



RESUMOS DO SIMPÓSIO TEMÁTICO 6: ESTUDOS CULTURAIS, NARRATIVAS E MÍDIA

Coordenadores: Profa. Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi (Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC) e Profa. Dra. Fabiana Piccinin (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC).

Trabalho 1
Título: Consumo de Podcasts Literários e as motivações de seus receptores: como os podcasts afetam a relação de seus ouvintes com a literatura
Autora: Andressa Bandeira Santana
Modalidade: Comunicação
Resumo: A presente pesquisa investiga as relações entre consumo de podcasts literários e a leitura de obras literárias. Para esse fim buscamos respaldo em autores dos Estudos Culturais, Canclini, Lipovetsky, Bauman, entre outros que abordam as complexidades do consumo em uma sociedade cada vez mais voltada para a utilização dos bens materiais e culturais. A crescente popularidade dos <i>podcasts</i> , estima-se mais de 50 milhões de ouvintes em 2025, conforme pesquisa Global Podcast Listener (RAINHO, 2024), contribui para compreender a urgência da estudarmos essa mídia e entendermos sua capacidade de popularização de outras mídias, como o livro, por exemplo. Nessa pesquisa, parte integrante da tese de doutorado em Letras, focamos o olhar nos <i>podcasts</i> literários que discutem e divulgam apenas obras literárias. Também enfocamos em produções brasileiras para consumo de ouvintes, em sua maioria, brasileiros. A análise estudará dois podcasts. São eles 30 Min: Literatura e 451 Mhz. A pergunta central dessa tese é entender se os consumidores regulares de <i>podcasts</i> podem ser considerados mais do que ouvintes interessados, mas sim, fãs da literatura. Seria esse “sentimento de fã” e de pertencimento a uma comunidade que alimentaria o consumo de <i>podcasts</i> literários e, talvez, por consequência o aumento no consumo de obras literárias indicadas ou não pelos responsáveis por estes <i>podcasts</i> .
Palavras-chave: podcasts, estudos culturais, literatura, consumo, mídia.



**XII Colóquio
Internacional
Leitura e Cognição**
**XXIV Semana
Acadêmica de Letras**
20 anos de pesquisa em leitura
De 25 a 29 de agosto de 2025



**PROGRAMA DE
PÓS-GRADUAÇÃO
EM LETRAS**
MESTRADO E DOUTORADO

Trabalho 2
Título: As representações culturais na comunicação publicitária da marca cerveja Patagônia na Argentina e no Brasil
Autor: Erion da Silva Lara
Modalidade: Comunicação
<p>Resumo: Essa pesquisa parte da compreensão de que atualmente a publicidade transcendeu a sua função mercadológica original, tornando-se um artefato cultural central na sociedade contemporânea, onde o cenário midiático, caracterizado pela fragmentação, hibridização e participação cada vez mais ativa dos consumidores, fez com que a comunicação publicitária se tornasse fundamental não somente para persuadir, mas também, para construir e gerenciar marcas de forma estratégica. Nesse contexto, a pesquisa busca identificar as representações culturais presentes na comunicação publicitária da marca Cerveja Patagônia, através de uma análise comparativa do que é veiculado no perfil do Instagram da marca, na Argentina e no Brasil entre os anos de 2024 e 2026. Tendo com base metodológica os Estudos Culturais, essa pesquisa traz o seguinte problema: como as representações culturais são construídas e adaptadas na comunicação publicitária da marca Cerveja Patagônia no contexto cultural argentino e brasileiro. Tem como objetivo geral analisar as variações dessas adaptações na comunicação, procurando compreender como a marca negocia as especificidades culturais na comunicação em cada país. Por fim, essa pesquisa visa aprofundar o entendimento sobre como marcas buscam construir narrativas culturalmente situadas no âmbito da comunicação publicitária, destacando as dinâmicas de adaptação cultural em contextos latino-americanos. Ao comparar a comunicação publicitária da marca Cerveja Patagônia na Argentina e no Brasil, pretende-se comprovar como a publicidade não apenas reflete, mas também negocia e (re)constrói identidades culturais. Essa pesquisa visa preencher uma ainda pouco explorado nos estudos sobre estratégias publicitárias comparadas de marcas latino-americanas.</p>
Palavras-chave: publicidade, estudos culturais, marcas, Cerveja Patagonia.



XII Colóquio
Internacional
Leitura e Cognição
XXIV Semana
Acadêmica de Letras
20 anos de pesquisa em leitura
De 25 a 29 de agosto de 2025



PROGRAMA DE
PÓS-GRADUAÇÃO
EM LETRAS
MESTRADO E DOUTORADO

Trabalho 3

Título: Cisnes e Espirais: A Intermidialidade do Feminino entre Hilma af Klint e O Lago dos Cisnes de Tchaikovsky

Autores: Hannah dos Santos Rossatto e Lucas da Cunha Zamberlan

Modalidade: Comunicação

Resumo: Este ensaio investiga a imagem simbólica do Cisne como figura intermidial, analisando suas manifestações nas artes visuais, musicais, coreográficas e literárias, a partir do “Grupo IX – O Cisne (1914–1915), da pintora sueca Hilma af Klint, e do balé “O Lago dos Cisnes” (1876), composto por Piotr Ilitch Tchaikovsky. A pesquisa propõe uma leitura simbólica e arquetípica das expressões do feminino por meio dessas obras, em diálogo com os arquétipos das deusas apresentados por Jean Shinoda Bolen e com os estudos teóricos de Antoine Compagnon sobre a relação entre arte e realidade. Este ensaio adota a análise intermidial como método, compreendendo-a como abordagem teórico-crítica capaz de articular diferentes linguagens artísticas, imagem, som, movimento e narrativa mítica, em diálogo com os estudos arquetípicos e simbólicos, a fim de interpretar a imagem do Cisne como figura de transição e expressão do feminino. Fundamentado nos estudos da intermidialidade, o ensaio examina como essas linguagens tensionam antagonismos como luz e sombra, pureza e desejo, força e entrega, transfigurando os arquétipos do feminino em um campo sensível e não verbal. Ao interpretar o Cisne como símbolo da passagem psíquica e da dualidade, busca-se compreender de que modo essas expressões escapam de leituras binárias e ampliam a percepção estética e espiritual do feminino na arte.

Palavras-chave: Literatura, intermidialidade, artes visuais, simbologia arquetípica, feminino.



XII Colóquio
Internacional
Leitura e Cognição
XXIV Semana
Acadêmica de Letras
20 anos de pesquisa em leitura
De 25 a 29 de agosto de 2025



PROGRAMA DE
PÓS-GRADUAÇÃO
EM LETRAS
MESTRADO E DOUTORADO

Trabalho 4

Título: Narrativa, memória e identidade: a constituição subjetiva no conto *O Espelho*, de Machado de Assis, sob o olhar de Bergson e Lacan

Autores: Marcello Moreira e Raquel Pereira dos Santos

Modalidade: Comunicação

Resumo: Este trabalho analisa o conto *O Espelho* (1882), de Machado de Assis, como uma narrativa que tematiza a construção da subjetividade por meio da memória e do olhar do outro. A pesquisa, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Memória, Linguagem e Sociedade da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), propõe um diálogo entre a filosofia da memória de Henri Bergson e a psicanálise de Jacques Lacan, com base metodológica na hermenêutica fenomenológica de Paul Ricoeur. Parte-se da hipótese de que as lembranças narradas pelo personagem Jacobina não apenas rememoram um passado vivido, mas operam como dispositivos simbólicos de subjetivação, que reelaboram sua identidade diante da ausência do espelho social — o uniforme de alferes. A análise bergsoniana destaca o caráter criativo da memória como duração subjetiva, enquanto a teoria lacaniana do *estádio do espelho* revela a constituição do eu como imagem mediada pelo olhar do outro. Ao contrastar essas abordagens, evidencia-se como a narrativa literária se inscreve como prática cultural e discursiva de mediação simbólica do eu. Por compreender a literatura como aparelho cultural (ALFARO, 1993), o estudo considera que o conto machadiano atua como tecnologia narrativa que constrói sentidos sobre o sujeito, a identidade e a alteridade. Assim, a memória, articulada à linguagem, torna-se um operador simbólico que organiza a experiência vivida e inscreve o sujeito na cultura.

Palavras-chave: Machado de Assis; memória; narrativa; subjetivação; estudos culturais.



XII Colóquio
Internacional
Leitura e Cognição
XXIV Semana
Acadêmica de Letras

20 anos de pesquisa em leitura

De 25 a 29 de agosto de 2025



PROGRAMA DE
PÓS-GRADUAÇÃO
EM LETRAS
MESTRADO E DOUTORADO

Trabalho 5
Título: Programa LEIA e a formação de leitores
Autoras: Morgana Domênica Hattge, Rosiene Almeida Souza Haetinger e Suzana Feldens Schwertner
Modalidade: Comunicação
<p>Resumo: O presente trabalho busca analisar o Programa “LEIA - Ler, Entender, Interpretar e Aprender”, idealizado pelo Jornal A Hora, de Lajeado-RS, que se propõe a tornar o Vale do Taquari uma referência nacional em leitura (A Hora, 2025). Tal investigação vincula-se ao Observatório da Literatura Infantil e Juvenil da Univates e ao Grupo de Pesquisa Currículo, Espaço, Movimento (CEM/CNPq). O <i>corpus</i> da pesquisa é composto pelos materiais de divulgação do Programa no site do grupo A Hora, bem como pelos exemplares do Caderno Especial do Programa LEIA, publicado em duas edições ao longo da semana. As análises baseiam-se nos estudos de Michele Petit (2013), Rildo Cosson (2012; 2014) e Maria Teresa Andruetto (2012) sobre formação de leitores, letramento literário e mediação leitora. Considerações iniciais mostram que nos dois primeiros meses o Programa tem se empenhado em apresentar sua mascote, a Capivara Nara (uma capivara leitora), que lança desafios diversos para as crianças, além de entrevistar estudantes e professoras. Outra aposta perceptível é na interatividade com os leitores, através da solicitação do envio de fotos (selfies) publicadas nos cadernos do programa, e convites para a escrita de textos criativos a partir de propostas variadas. Com relação à leitura literária, há algumas indicações de livros, embora constata-se que um aspecto vulnerável do programa é o fato de focar pouco na leitura efetiva de obras literárias. Ainda, percebe-se que existe um engajamento de escolas de municípios da região nas iniciativas do Programa. O presente estudo encontra-se em andamento, mas, com base nas observações iniciais, podemos inferir que programas de incentivo à leitura são movimentos importantes para promover encontros entre livros e leitores. No entanto, constata-se, nessa fase inicial de implementação, o fato do Programa focar pouco na leitura de obras literárias embora haja um incentivo à escrita por meio de propostas criativas.</p>
Palavras-chave: Leitura literária, programa LEIA, jornal, formação de leitores, mediação.



**XII Colóquio
Internacional
Leitura e Cognição**
**XXIV Semana
Acadêmica de Letras**

20 anos de pesquisa em leitura

De 25 a 29 de agosto de 2025



**PROGRAMA DE
PÓS-GRADUAÇÃO
EM LETRAS**
MESTRADO E DOUTORADO

Trabalho 6

Título: Transparência, infocracia e narração: as teorias de Han e a narrativa de intimidade no Instagram da RBS TV

Autora: Yaskara Ferreira Pinto

Modalidade: Comunicação

Resumo: Este trabalho propõe um diálogo entre o pensamento do filósofo Byung-Chul Han e as práticas narrativas de intimidade observadas no perfil do Instagram da RBS TV. Partindo de uma contextualização do autor e de suas obras “Transparência”, “Infocracia” e “Crise da Narração”, o estudo dedica um tópico a cada livro para aprofundar suas teorias centrais. Em seguida, analisa o fenômeno da narrativa íntima nas telas do telejornal e no ambiente digital do Instagram, onde a RBS TV estabelece uma relação próxima com seu público. A discussão central do trabalho reside na intersecção entre as reflexões de Han e a exposição das intimidades na rede social, articulando-a ainda aos estudos de Becker (2022) sobre telejornalismo e Motta (2013) sobre narrativas. O estudo realiza uma análise qualitativa de postagens do ano de 2025 selecionadas do Instagram da RBS TV, observando estratégias discursivas e estéticas que tensionam os limites entre o público e o privado, bem como os efeitos dessas práticas na construção de sentidos e vínculos com a audiência. A discussão aponta que a performance da intimidade nas redes sociais reforça a lógica da transparência e da exposição voluntária, mas também cria contradições entre a busca por autenticidade e a espetacularização do privado. As considerações finais visam contribuir para o avanço das análises sobre as transformações das narrativas midiáticas e seus impactos nas relações sociais e na percepção da realidade, em um contexto de ubiquidade e crescente exigência de transparência.

Palavras-chave: Han, narrativa, instagram, telejornalismo.