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

Do meme ao marketing: o *case* Silveira na hipermidiatização e suas potencialidades para a educação midiática [1]

From meme to marketing: the Silveira case in hypermediation and its potential for media literacy

Larissa Batista de Vargas
Vanessa Ribas Fialho

Palavras-chave: Hipermidiatização; Educação midiática; Cultura participativa.

1. Introdução

As redes sociais possuem o poder de tornar um conteúdo viral em pouco tempo. No contexto da hipermidiatização, conteúdos inicialmente restritos a determinados grupos passam a circular entre diferentes plataformas, sujeitos e instituições, sendo constantemente apropriados, ressignificados e transformados em objetos de engajamento coletivo.

Exemplo disso é o cão Silveira, mascote da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), que em maio de 2025 tornou-se um fenômeno viral após um comentário depreciativo publicado na rede social X sobre sua aparência. A postagem gerou forte mobilização dos seguidores do mascote, que passaram a defendê-lo por meio de comentários, compartilhamentos e publicações afetivas nas redes sociais. Em poucos

[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.

dias, o perfil do mascote ganhou milhares de seguidores e o caso passou a circular em diferentes plataformas digitais e meios de comunicação.

A repercussão do *case* Silveira ultrapassou o campo do entretenimento digital e passou a envolver campanhas institucionais, apropriações publicitárias e conteúdos educativos. Empresas, órgãos públicos e instituições passaram a utilizar a imagem do mascote em campanhas sobre vacinação, educação financeira, inscrições para o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), proteção animal e convivência coletiva. Nesse contexto, o fenômeno evidencia características da cultura participativa e da circulação hipermidiática.

Mais do que um meme viral, o *case* Silveira constitui um objeto circulatório marcado pela participação ativa dos sujeitos, pela atuação das plataformas digitais e pela constante produção de sentidos em torno do mascote. Dessa forma, o fenômeno permite refletir sobre as relações entre circulação, engajamento afetivo, cultura digital e educação midiática.

Diante disso, o presente trabalho busca refletir sobre as potencialidades pedagógicas do case Silveira para a educação midiática, considerando o fenômeno como expressão da hipermidiatização. Como problema de pesquisa, questiona-se: de que forma o *case* Silveira, enquanto fenômeno de circulação hipermidiática, pode contribuir para práticas de educação midiática voltadas à participação crítica nas redes sociais?

Como objetivos específicos, pretende-se: compreender como a cultura participativa se manifesta nas interações em torno do mascote; identificar elementos de educação midiática presentes nas campanhas relacionadas ao caso; e analisar possibilidades pedagógicas associadas à disseminação do fenômeno nas plataformas digitais.

2. Metodologia

Esta pesquisa caracteriza-se como qualitativa, de natureza aplicada e com objetivos exploratórios e descritivos. A escolha pela abordagem qualitativa ocorre devido ao interesse em compreender os significados, interações e processos de circulação relacionados ao *case* Silveira nas plataformas digitais, sem preocupação com representatividade numérica. Segundo Gerhardt e Silveira (2009), a pesquisa qualitativa "preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais" (2009, p. 32).

Este estudo possui caráter aplicado por buscar reflexões com potencial de utilização no campo educacional, especialmente na educação midiática e no letramento digital. Além disso, apresenta caráter exploratório, por investigar o *case* Silveira como um fenômeno recente de hipermidiatização ainda pouco discutido academicamente, e descritivo, ao analisar características das interações, campanhas e apropriações discursivas relacionadas ao mascote nas redes sociais.

Como procedimentos técnicos, utiliza-se pesquisa bibliográfica, a partir do levantamento de referenciais sobre cultura participativa, educação midiática e hipermidiatização e pesquisa documental, considerando a análise de postagens, campanhas institucionais e conteúdos publicados em plataformas digitais.

O corpus da pesquisa será composto por seis publicações relacionadas ao mascote Silveira em perfis institucionais e campanhas de circulação digital realizadas por diferentes órgãos e instituições, entre eles o perfil oficial do mascote (@silveirapodrao), campanhas do Gov.br relacionadas ao Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), publicações do Ministério da Saúde com o personagem Zé Gotinha, conteúdos do Ministério Público do Rio Grande do Sul, publicações do Restaurante Universitário da UFSM e campanhas da Editora Rocco. A seleção do corpus considera postagens que apresentem elevado engajamento, circulação ampliada e potencial de análise na perspectiva da educação midiática e da cultura participativa.

Como estratégia de análise dos dados, emprega-se a categorização temática proposta por Gibbs (2009), buscando identificar recorrências, padrões de sentido e elementos relacionados à cultura participativa, circulação hipermidiática e potencialidades pedagógicas presentes nas publicações analisadas. Entre as categorias preliminares de análise, destacam-se: formas de interação dos usuários; estratégias de personificação do mascote; presença de elementos informativos, persuasivos e educativos; circulação de discursos institucionais; e possibilidades pedagógicas relacionadas ao letramento midiático e à participação crítica nas redes.

3. Cultura participativa e hipermidiatização

A cultura digital contemporânea é marcada pela intensificação dos processos de circulação comunicacional em ambientes conectados. Nesse cenário, os sujeitos deixam de ocupar apenas posições passivas diante das mídias e passam a atuar ativamente na produção, compartilhamento e ressignificação de conteúdos digitais.

Segundo Jenkins (2009), a cultura participativa caracteriza-se pela interação entre consumidores e produtores de mídia, permitindo que os sujeitos participem diretamente da propagação de conteúdos nas plataformas digitais. No *case* Silveira, observa-se justamente essa dinâmica participativa, uma vez que os usuários não apenas acompanharam o fenômeno, mas também produziram memes, comentários, montagens e manifestações afetivas relacionadas ao mascote.

Além disso, a intensa circulação do caso evidencia aspectos da hipermidiatização, marcada pela aceleração dos fluxos comunicacionais, pela atuação algorítmica das plataformas e pelo fluxo constante de discursos entre diferentes ambientes midiáticos. O comentário publicado inicialmente no X rapidamente extrapolou a plataforma e passou a circular no Instagram, em veículos jornalísticos, campanhas institucionais e conteúdos publicitários.

Nesse contexto, o mascote deixou de ser apenas um animal presente no cotidiano universitário e passou a ocupar o lugar de personagem midiático. Atribuições simbólicas e afetivas passaram a ser associadas à imagem do cão, que foi transformado em "pró-reitor", símbolo institucional e referência de pertencimento coletivo. Tal processo aproxima-se do conceito de antropomorfismo, entendido como a atribuição de características humanas a animais ou seres não humanos (Shettleworth, 2010).

Essa transição do físico para o digital demonstra que o fenômeno do mascote Silveira ilustra o estágio atual da nossa ecologia comunicacional, em que as dinâmicas das redes passam a reestruturar as práticas cotidianas e institucionais. Conforme aponta Fausto Neto:

> A ação dos processos midiáticos intensifica-se sobre a ambiência social, disseminando referências de uma cultura tecno comunicacional que atravessa as práticas sociais diversas, suas identidades e seus processos de interação com as instituições" (Fausto Neto, 2022, p. 48).

A viralização do mascote também evidencia como fenômenos digitais passam a ser apropriados institucionalmente em contextos hipermidiatizados. Campanhas como do Gov.br, Ministério Público do Rio Grande do Sul e da própria UFSM utilizaram a imagem do mascote para ampliar alcance, engajamento e identificação com o público. Assim, o *case* Silveira demonstra como objetos circulatórios podem adquirir múltiplos sentidos a partir das interações realizadas nas plataformas digitais.

4. Educação midiática e potencialidades pedagógicas do *case* Silveira

A crescente presença das mídias digitais na vida cotidiana evidencia a necessidade de práticas educativas voltadas à formação crítica dos sujeitos diante da circulação de informações nas redes sociais. Nesse contexto, a educação midiática busca desenvolver

competências relacionadas à análise crítica, interpretação, produção e participação responsável nos ambientes midiáticos.

De acordo com o Guia da Educação Midiática (2020), educação midiática refere-se ao conjunto de habilidades necessárias para acessar, analisar, criar e participar criticamente do ambiente informacional contemporâneo. A Base Nacional Comum Curricular (BNCC) também destaca a importância do letramento digital, do protagonismo estudantil e da participação crítica nas mídias como competências essenciais para a formação dos estudantes.

Nesse sentido, o *case* Silveira apresenta potencialidades relevantes para práticas de educação midiática. O fenômeno possibilita discutir temas como viralização, engajamento, circulação de discursos, memes e apropriações institucionais nas redes sociais. Além disso, permite refletir sobre o papel das plataformas digitais na produção de sentidos e na ampliação da circulação de conteúdos.

A análise das campanhas associadas ao mascote também possibilita compreender como marcas e instituições se apropriam de fenômenos virais para construir estratégias de comunicação e aproximação com o público. Assim, o caso permite desenvolver práticas pedagógicas voltadas à leitura crítica das mídias, interpretação de campanhas digitais e análise da circulação de informações nas plataformas.

Além disso, o fenômeno permite abordar discussões relacionadas à cidadania digital, ética nas redes sociais, participação crítica e responsabilidade na circulação de conteúdos online. Dessa forma, o *case* Silveira evidencia como fenômenos virais da cultura digital podem ser transformados em objetos pedagógicos conectados às experiências comunicacionais vivenciadas pelos estudantes.

5. Considerações parciais

As reflexões desenvolvidas até o momento permitem compreender que o *case* Silveira ultrapassa a condição de meme viral e se consolida como fenômeno relacionado à cultura participativa e à hipermidiatização. A intensa circulação do mascote nas redes sociais evidencia como sujeitos, plataformas e instituições participam ativamente da construção e ressignificação de conteúdos digitais.

Observa-se que o fenômeno apresenta potencialidades relevantes para práticas de educação midiática, especialmente no que se refere à análise crítica das mídias, circulação de discursos, participação nas redes sociais e leitura de campanhas digitais. Além disso, o caso demonstra como objetos circulatórios podem ser apropriados pedagogicamente em contextos educativos conectados à cultura digital contemporânea.

Também é possível perceber que o estudo dialoga diretamente com discussões sobre circulação, plataformas e participação presentes no campo da midiatização, especialmente em contextos marcados pela intensificação dos fluxos comunicacionais e pela atuação das plataformas digitais.

Por fim, considera-se que futuras análises poderão aprofundar aspectos relacionados às estratégias de circulação do mascote, às apropriações institucionais do fenômeno e à elaboração de sequências didáticas voltadas à educação midiática a partir do *case* Silveira.

Referências

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília: Ministério da Educação, 2018. Disponível em: http://basenacionalcomum.mec.gov.br. Acesso em: 24 maio 2026.

FAUSTO NETO, Antônio. **Mediação, midiatização: conceitos entre trajetórias, biografias e geografias**. deSignis, n. 37, p. 45-55, jul./dez. 2022.

FERRARI, Ana Claudia; OCHS, Mariana; MACHADO, Daniela. **Guia da Educação Midiática**. 1. ed. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2020.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

SHETTLEWORTH, Sara J. ***Cognition, communication, and behavior***. 2. ed. Oxford, New York, 2010.