.0**. São Paulo: Boitempo, 2024.
- FLUSSER, Vilém. **O Mundo Codificado**. São Paulo: Ubu, 2024.

- KANGAL, K., Dourado Bastos, M., & Bernardi, G. (2020). Discussões marxistas na Economia Digital: uma crítica a Christian Fuchs. **Revista Eletrônica Internacional De Economia Política Da Informação Da Comunicação E Da Cultura**, 22(2), 67–82. Disponível em <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/13727>
- LUKÁCS, Gyorgy. **Para uma ontologia do ser social I**. São Paulo: Boitempo, 2012.
- LUKÁCS, Gyorgy. **Para uma ontologia do ser social II**. São Paulo: Boitempo, 2013.
- MARX, Karl. **O Capital: crítica da economia política: livro I: o processo de produção do capital**. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2017.
- PEREIRA, Paula Cardoso. **Futuros Maquínicos: racionalidade e temporalidade nos algoritmos da Inteligência Artificial**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.
- PINTO, Álvaro Vieira. **O Conceito de Tecnologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.
- SENNETT, Richard. **A Corrosão do Caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

Democracia hackeada, influência externa em eleições e campanhas tecnológicas: uma revisão sistemática¹

Gustavo Magalhães da Silva Junior²

Resumo

Esta dissertação realiza uma revisão sistemática da literatura acadêmica internacional (2014-2024) sobre a interferência de agentes estatais externos em processos eleitorais democráticos por meio da manipulação das mídias digitais. A pesquisa, orientada pelo protocolo PRISMA e complementada por análise de conteúdo, identifica estratégias como o uso de bots, perfis falsos, desinformação e microtargeting para desestabilizar a confiança nas instituições eleitorais, fomentar a polarização e promover interesses geopolíticos. O estudo destaca a crescente sofisticação dessas campanhas e os riscos que representam para a integridade democrática, além de apontar lacunas metodológicas e conceituais na literatura, especialmente a limitada integração entre análises macro e micro, e a insuficiente regulação das plataformas digitais. Conclui-se que a manipulação digital constitui um desafio multifacetado à democracia contemporânea, exigindo esforços interdisciplinares e políticas públicas eficazes para mitigar seus impactos.

Palavras-chave: Interferência eleitoral; Manipulação digital; Desinformação; Democracia hackeada; Campanhas de influência estrangeira.

1. Resumo expandido

Esta pesquisa tem como objetivo analisar, de forma sistemática, a interferência de agentes estatais externos em processos eleitorais democráticos, particularmente por meio da manipulação das mídias digitais. O estudo parte do diagnóstico atual de que as plataformas digitais, ao se tornarem centrais no debate político, criaram brechas estruturais exploradas para desestabilizar instituições e influenciar percepções políticas, configurando um fenômeno emergente que apresenta desafios à integridade democrática.

¹ Trabalho apresentado no GT – Economia Política da Comunicação durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

²Gustavo Magalhães da Silva Junior: mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio, Rio de Janeiro, RJ, gustavomagalhaesjr@gmail.com

O desenvolvimento teórico fundamenta-se na convergência da literatura acerca da instrumentalização das mídias digitais para campanhas de desinformação e influência, que operam como uma forma sofisticada de “guerra de influência”. Destaca-se o caso emblemático da interferência russa nas eleições americanas de 2016, que revela o uso coordenado de bots, perfis falsos e algoritmos opacos para moldar percepções públicas, alavancando estratégias de microtargeting baseadas em dados pessoais.

As contribuições de Bennett e Kneuer (2023) e Bennett e Livingston (2025) são centrais na análise da transformação das esferas públicas, evidenciando como o ambiente digital reforça esferas públicas iliberais, fragmenta o debate político e promove deslegitimação das instituições tradicionais. O conceito de “democracia hackeada”, introduzido por Schia e Gjesvik (2020), amplia essa discussão ao enfatizar os impactos sociais, epistêmicos e atencionais das campanhas digitais, que ultrapassam o mero engano factual para afetar a confiança e o funcionamento coletivo das democracias.

Metodologicamente, a pesquisa se estrutura a partir de uma revisão sistemática da literatura acadêmica internacional, com recorte temporal entre 2014 e 2024, período de consolidação das mídias digitais como ferramentas dominantes na arena eleitoral global. Para isso, foram seguidos rigorosos protocolos do método PRISMA para definição, busca, seleção e análise dos artigos.

Os resultados elaboram um panorama multifacetado da produção acadêmica, que indica predominância de estudos empíricos qualitativos e mistos, com foco especial na produção e disseminação de conteúdos manipulativos – como uso de bots, perfis falsos e estratégias de microtargeting –, enquanto a recepção desses conteúdos pelo público permanece um campo menos explorado.

Os artigos enfatizam as vulnerabilidades intrínsecas das democracias liberais frente a essas operações. Entre os riscos democráticos elencados, chamam atenção a erosão da confiança nas instituições eleitorais, a radicalização do debate político, a amplificação emocional segmentada,

a falta de transparência sobre os algoritmos das plataformas e a vulnerabilidade da infraestrutura eleitoral, incluindo ataques cibernéticos e manipulação de dados eleitorais.

A revisão indica que, apesar de avanços na identificação e análise desses fenômenos, persistem lacunas epistemológicas e metodológicas importantes. O campo carece de maior padronização terminológica, integração entre análise macro (geopolítica) e micro (percepção pública), e inovação metodológica que incorpore as mais recentes tecnologias digitais, como deepfakes e inteligência artificial generativa.

Em síntese, o estudo corrobora a necessidade de abordagens interdisciplinares e políticas públicas robustas para mitigar os efeitos da manipulação digital nas eleições.

Ressalta-se que o fenômeno da “democracia hackeada” não é apenas uma questão técnica ou eleitoral, mas um problema estrutural que impacta a confiabilidade, a coesão social e a própria estabilidade dos regimes democráticos contemporâneos. O fortalecimento da resiliência institucional passa pelo desenvolvimento de ferramentas para monitoramento eficaz, transparência das plataformas digitais e cooperação internacional, além de uma conscientização crítica e informada da sociedade civil sobre os riscos e mecanismos da desinformação e da interferência estrangeira em eleições.

Gustavo Magalhães da Silva Junior

Faz parte do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Internet e Política (COMP), liderado pelo Professor Arthur Cezar de Araújo Ituassu Filho. Foi estagiário do professor Felipe Gomberg na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso, onde co-orientou quatro alunos. Durante os estudos de graduação, participou como voluntário em pesquisa de Iniciação Científica do CNPq na PUC-Rio, coordenada pelo Professor Leonel Aguiar, no estudo de Teorias do Jornalismo. Tem experiência em pré-iniciação científica pelo Laboratório de Leitura, financiado pela FAPERJ.

Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

E-mail: gustavomagalhaesjr@gmail.com

Referências

BENNETT, W. L.; KNEUER, M. Communication and democratic erosion: the rise of illiberal public spheres. *European Journal of Communication*, v. 39, n. 2, p. 177-196, 2023.

BENNETT, W. L.; LIVINGSTON, S. Platforms, politics, and the crisis of democracy: connective action and the rise of illiberalism. *Perspectives on Politics*, p. 1-20, 2025.

SCHIA, N. N.; GJESVIK, L. Hacking democracy: managing influence campaigns and disinformation in the digital age. *Journal of Cyber Policy*, v. 5, n. 3, p. 413-428, 2020.

EPISTOCRACIA DIGITAL E CRISE CLIMÁTICA: A ROTULAGEM COMO FORMA DE PODER DAS PLATAFORMAS¹

Larissa Noguchi de Oliveira²
Caio César Xavier Moreira³

Resumo

Um dos maiores desafios da atualidade da comunicação digital é compreender como determinados temas são evitados pelos algoritmos e datificação das plataformas. Partindo que as plataformas digitais ocupam relações de poder, produção e distribuição e da comunicação na atualidade, como reforça Foucault, este trabalho aborda o conceito de epistocracia digital e crise climática, analisando a rotulagem de anúncios com tecnologia de poder nas plataformas. A partir do estudo de caso dos anúncios do Médico Sem Fronteiras (MSF), entre o mês de março e abril de 2025, vinculados com o tema crise climática, é possível comprovar que os anúncios rotulados são, em sua maioria, rejeitados pela Meta, caso não seja aplicado o rótulo de outros temas, como eleições e política.

Palavras-chave: Digital; Crise Climática, Poder; Rotulagem

1. Introdução

A rotulagem de conteúdos nas plataformas digitais tem se tornado uma prática cada vez mais comum no ecossistema da comunicação digital contemporânea, especialmente quando se trata de temas considerados sensíveis, como a crise climática. Utilizada como um instrumento de transparência, mas também de controle, essa prática está inserida em um contexto mais amplo de governança algorítmica e economia da atenção.

Neste cenário, este trabalho propõe uma análise sobre o uso da rotulagem como tecnologia de poder, tomando como ponto de partida dados extraídos do Gerenciador de Anúncios de Médicos Sem Fronteiras na Meta, plataforma que faz a administração de

¹ Trabalho apresentado no GT 7 – Economia Política da Comunicação durante o XVII Poscom PUC-Rio, de 23 a 25 de setembro de 2025.

² Mestranda em Comunicação Digital e Cultura de Dados, FGV-Rio, Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação, Sociedade e Cultura Digital, Rio de Janeiro, RJ, larissanoguchi@gmail.com.

³ Mestrando em Comunicação Digital e Cultura de Dados, FGV-Rio, Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação, Sociedade e Cultura Digital, Rio de Janeiro, RJ, caiocxavier2212@gmail.com

dados das redes Facebook, Instagram e Whatsapp, referentes à veiculação de conteúdo impulsionados relacionados ao tema "Crise Climática".

2. Argumentação teórica e metodologia

O objetivo das redes sociais da organização Médico Sem Fronteiras (MSF) é a mobilização e engajamento por meio de doações da sociedade civil, para garantir a assistência de cuidados à saúde e crises humanitárias causadas por eventos extremos. O que se nota, a partir de dados coletados para este trabalho, do perfil “@msf_brasil”, no Instagram, é que os posts com anúncio são rotulados com outros temas, como política e eleição e não ao que eles realmente pertencem: a crise climática.

Partindo de uma análise da rotulagem de anúncios como instrumentos de poder, como reforça Foucault (1979), entende-se que tal rotulagem não é neutra e constitui uma forma de exercício de poder, e se insere em um fenômeno mais amplo de epistocracia digital.

Esta pesquisa adota uma abordagem metodológica centrada na análise de conteúdo e de mídia do Gerenciador de Anúncios de Médicos Sem Fronteiras na Meta. No relatório examinado, foram comparados anúncios com e sem o selo de "temas sociais e políticos", conforme exigência das diretrizes da Meta.

A amostra analisada foi composta por 15 campanhas distintas publicadas entre março e abril de 2025, que tratavam de forma direta da pauta climática, com variações no tipo de objetivo da campanha e status de aprovação.

3. Reflexões e apontamentos

A análise dos 15 anúncios impulsionados por Médicos Sem Fronteiras (MSF) entre março e abril de 2025, centrados na crise climática, evidencia como a lógica algorítmica da Meta regula de forma seletiva a comunicação pública. Entre os anúncios sem rotulagem, 70% foram rejeitados.

Tabela 1 – Status de aprovação e veiculação dos conjuntos de anúncios em teste de rotulação

ROTULAÇÃO	CONJUNTO DE ANÚNCIOS	STATUS
SEM SELO	01.04_CRISE.CLIMÁTICA_GERAL_IG_SEM SELO	rejected
COM SELO	07.04_CAPTAÇÃO.MUDANÇAS	active

	.CLIMÁTICAS_GERAL_FB/IG_COM SELO	
COM SELO	07.04_CRISE.CLIMÁTICA_GERAL_FB_COM SELO	not_delivering
COM SELO	07.04_CRISE.CLIMÁTICA_GERAL_IG_COM SELO	not_delivering
SEM SELO	19.03_CRISE.CLIMÁTICA_GERAL_FB_SEM SELO	rejected
COM SELO	19.03_CRISE.CLIMÁTICA_GERAL_IG_COM SELO	not_delivering
SEM SELO	19.03_CRISE.CLIMÁTICA_GERAL_IG_SEM SELO	rejected
COM SELO	19.03_CRISE.CLIMÁTICA_SOCIAL.EXCLUSÃO.SOCIAL_FB_COM SELO	not_delivering
COM SELO	19.03_CRISE.CLIMÁTICA_SOCIAL.EXCLUSÃO.SOCIAL_IG_COM SELO	not_delivering
COM SELO	19.03_CRISE.CLIMÁTICA_SOCIAL.EXCLUSÃO_FB_COM SELO	not_delivering
SEM SELO	19.03_CRISE.CLIMÁTICA_SOCIAL.EXCLUSÃO_FB_SEM SELO	rejected
SEM SELO	19.03_CRISE.CLIMÁTICA_SOCIAL.EXCLUSÃO_IG_SEM SELO	rejected
COM SELO	25.03.Cap.MUDANÇA.CLIMÁTICA_Geral_FB_COM SELO	not_delivering
SEM SELO	25.03.Cap.MUDANÇA.CLIMÁTICA_Geral_FB_SEM SELO	not_delivering
SEM SELO	25.03.Cap.MUDANÇA.CLIMÁTICA_Geral_IG_SEM SELO	not_delivering

FONTE: Gerenciador de Anúncios de Médicos Sem Fronteiras na Meta

A classificação da crise climática como “tema político” revela os limites da datificação. Essa seletividade está intimamente ligada à economia da atenção, como aponta Bentes (2019, p. 224) e o que se vê, então, é a priorização de conteúdos rotulados e aprovados, que entram na lógica da entrega algorítmica com maior fluidez.

4. Conclusão

Com todos os dados coletados e a argumentação teórica dos autores aqui apresentados, a análise dos anúncios do Médicos Sem Fronteiras (MSF) sobre a crise climática evidencia como a lógica algorítmica da Meta atua de forma seletiva na visibilidade de conteúdo. A rotulagem dos conteúdos impõe burocracias e limita a autonomia de organizações como o MSF, invisibilizando pautas urgentes em nome de critérios e interesses puramente comerciais.

Portanto, a análise aponta para a necessidade de regulação democrática das plataformas digitais, com foco em transparência e é um alerta para uma esfera pública cada vez mais condicionada e orientada pelo capitalismo de vigilância.

Larissa Noguchi de Oliveira

Jornalista amazônida, especialista em comunicação digital com foco em meio ambiente, analista de comunicação no FUNBIO. É palestrante, Agente do Verificado pelo clima da ONU e faz parte do Amazônia Vox e Rede Amazônidas pelo Clima.

Belém, Pará, Brasil.

E-mail: larissanoguchi@gmail.com

Caio César Xavier Moreira

Publicitário amazônida, especialista em estratégias digitais, analista de mídia e performance no Médico Sem Fronteiras.

Belém, Pará, Brasil.

E-mail: caioxavier2212@gmail.com

5. Referências

BENTES, Anna. **A gestão algorítmica da atenção: enganchar, conhecer e persuadir.** In: POLIDO, Fabrício; ANJOS, Lucas; BRANDÃO, Luíza (org.). Políticas, internet e sociedade. Belo Horizonte: Instituto de Referência em Internet e Sociedade, 2019. p. 222-231.

BRENNAN, Jason. **Contra la Democracia.** Barcelona: Deusto, 2018.

BUCHER, Taina. **Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook.** *New Media & Society*, v. 14, n. 7, p. 1164–1180, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444812440159>.

DONEDA, Danilo; ALMEIDA, Virgílio. **Governança de algoritmos: propostas para o Brasil.** Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro (ITS Rio), 2018.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** Petrópolis: Vozes, 1977.

GROHMANN, Rafael. **Plataformas, trabalho e dados: por uma crítica da razão algorítmica.** *Revista EPTIC*, v. 22, n. 3, p. 1–19, 2020.

GROHMANN, Rafael. **Plataformas e classificações: entre automação, desigualdades e crítica.** *Revista Famecos*, v. 28, e43814, 2021.

GILLESPIE, Tarleton. **Custodians of the Internet: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media.** New Haven: Yale University Press, 2018.

GILLESPIE, Tarleton. **The Relevance of Algorithms.** In: GILLESPIE, T. et al. (Orgs.) **Media technologies: Essays on communication, materiality, and society.** Cambridge, MA: MIT Press: Virtual Books, 2014. p. 167-194.

MAX, Fisher. **A máquina do caos: como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo.** São Paulo: Todavia, 2023.

META. Como funcionam os rótulos de anúncios sobre temas sociais, eleições ou política. Central de Ajuda da Meta para Empresas. Disponível em: <https://www.facebook.com/business/help/167836590566506>. 2025.

META. Como os anúncios sobre temas sociais, eleições ou política são analisados. Central de Ajuda da Meta para Empresas. Disponível em: <https://www.facebook.com/business/help/313752069181919>. 2025.

META. Introdução aos Padrões de Publicidade. Central de Transparência. Disponível em: <https://transparency.fb.com/pt-br/policies/ad-standards/>. 2025.

META. Sobre temas sociais. Central de Ajuda da Meta para Empresas. Disponível em: <https://www.facebook.com/business/help/214754279118974>. 2025.

META. Sobre anúncios relacionados a temas sociais, eleições ou política. Central de Ajuda da Meta para Empresas. Disponível em: <https://www.facebook.com/business/help/198009284345835>. 2025.

MIN, John B. **Epistocracy and democratic epistemology.** *Politics in Central Europe*, v. 11, n. 1, 2015.

ZUBOFF, Shoshana. **The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power.** New York: PublicAffairs, 2019