



AUDIOVISUAL HUMANIZADO E NOVOS VALORES PUBLICITÁRIOS: UM ESTUDO DE CASO DA CAMPANHA DE 100 ANOS DO BANCO ITAÚ

¹Ana Flora Andrade dos Santos

Essa pesquisa propõe analisar criticamente a campanha publicitária de 100 anos do Banco Itaú, com foco na construção de um audiovisual humanizado, na ressignificação dos valores da marca ao longo de sua trajetória centenária e seus impactos diante do consumidor. A pesquisa parte da hipótese de que, mais do que celebrar uma data simbólica, a campanha "Feito de Futuro" representa um marco estratégico de rebranding, reposicionando o banco que sai de um espaço tradicional em um cenário de transformações sociais na comunicação da marca. Ao longo de seus cem anos, o Itaú passou por uma significativa evolução na sua comunicação publicitária, refletindo mudanças sociais e tecnológicas. A proposta desta pesquisa é entender como a campanha centenária articula estratégias humanizadas, a partir de observações do audiovisual. Pretende-se, ainda, compreender como o Itaú constrói a narrativa de proximidade com o usuário. Nesse contexto, a campanha será estudada como um objeto representativo das novas diretrizes da publicidade contemporânea, marcada pelo uso de recursos audiovisuais sensíveis e por um apelo emocional que visa engajar públicos diversos. Assim, o estudo contribuirá para o entendimento das transformações nos discursos publicitários de grandes marcas e no papel do audiovisual como ferramenta estratégica na construção de vínculos emocionais com o público. Ao focar em uma campanha comemorativa de grande alcance, busca-se também refletir sobre como o tempo, a memória institucional e os valores simbólicos são mobilizados para construir marcas cada vez mais humanas e relevantes na vida dos consumidores.

¹ Centro Universitário Jorge Amado



O CINEMA COMO PRODUTO: O IMPACTO DOS REBOOTS E STREAMINGS NA CULTURA AUDIOVISUAL CONTEMPORÂNEA

¹Maria Eduarda de Santana Araújo

Este artigo aborda como as ferramentas mercadológicas usadas na indústria cinematográfica afetam a veia política e educacional do cinema. Destaca-se nele a produção em série exacerbada nos últimos anos e os reboots, remakes e revivals como intensificadores desse processo. A pesquisa faz uma breve retrospectiva na historicidade do cinema, examinando como o imaginário do público se constrói a partir de elementos como a afetividade e a curiosidade, presentes desde as primeiras obras cinematográficas até o cenário contemporâneo, onde esses mesmos fatores são explorados pelas produtoras como uma maneira de criar vínculos emocionais fortes entre os polos de produção e consumo, minimizando riscos comerciais e engajando o público. Além disso, as plataformas de streaming são líderes desse movimento. Este estudo observa o impacto da chegada desses serviços nos hábitos de consumo audiovisual, e como a personalização de conteúdo, mediada por linguagens algorítmicas, se relaciona com o fenômeno principal, a mercantilização da indústria. A pesquisa faz um panorama histórico, mercadológico, midiático e político para compreender como o cinema virou produto ao passar dos anos, buscando enfatizar a importância da produção de obras que estimulem a criticidade do público e o reconhecimento do cinema enquanto uma poderosa ferramenta educacional e politizadora de massas.

¹ Centro Universitário Jorge Amado



A IMPORTÂNCIA DAS TELENÓVELAS E SEUS REMAKES NA SOCIEDADE BRASILEIRA

¹Lisianne Regina Moura Fonseca

Essa pesquisa investiga a relevância das telenovelas na cultura televisiva brasileira, considerando-as como patrimônio de identidade cultural, com especial atenção para o fenômeno dos remakes. Busca-se explorar como a emissora de televisão Rede Globo, criou um padrão de qualidade nas suas produções novelísticas, consolidadas na estrutura social e determinantes na formação de um “certo modo” de identificar o que seria uma novela brasileira “de qualidade”, abordando perspectivas como a criatividade, a afetividade e as relações sociopolíticas presentes. Diante deste contexto, tomando como objeto de estudo os remakes de “Pantanal” (2022) e “Vale Tudo” (2025), obras que se destacaram nacionalmente pelos seus enredos significativos em suas versões originais, pretende-se evidenciar como novas versões de narrativas clássicas estão inseridas na lógica televisiva, sendo característica cultural viva do ato de refazer e rever histórias marcantes do audiovisual brasileiro. A partir de uma pesquisa exploratória bibliográfica e da análise de ambas as obras como estudo de caso, esse trabalho tem como propósito investigar se os remakes funcionam não apenas como recriações nostálgicas, mas também como instrumentos para revisitar, contextualizar e questionar valores culturais, adaptando histórias às novas realidades culturais, tecnológicas e sociais brasileiras. Contribuindo para reflexões sobre memória, identidade nacional e transformações do audiovisual contemporâneo

¹ Centro Universitário Jorge Amado



AS TRANSFORMAÇÕES NAS REPRESENTAÇÕES DE PERSONAGENS TRANSGÊNERO NO CINEMA

¹Victória Barbosa de Oliveira

Este artigo aborda a trajetória das representações cinematográficas de corpos transgêneros ao longo do tempo, tanto em âmbito global quanto nacional. O foco recai sobre a crescente visibilidade de um grupo historicamente marginalizado e invisibilizado pela sociedade e pelas artes. Busca-se também refletir sobre as formas como o imaginário social associa, de maneira equivocada e preconceituosa, a figura da pessoa transgênero ao grotesco, relação que se manifesta tanto dentro quanto fora do cinema. No panorama internacional da sétima arte, o estudo destaca o diretor espanhol Pedro Almodóvar e suas representações de mulheres transgênero, frequentemente debatidas e criticadas sob a acusação de “transfake”. Entre suas obras, ganham especial atenção *A Pele que Habito* e *Tudo Sobre Minha Mãe*. O primeiro filme, em particular, dialoga com o polêmico caso de David Reimer, cuja trajetória inspira a narrativa de uma transição forçada, metáfora potente das imposições do “cistema” sobre as identidades e performances trans. A pesquisa também percorre as vivências trans na América Latina, com foco no contexto brasileiro, destacando nomes como a diretora e atriz Julia Katharine, Rogéria, Liniker, Linn da Quebrada, Glamour Garcia e Maria Clara Spinelli — esta última reconhecida por ser a primeira mulher trans a interpretar uma personagem cisgênero em uma telenovela.

¹ Centro Universitário Jorge Amado



EFEITOS DO USO EXCESSIVO DE TELAS NO DESENVOLVIMENTO DA LINGUAGEM INFANTIL (0-5) ANOS

¹Iris Raquel da Silva Dias

²Mateus Lopes Ramos Campos

³Emisson Everton Santos Souza

O presente artigo tem como objetivo analisar de forma aprofundada os impactos do tempo de exposição a telas no desenvolvimento cognitivo e linguístico de crianças na primeira infância, com idades entre 0 e 5 anos. Trata-se de uma revisão narrativa da literatura, baseada em publicações científicas realizadas entre 2019 e 2024, que investigam as repercussões do uso excessivo de dispositivos digitais, como celulares, tablets, televisores e computadores, nessa faixa etária. Os resultados apontam que a exposição prolongada às telas está diretamente associada a atrasos na aquisição de vocabulário, prejuízos na compreensão e expressão oral, dificuldades na interação social, alterações emocionais, distúrbios do sono e aumento significativo do comportamento sedentário. Observou-se, ainda, que o uso precoce e sem supervisão adequada tende a intensificar esses efeitos negativos, comprometendo o desenvolvimento global da criança. De acordo com as orientações da Sociedade Brasileira de Pediatria, recomenda-se evitar completamente o uso de telas por crianças menores de 2 anos e limitar a, no máximo, uma hora diária para aquelas entre 2 e 5 anos, sempre com acompanhamento ativo dos responsáveis. Deduz-se, portanto, que o controle do tempo de exposição e a mediação ativa dos cuidadores são fatores essenciais para promover um desenvolvimento infantil equilibrado, saudável e compatível com as necessidades dessa fase.



FAKE NEWS, TRÁFEGO PAGO E OS DESAFIOS DO CONSTITUCIONALISMO DEMOCRÁTICO NO BRASIL

¹Saete Maria Fonseca Dantas Costa

A disseminação de fake news nas plataformas digitais constitui um dos principais desafios contemporâneos para a integridade democrática e a proteção dos direitos fundamentais no ambiente virtual. Diversos estudos têm evidenciado o papel dessas plataformas na amplificação dos efeitos corrosivos da desinformação política, despertando crescente interesse de diferentes áreas das ciências sociais pelas formas de regulação já existentes e pelas novas possibilidades de controle normativo sobre as chamadas big techs. O debate regulatório desenvolve-se à luz de condições jurídico-políticas frequentemente insuficientes para responsabilizar as plataformas pelos conteúdos falsos ou enganosos que circulam em larga escala, especialmente quando utilizados com fins eleitorais. Um dos elementos centrais desse fenômeno é a expansão do marketing digital e do tráfego pago, que estruturam sistemas de anúncios segmentados capazes de direcionar desinformação política a públicos específicos. Isso potencializa impactos sociais e políticos significativos e ameaça a sustentabilidade constitucional dos processos eleitorais em democracias contemporâneas. O objetivo deste trabalho é identificar e analisar possíveis formas de responsabilização jurídica das plataformas digitais pela disseminação de fake news através de anúncios pagos, considerando os limites entre regulação, liberdade de expressão e censura, bem como sua capacidade de proteger as bases institucionais da democracia constitucional. A pesquisa combina a observação de experiências regulatórias internacionais com a análise do contexto jurídico brasileiro, de modo a fornecer uma base crítica sólida. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental. Examina-se a legislação eleitoral brasileira, o Projeto de Lei das Fake News (PL nº 2630/2020) e a Regulação de Transparência e Segmentação dos Anúncios Políticos (Transparency and Targeting of Political Advertising Regulation — TTPA) da União Europeia, além das políticas de autorregulação do Meta Ads, plataforma central no ecossistema comunicacional digital. Os resultados ainda são parciais, uma vez que a pesquisa está em andamento, mas já indicam importantes aspectos. Verificou-se que, embora a Meta estabeleça diretrizes internas proibindo conteúdos falsos, discriminatórios ou atentatórios ao processo eleitoral, diversos anúncios contendo desinformação continuam a circular com facilidade. Isso revela lacunas nos mecanismos de filtragem automatizada e levanta questionamentos quanto à efetividade da autorregulação e à responsabilidade da plataforma na propagação dessas mensagens. No cenário internacional, a TTPA surge como resposta da União Europeia à crescente preocupação com manipulação eleitoral por meio de anúncios digitais. Suas regras ampliam a transparência, restringem o uso de dados pessoais para segmentação política, exigem identificação clara de patrocinadores e limitam a publicidade política estrangeira em períodos eleitorais. As principais obrigações entram em vigor em outubro de 2025. Diante da complexidade e do rigor dessas normas, a Meta anunciou que deixará de veicular anúncios políticos, sociais e eleitorais na União

¹ Centro Universitário Jorge Amado



Europeia, demonstrando o impacto regulatório dessa iniciativa. A experiência europeia representa um modelo possível de referência para o Brasil, que ainda carece de densidade normativa semelhante e depende fortemente de decisões judiciais com efeitos vinculantes. No ordenamento jurídico brasileiro, destaca-se o PL das Fake News (PL nº 2630/2020), que, embora ainda em tramitação, já prevê mecanismos relevantes de regulamentação no artigo 5º, incisos II e IV. Essas disposições tratam da transparência na veiculação de conteúdos impulsionados e da responsabilização das plataformas quanto ao dever de diligência, sinalizando um possível avanço regulatório no enfrentamento da desinformação. Conclui-se que, embora existam esforços regulatórios internos e externos, ainda há lacunas significativas na responsabilização das plataformas digitais pela disseminação de fake news via tráfego pago, especialmente no contexto eleitoral, onde os impactos são potencialmente mais graves. A experiência da União Europeia demonstra caminhos possíveis de regulação, enquanto o caso brasileiro revela a necessidade de avanços legislativos que equilibrem o combate à desinformação com a preservação da liberdade de expressão e evitem práticas de censura.



A CENA EXPANDIDA E RAPSÓDICA NO CINEMA CONTEMPORÂNEO

¹Midian Angélica Monteiro Garcia

²Eduardo Reis Silva

³Carlos Alberto Danon

Essa pesquisa objetiva o estudo da cena cinematográfica contemporânea que traz o retorno de formas expressivas presentes em produções da década de 60. Discutem-se, portanto, as aproximações entre às produções de diretores como Jean-Luc Godard, Fellini, Glauber Rocha, dentre outros cineastas que realizam um metacinema, com o intuito de revelar os próprios aparatos fílmicos como um modo de expressar um modo de ver a vida. Trata-se de produções que rasuraram, em suas narrativas, outros regimes de imagens tradicionalmente amparados na transparência do mundo diegético. Compreende-se que tais filmes desterritorializam a própria narrativa, aproximando personagens que se revelam mais pelos seus silêncios que pela ação.

Nesse sentido, percebe-se um cinema que se coloca em movimento expansivo, como no caso do filme “Viajo porque preciso, volto porque te amo” de 2009, de Karim Aïnouz e Marcelo Gomez, filme originado dos “restos” de outros filmes capturando um nordeste profundo, recortado em fragmentos de imagens, com pessoas reais que transitam nas bordas das estradas, feiras, e botequins, contrastando com a voz em off do narrador protagonista. Para os estudiosos Jean-Pierre Sarrazac (2011) e Josette Féral (2018), são esses tipos de atravessamentos que estão em jogo na cena expandida e rapsódica contemporânea e que de alguma forma, pode-se afirmar, que estas temáticas e modos de produção já estavam presentes na filmografia da década de 1960.

¹ Doutoranda em Artes Cênicas UFBA e Mestre em Teorias da Literatura e da Cultura UFBA.

² Doutor em Artes Cênicas UFBA e Mestre em Literatura Comparada PUC de São Paulo.

³ Doutor em Medicina e Saúde Humana pela Escola Bahiana de Medicina e Saúde Pública - EBMSP (2019). Mestre em Educação e Contemporaneidade pela Universidade do Estado da Bahia - UNEB (2005). Licenciado em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Bahia - UFBA (1992).