LUMINA
Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação
Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF
e-ISSN 1981-4070

# Itinerâncias digitais:

## distribuição e exibição plataformizada da série *Marcas da Chuva*

Ada C. Machado Silveira[1], Dafne Reis Pedroso da Silva[2], Giana Antunes Bess (Bess)[3], Ana Luiza Dutra Lutz Machado Ribeiro[4] e Camila Rodrigues Pereira[5]

## Resumo

O artigo analisa os processos de distribuição e exibição da série documental *Marcas da Chuva: memórias da Quarta Colônia*, produzida a partir de relatos de moradores atingidos pelas inundações de 2024 na região da Quarta Colônia, Rio Grande do Sul, no Brasil. Partindo de um contexto de limitações estruturais para o acesso ao audiovisual, comumente reconhecido em pequenas cidades, o estudo investiga como a circulação multiplataforma da série constituiu uma forma contemporânea de itinerância audiovisual. A pesquisa articula referenciais teóricos de comunicação de proximidade, circulação midiática e cinematográfica e plataformização da cultura. Metodologicamente, apresenta as estratégias de distribuição da série e levantamento de métricas de circulação e recepção no Facebook, Instagram e YouTube. Os resultados indicam que as plataformas digitais desempenharam papel central na ampliação do alcance das narrativas, com destaque para o Instagram, no qual se concentraram a maior parte das visualizações e interações. Os comentários de usuários evidenciam processos de identificação afetiva, memória territorial e reconhecimento da relevância da série audiovisual para as comunidades atingidas. Conclui-se que a distribuição multiplataforma, articulada a redes locais de confiança e comunicação de proximidade, atualiza a noção de itinerância audiovisual ao possibilitar a circulação entre diferentes territórios e públicos por meio de infraestruturas digitais, ampliando o acesso ao audiovisual em contextos não metropolitanos.

## Palavras-chave

midiatização; comunicação de proximidade; itinerância; plataformização; documentário audiovisual.

[1]Professora titular da Universidade Federal de Santa Maria, membro do quadro permanente de seu programa de pós-graduação em Comunicação e pesquisadora do CNPq. Professora visitante de universidades argentinas, paraguaias, mexicanas e sueca. E-mail: ada.silveira@ufsm.br.

[2]Doutora em Comunicação (PUCRS), mestre em Ciências da Comunicação (Unisinos), Especialista em Comunicação Midiática (UFSM), Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (UFSM). Atualmente, realiza estágio de pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação da UFSM e é bolsista Fapergs. E-mail: dafnepedroso@gmail.com.

[3]Licenciada em Letras Português e Inglês pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e mestra em Estudos Literários pelo Programa de Pós-Graduação em Literatura da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Atualmente é estudante de graduação em Jornalismo na UFSM e bolsista Fapergs no projeto Governança e multidimensionalidade dos riscos climáticos. E-mail: bess.giana@gmail.com.

[4]Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Bolsista FAPERGS no projeto Governança e multidimensionalidade dos riscos climáticos. Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (UFSM). E-mail: ribeiro.ana@acad.ufsm.br.

[5]Professora da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Campus São Borja, no curso de Comunicação Social – habilitação Publicidade e Propaganda. Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Realizou estágio de pós-doutorado em Comunicação, com bolsa FAPERGS, na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: camila.pereira@acad.ufsm.br.

LUMINA
Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação
Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF
e-ISSN 1981-4070

# Digital Itineraries:

## Platform-based distribution and exhibition of *Marcas da Chuva*

Ada C. Machado Silveira[1], Dafne Reis Pedroso da Silva[2], Giana Antunes Bess (Bess)[3], Ana Luiza Dutra Lutz Machado Ribeiro[4] e Camila Rodrigues Pereira[5]

## Abstract

This article analyzes the distribution and exhibition processes of the documentary series *Marcas da Chuva: memórias da Quarta Colônia*, whose production was based on testimonies from residents affected by the 2024 floods in the Quarta Colônia region of Rio Grande do Sul, in Brazil. Against a backdrop of structural limitations regarding audiovisual access, a common issue in small towns, the study investigates how the series' multi-platform circulation constituted a contemporary form of audiovisual itinerancy. The research draws on theoretical frameworks regarding proximity communication, media and film circulation, and the platformization of culture. Methodologically, it outlines the series' distribution strategies and presents data on circulation and reception metrics across Facebook, Instagram and YouTube. The results indicate that digital platforms played a central role in expanding the reach of these narratives, particularly on Instagram, which accounted for the majority of views and interactions. User comments reveal processes of emotional identification, territorial memory and an acknowledgement of the series' significance to the affected communities. The study concludes that multi-platform distribution – combined with local networks of trust and proximity communication – reconfigures the concept of audiovisual itinerancy by enabling audiovisual works to circulate across diverse territories and audiences through digital infrastructures, thus expanding access to audiovisual content in non-metropolitan settings.

## Keywords

mediatization; proximity communication; audiovisual itinerancy; platformization; audiovisual documentary.

[1]Professora titular da Universidade Federal de Santa Maria, membro do quadro permanente de seu programa de pós-graduação em Comunicação e pesquisadora do CNPq. Professora visitante de universidades argentinas, paraguaias, mexicanas e sueca. E-mail: ada.silveira@ufsm.br.
[2]Doutora em Comunicação (PUCRS), mestre em Ciências da Comunicação (Unisinos), Especialista em Comunicação Midiática (UFSM), Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (UFSM). Atualmente, realiza estágio de pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação da UFSM e é bolsista Fapergs. E-mail: dafnepedroso@gmail.com.
[3]Licenciada em Letras Português e Inglês pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e mestra em Estudos Literários pelo Programa de Pós-Graduação em Literatura da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Atualmente é estudante de graduação em Jornalismo na UFSM e bolsista Fapergs no projeto Governança e multidimensionalidade dos riscos climáticos. E-mail: bess.giana@gmail.com.
[4]Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Bolsista FAPERGS no projeto Governança e multidimensionalidade dos riscos climáticos. Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (UFSM). E-mail: ribeiro.ana@acad.ufsm.br.
[5]Professora da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Campus São Borja, no curso de Comunicação Social – habilitação Publicidade e Propaganda. Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Realizou estágio de pós-doutorado em Comunicação, com bolsa FAPERGS, na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: camila.pereira@acad.ufsm.br.

LUMINA
Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação
Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF
e-ISSN 1981-4070

# Itinerancias digitales:

## distribución y exhibición plataformizada de *Marcas da Chuva*

Ada C. Machado Silveira[1], Dafne Reis Pedroso da Silva[2], Giana Antunes Bess (Bess)[3], Ana Luiza Dutra Lutz Machado Ribeiro[4] e Camila Rodrigues Pereira[5]

## Resumen

Este artículo analiza los procesos de distribución y exhibición de la serie documental *Marcas da Chuva: memórias da Quarta Colônia*, producida a partir de relatos de residentes afectados por las inundaciones de 2024 en la región de la Cuarta Colonia de Rio Grande do Sul, en Brasil. Partiendo de un contexto de limitaciones estructurales para el acceso a los medios audiovisuales, comúnmente reconocidas en pueblos pequeños, el estudio investiga cómo la circulación multiplataforma de la serie constituyó una forma contemporánea de itinerancia audiovisual. La investigación articula marcos teóricos de comunicación de proximidad, circulación de medios y películas, y la plataformización de la cultura. Metodológicamente, presenta las estrategias de distribución de la serie y un análisis de las métricas de circulación y recepción en Facebook, Instagram y YouTube. Los resultados indican que las plataformas digitales desempeñaron un papel central en la expansión del alcance de las narrativas, destacando Instagram, donde se concentró la mayor parte de las visualizaciones e interacciones. Los comentarios de los usuarios resaltan procesos de identificación afectiva, memoria territorial y reconocimiento de la relevancia de la serie para las comunidades afectadas. Se concluye que la distribución multiplataforma, vinculada a redes locales de confianza y comunicación estrecha, actualiza la noción de itinerancia audiovisual al permitir la circulación entre diferentes territorios y audiencias a través de infraestructuras digitales, ampliando el acceso al contenido audiovisual en contextos no metropolitanos.

## Palabras clave

mediatización; comunicación de proximidad; itinerancia audiovisual; plataformización; documental audiovisual.

[1]Professora titular da Universidade Federal de Santa Maria, membro do quadro permanente de seu programa de pós-graduação em Comunicação e pesquisadora do CNPq. Professora visitante de universidades argentinas, paraguaias, mexicanas e sueca. E-mail: ada.silveira@ufsm.br.
[2]Doutora em Comunicação (PUCRS), mestre em Ciências da Comunicação (Unisinos), Especialista em Comunicação Midiática (UFSM), Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (UFSM). Atualmente, realiza estágio de pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação da UFSM e é bolsista Fapergs. E-mail: dafnepedroso@gmail.com.
[3]Licenciada em Letras Português e Inglês pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e mestra em Estudos Literários pelo Programa de Pós-Graduação em Literatura da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Atualmente é estudante de graduação em Jornalismo na UFSM e bolsista Fapergs no projeto Governança e multidimensionalidade dos riscos climáticos. E-mail: bess.giana@gmail.com.
[4]Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Bolsista FAPERGS no projeto Governança e multidimensionalidade dos riscos climáticos. Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (UFSM). E-mail: ribeiro.ana@acad.ufsm.br.
[5]Professora da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Campus São Borja, no curso de Comunicação Social – habilitação Publicidade e Propaganda. Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Realizou estágio de pós-doutorado em Comunicação, com bolsa FAPERGS, na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: camila.pereira@acad.ufsm.br.

# Introdução

O artigo analisa os processos de circulação da série documental *Marcas da chuva: memórias da Quarta Colônia*. Desenvolvida com estratégias de exibição e distribuição plataformizada de nove episódios com aproximadamente sete minutos cada, a série reúne depoimentos de moradores atingidos pelas inundações de 2024 no Rio Grande do Sul (RS), estado localizado no extremo sul do Brasil, em fronteira com Argentina e Uruguai, articulando-os com fotografias e vídeos produzidos pelos entrevistados durante o período [1].

*Marcas da Chuva* é entendida a partir de suas itinerâncias digitais em ambientes plataformizados. Argumenta-se que, diante da ausência de salas de cinema nos municípios da Quarta Colônia e das limitações estruturais para a realização de exibições presenciais regulares, a distribuição multiplataforma constituiu uma forma contemporânea de itinerância audiovisual. Sustentada por redes de comunicação de proximidade e estratégias de circulação em plataformas digitais, a itinerância permitiu que as narrativas produzidas a partir da experiência do desastre alcançassem diferentes comunidades do território e produzissem espaços de identificação e debate.

A série emerge da maior catástrofe climática da história do RS. Em maio de 2024, chuvas extremas provocaram enchentes; deslizamentos e inundações atingiram cerca de 90% dos municípios, com estimativa de quase 2,4 milhões de pessoas afetadas. A Quarta Colônia, situada na região central, é formada por nove municípios [2], com 58 mil habitantes no total. Reconhecida como um dos três geoparques mundiais da Unesco do estado, foi significativamente afetada: a destruição de pontes e estradas interrompeu o acesso a diversas localidades, comunidades ficaram temporariamente isoladas e moradores enfrentaram a falta de água, de energia elétrica e de outros serviços essenciais.

Para além do evento de 2024, as projeções de impactos das mudanças climáticas no extremo sul do Brasil para as próximas décadas derivaram nos projetos *Governança e multidimensionalidade de riscos climáticos: abordagem multidisciplinar em Comunicação de proximidade, Interpretação geopatrimonial e Economia Ecológica aplicada aos Geoparques Unesco no Rio Grande do Sul* (Fapergs) e *Comunicação de proximidade: memória, resiliência e adaptação social a riscos climáticos e catástrofes naturais na Quarta Colônia* (PROEXT/CAPES), que buscam fortalecer a capacidade de resposta, adaptação e resiliência das comunidades diante de desastres climáticos.

Entre as metas dos projetos, estão a promoção do engajamento digital das comunidades atingidas pelo desastre climático de 2024 e a elaboração de um plano de divulgação científica. Nesse sentido, busca-se fortalecer os vínculos entre universidade e comunidade, criando espaços de participação e diálogo por meio de narrativas produzidas em conjunto com moradores da região. Para realizar esses objetivos, os projetos se comprometeram com a produção e circulação de diferentes formatos

narrativos, como *podcasts*, conteúdos interativos, publicações em redes sociais na Internet, série documental e outros conteúdos voltados à divulgação científica e à preservação de memórias locais.

Para desenvolver a discussão, o artigo apresenta inicialmente uma reflexão sobre comunicação de proximidade, itinerância audiovisual e plataformização da cultura. Depois, caracteriza o contexto comunicacional da Quarta Colônia e discute a configuração da série documental e de suas estratégias de distribuição. Por fim, analisa dados de circulação, distribuição, recepção e exibição presencial e on-line, a fim de compreender como a articulação entre proximidade e plataformas digitais possibilita novas formas de acesso ao audiovisual em pequenas cidades.

O artigo, então, relaciona-se com o eixo "Modelos, usos e circulação de diferentes tecnologias de exibição contemporâneos em pequenas cidades"; assim como a perspectiva de "atuação de pesquisadores entusiastas da exibição e da distribuição cinematográficas em contextos não-metropolitanos" deste dossiê. Partimos da ideia de Meili (2015) de que a circulação cinematográfica é uma rede complexa que envolve processos e diferentes janelas de distribuição, exibição e recepção, potencializados pelas ambiências digitais, em que se sobrepõem circulações formais e informais.

A relevância dos resultados apresentados justifica-se pela escassez de pesquisas sobre públicos cinematográficos colocada em discussão por Mascarello (2004) e identificada por Silva (2009). Quanto à distribuição e exibição de documentários, Trindade (2015) afirma que a presença de documentários brasileiros ficou restrita às salas de arte, e atualmente aos *streamings*. Ademais, tendências demonstram a necessidade de incluir o público e as formas de distribuição e de exibição no contexto digital, de modo a ampliar o assunto iniciado na década de 1990 sobre os rumos do cinema com as transformações tecnológicas, assim como o recorrente debate sobre "o fim das salas de cinema" (Bellour, 2012; Biltereyst, Meers, 2018; Casetti, 2015).

## Comunicação de proximidade, itinerância audiovisual e plataformização

Levantamentos sobre a malha de comunicação de proximidade da Quarta Colônia (Fruet; Dalmolin; Silveira, 2024) apontam que a região configura um deserto de notícias, em que, no contexto de risco climático: "se encontram dispersos no presente momento, desconhecendo o potencial de protocolos de comunicação comuns, capazes de interagir sistematicamente para a mobilização social". Dado que a comunicação de proximidade se baseia na construção de relações mais próximas com os sujeitos envolvidos nas ações e acontecimentos, priorizando suas histórias de vida e as narrativas que elaboram sobre suas próprias experiências (Galvão; Sampaio; Serra, 2023), considera-se que outros atores, como escolas, igrejas, sindicatos e cooperativas podem ser articulados nessa malha comunicacional.

A limitação das estruturas também se manifesta no campo audiovisual: não há

salas de cinema nos municípios da Quarta Colônia e, em Santa Maria, principal centro urbano próximo ao território, as salas restringem-se aos complexos localizados em dois shopping centers e aos cineclubes. Essa configuração integra um processo mais amplo na história do cinema, que reduziu a presença de salas em pequenas cidades e deslocou a experiência cinematográfica para espaços privados de consumo. Antes da consolidação das salas de exibição, as imagens em movimento circulavam por feiras, cafés, galpões e outros espaços comunitários, sendo posteriormente incorporadas a locais específicos de fruição audiovisual (Machado, 1997).

A partir dos anos 1990, com a expansão de multiplexes em shopping centers, observa-se um processo de concentração das salas em centros urbanos maiores, deixando municípios menores desassistidos. Como resposta a esse cenário, ressurgem iniciativas de exibição itinerante promovidas por cineclubes, coletivos culturais e políticas públicas voltadas à formação de públicos (Jacks; Silva, 2024), que possibilitam o deslocamento das obras até públicos que permanecem fora dos circuitos comerciais de exibição. Com a expansão dos serviços de streaming, das plataformas de vídeo e das redes sociais na Internet, a circulação audiovisual deixa de depender exclusivamente de espaços físicos de distribuição, exibição e do deslocamento físico das obras e espectadores, e passa a circular em fluxos digitais marcados por compartilhamentos, recomendações algorítmicas e múltiplas telas (Bonin; Silva, 2012).

Assim, a mistura contemporânea de possibilidades de circulação, presencialmente e on-line, evoca uma revisão na ideia de itinerância cinematográfica (prática que mescla distribuição e exibição), e é nesse cenário que surge a experimentação da série *Marcas da Chuva*. Ao inserir a forma fílmica (já que consideramos a autonomia de cada episódio como um curta-metragem documental, assim como a totalidade da temporada como um uma única obra) no fluxo midiático, compreendemos a itinerância audiovisual como uma característica da midiatização audiovisual. Desse modo, a própria noção de itinerância (distribuição e exibição caminhantes) pode ser ampliada, passando a envolver as plataformas e redes on-line. As obras continuam circulando entre territórios e públicos distintos, mas agora mediadas por infraestruturas digitais que reorganizam modos de descoberta, acesso e recepção dos conteúdos.

## A série documental *Marcas da Chuva* e sua estratégia de circulação

A obra serializada insere-se no espaço da midiatização audiovisual (Barone, 2009; Bonin; Silva, 2012; Stam, 2003), processo que institui formas de ser no mundo: como produtores e espectadores de imagens em movimento. Essas experiências configuram repertórios audiovisuais mobilizados nos registros e nos compartilhamentos diários de vídeos e atravessados pelas mediações sociais (Martín-Barbero, 2009) e pelas imagens consumidas e produzidas cotidianamente

(Odin, 2021). No caso pesquisado, tais vivências audiovisuais atravessam os processos de produção, exibição e recepção da série documental. Segundo Stam (2003), ainda no início dos anos 2000, as tecnologias alteraram as experiências de recepção e os próprios espectadores. Logo, campanhas de distribuição e de exibição de audiovisuais precisam também considerar essas modificações. Podemos afirmar que *Marcas da Chuva* está situada em um ambiente de midiatização audiovisual com características específicas: uma realização contra-hegemônica localizada nas bordas da produção, distribuição e da exibição seriada *mainstream* (Lyra; Santana, 2006). De todo modo, as formas de lançamento buscam as lógicas do *mainstream*, com *teasers*, fotos, cards, chamadas, cartazes digitais, uma série de elementos extra-fílmicos (Silveira; Iuva, 2020), além da *playlist* da série nas plataformas de exibição que possibilita inclusive a prática de *binge-watching* comum aos *streamings*.

A divulgação da série começou em abril de 2026 e ela foi oficialmente lançada em maio de 2026. Os episódios foram publicados no Facebook (Comunicação [...], 2024a), Instagram (Comunicação [...], 2024b) e YouTube (Comunicação [...], 2024c) dos projetos e eram lançados com intervalos de três a cinco dias, entre maio e o início de junho. Cada episódio se ampara em um testemunho individual ou de um núcleo familiar, e a escolha dos personagens buscou cobrir a extensão territorial da Quarta Colônia. O quadro a seguir apresenta um resumo do perfil dos entrevistados e das temáticas abordadas:

**Quadro 1 –** Resumo dos episódios da série Marcas da Chuva

| N. do episódio | Nome do(s) entrevistado(s) | Município | Ocupação | Temática abordada |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Laura Dickow | Agudo | Técnica de enfermagem e auxiliar veterinária | Expedição de 40 quilômetros a pé em busca de seus pais isolados. |
| 2 | Micheli de Pellegrin | Nova Palma | Professora | Como sua localidade foi destruída pelas chuvas. |
| 3 | Rosane Marion | Nova Palma | Administradora | Como a localidade e sua casa, situada ao lado de um rio, foram atingidos pela chuva. |
| 4 | Igor e Romerito da Silva | Restinga Sêca | Eletricistas | Acidente sofrido após o colapso da cabeceira de uma ponte. |
| 5 | Cátia e Clésio Friedrich | Agudo | Produtores rurais | Destruição de sua propriedade e produção pelas chuvas. |
| 6 | Ernando Lobler | Santa Maria | Empresário e trilheiro | Atuação junto a outros trilheiros no resgate de pessoas e distribuição de mantimentos. |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 7 | Roberto Cervo | Faxinal do Soturno | Jornalista e radialista | Cotidiano da cobertura de rádio durante as chuvas. |
| 8 | Romeu Lemes | Silveira Martins | Servidor público aposentado | Relação afetiva com o território após um deslizamento que destruiu sua casa. |
| 9 | Luiz Conceição | Dona Francisca | Servidor público aposentado e liderança quilombola | Experiência de apoio comunitário durante as chuvas. |

Fonte: Elaboração própria (2026)

As temáticas abordaram os principais acontecimentos do período, tais como: inundações, escorregamentos de terra, destruição de casas e acessos, serviços básicos, acidentes, buscas e acolhimento. Os episódios se passam em sete dos nove municípios da região da Quarta Colônia, além de Santa Maria. Essa configuração permite observar que a distribuição geográfica dos relatos proporciona um mapa afetivo da Quarta Colônia, mesmo sem contemplar todos municípios, sendo capaz de reforçar o caráter regional do desastre na narrativa documental.

A série documental foi pensada a partir da noção de proximidade, articulando comunicação, território e vínculo social. Trata-se de uma perspectiva que compreende os processos comunicativos como partes constitutivas das identidades locais e das relações comunitárias, que operam na relação entre mídia, cultura e território (Camponez, 2002). Na relação de proximidade, incluem-se os processos simbólicos por meio dos quais as comunidades produzem, circulam e consomem narrativas sobre si e sobre o seu território. Sob essa perspectiva teórica, Camponez (2002) compreende proximidade como um vínculo construído entre enunciador e receptor, a partir de referências partilhadas, sejam elas linguísticas, culturais ou históricas. A proximidade é tanto uma forma de estratégia da comunicação quanto uma condição para a recepção (Camponez, 2002; Serra, 2006).

O seriado, ao selecionar entrevistados de municípios distintos da Quarta Colônia e mobilizar imagens de seus acervos pessoais, narra o desastre inserido na própria comunidade afetada, com as vozes que pertencem e são reconhecidas como pertencentes àqueles territórios. A comunicação de proximidade se estabelece por meio de uma ética, proporcionada pelo encontro entre uma abertura ao outro e o reconhecimento mútuo. Partindo dessa compreensão, a série opera como um dispositivo de reforço da comunicação de proximidade: ela produz identificação territorial, aciona a memória coletiva e constitui um espaço partilhado entre receptores e enunciadores da sua tragédia local (Galvão; Sampaio; Serra, 2023).

Considerando essencial o envolvimento dos sujeitos envolvidos na narrativa sobre o acontecimento no processo comunicacional, um aspecto relevante para o desenvolvimento e distribuição da série é o papel das prefeituras municipais e das associações comunitárias como catalisadoras da circulação dos episódios nas

comunidades. Essas instituições atuam como meios de uma rede de circulação informal, replicando as postagens em seus próprios canais oficiais, mobilizando moradores para o consumo do conteúdo, e, em alguns casos, viabilizando o acesso aos próprios entrevistados.

A relação de proximidade estabelecida com as instituições teve implicações nas estratégias de distribuição da série, pensada prioritariamente para uma comunidade que vivenciou o desastre. Essa relação de confiança em contexto de plataformização da sociedade (Van Dijck, Poell, de Waal, 2018) é evidenciada durante a circulação dos episódios. Com a plataformização, essas relações aproximam-se do papel desempenhado pelos agentes locais na itinerância cinematográfica, neste caso, circulando os episódios entre a comunidade via plataformas on-line.

## Circulação em plataformas digitais: alcance e engajamento

Diante da inexistência de salas de cinema na Quarta Colônia, a baixa densidade populacional em áreas urbanas e o povoamento disperso, a exibição da série documental precisou repensar os meios tradicionais de exibições itinerantes e presenciais. A circulação (Fausto Neto, 2010; Recuero, 2012) da série ocorreu, principalmente, por meio das plataformas digitais (Lobato, 2019; Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020) já utilizadas pelos moradores da região, além de exibições em eventos locais. A estratégia adotada pela equipe de produção buscou responder à ausência da distribuição presencial por meio de uma distribuição multiplataforma, realizada no Instagram, YouTube e Facebook, com um regime de publicação seriada e calendário de postagens. A definição também considera a dinâmica de circulação nas redes sociais na Internet, nas quais a permanência dos conteúdos e das conexões amplia as possibilidades de acesso à informação, uma vez que as mensagens permanecem disponíveis e podem ser encontradas, compartilhadas e circuladas por diferentes atores (Recuero, 2012).

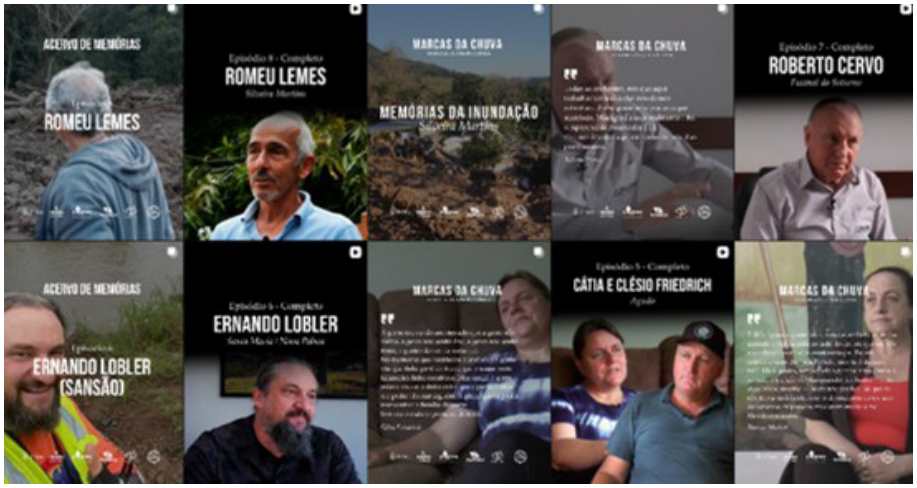
Para promover o alcance da série, a equipe diversificou os formatos de publicação no Instagram e Facebook, combinando variações de peças com funções comunicacionais distintas. Os *teasers* de cada episódio foram produzidos a partir de pequenos trechos dos vídeos principais, como ganchos, em formato curto e vertical, de modo a possibilitar sua circulação como *stories* e *reels*. Esses conteúdos foram publicados com o objetivo de apresentar os personagens e convocar a audiência para assistir aos episódios completos. Essa estratégia considera que "a circulação de informações em uma rede social é realizada pelo envolvimento dos atores" (Recuero, 2012), que investem tempo e esforço na seleção, no compartilhamento e na divulgação de determinados conteúdos.

No Instagram, o vídeo inicia com o ícone de um celular girando, para que o espectador seja convidado a assistir ao conteúdo horizontalmente. Após, surge o

gancho, ou *cliffhanger*, e a sequência do audiovisual. No YouTube, o episódio começa com as marcas das agências financiadoras, fundo preto e trilha, seguindo uma lógica convencional de abertura cinematográfica.

Outras publicações nas plataformas recuperaram fotografias e vídeos amadores do momento da inundação, cumprindo a função da ativação da memória coletiva e alcance da audiência local. Essa arquitetura de divulgação cumpre, no ambiente digital, funções equivalentes às das estruturas analógicas do cartaz, *trailer* e da divulgação final. Na ausência de salas e ambientes de exibição tradicionais, a circulação da série se dá pelos compartilhamentos, envios (*Direct*), repostagens (*Repost*), articulando-se à perspectiva de Recuero (2012), que destaca que a permanência das conexões amplia o acesso à informação ao criar múltiplos caminhos por onde ela pode circular. Cabe ainda destacar que a estratégia de publicação semanal, com lançamentos a cada três ou quatro dias, também foi pensada para compensar a ausência de estreias públicas coletivas.

**Figura 1 –** Publicações no Instagram dos projetos




Fonte: Reprodução do Instagram (Comunicação [...]. 2024b)

## Dados de circulação

Entre 13 de abril e 3 de junho de 2026, a campanha de distribuição da série gerou 347.590 visualizações, 7.523 curtidas, 262 comentários e 1327 compartilhamentos distribuídos em 83 publicações no Instagram (Comunicação [...], 2024b), Facebook (Comunicação [...], 2024a) e YouTube (Comunicação [...], 2024c). Esses números foram coletados manualmente a partir das informações disponibilizadas por cada uma das três plataformas analisadas. As visualizações foram majoritariamente registradas no Instagram, onde concentraram-se 339.009 visualizações, no Facebook 5.655 e no YouTube 2.926. Tais números confirmam a centralidade do Instagram como ponto de entrada para a audiência e reforçam o papel dos algoritmos de recomendação como

condicionantes de circulação.

A distribuição de formatos no Instagram também apresenta contribuições para a compreensão da circulação audiovisual em ambientes plataformizados. Os *teasers*, vídeos verticais curtos de cada episódio, característicos da lógica audiovisual das redes e autônomos enquanto conteúdos publicitários de divulgação (Silveira; Iuva, 2020) obtiveram resultados mais volumosos em visualizações, somando 123.275. Enquanto isso, os episódios completos publicados no Instagram obtiveram o desempenho em publicações equivalente a 102.158 visualizações (Tabela 1).

**Tabela 1 –** Desempenho do formato teaser e episódio completo no Instagram

| Entrevistado | Tipo de vídeo | Visualizações | Curtidas | Compartilhamentos |
|---|---|---|---|---|
| Laura Dickow | *Teaser* | 24.519 | 1048 | 124 |
| Laura Dickow | Episódio completo | 25.702 | 541 | 100 |
| Micheli de Pellegrini | *Teaser* | 17890 | 538 | 100 |
| Micheli de Pellegrini | Episódio completo | 12972 | 215 | 36 |
| Rosane Marion | *Teaser* | 28167 | 405 | 45 |
| Rosane Marion | Episódio completo | 10759 | 132 | 15 |
| Igor e Romerito da Silva | *Teaser* | 18406 | 470 | 61 |
| Igor da Silva e Romerito da Silva | Episódio completo | 11780 | 157 | 99 |
| Cátia e Clésio Friedrich | *Teaser* | 12755 | 376 | 26 |
| Cátia e Clésio Friedrich | Episódio completo | 10185 | 138 | 39 |
| Ernando Lobler | *Teaser* | 8826 | 174 | 12 |
| Ernando Lobler | Episódio completo | 9024 | 127 | 20 |
| Romeu Lemes | *Teaser* | 9443 | 146 | 25 |
| Romeu Lemes | Episódio completo | 8539 | 92 | 22 |
| Roberto Cervo [4] | Episódio completo | 6665 | 95 | 10 |
| Luiz Conceição | *Teaser* | 3269 | 80 | 8 |
| Luiz Conceição | Episódio completo | 6532 | 55 | 4 |

Fonte: Elaboração própria (2026)

Também foram publicados oito conteúdos em formato de carrossel, denominados "Acervo de Memórias" ou "Memórias da Inundação", postagens que recuperaram registros de foto e vídeo do período, que obtiveram um desempenho de 56.254 visualizações somadas. Esse número sugere que a ativação da memória coletiva desempenha um papel específico na mobilização da audiência.

Cabe destacar que, no Instagram, vídeos com mais de três minutos de duração não são distribuídos pelo algoritmo de recomendação. Assim, o acesso a esse conteúdo depende diretamente do número de seguidores do perfil e do compartilhamento da publicação pelos usuários. A Tabela 2 sintetiza os dados de desempenho dos episódios completos no Instagram:

**Tabela 2 –** Desempenho no Instagram dos episódios completos

| No. do episódio | Visualizações | Curtidas | Comentários | Compartilhamentos |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 25.702 | 541 | 18 | 100 |
| 2 | 12.972 | 215 | 8 | 36 |
| 3 | 10.759 | 132 | 4 | 15 |
| 4 | 11.780 | 157 | 6 | 99 |
| 5 | 10.185 | 138 | 7 | 39 |
| 6 | 9.024 | 127 | 5 | 20 |
| 7 | 6.665 | 68 | 4 | 9 |
| 8 | 8.536 | 92 | 11 | 22 |
| 9 | 6.532 | 55 | 3 | 4 |

Fonte: Elaboração própria (2026)

Além dos dados por episódio, também se observou um aumento expressivo no número de seguidores do Instagram durante o período de divulgação da série, principalmente entre os municípios localizados na Quarta Colônia e Santa Maria. 22,4% da audiência localizava-se em Santa Maria, 17,7% em Agudo, 11,8% em Nova Palma, 7,3% em Restinga Sêca e 6,5% em Faxinal do Soturno – todas cidades registradas em episódios da série. Entende-se que a série conseguiu expandir o número de seguidores para além do âmbito acadêmico dos projetos. O número total de seguidores no perfil do Instagram pode ser visto no Quadro 2.

**Quadro 2 –** Seguidores do perfil

| Semana | N. de seguidores |
|---|---|
| 1a. semana de abril | 457 |
| 2a. semana de abril (início do lançamentos dos teasers) | 489 |
| 3a. semana de abril | 714 |
| 4a. semana de abril | 961 |
| 5a. semana de abril | 1267 |
| 1a. semana de maio (lançamento do 1 episódio) | 1731 |
| 2a. semana de maio | 1828 |
| 3a. semana de maio | 1912 |
| 4a. semana de maio | 1950 |
| 5a. semana de maio | 1972 |
| 1a. semana de junho | 1981 |

Fonte: Elaboração própria (2026)

Devido ao Instagram ser a plataforma mais ativa da circulação da série documental e por sua capilaridade entre os municípios da Quarta Colônia, observa-se uma forte presença de comentários on-line de identificação com a série. Ao longo do lançamento dos episódios na plataforma, somaram-se 239 comentários, que se tratam de práticas de circulação e são falas públicas nas quais os sujeitos elaboram sentido. Em uma análise inicial, identificamos três categorias predominantes de comentários que emergiram dos dados: (a) identificação afetiva, o indivíduo reconhece a própria experiência na fala do outro; (b) memória territorial, o desastre como um evento partilhado por um "nós" da comunidade; e (c) validação da produção audiovisual, reconhecimento da série como um documento necessário. No Quadro 3, apontamos alguns comentários que exemplificam essas categorias:

**Quadro 3 –** Comentários representativos nos episódios completos do Instagram

| Episódio | Comentário | Categoria analítica |
|---|---|---|
| 1 | "Não tem como não se emocionar... essa catástrofe nos levou ao extremo... procurando por notícias dos nossos familiares... várias noites sem dormir... só Deus sabe." | Identificação afetiva |
| 1 | "Emocionante! De ponta a ponta narrativas e direção muito sensíveis. Parabéns à produção e minha profunda empatia aos afetados." | Validação da produção |

| | | |
|---|---|---|
| 1 | "Todos nós nos emocionamos, pois também passamos por essa catástrofe, ficaram as marcas para sempre. Mas ficou a vida e a força de reconstrução" | Memória territorial |
| 2 | "É sempre difícil falar dessa tragédia. As pessoas que estavam em Caemborá não dormiam e nós, familiares, que não estávamos lá também não. Foram dias e noites desesperadoras. Não tínhamos comunicação com nossas famílias, nem acesso e notícias. Quando vinham notícias, eram assustadoras e vinham de todos os lados. Ficava difícil saber o que era verdade e o que era mentira. Fiquei dias sem conseguir falar com a minha família. Era desesperador. Quando finalmente pude ver fotos, vídeos e principalmente, a voz deles, chorei, chorei sem parar. Era um sentimento de alívio, e por uma fração de segundos, era como se o pesadelo tivesse acabado.<br>Vi, revi e escutei novamente várias vezes as fotos, vídeos e áudios deles. Minha família não teve perda material, mas sei e sinto as marcas que as chuvas deixaram neles, em mim e em todos os moradores de Caemborá. Ter visto como meu lugar, o meu lar ficou depois da enchente, foi devastador." | Identificação afetiva; Memória territorial |
| 4 | "Graças a Deus, tu estás vivo hoje para contar esse testemunho, muitos não tiveram a mesma oportunidade" | Memória territorial |
| 5 | "A resiliência dos agricultores me impressiona. Que povo forte, que batalha pra sobreviver e construir um legado. Que essa e todas as famílias atingidas consigam se recuperar emocionalmente e financeiramente" | Identificação afetiva |
| 5 | "O quão necessário é essa série, poucas pessoas imaginam o quanto principalmente essa enchente afetou nós produtores . Que tenha repercussão tudo isso que vocês criaram. É o que eu sempre digo "as marcas continuam aqui". | Identificação afetiva; Memória territorial; Validação da produção |
| 6 | "Só quem viveu isso, sabe o quanto foi surreal.. cada pessoa que foi de coração e de força nesses momentos foram fundamentais para que toda uma"engrenagem" continuasse rodando. Ninguém sabe até hoje daonde foram tiradas tanta força, pq foi tudo muito rápido sim, mas ver o quão rápido as pessoas foram ajuda, acolhida e resistência fizeram desses longos dias (pq pareciam anos), dias mais leves, mais 'tranquilos'.. foi muito, fomos muitos.. fomos força, colo, conversas e um pouco de alento pra quem perdeu tudo. Obrigado por vos terem feito tanto, quem recebeu a ajuda de vos jamais vai esquecer. Podem ter certeza." | Identificação afetiva; Memória territorial |

Fonte: Elaboração própria (2026)

A análise dos comentários reproduzidos no Quadro 3, feitos majoritariamente por moradores dos municípios retratados, aponta que a distribuição por meio das plataformas de rede social atingiu sua audiência prioritária nas comunidades da Quarta Colônia. O episódio 1, que conta a história de Laura Dickow, teve o maior número de visualizações e de comentários da série. A construção do audiovisual em estrutura de Jornada do Herói (Vogler, 2015) pode ter colaborado para a preferência dos espectadores. O desenvolvimento narrativo apresenta a busca da protagonista por seus pais, depois do desastre climático. Ela narra sua jornada, apresenta aliados e desafios, até encontrar a família. Ao final, o vídeo de arquivo traz a impressão de realidade ao episódio.

O YouTube atua como um depositário do conteúdo e apresenta um consumo diferente da lógica do Instagram e Facebook. O público que acessa os episódios no YouTube tende a ser uma audiência disposta a consumir o conteúdo integral (Tabela 3).

**Tabela 3 –** Tempo de visualização dos episódios completos

| Episódio | Visualizações | Curtidas | Comentários | Compartilhamentos | Engajamentos |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 1.143 | 56 | 4 | 10 | 6,12 |
| 2 | 462 | 23 | 0 | 4 | 5,84 |
| 3 | 309 | 12 | 0 | 1 | 4,21 |
| 4 | 267 | 12 | 1 | 8 | 7,87 |
| 5 | 242 | 13 | 0 | 5 | 7,44 |
| 6 | 124 | 9 | 0 | 0 | 7,26 |
| 7 | 137 | 6 | 0 | 3 | 6,57 |
| 8 | 129 | 4 | 0 | 5 | 6,98 |
| 9 | 78 | 4 | 0 | 2 | 7,69 |

Fonte: Elaboração própria (2026)

Em termos de visualizações absolutas, o episódio de Laura Dickow (Comunicação de proximidade, 2026) também liderou no YouTube, com 1.143 visualizações, padrão que reproduz a hierarquia observada no Instagram, onde os episódios iniciais concentraram maior alcance.

As postagens no Facebook foram via publicação cruzada diretamente pelo Instagram; portanto, não foram pensadas exclusivamente para a plataforma. O desempenho do Facebook (Tabela 4), indica a presença de uma audiência que acessa a série por essa via, que não pode ser ignorada.

**Tabela 4 –** Episódios completos divulgados no Facebook

| Episódio | Visualiizações | Curtidas | Comentá- rios | Comparti- lhamentos | Salva- mentos | Alcance |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 3.200 | 39 | 2 | 6 | 1 | 2.137 |
| 2 | 161 | 5 | 0 | 0 | 0 | 130 |
| 3 | 32 | 1 | 0 | 0 | 0 | 24 |
| 4 | 14 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 28 | 1 | 0 | 0 | 0 | 22 |
| 6 | 54 | 0 | 1 | 0 | 0 | 33 |
| 7 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 |
| 8 | 24 | 1 | 0 | 1 | 0 | 12 |
| 9 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |

Fonte: Elaboração própria (2026)

Os dados gerais das plataformas mostram que a adequação entre formato e plataforma foi fundamental para o desempenho da campanha. Os *teasers* funcionaram como uma unidade de circulação pelo algoritmo, enquanto os episódios completos cumpriram a função de um formato acessível a diferentes preferências do usuário e de aprofundamento de uma audiência engajada.

Um aspecto a salientar consiste em que os dois projetos que deram sustentação a produção da série foram, junto com outras iniciativas, responsáveis pela promoção de um conjunto de oficinas e cursos de capacitação em Educomunicação, mobilizando 145 participantes em 11 oficinas e 100 participantes em 6 cursos de capacitação para profissionais realizados nos municípios da Quarta Colônia no ano de 2025. O alcance das atividades entre escolares, professorado e profissionais da maioria dos municípios proporcionou o contato face-a-face com os realizadores da série, que atuaram diretamente nas oficinas e cursos. Dessa maneira, a anterioridade de uma relação direta predispôs, em algum sentido difícil de avaliar, à colaboração e ao engajamento na circulação da série.

## Deslocamentos em itinerâncias presenciais e on-line síncronas

As sessões síncronas (presenciais ou on-line), por sua vez, possibilitaram o debate e a interação direta com a equipe. Foram realizadas, até o momento de escritura deste artigo, seis sessões em 2026. As exibições síncronas on-line foram:

- Sessão on-line do episódio 1, via Zoom, em 11 de março de 2026, para público de 15 pessoas, entre professoras e estudantes de distintas nacionalidades do mestrado em Ciências Ambientais da Universidade Sodertorn (Suécia), no seminário Crise e Comunicação Ambiental. Antes da transmissão foi feita uma apresentação sobre o desenvolvimento da série;
- Projeção via Google Meet dos episódios 8 e 9, em 25 de maio de 2026, durante aula de disciplina do curso de Jornalismo/Unipampa para 20 estudantes de graduação. Inicialmente, realizou-se uma fala sobre as etapas de produção seguida dos audiovisuais.

Já as exibições presenciais ocorreram nas seguintes situações e espaços:

• Evento Sextou com café no Museu, no Museu do Conhecimento/UFSM em 17 de março de 2026, para 30 pessoas, entre pesquisadores e estudantes da universidade. Houve uma exposição oral sobre as especificidades dos documentários e exibição do episódio 1;

• Evento Capacitação em Comunicação de Risco, em 04 de maio de 2026, realizado pela Defesa Civil RS, para cerca de 50 pessoas, com apresentação dos projetos e do episódio 1;

• Participação em disciplina do curso de graduação em Jornalismo/UFSM, em 13 de maio de 2026, para 20 estudantes do primeiro ano, com exposição oral dos modos de realização e projeção dos episódios 1 e 3.

• Evento Viva Antiga Reitoria/UFSM, em 12 de junho de 2026, em que os projetos tiveram um espaço fixo destinado para exposição. Houve exibição em *looping* de toda série e *teasers*. O público era composto, especialmente, por expositores da feira e comunidade acadêmica.

As atividades realizadas permitem demonstrar que as itinerâncias presenciais também acontecem e transformam os diferentes locais em salas de exibição; mas o espaço digital potencializa as exibições simultâneas por conta das plataformas digitais, como Zoom e Google Meet. Cada espaço de exibição promove sua ritualidade, suas regras e lógicas de funcionamento. A possibilidade de apresentação sobre o processo produtivo contextualiza a realização e possibilita distintos questionamentos. O meio universitário costuma gerar o debate sobre produção, teorizações, métodos, assim como a validação da produção pelos pares. Nas feiras, que remetem às primeiras sessões de cinema, os episódios competem com outras atrações, há circulação e barulho, e os sujeitos acabam assistindo a trechos dos episódios e conversam individualmente com os expositores. Quanto aos espaços em que o público compartilha mediações sociais, como o fato de terem vivido a tragédia, a recepção é marcada também pela identificação afetiva, memória territorial e validação da produção audiovisual, assim como nos comentários nas plataformas digitais.

## Considerações finais

Diante do apresentado, é possível relacionar as estratégias de distribuição e exibição da série *Marcas da Chuva: memórias da Quarta Colônia* a práticas de comunicação de proximidade. Ao privilegiar narrativas produzidas a partir das experiências dos próprios moradores da região e mobilizar redes locais de circulação, a série pode desempenhar um papel de fortalecimento de vínculos comunitários e ampliar a visibilidade de relatos distantes de circuitos midiáticos tradicionais. Nesse sentido, a escolha da veiculação em plataformas digitais constituiu uma estratégia de

aproximação com públicos do próprio território, contribuindo para o preenchimento de lacunas comunicacionais existentes na região.

Os resultados também permitem compreender que, em contextos marcados pela ausência de salas de cinema, a noção de itinerância pode ser atualizada. Se historicamente a circulação audiovisual dependia do deslocamento físico das obras, no caso analisado ela ocorreu por meio de redes digitais e fluxos de compartilhamento promovidos especialmente por agentes locais. Os episódios da série circularam entre cidades por meio de plataformas digitais e encontraram novos espectadores a partir de compartilhamentos, mensagens e recomendações. As telas dos dispositivos assumiram, nesse contexto, a função de ecrãs contemporâneos para a circulação audiovisual em pequenas cidades. Essa forma de itinerância apresenta características distintas das experiências tradicionais, já que os espaços de exibição tornam-se múltiplos e são definidos pelos próprios espectadores. A recepção também deixa de ser restrita ao momento de exibição e passa a incorporar novas formas de interação possibilitadas por plataformas digitais.

## Notas

[1] Além do núcleo da série formado pelos 9 episódios, também foi publicado Marcas da Chuva: memórias da produção, documentário sobre os bastidores da produção.

[2] Os municípios que compõem a Quarta Colônia são: Agudo, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Pinhal Grande, Restinga Sêca, São João do Polêsine e Silveira Martins.

[3] Por conta de questões operacionais, o episódio de Roberto Cervo não contou com a publicação de um *teaser* de divulgação.

Artigo submetido em 26/06/2026 e aceito em 22/08/2026.

## Referências

BARONE, J. G. B. R. S. **Comunicação e indústria audiovisual:** cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 1990. Porto Alegre: Sulina, 2009.

BELLOUR, R. **La querelle des dispositifs:** cinema – instalations, expositions. Paris: P.O.L. Editeurs, 2012.

BILTEREYST, D; MEERS, P. Film, cinema and reception studies: Revisiting research on audience's filmic and cinematic experiences. *In:* GIOVANNI, E. D.; GAMBIER, Y. **Reception Studies and Audiovisual Translation.** Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2018.

BONIN, J. A.; SILVA, D. R. P. Metodologia no processo investigativo: a construção da arquitetura teórico-metodológica de uma pesquisa de recepção cinematográfica. **Interin,** Curitiba, v. 13, n. 1, p. 1-18, 2012. Disponível em: https://www.processocom.org/wp-content/uploads/2015/08/PEDROSO-BONIN-Interin-2012.pdf. Acesso em: 24 jun. 2026.

CAMPONEZ, C. **Jornalismo de Proximidade.** Coimbra: Edições Minerva, 2002.

CASETTI, F. **The Lumière Galaxy:** Seven Key Words for the Cinema to Come. Nova Iorque: Columbia University Press, 2015.

COMUNICAÇÃO DE PROXIMIDADE. **[Perfil do Instagram]**. Brasil, 2024b. Instagram: @comunicaçãodeproximidade. Disponível em: https://bit.ly/4d7CnB6. Acesso em: 25 set. 2026.

COMUNICAÇÃO DE PROXIMIDADE. **[Canal do YouTube]**. Brasil, 2024c. YouTube: @comunicaçãodeproximidade. Disponível em: https://bit.ly/4y6zfx7. Acesso em: 25 set. 2026.

COMUNICAÇÃO DE PROXIMIDADE. **[Perfil do Facebook]**. Brasil, 2024a. Facebook: @comunicaçãodeproximidade. Disponível em: https://bit.ly/4yZK8BE. Acesso em: 25 set. 2026.

FAUSTO NETO, A. A circulação além das bordas. *In:* VALDETTARO, S; FAUSTO NETO, A (org.). **Mediatización, sociedad y sentido:** diálogos entre Brasil e Argentina. Rosario: Universidad Nacional de Rosario, 2010.

FRUET, A; DALMOLIN, A; SILVEIRA, A. C. M. Cartografia da malha de comunicação de proximidade da Quarta Colônia - Rio Grande do Sul. XVII SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 17., 2024. **Anais** [...] Arte Comunicação e Educação em tempos de eventos climáticos extremos. [S. l.]: ABCiber, 2024. ISSN 2175-2389. Disponível em: https://abciber.org.br/eventos/ojs3/index.php/simposio/article/view/37. Acesso em: 23 jun. 2026.

GALVÃO, P. C. S.; SAMPAIO, A. O.; SERRA, P. Narrar-se e "pôr em comum": história de vida e comunicação de proximidade. **Intercom:** Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 46, p. e2023134, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1590/1809-58442023134pt. Acesso em: 24 jun. 2026.

LOBATO, R. **Netflix Nations:** The Geography of Digital Distribution. Nova Iorque: NYU Press, 2019.

LYRA, B.; SANTANA, G. (Orgs). **Cinema de bordas.** São Paulo: A Lápis, 2006.

MACHADO, A. **Pré-cinemas & pós-cinemas.** Campinas: Papirus, 1997.

MARCAS DA CHUVA: Memórias da Quarta Colônia - Episódio 1 - Laura Dickow. [*S. l.*]: Comunicação de proximidade, 2026. 1 vídeo (7 min). Publicado pelo canal Nome do canal. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=1_klC3Yecu4. Acesso em: 2 out. 2026.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos Meios às Mediações:** Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2009.

MASCARELLO, F. S. **Os estudos culturais e a espectatorialidade cinematográfica:** uma abordagem relativista. 2004. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004. Disponível em: https://bit.ly/4uYzSHk. Acesso em: 24 jun. 2026.

MEILI, A. M. **Cinema na internet:** espaços informais de circulação, pirataria e cinefilia. 2015. 255 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015. Disponível em: https://bit.ly/4g48Omh. Acesso em: 25 jun. 2026.

ODIN, R. A linguagem cinematográfica como linguagem cotidiana. **Rumores,** São Paulo, v. 15, n. 30, p. 203-225, jul./dez. 2021. Disponível em: https://bit.ly/4aSCmQc. Acesso em: 23 jun. 2026.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Plataformização. **Fronteiras** – estudos midiáticos, v. 22, n. 1, 2020. Disponível em: https://bit.ly/40LiJ2c. Acesso em: 24 jun. 2026.

RECUERO, R. A rede é a mensagem: efeitos da difusão de informações nos sites de rede social. In: VIZER, E. (org.). **Lo que McLuhan no previó.** Buenos Aires: La Crujía, 2012.

SILVA, D. R. P. **Hoje tem cinema:** a recepção de mostras itinerantes de cinema organizadas pelo Cineclube Lanterninha Aurélio em 2009. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, 2009.

SILVEIRA, S. C.; IUVA, P. Tecnoestética algorítmica e hibridismos audiovisuais nos trailers da Netflix. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 23, 2020. Disponível em: https://revistas.ufg.br/ci/article/view/66235. Acesso em: 24 jun. 2026.

STAM, R. **Introdução à teoria do cinema.** Campinas: Papirus, 2003.

TRINDADE, T. N. **Documentário e mercado no Brasil:** da produção à sala de cinema. São Paulo: Alameda, 2015.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. **The Platform Society:** Public Values in a Connective World. Nova Iorque: Oxford University Press, 2018.

VOGLER, C. **A jornada do escritor:** estrutura mítica para escritores. São Paulo: Aleph, 2015.