

Dia do JORNALISMO E ESTUDOS MEDIÁTICOS

IX

2025.2026

10 . julho . 2026

RESUMOS do EVENTO - Booklet

**Renato Essenfelder
Ana Gabriela Frazão-Nogueira
Patrícia Weber
(editores)**

Dia do
JORNALISMO
E ESTUDOS
MEDIÁTICOS

IX

2025.2026

10 . julho . 2026

RESUMOS do EVENTO - Booklet

Renato Essenfelder
Ana Gabriela Frazão-Nogueira
Patrícia Weber
(editores)

Programa

10 de julho 2026

10h – Abertura do Evento

Exm.a Sr.a Prof.a Doutora Paula Mota Santos

Pró-Reitora para a Cultura, Responsabilidade Social, Relação com o Território e Cooperação Internacional

Exm.o Sr. Prof. Doutor Pedro Reis

Diretor da FCHS-UFP

10h15 às 10h45 - Mesa Redonda

Moderação: Ana Gabriela Frazão-Nogueira

Análise da literacia em IA, da autonomia e da resiliência face à desinformação no ensino superior: o futuro da literacia mediática e da informação numa Europa impulsionada pela IA.

Prof.a Doutora Lúcia Mesquita

Investigadora no Centro de Pesquisa em Comunicação Aplicada, Cultura e Novas Tecnologias (CICANT) da Universidade Lusófona, Portugal, onde integra o Laboratório de Alfabetização Midiática e Culturas Cívicas.

Prof. Doutor Renato Essenfelder

Investigador do LabCom/Pólo UFP e Coordenador do 3º Ciclo de Estudos em Ciências da Comunicação da UFP

11h às 12h30 – Inovar com Tecnologias e Narrativas

Moderação: Rui Torres

A representação de uma “IA Sensível”: o caso de Samantha em Her
Heitor Delgado Correa e Renato Essenfelder

Credibilidade da Publicidade Online vs. Offline: Um Estudo com a Geração Z em Portugal

Eduardo Lourenço Guerreiro e Paulo Ribeiro Cardoso

Da curadoria humana à algorítmica: A playlist como dispositivo de mediação, poder e gatekeeping na Rádio portuguesa

Miguel Gonçalves

Do Discurso Institucional da UPTEC em 2023 à Presença Mediática na U.Porto

Tadiane Regina Popp e Patrícia Weber

14h às 15h15 – Inteligência Artificial Aplicada

Moderação: Ana Gabriela Frazão-Nogueira

Inteligibilidade pública da inteligência artificial: comunicação, mediação e governança em políticas educacionais emergentes

Anderson Sanita e Iara Christina Silva Barroca

Não acredite em nada que você vê

Vinícius Souza

Artificial Intelligence Information Systems: Manipulation, Misinformation, and Verification Challenges during the US/Israel War on Iran

Muhammad Tarique, Ricardo Jorge Pinto, Sonia Resende e Shahbaz Ahmad Saadi

Humanização da comunicação no Instagram em contexto B2B Farmacêutico: Proposta metodológica para uma análise qualitativa baseada no Modelo SOR

Miguel Moreira e Silva e Paulo Ribeiro Cardoso

15h30 às 17h – Jornalismo Especializado

Moderação: Jorge Pedro Sousa

Crianças no “Jornal de Serviço Público” em Portugal: a representação da infância nas últimas duas décadas

Débora Pereira, Ana Cátia Ferreira e Ana Gabriela Frazão-Nogueira

9º DIA DE JORNALISMO
ESTUDOS

Da minimização à desconfiança vacinal: transformações discursivas da desinformação durante a pandemia de Covid-19 no Brasil

José Osvaldo Mesquita Chaves

A crise climática em perspectiva jornalística: uma análise comparativa entre Ambiental Media e Gazeta do Povo

Éverly Pegoraro e Débora Godoi

Ciência, espetáculo e desinformação: 3I/ATLAS e a Missão Artemis 2 na cobertura midiática sobre o espaço

Leoní Serpa, Victor Samoel Dourado Carminatti, Brenda Vitória da Silva Zanatta, Mariana Tomé da Silva, Paulo Vitor Ávila Ferreira, Lola Muruá e Lyandra Mariani Tesser de Andrade

17h às 18h – Elementos dos media contemporâneos

Moderação: Renato Essenfelder

Audiovisual brasileiro contemporâneo e produção de sentidos sobre a política

Adriana Pierre Coca e Guilherme Fumeo Almeida

Entre memória e acontecimento: a Rádio Amorim Juventude AM como espaço de negociação simbólica da cultura local

Claúdia da Consolação Moreira e Aline Wendpap Nunes de Siqueira

Imprensa interiorana de Minas Gerais na ditadura civil-militar de 1964-1985: um quadro a partir da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Ricardo Augusto Orlando, Marina Ferreira Martins Serapião e Mariana Oliveira Barreto

Encerramento

Exm.o Sr. Prof. Doutor Renato Essenfelder

Coordenador do 3º Ciclo de Estudos em Ciências da Comunicação da UFP

JORNALISMO E
MIDIÁTICOS



Resumos

A representação de uma “IA Sensível”: o caso de Samantha em Her.

Heitor Delgado Correa e Renato Essenfelder

No filme Her (2013), de Spike Jonze, somos apresentados à inteligência artificial Samantha como um objeto técnico focado na dimensão relacional e afetiva, o que difere fundamentalmente de outras representações de IAs no cinema. Nesse sentido, o tipo peculiar de relação entre Samantha e Theodore, o protagonista que por ela se apaixona, permite desnudar os diversos aspectos de uma IA não centrada na racionalidade, na eficiência, e com abertura para fugir à função original do programa. Considerando essa particularidade, este trabalho busca identificar as características da chamada “IA Sensível”, exemplificada por Samantha, e analisar como essa representação reconfigura imaginariamente as fronteiras entre comunicação, afeto e tecnologia. A metodologia faz uso do estudo de caso do filme Her em contraposição a outras representações de IAs na televisão e no cinema, especificamente o Robô B9 (Lost in Space, 1965), David (AI, 2001), o Data (Star Trek: The Next Generation, 1987) e o Doutor (Star Trek: Voyager, 1995). A análise faz referência teórica aos trabalhos de Simondon, especificamente sobre a individuação dos objetos técnicos e da imaginação para projeção de futuro nas invenções, e de Baudrillard, especificamente no que toca a simulação, o simulacro e a hiper-realidade.

Palavras-chave: Inteligência Artificial; Cinema; Ficção Científica; Objetos Técnicos; Imaginário Técnico.

Credibilidade da Publicidade Online vs. Offline: Um Estudo com a Geração Z em Portugal

Eduardo Lourenço Guerreiro e Paulo Ribeiro Cardoso

Os dados de utilização da internet confirmam uma imersão digital elevada na Geração Z, contrastando com o consumo de media tradicionais, ou offline. Desta constatação decorre a necessidade de investigar este fenómeno, tendo-se estabelecido como objetivo verificar se a publicidade online era percebida como mais ou menos credível do que a publicidade offline (televisão, imprensa, rádio). Este estudo adotou uma abordagem quantitativa, tendo-se recorrido a um inquérito por questionário aplicado a uma amostra de 257 participantes portugueses da Geração Z, com idades compreendidas entre os 18 e os 20 anos. O instrumento de recolha de dados foi composto por duas escalas: percepção de credibilidade da publicidade online e percepção de credibilidade da publicidade offline. Os itens foram medidos numa escala de Likert de cinco pontos, em que 1 correspondia a “Discordo totalmente” e 5 a “Concordo totalmente”. Ambas as escalas revelaram uma consistência interna adequada, o que permitiu agregar os respetivos itens em duas variáveis compostas: credibilidade online e credibilidade offline. A variável composta de credibilidade offline apresentou uma média superior à da credibilidade online, e os resultados evidenciaram uma diferença estatisticamente significativa entre a credibilidade atribuída a cada um dos canais. No plano teórico, os resultados sugerem que a credibilidade funciona como uma variável diferenciada entre canais, e não como um atributo uniforme da publicidade. No plano prático, este resultado tem implicações diretas para o planeamento de meios dirigido à Geração Z: a publicidade offline mantém um ativo de credibilidade que não deve ser subestimado, mesmo junto de públicos jovens.

Palavras-chave: Publicidade Online; Publicidade Tradicional; Geração Z; Credibilidade; Internet.

Da curadoria humana à algorítmica: a playlist como dispositivo de mediação, poder e gatekeeping na Rádio portuguesa

Miguel Gonçalves

A playlist consolidou-se como o fulcro estruturante da programação musical radiofónica, transcendendo a sua função técnica para se afirmar como um dispositivo de mediação cultural, poder simbólico e consagração estética. Esta comunicação analisa, a partir do Capítulo III da tese A (des)igualdade de oportunidades dos artistas portugueses no acesso à Rádio, a evolução histórica, os mecanismos de construção e as implicações culturais da playlist no ecossistema radiofónico português. Numa perspetiva genealógica, rastreia-se o conceito desde as práticas embrionárias de sequenciação sonora nas primeiras décadas da radiodifusão até à formalização do modelo Top 40 nos anos 1950, passando pelas mixtapes enquanto expressão de curadoria pessoal e subjetiva, antecessora das playlists digitais algorítmicas. Com a “plataformização” e a convergência digital, a curadoria — outrora centrada na subjetividade de programadores e DJs — tornou-se um processo híbrido, integrando softwares de scheduling (RCS Selector, MusicMaster) e análise de big data que aproximam a lógica radiofónica dos modelos algorítmicos do streaming. Com base em entrevistas a figuras centrais da indústria — João Reis (RFM/Rádio Renascença), Nuno Galopim (Antena 1), Tozé Brito (SPA), André Sardet, Rui Veloso e José Cid, entre outros —, a comunicação examina quem decide o que entra nas playlists das principais rádios portuguesas, segundo que critérios e com que consequências. Os depoimentos revelam uma concentração editorial em núcleos muito reduzidos, uma lógica de minimização de risco que privilegia sucessos pré-validados e uma tendência para a uniformização estética, identificada como “censura do esquecimento”. Conclui-se que, embora a digitalização tenha democratizado a produção musical, a rádio mantém um papel decisivo de gatekeeper na canonização de artistas. A dependência crescente de métricas automáticas cria barreiras estruturais para músicos emergentes e ameaça a diversidade do ecossistema musical nacional, tornando urgente a revalorização da curadoria humana consciente como contraponto à hegemonia algorítmica.

Palavras-chave: Playlist; Curadoria Musical; Gatekeeping; Rádio Portuguesa; Diversidade Musical.

Do Discurso Institucional da UPTEC em 2023 à Presença Mediática na U.Porto

Tadiane Regina Popp e Patrícia Weber

A estratégia comunicacional do UPTEC em 2023 caracteriza-se por um modelo integrado e adaptativo, onde o site institucional funciona como motor primário de informação. Com um volume total de 436 publicações analisadas, distribuídas entre LinkedIn (164), Facebook (154) e Instagram (118), observa-se que as notícias e os posts se repetem estrategicamente, seguindo uma lógica de “caminho natural” do portal para as plataformas digitais. O conteúdo explorado é pautado pela predominância das categorias “Inovação e Tecnologia” (34,82%) e “Empreendedorismo e Startups” (33,77%). Esta convergência reflete um alinhamento com o modelo de hélices de inovação, onde a hélice “Empresa/Indústria” é o eixo gravitacional, presente em 93,3% das comunicações. A presença da sociedade (67,7%) e do Governo (28,4%) expressa a ausência da Universidade, apesar desta priorizar os conhecimentos que resultam em inovações no mercado. Em relação às redes sociais revela maturidade institucional: enquanto as notícias e o LinkedIn focam no carácter profissional, o Instagram é utilizado para humanização. A UPTEC possui uma equipe de jornalismo que realiza as peças do site, que serve para fomentar as notícias publicadas nas redes sociais. A inobservância da presença da hélice da Universidade motivou a observação do portal institucional da U.Porto. A recolha dos dados foi realizada através de um script desenvolvido em linguagem Python, concebido para extrair de forma automatizada e exaustiva das notícias publicadas no portal (noticias.up.pt) no mesmo ano, que mencionam a UPTEC. Da aplicação deste procedimento resultou um corpus final de 71 notícias com menção efetiva ao centro, confirmadas no texto integral e sem registos duplicados. Em síntese, a presença mediática da UPTEC no discurso institucional da U.Porto organiza-se predominantemente em torno do binómio incubação de empresas e reconhecimento do mérito, complementado por uma narrativa de projeção internacional e de dinamização de eventos, sendo apenas marginalmente atravessado por agendas de sustentabilidade e inclusão.

Palavras-chave: Plataformas digitais; Inovação; Divulgação Científica; Notícia; UPTEC.

Inteligibilidade pública da Inteligência Artificial: comunicação, mediação e governança em políticas educacionais emergentes

Anderson Sanita e Iara Christina Silva Barroca

A expansão da inteligência artificial nos sistemas educacionais tem produzido novos desafios para a comunicação, para a governança pública e para a mediação social das tecnologias. Mais do que discutir a adoção instrumental de soluções algorítmicas, torna-se necessário compreender como essas tecnologias são explicadas, justificadas, avaliadas e institucionalmente legitimadas diante de diferentes públicos. Esta comunicação propõe uma reflexão sobre o conceito de inteligibilidade pública da inteligência artificial, compreendido como a capacidade de tornar processos sociotécnicos complexos minimamente compreensíveis, auditáveis e deliberáveis no âmbito das políticas públicas educacionais. A partir de uma perspectiva situada nas Ciências da Comunicação, o trabalho articula contribuições da comunicação organizacional, dos estudos midiáticos e da governança da inovação para discutir os limites de uma cultura decisória baseada apenas em entusiasmo tecnológico, métricas de uso ou promessas de eficiência. Argumenta-se que, em ambientes públicos, o desafio central não é apenas incorporar inteligência artificial, mas construir condições comunicacionais para que seus usos sejam interpretáveis, socialmente responsáveis e politicamente justificáveis. A comunicação, nesse sentido, deixa de ser compreendida como etapa posterior de divulgação e passa a ser tratada como infraestrutura crítica de mediação, legitimação e governança. Ao final, a proposta indica caminhos para pensar políticas educacionais orientadas por evidências, responsabilidade pública e inteligibilidade democrática.

Palavras-chave: Inteligência Artificial; Inteligibilidade Pública; Comunicação; Governança; Educação.

Não acredite em nada que você vê

Vinicius Souza

*As imagens sempre foram usadas para manipular a realidade em favor dos poderosos. Com a invenção da fotografia, a semelhança analógica com o real aumentou a possibilidade de manipulações dos fatos para exaltar ou detratar figuras de poder. Roland Barthes já mostrava isso, através dos processos de conotação, no clássico ensaio *A mensagem fotográfica*, de 1961 (Barthes, 1990). Com a digitalização das imagens e a popularização dos softwares de edição imagética, manipulações que antes eram difíceis de serem realizadas em laboratórios analógicos se tornaram mais fáceis e disponíveis. A população em geral, no entanto, segue confundindo a realidade factual com as representações fotográficas (Kossoy, 2024). As manipulações de imagens e textos são a base do que se convencionou recentemente chamar de Fake News. Mas com a advento da Inteligência Artificial (IA), pela primeira vez na história, imagens muito parecidas com a realidade podem ser criadas sem um referente físico (o objeto que reflete a luz para o interior da câmera) e sem que seu “autor” tenha qualquer habilidade artística. São as chamadas Deepfakes, que se utilizam de trilhões de informações textuais, imagéticas e sonoras armazenadas nos Data Centers da internet para criar “novas” imagens e vídeos praticamente indistinguíveis da realidade factual. A utilização de IA em disputas políticas é exaltada por Alex Karp, CEO da Palantir (Varoufakis, 2026), e ponto de preocupação para o Papa Leão XIV (2026). Mas ela já é fato no Brasil com perfis de falsos influenciadores criados em IA, como a Dona Maria (Toledo, 2026).*

Palavras-chave: Realidade; Fake News; Deepfakes; Eleições.

Artificial Intelligence Information Systems: Manipulation, Misinformation, and Verification Challenges during the US/Israel War on Iran

Muhammad Tarique, Ricardo Jorge Pinto, Sonia Resende e Shahbaz Ahmad Saadi

Artificial intelligence (AI) has altered the contemporary war (mis/dis)information environment. They are an unprecedented production of content, recycling it to shape one or another narrative with speed and scale beyond any journalism by humans. For example, the US/Israel war on Iran 2026, Operation Roaring Lion, by US and Israeli forces executed nearly 900 strikes against Iranian targets in the first 12 hours alone, which would have required days or weeks in any prior war coverage for human journalists, hence creating significant challenges for journalists, fact-checkers, policymakers, and the public at large. This study examines (mis/dis)information that emerged during the war and explores how the news content were used to craft illicit discourse of 'US' versus 'THEM.' Not only it investigates the factchecking platforms operated in the AI-enabled misinformation environment through their; 1- news selection and, 2- news content verification method, but also presents a complete structure of a factchecking structure principally based on a peace-discourse-oriented model of Ideological Square. Using the landscape of factchecking apparatuses from Portugal (Lusa, Observador, and Polígrafo) and Pakistan (Soch Factcheck, iVerify, and AFP Pakistan factcheck), the study adopts a qualitative comparative content analysis of the selection and debunking process of the war-oriented stories by the platforms. The findings suggest that future of AI-driven factcheckers must starts from; algorithmic reliability of datasets, algorithmic verification of news events, with particular conflict-sensitive media literacy (PJ) architecture. By giving leverage to the EU AI Act 2024, the analysis promotes eligibility and procedural guidelines to AI proprietors and fact-checking practitioners extends to maintaining public confidence in the authenticity of information. The study contributes to emerging scholarship on AI-generated (mis/dis)information by providing an empirically grounded analysis of debunking them. It further contributes to peace journalism research by demonstrating how synthetic media can amplify conflict-oriented narratives, intensify polarization, and undermine contextual understanding.

Palavras-chave: Artificial Intelligence, Mis/Dis-Information Warfare, Synthetic Media, Fact-Checking Systems; Information, Ideological Square, Peace Journalism (PJ), EU AI Act 2024.

Humanização da comunicação no Instagram em contexto B2B Farmacêutico: Proposta metodológica para uma análise qualitativa baseada no Modelo SOR

Miguel Moreira e Silva e Paulo Ribeiro Cardoso

A presente proposta de artigo tem como objetivo apresentar e fundamentar a construção metodológica de um estudo qualitativo sobre a humanização da comunicação no Instagram no contexto B2B da indústria farmacêutica. O estudo centra-se na aplicação de entrevistas semiestruturadas dirigidas a stakeholders do setor farmacêutico, procurando compreender de que forma as organizações percebem e operacionalizam estratégias de humanização da comunicação nos social media. A investigação encontra-se ancorada no modelo conceptual Estímulo-Organismo-Resposta (SOR), utilizado como framework orientador para a interpretação dos estímulos comunicacionais humanizados, das percepções de confiança e das respostas atitudinais associadas ao engagement digital. O artigo propõe uma reflexão aprofundada sobre a operacionalização do instrumento qualitativo, nomeadamente a estruturação do guião de entrevista, os critérios de seleção dos participantes e o desenvolvimento de uma matriz de análise temática destinada à codificação e interpretação sistemática das respostas. A matriz de análise foi concebida com base nas dimensões teóricas da humanização da comunicação identificadas na literatura, permitindo categorizar indicadores relacionados com autenticidade, proximidade, empatia, storytelling, interação e construção de confiança. Tratando-se de uma investigação em desenvolvimento, esta proposta metodológica pretende contribuir para o reforço do rigor científico na análise qualitativa em estudos de comunicação digital, particularmente em contextos B2B caracterizados por elevados níveis de exigência técnica, relacional e ética, como o setor farmacêutico.

Palavras-chave: Humanização da Comunicação; Entrevistas Semiestruturadas; Análise Qualitativa; Modelo SOR; Sector Farmacêutico.

Crianças no jornal de Serviço Público em Portugal: a representação da infância nas últimas duas décadas

Débora Pereira, Ana Cátia Ferreira e Ana Gabriela Frazão-Nogueira

Este resumo pretende analisar a representação das crianças no Telejornal da RTP1 entre 1 de janeiro a 31 de maio de 2026, comparando o cenário atual ao estudo pioneiro “Crianças e Jovens em Notícia” de Cristina Ponte (2005). A autora identificou 4 categorias relacionadas às crianças: assistida, trabalhadora, delinquente, aluno e maltratada. No primeiro estudo, o resultado expôs uma cobertura centrada na criança associada à violência, delinquência e maus-tratos, através de notícias curtas, sensacionalistas e com pouca voz dada às crianças. Na atualidade, é interessante perceber se a mesma lógica identificada mantém-se, ou se, acompanhando a complexidade da sociedade, alterou-se. Por exemplo, quando falamos das leis, há uma maior proteção com relação à criança, mas esta traduziu-se na assunção da criança como sujeito de Direitos frente aos media? Ou, se como é citado na teoria do etiquetamento (Becker, 1963), a visão e o tratamento dos atos praticados pelos meninos relaciona-se com sua origem e condição financeira. Para o estudo atual, o universo inicial de 167 episódios foi reduzido a uma amostra composta de 22 episódios, com a seguinte distribuição: segunda-feira na primeira semana de janeiro, terça-feira na segunda, e sucessivamente. Através da análise de conteúdo (Bardin, 2016) por categorias identificadas por Ponte, procura-se aferir se a televisão pública em Portugal mantém uma cobertura assistencialista e problematizadora da criança, bem como uma visão de invisibilidade e a estigmatização da infância. Ou se, pelo contrário, as notícias atuais apresentam as crianças com outros padrões de representação e concedem-lhes agência e voz.

Palavras-chave: Crianças, Media de Serviço Público, Telejornal, Notícia, Sujeito de Direito.

Da minimização à desconfiança vacinal: transformações discursivas da desinformação durante a pandemia de Covid-19 no Brasil

José Osvaldo Mesquita Chaves

A pandemia de Covid-19 foi acompanhada por uma intensa circulação de informações conflitantes, discursos concorrentes e conteúdos potencialmente desinformativos, configurando aquilo que a Organização Mundial da Saúde denominou de infodemia. Nesse contexto, a desinformação assumiu papel relevante na disputa pelos sentidos atribuídos à crise sanitária, influenciando percepções públicas sobre a gravidade da doença, as medidas de prevenção e as estratégias de enfrentamento da pandemia. Partindo de discussões sobre pós-verdade, desinformação e comunicação política, este ensaio procura analisar as transformações discursivas da desinformação durante a pandemia de Covid-19 no Brasil. Para isso, mobiliza resultados obtidos a partir de uma investigação ancorada na Análise do Discurso, realizada sobre matérias impressas publicadas nos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, Público e Expresso, entre março de 2020 e março de 2022. Os achados indicam que a desinformação não se manifestou de forma estática ao longo da pandemia. Pelo contrário, os discursos analisados demonstraram significativa capacidade de adaptação às mudanças do contexto político, científico e sanitário. Inicialmente, observou-se a recorrência de narrativas voltadas à minimização da gravidade da Covid-19 e à relativização dos seus impactos. Posteriormente, ganharam destaque discursos de contestação das medidas sanitárias e de promoção de medicamentos sem eficácia comprovada para a doença. E com o avanço da vacinação, verificou-se uma reconfiguração dessas narrativas, que passaram a enfatizar argumentos relacionados à liberdade individual, à desconfiança em relação aos imunizantes e ao fortalecimento de posicionamentos antivacina. Portanto, conclui-se que a desinformação operou como um fenômeno discursivo dinâmico, capaz de reorganizar continuamente os seus enquadramentos e estratégias de legitimação. Compreender essas transformações contribui para aprofundar o debate sobre os desafios contemporâneos da comunicação, da mediação informacional e da construção pública da realidade em contextos de crise.

Palavras-chave: Pós-Verdade; Desinformação; Covid-19; Vacinação; Análise Do Discurso.

A crise climática em perspectiva jornalística: uma análise comparativa entre Ambiental Media e Gazeta do Povo

Éverly Pegoraro e Débora Godoi

As mudanças climáticas estão entre os principais desafios contemporâneos e exigem uma cobertura jornalística capaz de contextualizar suas implicações sociais, econômicas e ambientais. O presente trabalho analisa como a crise climática é narrada pela mídia, contrastando a cobertura diária feita pela Gazeta do Povo com a abordagem especializada do Ambiental Media. Ao observar a produção de conteúdos sobre o tema, busca-se compreender não apenas o que é noticiado, mas como a narrativa jornalística é construída e quais discursos são reforçados ou silenciados. Para isso, foram selecionadas cinco reportagens – duas do Ambiental Media e três da Gazeta do Povo. Para entender as diferentes formas como a crise climática é representada a partir da perspectiva jornalística diária e especializada, definiu-se como processo metodológico a análise comparativa das narrativas. A sistemática da investigação é proposta por Luiz Gonzaga Motta, que considera o estudo das narrativas jornalísticas uma forma de descobrir os dispositivos retóricos utilizados e capazes de revelar o uso intencional de recursos na comunicação jornalística para produzir efeitos. O pesquisador defende que as narrativas são dispositivos de poder e hegemonia que, inseridos em determinado contexto, produzem significados pertinentes aos interesses do narrador. A comparação busca evidenciar como diferentes abordagens podem agenciar a maneira de compreender a crise ambiental. Enquanto o jornalismo episódico tende a estabelecer abordagens heterogêneas, sem estabelecer uma narrativa ampliada e contextualizada, o jornalismo especializado apresenta maior consistência narrativa, atenção aos impactos sociais e destaque à necessidade de ações coletivas e políticas públicas. Os resultados reforçam a importância do jornalismo especializado na qualificação do debate público sobre as mudanças climáticas. Ao contextualizar fenômenos, conectar diferentes dimensões do problema e ampliar a participação de especialistas e grupos sociais afetados, contribui para uma compreensão mais complexa da crise ambiental.

Palavras-chave: Jornalismo Ambiental; Narrativa Jornalística; Mudanças Climáticas; Ecosofia; Justiça Climática.

Ciência, espetáculo e desinformação: 3I/ATLAS e a Missão Artemis 2 na cobertura midiática sobre o espaço

Leoní Serpa, Victor Samoel Dourado Carminatti, Brenda Vitória da Silva Zanatta, Mariana Tomé da Silva, Paulo Vitor Ávila Ferreira, Lola Muruá e Lyandra Mariani Tesser de Andrade

Desde que o primeiro homem pisou na Lua, em 1969, a exploração espacial passou a ser divulgada de forma espetacularizada. Entre julho de 2025 e abril de 2026, dois novos acontecimentos reforçaram essa tendência: a descoberta, pelo telescópio ATLAS, do terceiro objeto interestelar a cruzar o Sistema Solar, e a ampla cobertura da primeira missão tripulada à Lua neste século. A missão, realizada entre primeiro e dez de abril de 2026, levou quatro astronautas numa tripulação marcada pela diversidade, incluindo a primeira mulher e o primeiro homem negro na missão lunar. Estes fatos recolocaram a NASA no centro do debate público sobre o espaço. Como mídia da fonte especializada (Serpa, 2025), a agência divulgou informações, imagens e dados científicos sobre o objeto interestelar enquanto as análises científicas ocorriam em tempo real. Apesar da abundância de imagens e artigos científicos, teorias da conspiração e notícias falsas reapareceram. Circularam alegações de que o pouso lunar nunca ocorreu, de que a nova missão teria sido encenada e de que o 3I/ATLAS seria uma nave alienígena, informações falsas identificadas por agências de fact-checking e portais de notícias. A intensa cobertura aproximou o público da temática espacial, mas também reativou conspirações e interpretações apressadas sobre questões complexas ainda sem respostas conclusivas.

Palavras-chave: Comunicação De Ciência; Temas do Espaço; Agências Espaciais; Desinformação.

Audiovisual brasileiro contemporâneo e produção de sentidos sobre a política

Adriana Pierre Coca e Guilherme Fumeo Almeida

Esta reflexão problematiza como se configuram os sentidos sobre a política no audiovisual contemporâneo brasileiro ficcional nas primeiras décadas do século XXI, considerando um movimento iniciado ainda no século XX, quando o audiovisual seriado no Brasil se consolidou como um espaço mais diverso em termos de temáticas e realizadores, especialmente a partir dos anos 2010. Paulatinamente, produções nacionais se mostraram produtos culturais capazes de assumir posições complexas e importantes para o debate público no país. A observação empírica traça uma diacronia a partir de produções representativas sobre a política brasileira na contemporaneidade, dentro de um breve movimento de contextualização desde os anos 1980, examinando como o tema é traduzido nesses textos da cultura. Assumimos uma condução teórico-metodológica, contextualizando essas histórias, a partir de um levantamento documental/bibliográfico adjacente, com as reflexões orientadas pela teoria basilar da investigação, que é a semiótica da cultura, principalmente a partir dos conceitos sobre a geração de sentidos propostos por Lotman (2013, 2021) e, também, Barthes (2009). Convocamos, ainda, autores que relacionam o audiovisual brasileiro na atualidade com questões políticas na ficção seriada para auxiliar na identificação dos caminhos da (re)configuração dos sentidos. Como resultado, percebemos que essas narrativas acompanharam um processo gradual de atualização dos sentidos, refletindo os contornos sociais e culturais de cada época retratada, assim como também foram espelhando mudanças que fazem parte do sistema midiático em que estão inseridas, como a criação de personagens mais diversas, deslocamento efetivo para cenários mais periféricos e o entrelaçamento entre as esferas pública e privada.

Palavras-chave: Audiovisual Contemporâneo; Ficção Seriada Brasileira; Produção De Sentidos; Política.

Elementos dos Media contemporâneos

Entre memória e acontecimento: a Rádio Amorim Juventude AM como espaço de negociação simbólica da cultura local

Cláudia da Consolação Moreira e Aline Wendpap Nunes de Siqueira

Este trabalho analisa a trajetória da Rádio Amorim Juventude AM de Rondonópolis (MT) a partir das contribuições da história oral, das mediações culturais e da Semiótica da Cultura. O objetivo é compreender como a emissora atuou não apenas como meio de comunicação, mas como espaço de produção, circulação e negociação simbólica de acontecimentos marcantes da história local. A pesquisa fundamenta-se em entrevistas realizadas com ex-radialistas, gestores e ouvintes, cujas narrativas evidenciam o papel do rádio na constituição da memória coletiva do município. Entre as lembranças evocadas destacam-se conflitos societários, atentados e assassinatos relacionados aos fundadores da emissora, eventos que ultrapassaram a esfera privada para se converterem em narrativas compartilhadas e continuamente reelaboradas pela comunidade. Mais do que registrar fatos, a rádio participou da construção dos sentidos atribuídos a esses acontecimentos, transformando-os em referências culturais duradouras. A partir da perspectiva de Iuri Lotman (1996), compreende-se a emissora como parte de uma semiosfera local, responsável por converter experiências sociais em textos culturais. Nesse processo, programas jornalísticos, musicais e de participação popular constituíram importantes mecanismos de mediação entre diferentes grupos sociais, articulando memórias, afetos e identidades. O rádio operava como espaço privilegiado de circulação de narrativas, conectando campo e cidade, experiência individual e memória coletiva. Conclui-se que a permanência dessas histórias no imaginário social evidencia a relevância do rádio como instância de mediação cultural e negociação simbólica da realidade. Mais do que suporte tecnológico, a Rádio Amorim Juventude constituiu um território de produção de sentidos, contribuindo para a preservação da memória e para a construção das identidades culturais de Rondonópolis.

Palavras-chave: Rádio; Rádio AM; Memória Cultural; Mediações Culturais; Semiosfera.

Imprensa interiorana de Minas Gerais na ditadura civil-militar de 1964-1985: um quadro a partir da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Ricardo Augusto Orlando, Marina Ferreira Martins Serapião e Mariana Oliveira Barreto

A presente comunicação traz um recorte do projeto “Mídia e arquivos discursivos: vozes silenciadas pela ditadura de 1964”, uma parceria entre os cursos de jornalismo da Universidade do Estado de Minas Gerais (Passos-MG) e da Universidade Federal de Ouro Preto (Mariana-MG), em andamento. Trata-se de pesquisa que busca localizar vestígios, em acervos de jornais do período da ditadura civil-militar de 1964-1985, e, com isso, constituir um arquivo discursivo (Foucault, 2002) de acontecimentos e narrativas que envolvam grupos minorizados (indígenas, negros, LGBTQIAPN+, operários etc.) que não fazem parte da memória hegemônica do período, considerados como grupos silenciados ou que integram processos de silenciamento. Os acervos de interesse reúnem jornais impressos que foram publicados em Minas Gerais, com especial atenção a periódicos do interior do estado, disponíveis em coleções digitalizadas ou físicas, que neste momento estão em escrutínio. Como resultados preliminares do trabalho nos acervos, surgem informações relevantes, ainda em processamento, sobre a imprensa interiorana de Minas, em duas frentes: o modo jornais se colocaram no contexto político da época, com dados que ajudam a entrever como se posicionaram em relação ao regime ditatorial e os governos de plantão; e elementos da própria configuração da imprensa interiorana, em geral, e dos veículos em particular. Nesta comunicação expomos alguns dos achados sobre a configuração da imprensa interiorana do período estudado, que envolvem o quadro de informações levantadas a partir das coleções disponíveis no acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional e de alguns títulos em particular que compõem a diversidade de materiais preservados que dialogam, de forma também diversa, com a produção discursiva daquele momento. Entre outros objetivos, a proposta procura descrever e fazer a crítica das bases de dados que têm permitido trabalhar sobre a elaboração de um arquivo discursivo do período.

Palavras-chave: Imprensa Interiorana, Arquivo, Minas Gerais; Jornais; Ditadura.



PUBLICAÇÕES
FUNDAÇÃO
FERNANDO