Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

Corpos e Territórios Abandonados na Hipermidiatização: Circulação, Visibilidade e Apagamentos na Produção Social Do Conhecimento[1]

Abandoned Bodies and Territories in Hypermediatization: Circulation, Visibility, And Erasures in The Social Production of Knowledge

Franciely Frasseto Delolmo Ledesma
Ana Paula da Rosa

Palavras-chave: Midiatização; Hipermidiatização; Agroecologia; Agronegócio.

O presente trabalho analisa a produção social do conhecimento no contexto da hipermidiatização (CARLÓN, 2021), considerando suas articulações com o capitalismo contemporâneo e seus efeitos sobre a natureza e os corpos situados em territórios socioambientais. Inserido no eixo "capitalismo, natureza e corpos abandonados", o estudo toma como recorte empírico-discursivo as disputas de sentido entre agroecologia e agronegócio na mídia, compreendendo-as como expressão das assimetrias de visibilidade, circulação e valorização no ambiente midiatizado (BRAGA, 2012; FAUSTO NETO, 2018; ROSA, 2019).

Parte-se do entendimento de que a midiatização, em sua forma contemporânea intensificada, aqui tratada como hipermidiatização, não apenas media, mas estrutura processos sociais, influenciando diretamente o que se torna visível, reconhecido e legitimado como conhecimento

[1]Trabalho apresentado ao VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFBA. Salvador, Bahia. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.

(SÁ MARTINO, 2019; GOMES, 2024; HEPP, 2014).

O problema de pesquisa que orienta esta investigação consiste em compreender como a hipermidiatização, atravessada pela lógica capitalista, reorganiza a produção social do conhecimento sobre a natureza e os modos de produção agrícola, ao mesmo tempo em que produz visibilidade seletiva e reforça processos de apagamento de sujeitos e territórios. Nesse sentido, busca-se analisar em que medida a circulação midiatizada contribui para a consolidação de narrativas hegemônicas, especialmente aquelas vinculadas ao agronegócio, em detrimento de perspectivas agroecológicas.

Parte-se da hipótese de que, embora a intensificação dos fluxos comunicacionais amplie a circulação de conteúdos socioambientais, ela tende a privilegiar discursos associados à eficiência, à inovação tecnológica e ao desenvolvimento econômico, enquanto marginaliza ou reduz a complexidade das abordagens agroecológicas, frequentemente enquadradas de forma residual ou estereotipada. Tal dinâmica evidencia como a circulação e a valorização do visível operam na produção de sentidos, favorecendo determinados atores e perspectivas em detrimento de outros (CARLÓN, 2020; BRAGA, 2012; ROSA, 2019).

Nesse processo, territórios, sujeitos e práticas vinculados à agroecologia tendem a ser apagados ou marginalizados nos circuitos da mídia de massa, que operam em estreita relação com interesses econômicos associados ao agronegócio (ALTIERI, 2012; PLOEG, 2008). Como resultado, determinadas formas de produzir, viver e conhecer o território são sistematicamente invisibilizadas, enquanto narrativas alinhadas ao modelo hegemônico ganham centralidade.

Ainda que, mais recentemente, seja possível observar a abertura de alguns espaços para abordagens relacionadas a práticas agroecológicas, essas nem sempre são nomeadas ou reconhecidas como tal, o que contribui para a diluição de sua identidade e de seu potencial crítico (FAIRCLOUGH, 2001). Esse desequilíbrio na visibilidade contribui para a produção de formas de abandono simbólico, nas quais a ausência ou a distorção dessas experiências

limita seu reconhecimento social e sua legitimidade como produtoras de conhecimento.

Do ponto de vista teórico, o trabalho ancora-se na compreensão da midiatização como processo estruturante da vida social. Sá Martino (2019) propõe uma sistematização conceitual que permite compreender a midiatização como uma ambiência que reorganiza práticas sociais e comunicacionais. Gomes (2024), ao discutir a busca por um paradigma da midiatização, reforça a necessidade de compreender esse fenômeno para além das mediações tradicionais, destacando sua centralidade na organização da experiência contemporânea. Andreas Hepp contribui com a noção de "mundos midiatizados" e da "mediação de tudo", evidenciando como as configurações comunicativas se expandem e passam a estruturar diferentes esferas da vida social (HEPP, 2014).

Em diálogo com essas abordagens, Göran Bolin permite situar a midiatização no contexto das transformações sociais e geracionais, destacando como diferentes formas de experiência e identidade são atravessadas por processos midiáticos (BOLIN, 2017). Já Jesús Martín-Barbero oferece uma chave crítica fundamental ao problematizar a tensão entre razão técnica e razão política, evidenciando como a racionalidade tecnológica tende a se sobrepor às dimensões críticas da comunicação (MARTÍN-BARBERO, 2011). Tal perspectiva é especialmente relevante para compreender como, no contexto da hipermidiatização, a produção de conhecimento pode ser orientada por lógicas instrumentais, alinhadas a interesses econômicos e à racionalidade do mercado.

Para Almeida (2020), a concentração da propriedade e da audiência dos meios de comunicação nas mãos de um número reduzido de famílias pertencentes à elite socioeconômica brasileira exerce influência sobre os princípios democráticos da comunicação, comprometendo a qualidade das informações veiculadas.

A análise a ser desenvolvida também mobiliza as contribuições de Braga (2012), Fausto Neto (2018) e Rosa (2019) para compreender a circulação como dimensão central da produção de

sentido. A partir dessas contribuições, entende-se que a visibilidade não é uma condição neutra, mas resultado de disputas simbólicas que definem quais narrativas ganham centralidade e quais permanecem à margem.

Nesse contexto, a relação entre visibilidade e valor torna-se central para a análise das disputas entre agroecologia e agronegócio na mídia. O agronegócio, historicamente articulado a interesses econômicos e políticos hegemônicos, ocupa posição privilegiada nos circuitos midiáticos, beneficiando-se de estratégias comunicacionais robustas e da associação a discursos de modernização, produtividade e inovação tecnológica, sintetizados em slogans como “Agro é tech, agro é pop, agro é tudo”.

Por outro lado, a agroecologia, enquanto campo que articula saberes tradicionais, científicos e práticas sustentáveis, enfrenta dificuldades de inserção nos circuitos de circulação dominantes. Quando presente na mídia, tende a ser representada de forma simplificada, residual ou associada a nichos específicos, o que limita seu reconhecimento como alternativa viável e complexa. Essa assimetria evidencia como a produção social do conhecimento é atravessada por relações de poder que determinam não apenas o que circula, mas também como circula e com que valor (CASTELLS, 1999).

A partir dessa análise, argumenta-se que a hipermidiatização intensifica processos de visibilidade seletiva que contribuem para a produção simultânea de reconhecimento e apagamento, em grande medida mediados por lógicas algorítmicas e infraestruturas digitais. Enquanto determinados discursos e atores ganham destaque, outros permanecem invisibilizados ou subalternizados, configurando dinâmicas desiguais de circulação e legitimação no ambiente midiático. Esse processo pode ser compreendido como uma forma de abandono simbólico, que não se dá pela ausência total de representação, mas por presenças precarizadas, com baixa visibilidade e limitada capacidade de reconhecimento. Desse modo, as plataformas não apenas distribuem conteúdos, mas modulam as condições de visibilidade e

valor social, reproduzindo desigualdades e formas de exclusão no espaço digital (SILVEIRA, 2020; SILVA, 2022).

Além disso, observa-se que a lógica de valorização do visível, característica da hipermidiatização, favorece conteúdos que se ajustam à estética da espetacularização e à lógica da economia da atenção. Isso implica a simplificação de temas complexos e a redução de conflitos estruturais a narrativas superficiais, o que impacta diretamente a qualidade da produção de conhecimento (HAN, 2016). Nesse cenário, a natureza é frequentemente convertida em objeto de consumo simbólico, enquanto os sujeitos que dela dependem são marginalizados ou invisibilizados.

Observa-se que a hipermidiatização, embora amplie as possibilidades de circulação de informações e narrativas, não garante, por si só, a democratização da produção de conhecimento. Ao contrário, quando articulada à lógica capitalista, tende a reforçar desigualdades estruturais e a consolidar regimes de visibilidade que privilegiam determinados interesses em detrimento de outros, em um processo denominado de colonialismo de dados (COULDRY; MEJIAS, 2019). O confronto entre agroecologia e agronegócio na mídia evidencia essas tensões, revelando os limites e contradições da produção de conhecimento em contextos contemporâneos.

Para Braga & Carvalho (1999), há uma ausência do jornalismo especializado na extensão rural brasileira, cenário que vem mudando lentamente durante as últimas décadas. Nesse sentido, os “encantamentos” associados às tecnologias e à ampliação da visibilidade coexistem com “desencantamentos” relacionados à superficialização, à padronização e ao apagamento de sujeitos, saberes e territórios. Torna-se, portanto, fundamental desenvolver abordagens críticas que considerem as dimensões políticas, sociais e epistemológicas da midiatização no meio da agroecologia e extensão rural, contribuindo para a construção generalizada de formas mais plurais, inclusivas e reflexivas de produção de conhecimento.

Referências

ALTIERI, Miguel. *Agroecologia: bases científicas para uma agricultura sustentável*. 3. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2012.

ALMEIDA, Marcelo Oliveira De. Proposta para comunicação agroecológica. Belo Horizonte: UFMG/FaE, 2020.

BRAGA, Geraldo Magela; CARVALHO, Geraldo Bueno de. *O futuro da comunicação rural. Departamento de Economia Rural*. Universidade Federal de Viçosa, 1999. BOLIN, Göran. *Media generations: experience, identity and mediatized social change*. New York: Routledge, 2017.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI, Jeder; JACKS, Nilda (org.). *Mediação & Midiatização*. Brasília: Compós, 2012.

CARLÓN, Mario. *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. San Luis: Nueva Editora Universitaria, 2020. CARLÓN, Mario. *Uma espécie de glossário*. Tradução de Eduardo Ruedell. Buenos Aires, mar. 2021.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. *The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford: Stanford University Press, 2019.

FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: trajetos conceituais. *Rizoma*, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8-19, 2018.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora UnB, V.5, 2001.

FERREIRA, Jairo (org.). *Midiatizações Norte e Sul: perspectivas epistemológicas e empíricas no Brasil e na Suécia*. Porto Alegre: Sulina, 2025.

GOMES, Pedro Gilberto. *Em busca de um paradigma para a midiatização*. São Paulo: Loyola, 2024.HAN, Byung-Chul. *Sociedade da transparência*. Petrópolis: Vozes, 2016.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da "mediação de tudo". *MATRIZes*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 45-64, jan./jun. 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados. *Revista ALAIC*, 2011.

PLOEG, Jan Douwe van der. *Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

ROSA, Ana Paula. Circulação: das múltiplas perspectivas de valor à valorização do visível. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 42, n. 2, p. 21-33, maio/ago. 2019.

SÁ MARTINO, Luiz. Rumo a uma teoria da midiatização: exercício conceitual e metodológico de sistematização. *Intexto*, Porto Alegre, n. 45, p. 16-34, maio/ago. 2019.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. *Democracia e os códigos invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas*. São Paulo: Edições Sesc, 2020.

SILVA, Tarcízio. *Racismo algorítmico: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais*. São Paulo: Edições Sesc, 2022