

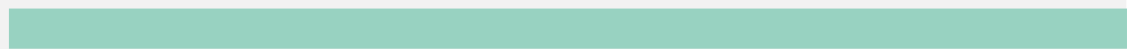
# OBSERVATORIO

# OBS\*

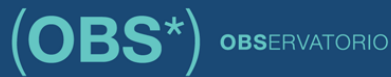


**Vol. 20 No. 1**

**2026**







Observatorio (OBS\*)  
March 2026: Vol. 20, No. 1  
DOI: 10.15847/OBS2012026  
e-ISSN: 1646-5954  
Publisher: OberCom  
Website: <https://obs.obercom.pt>

### **Director and Editor-in-Chief**

Gustavo Cardoso, OberCom and CIES-Iscte

### **Associate Directors and Co-Editors**

Vania Baldi, OberCom and CIES-Iscte

Caterina Foà, OberCom and CIES-Iscte

### **Managing Editors**

Paulo Couraceiro, OberCom and CECS-UMinho

Pedro Caldeira Pais, OberCom and CIES-Iscte

### **Editorial Board**

Aida Maria De Vicente Dominguez, University of Málaga, Spain

Carla Ganito, Catholic University of Portugal, Portugal

Charo Sádaba, University of Navarra, Spain

Cláudia Álvares, Iscte - University Institute of Lisbon, Portugal

Emilio Gardini, University Magna Graecia Catanzaro, Italy

Felisbela Lopes, University of Minho, Portugal

Fernando Ramos, University of Aveiro, Portugal

Francisco Rui Cádima, NOVA University Lisbon, Portugal

Gloria Dagnino, Università degli Studi di Udine, Italy

Inácia Rezola, School of Communication and Media Studies (ESCS), Portugal

José Bragança de Miranda, NOVA University Lisbon, Portugal

Manuel José Damásio, Lusófona University, Portugal

Marisa Torres da Silva, NOVA University Lisbon, Portugal

Nelson Ribeiro, Catholic University of Portugal, Portugal

Paulo Serra, University of Beira Interior, Portugal

Pedro Braumann, RTP and School of Communication and Media Studies (ESCS), Portugal

Pedro Pereira Neto, School of Communication and Media Studies (ESCS), Portugal

Rita Espanha, Iscte - University Institute of Lisbon, Portugal

## **International Advisory Board**

Angus Cheong, Hong Kong Baptist University, China  
Bernardo Diaz-Nosty, Universidad de Málaga, Spain  
Enrico Menduni, Roma Tre University, Italy  
Espen Ytreberg, University of Oslo, Norway  
Eugene Loos, University of Amsterdam, Netherlands  
François Bar, USC Annenberg, United States  
Geoffrey Pleyers, UCLouvain, Belgium  
Hernan Galperin, University of San Andrés, Argentina  
Imma Tubella, Open University of Catalonia (UOC), Spain  
James Katz, Boston University, United States  
Jianbin Jin, Tsinghua University, China  
Jonathan Zittrain, Harvard University, United States  
José Sixto-García, University of Santiago de Compostela, Spain  
Lucy Kung, Jönköping International Business School, Sweden  
Manuel Castells, USC Annenberg, United States  
Michel Wieviorka, School for Advanced Studies in Social Sciences (EHESS), France  
Nico Carpentier, Charles University in Prague, Czechia  
Peppino Ortoleva, University of Torino, Italy  
Piet Bakker, University of Amsterdam, Netherlands  
Ramón Salaverría, University of Navarra, Spain  
Robin Mansell, London School of Economics and Political Science, United Kingdom  
Robert G. Picard, Jönköping University, Sweden  
Sergio Godoy, Pontifical University Catholic of Chile, Chile  
Xosé López, University of Santiago de Compostela, Spain  
Wu Mei, University of Macau, China

## **Support**

OberCom - Observatório da Comunicação  
FCT: Foundation for Science and Technology

## **Acknowledgements**

The Editorial Team express its gratitude to the OberCom associates for their support, which plays a vital role in sustaining the publication of Observatorio (OBS)\*.

All the content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License ([CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/))



## Index

**Editorial note ..... i**

**A visibilidade mediática de causas promovidas por organizações de pessoas com doença na imprensa online portuguesa (2021-2023)..... 1**

Maria João Sequeira, Rita Espanha

**Patrocínio para instituições de pessoas com deficiência: apontamentos para as Relações Públicas a partir de um estudo de caso ..... 22**

Mariana Gonçalves da Silva, Guilherme Ferreira de Oliveira, Suely Maciel

**Behind the screen of stigma: A qualitative case study of digital vulnerability and resistance of the HIV/AIDS community in Indonesia..... 43**

Argyo Demartoto, Bhisma Murti, Sri Hilmi Pujihartati, Novel Adryan Purnomo

**A qualitative examination of interpersonal communication between Community Health Workers (CHW) and pregnant women in Kerala, India ..... 62**

Amala T. Chacko, Jolly Jose

**Platformization and family digital practices in Argentina: a parental perspective ..... 77**

Mariángeles Castro-Sánchez

**Podcasts jornalísticos no rádio público brasileiro: oferta de qualidade, mas com circulação limitada ..... 101**

Marcelo Kischinhevsky, Isabela Vieira, Akemi Nitahara

**Visual and cultural references to Spain in the video games Pokémon Scarlet and Pokémon Violet..... 121**

Álvaro Linares Barrones, María Nieves Corral Rey

**El reggaetón, las palabras y las cosas: continuidades, tensiones y desplazamientos en los videoclips y las letras de Ivy Queen, Karol G y Rosalía (1998-2024) ..... 137**

Carlos Andrés Arango-Lopera, Sandra Milena Palacio-López



## Editorial Note

### **A new chapter at Observatorio (OBS\*): a renewed drive to grow**

We are thrilled to announce that our scientific journal Observatorio (OBS\*) enters a new chapter as we welcome the first issue of 2026.

This year marks a period of significant transformations for our 19-year-old journal, aligning our practices with the highest standards of international open access scientific publishing and reinforcing our commitment to academic excellence.

These foundational principles and values are reflected in the revision of our Editorial Status. We have introduced an early access system that enables articles to be published online as soon as they complete the peer review process and are approved by the Editorial Team. This approach benefits both authors and readers by accelerating the circulation of research results while maintaining the journal's tradition of quarterly publication.

In parallel, the journal's editorial structure has been strengthened, now led by an Editor-in-Chief, supported by two Co-Editors and complemented by the collaboration of a renewed Editorial Board and International Editorial Board, with daily operations ensured by two Managing Editors.

Our website has also undergone important improvements. Alongside the elements described above, we have updated the guidelines for authors and reviewers, and introduced a dedicated Publication Ethics page that includes a new AI Usage Policy. We therefore invite all readers to visit our revamped website.

These improvements enhance Observatorio (OBS\*)'s capacity to respond to the interests and needs of all authors, readers and reviewers, by recognising their preference and loyalty, addressing their requests, and reflecting our strategic commitment to an efficient editorial workflow.

As part of this new chapter, the issue Vol. 20, No. 1 (2026) inaugurates the publication of a complete volume. This new feature aims to bring greater cohesion to the quarterly collection of published articles, while preserving the thematic diversity that characterises our journal and the broader fields of communication and social sciences.

The balance between cohesion and diversity is evident in this issue. The majority of the articles examine questions related to health and family, ranging from the portrayal of illness in the media (Sequeira & Espanha, 2026), the public relations in healthcare institutions (Silva et al., 2026), the

digital vulnerability of HIV/AIDS community (Demartoto et al., 2026), the roles of healthcare professionals and non-professionals in communicating with patients (Chacko & Jose, 2026), as well as emerging parenting practices influenced by digital tools and technologies (Castro-Sánchez, 2026). The remaining articles seek to explore broader cultural aspects in relation to a particular and prominent form of communication, such as podcasts (Kischinhevsky et al., 2026), video games (Linares-Barrones et al., 2026) and videoclips (Arengo-Lopera & Palacio-López, 2026), all of which reveal profound social meanings.

Geographical diversity remains one of the hallmarks of Observatorio (OBS\*). In addition to research focusing on Portugal and Spain, this issue includes contributions addressing contexts such as Indonesia, Argentina, and India. Our mission has always been to promote the publication of research from various geographies, contributing to a global and inclusive perspective within communication studies. We believe that understanding diverse realities enriches our own and that comparative reflections can improve the exchange of knowledge across borders.

This issue also reflects a wide variety of methodological approaches, ranging from case studies that incorporate both qualitative and quantitative methods to visual and linguistic analysis. This plurality allows to address scientific topics and subjects through distinct lens, encompassing both micro-level approaches, enabling a deeper exploration of specific phenomena, and macro-level approaches, which facilitate a broader discussion of structural and cultural aspects.

Embracing all the above changes, this issue marks a new chapter for our journal — and one that fills us with great enthusiasm. Our goal is to continue providing diverse, rigorous and high-quality research to our readers and the academic community, and our desire to grow remains as strong as ever.

We sincerely hope you'll continue this journey with us. Welcome to the renewed Observatorio (OBS\*).

OBS\* Editorial Team





## A visibilidade mediática de causas promovidas por organizações de pessoas com doença na imprensa online portuguesa (2021-2023)

### Media visibility of causes promoted by organizations of people with illness in the Portuguese online press (2021–2023)

  **Maria João Sequeira**

CIES – ISCTE

ISCTE – University Institute of Lisbon  
Lisbon, Portugal

 **Rita Espanha**

CIES – ISCTE

ISCTE – University Institute of Lisbon  
Lisbon, Portugal

#### Resumo

Este artigo analisa a forma como a imprensa *online* portuguesa enquadra causas de saúde promovidas por organizações de pessoas com doença, destacando o papel da advocacia em saúde na promoção da justiça social. A investigação centra-se em três estudos de caso – o alargamento do luto parental, a lei do direito ao esquecimento e o acesso à nutrição entérica – e utiliza uma análise de conteúdo a 79 peças jornalísticas publicadas entre 2021 e 2023, em cinco meios digitais portugueses. Os resultados demonstram que a cobertura mediática amplifica sobretudo as causas com maior notoriedade pública e valor simbólico, como o alargamento do luto parental, que obteve maior saliência e profundidade editorial. Por outro lado, temas menos mediáticos, como o acesso à nutrição entérica, receberam menos atenção. Conclui-se que os meios de comunicação social funcionam como catalisadores da advocacia em saúde quando as causas se enquadram na agenda política e mobilizam a opinião pública. No entanto, a visibilidade mediática depende do reconhecimento social das causas, o que reforça a necessidade de as organizações investirem em estratégias proativas e fundamentadas de *media advocacy* para superar barreiras editoriais e garantir maior impacto.

Palavras-chave: advocacia em saúde, media advocacy, media online, causas de saúde, associações de doentes, comunicação em saúde

#### Abstract

This article analyzes how the Portuguese online press frames health causes promoted by patient organizations, highlighting the role of health advocacy in advancing social justice. The research focuses on three case studies – the extension of parental bereavement leave, the right to be forgotten law, and access to enteral nutrition – and employs a qualitative and quantitative content analysis of 79 journalistic pieces published between 2021 and 2023 across five Portuguese digital media outlets. The findings show that media coverage mostly amplifies the causes with greater public visibility and symbolic value, such as the extension of parental bereavement leave, which received the most prominence and editorial depth. Conversely, less mediatic topics, such as access to enteral nutrition, attracted less attention. The study concludes that the media act as catalysts for health advocacy when the causes align with the political agenda and mobilize public opinion. However, media visibility depends on the social recognition of these causes, which reinforces the need for organizations to invest in proactive, well-grounded media advocacy strategies to overcome editorial barriers and ensure greater impact.

Keywords: health advocacy, media advocacy, media online, health causes, patients' organizations, health communication

## 1. Introdução

O presente artigo, integrado numa investigação doutoral em curso, analisa a forma como três causas na área da saúde (o alargamento do luto parental, o direito ao esquecimento e o acesso à nutrição entérica), impulsionadas por organizações de pessoas com doença, foram retratadas na imprensa *online* portuguesa.

Partindo de um enquadramento teórico em torno dos conceitos de advocacia em saúde e *patients' advocacy*, o artigo descreve o percurso metodológico adotado e apresenta, posteriormente, os principais resultados da análise, centrada na saliência, no formato jornalístico e nos enquadramentos narrativos mobilizados pelos media. A partir desta análise, procura-se compreender de que modo os meios de comunicação social podem atuar como aliados estratégicos das organizações, conferindo visibilidade e legitimidade às suas reivindicações, ou, em contrapartida, relegando-as para uma posição de menor destaque na agenda pública.

## 2. Revisão da Literatura

### 2.1. Advocacia em Saúde: Contextualização

O conceito de advocacia em saúde começou a ganhar visibilidade a partir da primeira Conferência Internacional sobre Promoção da Saúde, realizada em Ottawa, no Canadá, em 1986, onde se enfatizou que, através da advocacia em saúde, promover a saúde significa, também, transformar vários fatores que possam ser desfavoráveis à saúde, em fatores que lhe sejam favoráveis. Estes fatores podem ser de ordem política, económica, social, cultural, ambiental, comportamental ou biológica (WHO, 1986).

Mais tarde, a Organização Mundial da Saúde (OMS) definiu a advocacia em saúde como uma combinação de ações deliberadas, individuais ou coletivas, destinadas a "alcançar compromisso e apoio político, aceitação social e apoio dos sistemas para um objetivo ou programa de saúde específico" (WHO, 1998, p. 5). Esta definição evidencia a natureza intrinsecamente política da advocacia em saúde, ao reconhecê-la como um mecanismo de influência sobre processos decisórios.

A OMS reconheceu, subsequentemente, a importância de envolver as comunidades peritas na experiência e na vivência dos cidadãos com doença para "projetar intervenções eficazes, inclusivas e equitativas que não deixem ninguém para trás." (WHO, 2021, p. 10). Esta orientação reforça a participação em saúde enquanto direito humano, associando-a à cidadania ativa e à governança democrática, reconhecendo o papel dos cidadãos como parceiros e agentes da mudança e não apenas como recetores passivos de políticas, programas ou intervenções (Halvorsen et al., 2020; Yamin, 2009).

Diferentes autores (Chapman, 2001; Reid, 2000; Servaes & Malikhao, 2010) definem a advocacia como um conjunto organizado de estratégias e ações que visam mobilizar a opinião pública e influenciar políticas públicas, mobilizando os recursos necessários para sustentar causas coletivas e mudanças sociais. Enquanto catalisador de grupos de interesse e de pressão política, a advocacia em saúde desempenha um papel estratégico na mediação entre as necessidades comunitárias e os decisores políticos, colocando o foco em questões que, frequentemente, permanecem esquecidas nos discursos dominantes.

Segundo Lewis & Lewis (2015), a advocacia assume um carácter formal dentro do ativismo em saúde, operando dentro do sistema, no interior de grupos e organizações que desempenham um papel de representação na defesa dos interesses legítimos das pessoas com doença, das suas famílias e cuidadores, constituindo-se como a “expressão organizada dos valores e dos interesses da sociedade” (Castells, 2008, p. 78).

A advocacia em saúde encontra as suas raízes nos movimentos de reforma social do século XIX, enquanto o conceito moderno de *patients’ advocacy*, distinto da advocacia em saúde tradicional, devido à participação direta das pessoas com doença nos processos de mobilização, reivindicação e produção de conhecimento, emergiu, com maior expressão, nas décadas de 80 e 90 do século XX, tendo, como principais marcos, o ativismo na área do VIH/SIDA e da deficiência durante os anos 80, bem como o movimento em torno do cancro da mama nos anos 90 (Sienkiewicz & Lingen, 2017). Estes movimentos vieram desafiar o panorama existente, caracterizado por grandes assimetrias de poder e por uma limitada participação das pessoas com doença nos processos de decisão em saúde.

Neste sentido, o *patients’ advocacy* adota uma abordagem inclusiva e *bottom-up*, assente no ativismo, na cidadania e na participação ativa de grupos ligados ao movimento associativo organizado e comunitário na área da saúde. Esta dinâmica reforça o papel das pessoas com doença enquanto agentes de transformação social e política, promovendo uma maior corresponsabilização e envolvimento na definição de políticas e práticas de saúde.

Neste quadro, importa ainda sublinhar o impacto do movimento pelo autocuidado e pelos cuidados alternativos, que contribuiu para uma mudança significativa na perceção dos profissionais de saúde relativamente à “capacidade dos leigos para lidarem ativamente com os seus problemas de saúde” (Brown et al., 2004, p. 51).

## 2.2. Agentes de patients’ advocacy

Rabeharisoa *et al.* (2013) introduzem o conceito de “ativismo baseado na evidência” para caracterizar a atuação das organizações de pessoas com doença, vistas como agentes dinâmicos e interventivos na produção e na mobilização de conhecimento relevante para a tomada de decisões no campo da saúde. Longe de se limitarem à expressão de reivindicações simbólicas ou identitárias, estas organizações participam de forma estratégica na construção de evidência, articulando diferentes fontes de saber. Neste enquadramento, os autores retomam o conceito de “especialistas leigos”, proposto por Epstein (1995), entendendo-o como um conhecimento ancorado na experiência vivida da doença, mas progressivamente formalizado através da interação com saberes científicos, técnicos e institucionais. Este processo contribui para a legitimação da experiência enquanto forma de conhecimento legítimo, com impacto na “redistribuição de competências e prerrogativas entre as pessoas com doença e os especialistas acreditados” (Rabeharisoa *et al.*, 2013, p. 4).

Deste modo, as organizações de pessoas com doença revelam a capacidade de articular conhecimento científico e conhecimento experiencial, posicionando-se como atores legítimos nas redes de especialização que se constituem em torno das suas condições de saúde, procurando elaborar e consolidar evidência sobre os aspetos que consideram prioritários na formulação de políticas e práticas em saúde (Rabeharisoa *et al.*, 2013).

Estas organizações emanam da sociedade civil e funcionam como mediadoras entre os cidadãos com doença e os diferentes intervenientes que operam nesta área, nomeadamente, profissionais de saúde, instituições prestadoras de cuidados, decisores políticos, sociedades científicas, centros de investigação e empresas da indústria farmacêutica, entre outros (Filipe *et al.*, 2014; Nunes *et al.*, 2010).

A literatura académica tem, tradicionalmente, subvalorizado o impacto político destas organizações, atribuindo maior enfoque ao seu papel no apoio e desenvolvimento social. No entanto, investigações mais recentes começam a destacar o seu efeito positivo na transformação das políticas públicas e nos processos de governação (Banks *et al.*, 2015).

### 2.3. O papel da comunicação social na defesa de causas em saúde

Atualmente, conforme sublinhado por Espanha (2020), “existem evidências de que campanhas sobre saúde nos media, bem executadas, podem ter efeitos pequenos a moderados” (Espanha, 2020, p. 3), dado o potencial dos media para disseminarem informação a um vasto público. Neste sentido, McQuail & Deuze (2020) reiteram que “onde quer que os media exercem influência, também podem causar mudança” (McQuail & Deuze, 2020, p. 120).

Este facto aplica-se, igualmente, aos programas de advocacia em saúde que têm como público-alvo os formuladores de políticas. Para atingirem este objetivo, as organizações de pessoas com doença competem na esfera mediática, para conseguirem promover as suas agendas e interesses, procurando tornar-se visíveis e audíveis tanto na arena pública, como no contexto político.

Conforme apontam McQuail & Deuze (2020), os meios de comunicação social são frequentemente considerados como “instrumentos eficazes de poder, com a capacidade potencial de exercer influência em diferentes formas” (McQuail & Deuze, 2020, p. 114). De facto, para além do seu papel primordial na informação e educação do público, os media podem também contribuir, significativamente, para o reforço e disseminação de campanhas de advocacia em saúde (Choge *et al.*, 2023).

O recurso aos meios de comunicação social constitui uma estratégia transversal a todas as fases do processo de advocacia no contexto da construção política. Esta abordagem inclui, também, a criação de debate público nos media e nas redes sociais *online*, bem como a publicação de artigos de opinião que contribuam para a formação de um discurso público informado. Os media desempenham um papel crucial como fóruns públicos que sinalizam o alcance e o grau de apoio que uma determinada causa atinge junto das audiências. A atenção mediática é, assim, um fator determinante (Andrews & Care, 2010).

Desta forma, a cobertura mediática pode ser vista como um recurso político para conseguir a atenção dos decisores e para influenciar a tomada de decisão, pois a monitorização das notícias é uma prática comum no meio político e os políticos são, muitas vezes, por elas sugestionados (Andrews & Caren, 2010; Atkin & Rice, 2013; Barker-Plummer, 2002; Kim & McCluskey, 2015). Os políticos recorrem, frequentemente, às notícias como “procuradoras da opinião pública” (Gardner *et al.*, 2010, p. 294) e, segundo Gardner *et al.* (2010), mais facilmente reagem e agem sobre um determinado assunto, ou são mais recetivos aos apelos e às reivindicações de organizações ou grupos, quando existe atenção mediática.

A capacidade de captar a atenção dos media é assim, como refere De Bruycker (2019), “inestimável para grupos de advocacia que procuram impactar os resultados das políticas” (De Bruycker, 2019, p. 105), reforçando a importância de estratégias eficazes de comunicação para alcançar visibilidade e legitimidade.

McQuail & Deuze (2020) defendem que, o mais comum, é existir um tratamento preferencial para os grupos que estão melhor organizados e são socialmente mais centrais, o que lhes permite estabelecer uma maior proximidade com os jornalistas. Tal como argumentam os autores, a confiança e o respeito pela fonte de informação podem ser determinantes para influenciar a cobertura noticiosa, destacando-se as relações interpessoais como um mecanismo relevante de comunicação (McQuail & Deuze, 2020, p. 526).

No que se refere à determinação do que se constitui como conteúdo noticioso, os temas de advocacia apenas obtêm cobertura mediática na medida em que sejam considerados oportunos, relevantes e alinhados com o interesse público e/ou atenderem às rotinas jornalísticas, ao ciclo de atenção mediática e aos valores predominantes da produção de notícias. Deste modo, a eficácia comunicativa das organizações depende da sua capacidade de enquadramento do tema, através da criação de argumentos e de narrativas convincentes que consigam captar a atenção mediática (Townsen *et al.*, 2023).

#### 2.4. Media advocacy

Para os esforços de advocacia em saúde, não podemos deixar de salientar o conceito de *media advocacy*, como uma ferramenta para promover e apoiar a organização comunitária e todos “aqueles que trabalham a montante em políticas de prevenção primária que transformam os ambientes” (Dorfman & Krasnow, 2014, p. 295).

O conceito de *media advocacy* tem sido amplamente discutido por autores como Chapman (2004), Dorfman & Krasnow (2014) e Wallack & Dorfman (1996), estes últimos associados ao *Berkeley Media Studies Group*. Estes autores definem *media advocacy* como o uso estratégico dos meios de comunicação social para avançar com uma iniciativa de política pública. A sua finalidade é influenciar a construção de narrativas mediáticas de forma a assegurar o apoio a políticas públicas que possam promover mudanças significativas, persuadindo os que estão no poder a aprovar ou manter leis, implementar políticas e alocar recursos que podem mudar a vida dos cidadãos (Chapman, 2004, p. 361).

De acordo com Wallack & Dorfman (1996), *media advocacy* procura abordar mais a “lacuna de poder” do que a “lacuna de informação” (Wallack & Dorfman, 1996, p. 293) e o seu alvo são as políticas públicas e não o comportamento individual no que respeita à saúde. Intenta, assim, alterar o discurso público, deslocando o eixo da responsabilização do comportamento individual para as decisões dos formuladores de políticas, que estruturam os contextos no qual os cidadãos vivem e atuam (Wallack & Dorfman, 1996). Nesse sentido, visa pressionar os decisores políticos a agir, responsabilizando-os pelas suas ações ou pela ausência destas (Choge *et al.*, 2023).

Similarmente, Linsky (1988), citado por Gen & Wright (2020), argumenta que a cobertura mediática de determinados temas, não só aumenta a predisposição dos decisores políticos para agir, como também pode acelerar o processo de tomada de decisão. Este fenómeno ocorre porque a exposição mediática intensifica a pressão pública e a perceção de urgência sobre o assunto em questão (Gen & Wright, 2020).

Não obstante, não está comprovado que as organizações de advocacia têm maior ou menor probabilidade de alcançar os seus objetivos políticos em função do seu destaque mediático. Contudo, apesar das dificuldades em descrever os efeitos dos meios de comunicação na criação ou na mudança de políticas (principalmente, porque as políticas podem demorar anos até serem aprovadas), existem evidências que sugerem, especialmente na área da saúde pública, de que as estratégias de *media advocacy* podem ter um impacto significativo na promoção de mudanças políticas (Gardner *et al.*, 2010, p. 295). Por exemplo, nos Estados Unidos da América, no que respeita à legislação sobre o consumo de álcool e de tabaco (Gardner *et al.*, 2010).

A saúde é um tema com valor noticioso e os meios de comunicação social podem fornecer às organizações de pessoas com doença uma voz independente e amplificada para “emprestar visibilidade, legitimidade e credibilidade” (Wallack & Dorfman, 1996, p. 314) às suas causas, permitindo-lhes influenciar o debate público e pressionar para mudanças nos contextos que moldam os determinantes sociais da saúde.

### 3. Metodologia

#### 3.1. Estudos de caso selecionados

Para este estudo, foram selecionadas três causas impulsionadas pela ação de organizações de pessoas com doença, num período considerado. A primeira corresponde ao alargamento do Luto Parental de 5 para 20 dias, iniciativa proposta pela Associação de Pais e Amigos de Crianças com Cancro (ACREDITAR).

A segunda causa refere-se ao Direito ao Esquecimento, inicialmente trazido para a agenda pública pela ACREDITAR e, posteriormente, também reivindicada pelo Grupo de Ativistas em Tratamento (GAT), entre outras associações.

Por fim, a terceira causa diz respeito ao Acesso à Nutrição Entérica, que envolveu a mobilização de 19 associações de doentes em torno da necessidade da comparticipação integral deste tipo de nutrição clínica.

#### 3.2. Alargamento do luto parental

O mote “O luto de uma vida não cabe em 5 dias” deu origem à campanha promovida pela ACREDITAR para o alargamento do período de faltas justificadas de 5 para 20 dias, em caso de falecimento de descendente. Esta iniciativa teve início em 2021, com o lançamento de uma petição para alterar o Código do Trabalho, que recolheu um total de 83.508 assinaturas. O consenso político foi igualmente unânime, com todos os partidos a apresentarem propostas no sentido de acompanhar a petição. A alteração para os 20 dias foi aprovada pela Assembleia da República e convertida em lei em menos de quatro meses, entrando em vigor a 3 de janeiro de 2022.

Conforme se pode ler no Relatório de Atividades de 2021 da ACREDITAR, a campanha contou com o apoio de uma agência especializada em publicidade, o que contribuiu para um impacto significativo e uma ampla visibilidade mediática. Esta exposição traduziu-se em dezenas de referências nos meios de comunicação social, em grande medida impulsionadas por uma estratégia de comunicação proativa por parte da associação, que

incluiu o envio sistemático de comunicados de imprensa e o estabelecimento de contactos diretos com jornalistas. Este esforço contribuiu para despertar o interesse de jornalistas e comentadores que, gradualmente, começaram a produzir conteúdos noticiosos e de opinião sobre a iniciativa.

Ainda de acordo com o Relatório de Atividades de 2021, a iniciativa envolveu o estudo dos regimes jurídicos europeus, a criação de um *website* com informação científica sobre o luto e testemunhos de pais que partilharam as suas vivências.

A ACREDITAR reuniu-se com decisores políticos, mobilizou figuras públicas, contactou órgãos de comunicação social e conseguiu trazer para o espaço público “um assunto sentido por tantos pais como tabu” (ACREDITAR, p. 12).

### 3.3. Direito ao esquecimento

A consagração da Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro), em vigor desde 1 de janeiro de 2022, representa um avanço significativo no combate à discriminação enfrentada por pessoas que superaram ou mitigaram situações de risco agravado de saúde ou de deficiência, no acesso ao crédito e a contratos de seguro. A Lei 75/2021 de 18 de novembro, veio assegurar que nenhuma informação de saúde relativa à condição médica que originou o risco agravado de saúde ou a deficiência, possa ser recolhida ou tratada por instituições de crédito ou seguradoras em contexto pré-contratual.

Inicialmente concebida para sobreviventes de cancro pediátrico, a legislação foi posteriormente reformulada para abranger pessoas com doenças crónicas controladas, como o VIH, a hepatite C e a diabetes.

Apesar deste avanço legislativo, a regulamentação da Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro) permanece pendente, permitindo que algumas instituições financeiras continuem a adotar práticas discriminatórias.

### 3.4. Acesso à nutrição entérica

Um total de 19 organizações de pessoas com doença subscreveram a proposta para melhorar a acessibilidade à Nutrição Entérica. No dia 17 de maio de 2023, foi lançada a petição intitulada “Pelo Acesso à Nutrição Entérica Comparticipada a 100% pelo Estado”, que, até ao momento, reuniu cerca de 9.000 assinaturas.

Em situações de doença em que a alimentação oral se torna inviável ou insuficiente para satisfazer as necessidades nutricionais, resultando em malnutrição, torna-se imprescindível recorrer à nutrição clínica, nomeadamente à chamada Nutrição Entérica, que é administrada através de suplementos nutricionais orais ou por sonda.

Com esta petição, as associações signatárias apelam à comparticipação total dos produtos de nutrição entérica, destacando que os custos atuais representam uma despesa de “várias centenas de euros por mês”. Além disso, assinala-se que estes produtos têm uma disponibilidade limitada no mercado e, em muitos casos, são essenciais para a sobrevivência de quem deles necessita. Assim, a petição propõe que “quando prescritas nas Instituições do Serviço Nacional de Saúde, as fórmulas nutricionais (...) destinadas à Nutrição Entérica, sejam comparticipadas na sua totalidade pelo Estado e dispensadas numa farmácia comunitária”.

### 3.5. Percurso metodológico

Considerando as questões subjacentes à problemática em análise, o presente estudo orientou-se em torno da seguinte questão: qual é a representação das causas em saúde, promovidas por organizações de pessoas com doença, na imprensa *online* portuguesa? Esta questão de investigação foi estruturada com o intuito de compreender como estas causas são tratadas e veiculadas no contexto digital, bem como de avaliar o impacto das mesmas na agenda mediática.

Para responder a esta questão, optou-se pela utilização da análise documental como técnica de recolha de dados e pela análise de conteúdo como técnica de análise dos mesmos. O objetivo primordial consistiu em identificar o processo de cobertura mediática, observando como foram retratadas, na imprensa *online* portuguesa, as três causas selecionadas para o estudo: o alargamento do Luto Parental, a lei do Direito ao Esquecimento e o acesso à Nutrição Entérica.

O corpo de análise foi constituído por 79 conteúdos noticiosos, publicados entre janeiro de 2021 e dezembro de 2023. A recolha das notícias foi realizada com base em palavras-chave específicas associadas a cada uma das causas, designadamente: “luto parental”, “direito ao esquecimento” e “nutrição entérica”. Os conteúdos foram extraídos das edições *online* de cinco jornais generalistas portugueses – Correio da Manhã (14 notícias), Expresso (14 notícias), Jornal de Notícias (15 notícias), Observador (17 notícias) e Público (19 notícias).

Após a recolha dos dados, a análise dos mesmos foi orientada pelas questões propostas pelos autores do *Berkeley Media Studies Group* (Wallack & Dorfman, 1996) para avaliar a eficácia de uma intervenção baseada nos pressupostos de *media advocacy*. A análise centrou-se, assim, nas seguintes dimensões: (1) se o tema em questão foi efetivamente introduzido na agenda mediática; (2) se o enquadramento da cobertura privilegiou uma perspetiva política; e (3) se a cobertura mediática contribuiu para o desenvolvimento e aprofundamento do debate público em torno do tema.

Para atingir este objetivo, foi realizada uma análise de conteúdo centrada nas estratégias discursivas empregues nos textos jornalísticos recolhidos. Esta análise considerou a frequência das notícias, os géneros jornalísticos selecionados para abordar o tema e o enquadramento narrativo, nomeadamente no que se refere à perspetiva da mudança política.

Em suma, o presente estudo procurou não apenas quantificar a presença mediática das causas analisadas, mas também desvelar a forma como estas foram representadas na imprensa *online* portuguesa, contribuindo, assim, para uma melhor compreensão da relação entre as organizações e a imprensa *online* no contexto da advocacia em saúde.

## 4. Resultados

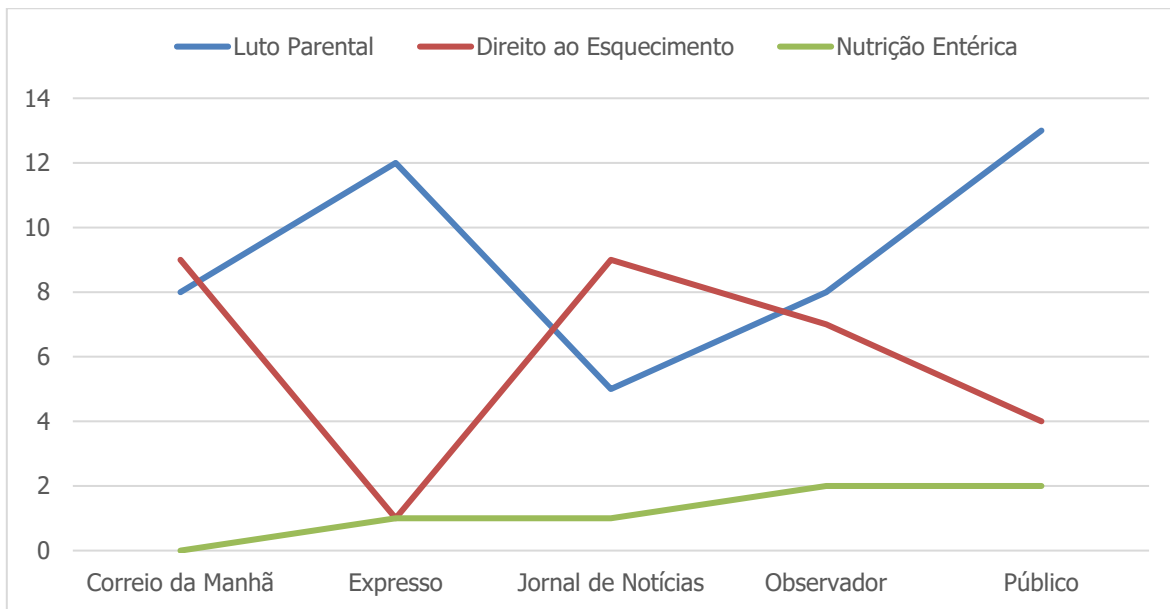
Apresentam-se de seguida os principais dados resultantes da análise da cobertura da imprensa *online* portuguesa relativa às três causas em estudo. Os resultados são organizados em torno de três dimensões analíticas centrais - saliência, formato e narrativa mediática - que permitem compreender de que modo estas causas foram tornadas visíveis, enquadradas e hierarquizadas pelos meios de comunicação social.

### 4.1. Saliência

De acordo com Silva (2009), a saliência dos temas na cobertura mediática é “o conceito mais elementar no estudo do processo de agenda-setting, que se consubstancia, essencialmente, em função da frequência com que esses temas são abordados” (Silva, 2009, p. 138). Assim, a frequência com que as notícias são disseminadas pelos meios de comunicação social desempenha um papel determinante na forma como os leitores percecionam a importância de determinada informação.

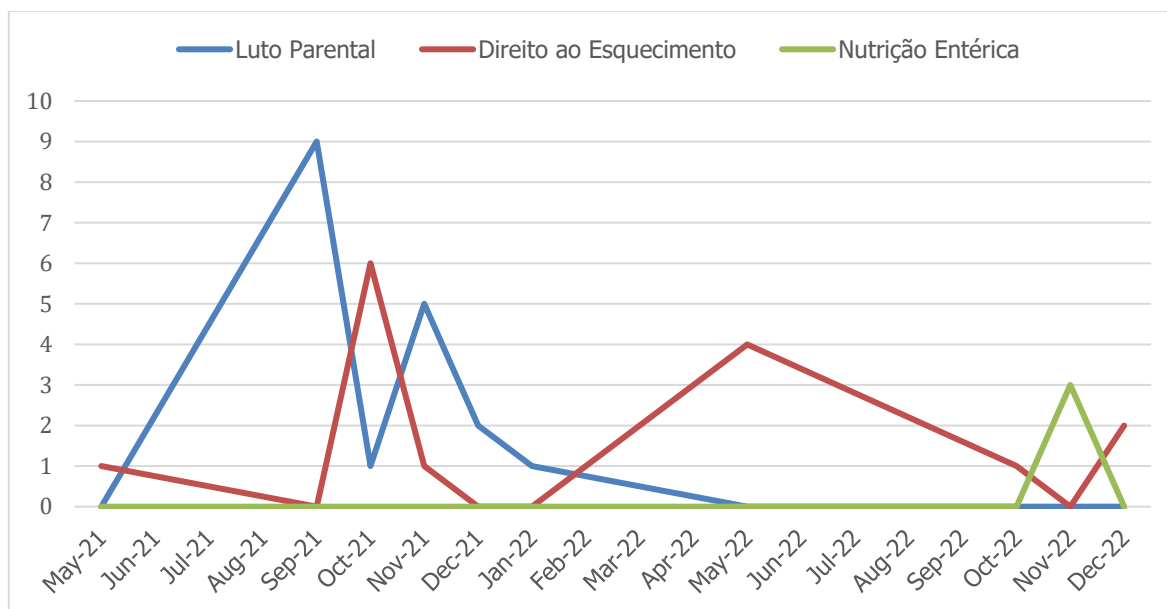
A observação detalhada deste indicador permite avaliar se a cobertura mediática contribuiu para fortalecer ou enfraquecer a relevância social e política dos temas abordados, identificando padrões que revelam tanto a atenção atribuída pelos meios de comunicação como o impacto potencial sobre as audiências (Gráficos 1 e 2).

Gráfico 1. Frequência da cobertura mediática por causa - número de notícias publicadas



Fonte: Elaboração própria

Gráfico 2. Frequência da cobertura mediática por causa ao longo do tempo



Fonte: Elaboração própria

Em termos de saliência, o Luto Parental foi a causa mais noticiada (46 notícias, com maior destaque no Expresso e no Público), seguido do Direito ao Esquecimento (27 peças) e da Nutrição Entérica (apenas 6).

O período em que foi publicada a maioria das notícias sobre o Luto Parental corresponde a setembro de 2021, coincidindo com o Mês Internacional de Sensibilização para o Cancro Pediátrico, momento em que a ACREDITAR escolheu lançar a respetiva petição. Posteriormente, destaca-se dezembro de 2021, altura em que o Presidente da República promulgou o diploma que consagrou o aumento da licença até 20 dias por falecimento de descendente.

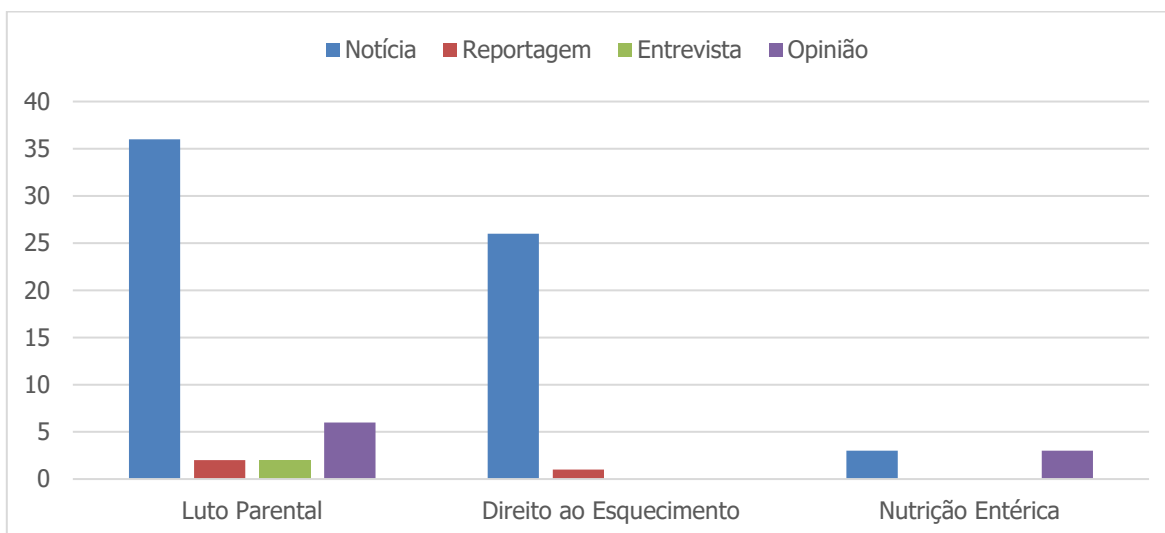
A aprovação do diploma do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro) na especialidade, na Assembleia da República, em outubro de 2021, foi o momento com maior cobertura mediática desta causa. Posteriormente, em maio de 2022, quando as organizações de pessoas com doença começaram a denunciar o incumprimento da lei e a urgência da sua regulamentação, verificou-se o segundo pico noticioso.

Em contraste, o tema da Nutrição Entérica apresentou uma presença bastante limitada na imprensa *online*, com apenas 6 notícias, o que sugere um menor grau de interesse por parte de jornalistas e editores.

#### 4.2. Formato jornalístico

A categorização dos textos noticiosos segundo o seu formato, nomeadamente em notícias, reportagens, entrevistas e artigos de opinião, constitui um passo relevante para compreender a abordagem diferenciada às causas analisadas e a relevância que lhe é atribuída pela edição (Gráfico 3).

Gráfico 3. Formato jornalístico por causa



Fonte: Elaboração própria

O maior volume de material informativo encontrado refere-se ao formato de notícia, representando 82% do total, seguido pelos artigos de opinião, com 12%, a reportagem com 4% e, por fim, a entrevista, que corresponde apenas a 2%.

No âmbito das causas analisadas, verificou-se que apenas duas foram abordadas sob a forma de reportagem: o alargamento do Luto Parental, no Expresso; e a Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro), no Jornal de Notícias. Entre as causas analisadas, apenas o alargamento do Luto Parental beneficiou da publicação de duas entrevistas. Estas destacam-se pelo protagonismo conferido a representantes da ACREDITAR. O Expresso entrevistou o presidente da associação, enquanto o Público ouviu a diretora-geral, evidenciando o posicionamento da ACREDITAR como uma voz de referência e uma entidade legitimada para falar sobre esta questão.

Por outro lado, a publicação de artigos de opinião pode desempenhar um papel distinto na promoção da notoriedade de uma causa. O comentário fundamentado de figuras reconhecidas ou de peritos na matéria pode estimular o debate público e reforçar o posicionamento da causa na agenda mediática.

Foram publicados seis artigos de opinião sobre o alargamento do Luto Parental, assinados por diferentes autores, entre os quais se encontram editores, cronistas regulares, políticos e representantes associativos. A diversidade de vozes que contribuíram para este debate no espaço de opinião revela o interesse gerado por esta problemática, assumindo, assim, uma relevância particular enquanto objeto de reflexão e comentário.

No que respeita à Nutrição Entérica, é de destacar que obteve três artigos de opinião, distribuídos pelo Observador e Público. Dois desses artigos foram redigidos pela dirigente da Associação Crohn Colite Portugal, que, deste modo, procurou dar visibilidade à causa. O terceiro artigo teve como autor um profissional de saúde, cuja intervenção veio conferir um enquadramento técnico e especializado ao tema.

### 4.3. Narrativa mediática

A análise da narrativa mediática associada às causas em estudo, teve como objetivo compreender de que modo estas foram representadas nos discursos veiculados pelos meios, procurando-se identificar se, e em que medida, lograram transitar da esfera da opinião pública para o domínio da agenda política.

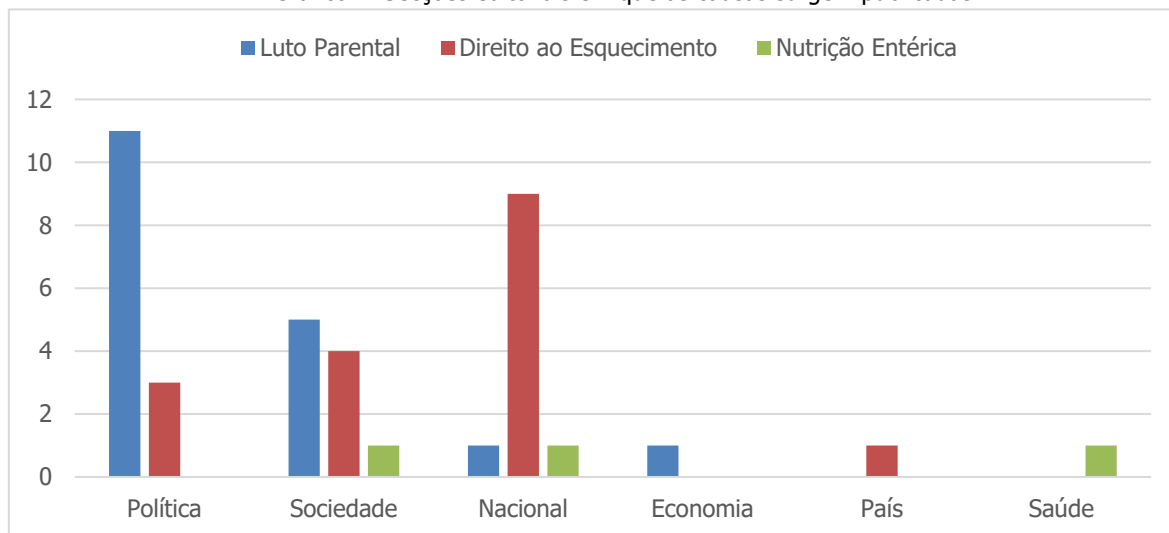
Na imprensa, elementos como a organização do conteúdo - nomeadamente, a seção onde o artigo é publicado - e a composição textual, com maior ênfase nos títulos, contribuem para definir a atenção que os leitores lhe dedicam (Althaus & Tewksbury, 2002).

Para a presente análise da narrativa de cada jornal, procurou-se observar de que modo as matérias foram organizadas nas seções identificáveis (Gráfico 4), bem como os títulos selecionados para enquadrar as notícias (Quadros 1, 2 e 3).

Por uma questão metodológica, decidiu-se excluir desta análise as notícias provenientes de *takes* da agência de notícias Lusa. Esta opção foi fundamentada pelo objetivo de centrar a investigação nas produções jornalísticas que melhor refletem as decisões editoriais autónomas dos meios em estudo. Além disso considera-se que os conteúdos originados por agências tendem a seguir uma linha mais padronizada, o que poderia limitar a exploração de variações significativas entre os jornais.

Adicionalmente, tendo em conta a natureza intrinsecamente subjetiva dos artigos de opinião, optou-se também por excluí-los da análise. Esta decisão foi orientada pelo propósito de concentrar a avaliação na produção noticiosa que segue critérios jornalísticos de objetividade.

Gráfico 4. Secções editoriais em que as causas surgem publicadas



Fonte: Elaboração própria

Quadro 1. Luto Parental - Títulos das notícias

<b>Jornal</b>	<b>Título</b>
Correio da Manhã	<i>Luto parental vai subir para 20 dias, aprova o Parlamento.</i>
	<i>Presidente da República promulga aumento até 20 dias de licença por morte de filho.</i>
	<i>Entra em vigor lei que alarga período de luto parental.</i>
Expresso	<i>"Os filhos nunca devem morrer antes dos pais." O luto parental é apenas de cinco dias e há uma petição que quer mudar isso.</i>
	<i>"A morte de um filho é uma amputação." A lei diz que são só cinco dias de luto.</i>
	<i>"Há dias que marcam a alma": 12/01/2005 e 24/07/2016 (duas histórias de luto parental).</i>
	<i>PCP vai apresentar proposta para alargar faltas justificadas por perda de filho.</i>
Jornal de Notícias	<i>PSD também quer dar 20 dias de luto pela perda de um filho.</i>
Observador	<i>Parlamento deverá aprovar alargamento da licença de luto pela perda de um filho de cinco para 20 dias.</i>
	<i>Alargamento do luto parental de 5 para 20 dias aprovado no Parlamento.</i>
Público	<i>Luto Parental chega ao Parlamento: Petição e PAN forçam debate.</i>
	<i>Luto parental na Europa vai das 26 semanas na Dinamarca a apenas um dia em Malta.</i>
	<i>Petição sobre luto parental já tem maioria no Parlamento.</i>
	<i>Luto parental: "Sem esta adesão impressiva dos cidadãos, a resposta dos partidos seria menos pronta".</i>
	<i>PS quer aumentar faltas justificadas de pais que perdem um filho, de cinco para 20 dias.</i>
	<i>Todos os partidos de acordo no aumento do tempo de luto parental para 20 dias, mas não se entendem sobre quem paga.</i>
	<i>Luto parental de 20 dias será pago pelo patrão, mas não está incluída perda gestacional.</i>
	<i>Marcelo promulgou aumento do luto parental de cinco para 20 dias.</i>

Fonte: Elaboração própria

No caso do Luto Parental, com base na narrativa mediática e na forma como foi abordado na imprensa *online*, apresentamos as seguintes considerações, destacando a perspetiva política subjacente:

- A análise das seções e dos títulos revela que esta causa foi abordada sob uma perspetiva política, com destaque para as iniciativas legislativas e o envolvimento de diferentes partidos na discussão e aprovação das medidas. A frequência de artigos publicados na seção de "Política" e a menção constante a atores políticos, indicam que a cobertura mediática enfatizou o processo político e as dinâmicas de negociação em torno do alargamento do luto parental.
- A cobertura mediática destaca o papel da Associação ACREDITAR que, através da petição pública, mobilizou apoio popular e incentivou os partidos a agirem.

- A escolha de títulos que enfatizam a necessidade de uma resposta mais justa e proporcional ao sofrimento dos pais que perdem um filho, sugere uma abordagem que procura sensibilizar a opinião pública e, conseqüentemente, influenciar os decisores. Este enquadramento evidencia a humanização e o valor simbólico do tema, assim como a apresentação da medida legislativa como uma questão de justiça e reconhecimento dos direitos dos cidadãos.

Em suma, os dados analisados indicam que a cobertura mediática conferiu uma clara dimensão política à causa do alargamento do Luto Parental, evidenciando o seu percurso desde o lançamento da petição pública, à consciencialização social, até ao debate parlamentar e à formalização legislativa.

Quadro 2. Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro) - Títulos das notícias

<b>Jornal</b>	<b>Título</b>
Correio da Manhã	<i>Diploma sobre "Direito ao esquecimento" aprovado na especialidade.</i>
Expresso	<i>Em vigor desde janeiro, lei do esquecimento continua na gaveta.</i>
Jornal de Notícias	<i>AR aprova diploma do PS pelo "direito ao esquecimento".</i>
	<i>"Direito ao esquecimento": votação adiada na especialidade a pedido do PSD.</i>
	<i>Quando ter uma doença trava o acesso a uma casa.</i>
	<i>"Direito ao esquecimento" aprovado na especialidade.</i>
	<i>Promulgado diploma que proíbe discriminação em seguros de vida.</i>
	<i>Diabéticos e sobreviventes de cancro sem acesso a seguros de vida e a créditos.</i>
	<i>PS alerta para falhas na lei do direito ao esquecimento.</i>
	<i>Diabéticos pedem regulamentação do Direito ao Esquecimento.</i>
Observador	<i>Portugueses que vencem doenças castigados nos seguros e créditos.</i>
	<i>Direito ao esquecimento. AR vai aprovar lei que abre porta dos seguros e créditos a quem tem diabetes, VIH e hepatite C controladas.</i>
Público	<i>Sobreviventes de cancro e diabéticos ainda são discriminados no acesso a seguros de vida e créditos, seis meses após lei entrar em vigor.</i>
	<i>Direito ao esquecimento para quem teve cancro chega a Portugal.</i>
	<i>Direito ao esquecimento para quem superou cancro alargado a diabetes, VIH e hepatite C.</i>
	<i>Lei do direito ao esquecimento entrou em vigor, mas não está a ser cumprida.</i>
	<i>Um ano depois, lei do direito ao esquecimento continua por aplicar.</i>

Fonte: Elaboração própria

Relativamente à cobertura mediática da Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro), através da análise efetuada, é possível perceber que esta causa foi, também, abordada com uma clara perspetiva política:

- A análise revela que a maioria das notícias publicadas pelo Público inserem-se na seção de "Política", sublinhando o carácter político do tema. As menções frequentes ao Parlamento, à aprovação de diplomas e à intervenção de partidos indicam que a questão do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021

de 18 de novembro) foi tratada como um processo de mudança legislativa, envolvendo debate e decisão política.

- Muitos dos títulos fazem referência direta ao Parlamento e ao papel dos partidos políticos na aprovação do diploma. Esse foco reflete uma abordagem que visa esclarecer o percurso legislativo do diploma e os desafios enfrentados no processo.
- Diversos artigos enfatizam que a aplicação prática da lei tem sido problemática, destacando a ausência da sua regulamentação e a continuidade da discriminação de cidadãos com doença superada ou mitigada que a lei visa proteger, indicando uma perspectiva crítica que procura responsabilizar as entidades envolvidas.
- A cobertura jornalística também reflete a pressão exercida por organizações da sociedade civil por uma regulamentação adequada. A denúncia de falhas na aplicação da lei mostra como a mobilização social pode impulsionar a discussão política e manter o tema presente no debate público.
- Inicialmente centrada na discriminação de sobreviventes de cancro, a discussão sobre a Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro) foi ampliada para abranger outras condições de saúde, como a diabetes, VIH e hepatite C. Este alargamento do debate foi evidenciado na cobertura mediática.

Em resumo, a cobertura mediática indica que a causa do Direito ao Esquecimento foi tratada como uma questão de política pública, com implicações para os direitos dos cidadãos e para a regulação de práticas discriminatórias de pessoas com doença no setor financeiro.

Quadro 3. Acesso à Nutrição Entérica - títulos das notícias

<b>Jornal</b>	<b>Título</b>
Expresso	<i>Há 114 mil cidadãos alimentados por sonda com dificuldades e sem ajuda do Estado.</i>
Jornal de Notícias	<i>Estado deixa sem ajuda mais de 100 mil doentes alimentados por sonda.</i>
Público	<i>Mais de 100 mil doentes com dificuldade em suportar custos de alimentação por sonda.</i>

Fonte: Elaboração própria

Por último, a análise da cobertura mediática relativa à causa do acesso à Nutrição Entérica permite-nos elaborar algumas considerações quanto à abordagem política do tema:

- Embora o tema envolva claramente uma questão de política pública - comparticipação de produtos para nutrição entérica - a escolha das seções indica que os jornais não priorizaram esse enquadramento. A categorização sugere que a causa foi abordada, principalmente, como uma questão de saúde pública e bem-estar social.
- Os títulos destacam as dificuldades financeiras enfrentadas por mais de 100 mil pessoas que dependem de alimentação por sonda e a ausência de comparticipação pelo Serviço Nacional de Saúde. No entanto, o foco é colocado mais nas implicações para os cidadãos do que em propostas legislativas específicas.

Sucintamente, o enquadramento jornalístico dado à Nutrição Entérica, embora reconheça a responsabilidade do Estado e a necessidade de políticas públicas, foi feito mais como uma questão de saúde pública com implicações sociais, do que como um tema político em debate ativo.

## 5. Discussão

A análise da cobertura mediática, aliada à avaliação da profundidade com que os temas foram abordados, permite identificar de que forma são representadas as causas defendidas por organizações de pessoas com doença nos meios de comunicação, assim como compreender o papel destes na estruturação e aprofundamento de debate público, consoante o grau de saliência, o enquadramento narrativo e a proximidade à agenda política.

Os dados evidenciam diferenças significativas na forma como as causas foram tratadas mediaticamente, refletindo prioridades e sensibilidades distintas.

A prevalência do tema do alargamento do Luto Parental nos meios de comunicação social *online* indica que esta é uma questão que ressoa profundamente na sociedade, sublinhando uma necessidade coletiva de apoio e compreensão em momentos de perda. A intensidade e diversidade da cobertura mediática favoreceram a construção de um debate público que ultrapassou a lógica episódica da notícia e permitiu revelar, não apenas a relevância social e emocional do luto, mas também a importância de promover discussões informadas e abertas sobre o assunto. Em linha com o defendido por McKeever (2012), a *agenda setting*, que postula que os media influenciam o que as pessoas pensam, assim como o enquadramento humano dado ao tema, poderão em parte explicar como a atenção mediática ajudou a empurrar a causa para a agenda política.

A cobertura mediática do alargamento do Luto Parental e da Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro) permitiu acompanhar os percursos legislativos de ambas as causas, destacando a sua evolução ao longo do tempo e o papel central que os meios de comunicação podem desempenhar na mobilização de apoio público e na pressão sobre os decisores políticos.

No entanto, a análise também evidencia limitações. A efetividade da Lei do Direito ao Esquecimento (Lei 75/2021 de 18 de novembro), embora tenha sido criada para melhorar a vida das pessoas que superaram ou mitigaram uma doença, enfrenta obstáculos significativos devido à resistência encontrada junto de entidades bancárias e seguradoras. A cobertura mediática, neste caso, serviu para expor as dificuldades de regulamentação da lei e para manter o tema na agenda pública, funcionando como espaço de *accountability*.

Em contraste, a causa do acesso à Nutrição Entérica recebeu uma cobertura mediática significativamente menor. Esta escassez de visibilidade poderá derivar de vários fatores, incluindo a complexidade técnica envolvida e uma falta de compreensão quanto ao impacto real desta problemática na vida das pessoas que necessitam de nutrição clínica.

Os três estudos de caso revelam níveis distintos de profissionalização e intencionalidade estratégica no recurso à *media advocacy*, destacando-se a ação da ACREDITAR pela articulação consistente entre produção de conhecimento, mobilização e estratégia comunicacional. Estes resultados confirmam que a visibilidade mediática

é condição necessária, ainda que não suficiente, para o desenvolvimento de um debate público informado e politicamente consequente.

Para que as organizações de pessoas com doença consigam melhorar a sua visibilidade mediática e, consequentemente, reforçar a eficácia das suas estratégias de *advocacy*, torna-se essencial adotar práticas alinhadas com as expectativas e dinâmicas atuais do jornalismo.

De acordo com o relatório “Estado dos Media 2025” da empresa CISION, os jornalistas privilegiam propostas de notícias que apresentem ideias relevantes, sustentadas por dados e investigação robusta. A relevância surge, aliás, como um conceito central para a maioria dos profissionais inquiridos neste estudo. A proposta mediática deve ainda oferecer uma narrativa exclusiva e alinhada com o interesse público, sob pena de se diluir no ruído comunicacional que caracteriza o espaço mediático contemporâneo.

Para além do conteúdo, o modo como as organizações comunicam com os órgãos de comunicação social exige um cuidado estratégico. A esmagadora maioria dos jornalistas europeus (98%) prefere o contacto por email, valorizando o envio de comunicados de imprensa claros, transparentes e com uma extensão adequada. Paralelamente, a construção de relações com os jornalistas deve basear-se num trabalho prévio de identificação dos seus interesses, bem como do perfil dos públicos a que se dirigem. Como sublinham Choge *et al.* (2023), importa estabelecer alianças com jornalistas e editores, não apenas enquanto canais de difusão, mas sobretudo como parceiros estratégicos.

Segundo os mesmos autores, a independência assume um papel central na preservação da credibilidade e da sustentabilidade das mensagens de *advocacy*. Por essa razão, Choge *et al.* (2023) defendem a liberdade editorial e a valorização do *earned media* (a cobertura noticiosa conquistada), assente em conteúdos de interesse público, em detrimento das abordagens pagas, como estratégia de longo prazo.

Adicionalmente, o envio de comunicações genéricas ou descontextualizadas revela-se contraproducente e pode comprometer oportunidades futuras de colaboração. Acresce que o respeito pelos prazos editoriais e a capacidade de resposta célere aos pedidos da comunicação social são aspetos que podem fazer a diferença entre assegurar ou perder espaço mediático (CISION, 2025).

Estas recomendações, contudo, não devem ser encaradas como soluções universais. Cabe às organizações fazer uma leitura crítica das suas próprias prioridades, dos recursos de que dispõem e dos contextos em que intervêm, evitando uma adaptação acrítica a lógicas mediáticas que, em última instância, poderão não servir os seus objetivos de *advocacy*.

Os resultados sugerem que os meios de comunicação social podem ser instrumentos poderosos para a promoção da justiça social e para o reforço da advocacia em saúde. Por um lado, confirmam a necessidade de narrativas humanas, sustentadas pela voz de quem vive a experiência, para criar empatia pública; por outro, evidenciam que o trabalho jornalístico tende a priorizar agendas já politicamente ativas e socialmente legitimadas. A forma como um tema se torna visível e relevante, combinada com o nível de apoio público que uma organização consegue mobilizar, é fundamental para explicar a visibilidade que alcança nos meios de comunicação social (Willems, 2022).

Por fim, a análise da cobertura mediática fornece uma perspetiva abrangente sobre o papel dos meios de comunicação social na amplificação ou no silenciamento de determinadas questões promovidas por organizações de pessoas com doença, conferindo maior poder simbólico a determinadas causas e contribuindo, assim, para uma melhor compreensão destas por parte da opinião pública. Neste sentido, para que as organizações de pessoas com doença possam maximizar o impacto das suas ações de *advocacy*, importa que reconheçam o valor estratégico de mobilizar as vantagens comparativas dos órgãos de comunicação social, quer em termos de alcance, quer da eficácia e da clareza da mensagem junto do público em geral e dos decisores políticos.

## **6. Conclusão**

Este trabalho evidencia que a eficácia das causas de saúde na sua projeção pública e política depende, em larga medida, da forma como são tornadas visíveis, hierarquizadas e enquadradas pelos meios de comunicação social. Ao analisar empiricamente o contexto português, procura-se contribuir para colmatar uma lacuna nos estudos de comunicação em saúde, demonstrando que o uso estratégico da comunicação e dos media não é um elemento acessório, mas antes uma condição estruturante para a advocacia em saúde e para a capacidade de as organizações influenciarem agendas.

Ao centrar-se na imprensa *online* portuguesa e nas organizações de pessoas com doença, enquanto fontes e protagonistas do discurso público, este trabalho contribui para ampliar o olhar sobre a comunicação em saúde, para além de uma lógica informativa ou dirigida à mudança comportamental individual. Nesse sentido, sublinha-se o papel da comunicação para a cidadania, para o reconhecimento de direitos e para a legitimação social.

### **Agradecimentos / Financiamento**

Os autores não receberam nenhum apoio financeiro para esta investigação.

### **Conflito de interesses**

Os autores declaram não ter qualquer conflito de interesses.

### **Declaração ética**

O estudo foi conduzido de acordo com os padrões éticos do ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa e aprovado pela Comissão de Ética da Escola de Sociologia e Políticas Públicas – PF 14/2024.

### **Declaração de uso de IA**

Nenhuma ferramenta de inteligência artificial generativa foi utilizada na preparação deste manuscrito.

### **Disponibilidade dos dados**

Os dados que sustentam as conclusões deste estudo estão disponíveis mediante solicitação.

**Contribuição dos autores**

	Maria João Serqueira	Rita Espanha
Conceptualização	X	
Investigação	X	
Metodologia	X	
Supervisão		X
Validação		X
Redação do rascunho original	X	
Redação – revisão e edição	X	X

**Referências**

- ACREDITAR-Associação de Pais e Amigos de Crianças com Cancro (2021). *Relatório de Atividades 2021 – Juntos somos mais fortes*. <https://acreditar.org.pt/wp-content/uploads/2022/11/Relatorio-Actividades-Acreditar-2021.pdf>
- Althaus, S. L.; Tewksbury, D. (2014). Agenda Setting and the “New” News: Patterns of Issue Importance Among Readers of the Paper and Online Versions of the New Your Times. *Communication Research*, 29(2) (pp. 180-207). <https://doi.org/10.1177/0093650202029002004>
- Andrews, K. T.; Caren, N. (2010). Making the News: Movement Organizations, Media Attention, and the Public Agenda. *American Sociological Review*, 75(6). Sage (pp. 841-866). <https://doi.org/10.1177/0003122410386689>
- Atkin, C. K.; Rice, R. E. (2013). Advances in Public Communication Campaigns. *The International Encyclopedia of Media Studies, Vol. 5: Media effects/Media psychology*. Wiley-Blackwell (pp. 526-551). <https://doi.org/10.1002/9781444361506.wbiems129>
- Banks, N.; Hulme, D.; Edwards, M. (2015). NGOs, States, and Donors Revisited: Still Too Close for Comfort? *World Development*, 66. Elsevier. (pp. 707-718). <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.09.028>
- Barker-Plummer, B. (2002). Producing Public Voice: Resource Mobilization and Media Access in the National Organization for Women. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(1) (pp. 188-205). <https://doi.org/10.1177/107769900207900113>
- Brown, P.; Zavestoski, S.; McCormick, S.; Mayer, B.; Morello-Frosch, R.; Altman, R. G. (2004). Embodied health movements: new approaches to social movements in health. *Sociology of Health & Illness*, 26(1). Blackwell Publishing (pp. 50-80). <https://doi.org/10.1111/j.1467-9566.2004.00378.x>
- Castells, M. (2008). The new public sphere: global civil society, communication networks, and global governance. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1). (pp. 78-93). <https://doi.org/10.1177/0002716207311877>
- CISION (2025). *Relatório Global 2025: Estado dos Media* (guia prático). <https://www.cision.pt/recursos/whitepapers/estudo-global-2025-estado-dos-media>
- Chapman, S. (2001). Advocacy in public health: roles and challenges. *International Journal of Epidemiology*, 30(6). (pp. 1226-1232). <https://doi.org/10.1093/ije/30.6.1226>
- Chapman, S. (2004). Advocacy for public health: a primer. *J. Epidemiol. Community Health*, 68. (pp. 361-365). <https://doi.org/10.1136/jech.2003.018051>

- Choge, I.; Mwalimu, R.; Mulyanga, S.; Njiri, S.; Kwachi, B.; Ontiri, S. (2023). Media advocacy in catalyzing actions by decision-makers: case study of the advance family planning initiative in Kenya. *Frontiers in Global Women's Health*. <https://doi.org/10.3389/fgwh.2023.1168297>
- De Bruycker, I. (2019). Blessing or Curse for Advocacy? How News Media Attention Helps Advocacy Groups to Achieve Their Policy Goals. *Political Communication*, 36. Routledge – Taylor & Francis Group. (pp. 103-126). <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1493007>
- Dorfman, L.; Krasnow, I. D. (2014). Public Health and Media Advocacy. *Annual Reviews Public Health*, 35. (pp. 293-306). <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-032013-182503>
- Espanha, R. (2020). A Literacia em Saúde e a Comunicação de Risco em Saúde Pública. *Comunicação Pública*, 15(29). Lisboa: Escola Superior de Comunicação Social. (pp. 1-13). <https://doi.org/10.4000/cp.11303>
- Filipe, A. M.; Roriz, M.; Costa, D. N.; Matias, M.; Nunes, J. A. (2014). Coletivos sociais na saúde: o ativismo em torno das doenças raras e do parto em Portugal. *Saúde, Participação e Cidadania: Experiências do Sul da Europa*. Edições Almedina. (pp. 175-193).
- Gardner, A.; Geierstanger, S.; Brindis, C.; McConnel, C. (2010). Clinic Consortia Media Advocacy Capacity: Partnering with the Media and Increasing Policymaker Awareness. *Journal of Health Communication*, 15. Routledge – Taylor & Francis Group. (pp. 293-306). <https://doi.org/10.1080/10810731003686606>
- Gen, S.; Wright, A. M. (2020). *Nonprofits in Policy Advocacy. Their Strategies and Stories*. Palgrave macmillan. <https://doi.org/10.1515/npf-2021-0015>
- Halvorsen, K. et al (2020). Empowerment in healthcare: A thematic synthesis and critical discussion of concept analyses of empowerment. *Patient Education and Counseling*, 103. Elsevier. (pp. 1263-1271). <https://doi.org/10.1016/j.pec.2020.02.017>
- Kim, Y. M.; McCluskey, M. (2015). The DC factor? Advocacy groups in the news. *Journalism*, 16(6). Sage. (pp. 791-811). <https://doi.org/10.1177/1464884914541068>
- Lei n.º 75/2021, de 18 de novembro (2021). *Diário da República*, 1.ª série, n.º 224. <https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/lei/2021-174595429>
- Lewis, B.; Lewis, J. (2015). *The Palgrave Macmillan Health Communication – A Media and Cultural Studies Approach*. Palgrave Macmillan.
- McKeever, B. W. (2012) News Framing of Autism: Understanding Media Advocacy and the Combating Autism Act. *Science Communication*, 35. Sage. (pp. 213-240). <https://doi.org/10.1177/1075547012450951>
- McQuail, D.; Deuze, M. (2020). *McQuail's Media & Mass Communication Theory*. Sage.
- Nunes, J. A.; Filipe, A. M.; Matias, M. (2010). Os novos actores colectivos no campo da saúde: o papel das famílias nas associações de doentes. *Alicerces*. Edições Colibri / Instituto Politécnico de Lisboa. (pp. 119-128).
- Rabeharisoa, V.; Moreira, T.; Akrich, M. (2013). *Evidence-based activism: Patients' organisations, users' and activist's groups in knowledge society*. Centre de Sociologie de L'Innovation Mines Paris Tech.
- Reid, E. J. (2000). Understanding the Word Advocacy: Context and Use. *Structuring the Inquiry into Advocacy*, 1. The Urban Institute. (pp. 1-7).
- Servaes, J. & Malikhao, P. (2010). Advocacy Strategies for Health Communication. *Public Relations Review*, 36. Elsevier. (pp. 42-49). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.08.017>
- Sienkiewicz, D. & Lingem, C. (2017). *The Added Value of Patient Organizations*. European Patients Forum.
- Silva, P. A. (2009). *A Saúde nos Mass Media: Representações da Saúde, do Sistema de Saúde e das Políticas Públicas de Saúde na Imprensa Escrita Portuguesa (Análise Longitudinal de 1990 a 2004)*. (Tese de Doutoramento. Departamento de Sociologia, ISCTE-IUL – Instituto Universitário de Lisboa). [https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/2831/1/phd\\_pedro\\_alcantara\\_silva.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/2831/1/phd_pedro_alcantara_silva.pdf)

- Townsend, B.; Tenni, B. F.; Goldman, S.; Gleeson, D. (2023). Public health advocacy strategies to influence policy agendas: lessons from a narrative review of success in trade policy. *Globalization and Health*. [https://doi: 10.1186/s12992-023-00960-7](https://doi.org/10.1186/s12992-023-00960-7)
- Wallack, L.; Dorfman, L. (1996). Media Advocacy: A Strategy for Advancing Policy and Promoting Health. *Health Education Quarterly*, 23(3). Sage Publications. (pp. 293-317). <https://doi.org/10.1177/109019819602300303>
- World Health Organization (1986). *The Ottawa charter for health promotion*.
- World Health Organization (1998). *Health promotion glossary*. <https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/402acba9-d79c-4dad-89ae-5085cb528400/content>
- World Health Organization (2021). *Nothing for Us Without Us: Opportunities for meaningful engagement of people living with NCDs: Meeting report*.
- Willems, E. (2022). No Escape From the Media Gates? How Public Support and Issue Salience Shape Interest Groups' Media Prominence. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Sage. (pp. 1-26). <https://doi.org/10.1177/10776990221124942>
- Yamin, A. E. (2009). Suffering and powerlessness: the significance of promoting participation in rights-based approaches to health. *Health and Human Rights*, 11. (pp. 5-22).

## Patrocínio para instituições de pessoas com deficiência: apontamentos para as Relações Públicas a partir de um estudo de caso

### Sponsorship for institutions of people with disabilities: possibilities for Public Relations based on a case study

 **Mariana Gonçalves da Silva**

Gelima - Language and Accessible  
Media Research Group  
São Paulo State University  
São Paulo, Brazil

  **Guilherme Ferreira de Oliveira**

Gelima - Language and Accessible  
Media Research Group  
São Paulo State University  
São Paulo, Brazil

 **Suely Maciel**

Gelima - Language and  
Accessible Media Research Group  
São Paulo State University  
São Paulo, Brazil

#### Resumo

Este artigo objetiva desvelar o papel das Relações Públicas na promoção de ações de patrocínio para instituições que atendem pessoas com deficiência, considerando essa profissão como um agente social e transformador. A questão central é: como as Relações Públicas podem contribuir para a inclusão de pessoas com deficiência na sociedade por meio de patrocínios? Para abordar essa temática, foi realizada uma pesquisa qualitativa com revisão bibliográfica e um estudo de caso de uma organização privada que patrocina instituições sociais. Os resultados mostram que, apesar do reconhecimento da importância da inclusão, as organizações enfrentam desafios como o capacitismo e a falta de compromisso com a responsabilidade social em suas ações de patrocínio. A pesquisa sugere que, em processos de patrocínio para instituições de pessoas com deficiência, as organizações devem adotar uma comunicação inclusiva e transparente, além de estabelecer parcerias sustentáveis que atendam às necessidades específicas das comunidades. Isso é essencial para garantir um impacto social significativo e fortalecer a responsabilidade social das empresas.

Palavras-chave: relações públicas; patrocínio; inclusão; pessoas com deficiência; responsabilidade social

#### Abstract

This study discusses the role of Public Relations in promoting sponsorship initiatives for institutions that serve people with disabilities, considering the profession as a social and transformative agent. The central question is: how can Public Relations contribute to the inclusion of people with disabilities through sponsorships? To explore this issue, a qualitative study was conducted, including a literature review and a case study of a private organization that sponsors social institutions. The findings reveal that, despite the recognition of the importance of inclusion, organizations face challenges such as ableism and a lack of commitment to social responsibility in their sponsorship practices. The research suggests that, in sponsorship processes involving institutions for people with disabilities, organizations should adopt inclusive and transparent communication, as well as establish sustainable partnerships that address the specific needs of these communities. This is essential to ensure meaningful social impact and to strengthen corporate social responsibility.

Keywords: public relations; sponsorship; inclusion; people with disability; social responsibility

## 1. Introdução

As organizações desempenham um papel crucial na sociedade, atuando como agentes de mudança e promovendo o desenvolvimento em diversas áreas. Seja por meio de programas de responsabilidade social, seja por iniciativas filantrópicas ou parcerias estratégicas, elas têm o potencial de impactar positivamente comunidades e contribuir para a construção de um ambiente mais inclusivo e equitativo para todas as pessoas, entre elas o grupo das pessoas com deficiência.

No contexto brasileiro, a temática da inclusão de pessoas com deficiência mostra-se relevante, uma vez que concerne a um significativo grupo de cidadãos brasileiros. A Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios (PNAD), de 2022, aponta que 18,9 milhões de brasileiros acima de dois anos têm deficiência, o que corresponde a 8,9% da população do país (IBGE, 2023). Além disso, o movimento das pessoas com deficiência tem se articulado de forma significativa, visando promover a conscientização, defender direitos e influenciar políticas públicas que garantam a igualdade de oportunidades e a inclusão plena desses sujeitos na sociedade (Maior, 2017). O Brasil apresenta um arcabouço normativo próprio, especialmente no que diz respeito às leis de incentivo fiscal e às políticas públicas voltadas à pessoa com deficiência, o que influencia diretamente a forma como as organizações estruturam e comunicam suas ações de patrocínio.

Ao tratar dos processos comunicacionais das organizações, evoca-se a área e o profissional de Relações Públicas, uma vez que estes são compreendidos como mediadores das relações entre organizações e seus públicos, a partir de processos e estratégias comunicacionais (Ferrari, 2009). Os relações-públicas também são vistos como os profissionais que podem atuar pela garantia da cidadania nas organizações (Peruzzo, 2021), a partir da influência nas decisões organizacionais a partir da escuta das demandas da sociedade (Peruzzo, 2021).

Dessa forma, este artigo objetiva desvelar o papel das Relações Públicas na promoção de ações de patrocínio para instituições que atendem pessoas com deficiência, sob a compreensão de que se trata de uma profissão que atua, no ambiente organizacional, como agente social e transformador, trazendo demandas da sociedade para dentro das organizações. A questão central que guia este trabalho é: como as Relações Públicas podem contribuir para a inclusão de pessoas com deficiência na sociedade por meio de patrocínios?

Para compreender essa associação entre Relações Públicas e patrocínio para instituições de pessoas com deficiência, realiza-se uma pesquisa bibliográfica narrativa (Siddaway, Wood & Hedges, 2019) e um estudo de caso (Yin, 2001). Deste modo, o estudo está situado no contexto brasileiro, considerando as especificidades no país no que se refere às ações de responsabilidade social e de patrocínio. Assim, ao adotar um estudo de caso desenvolvido no cenário brasileiro, os resultados da pesquisa podem auxiliar na compreensão de como as Relações Públicas podem atuar como mediadoras entre organizações e instituições de pessoas com deficiência em um contexto marcado por desigualdades sociais, desafios estruturais e demandas históricas por inclusão.

Este artigo apresenta, primeiramente, as balizas teórico-conceituais do estudo, seguidas do percurso metodológico e dos resultados descritivos e finais da pesquisa.

## 2. Marco teórico

### 2.1 O papel das Relações Públicas para a responsabilidade social

Ao longo dos anos, houve uma transformação significativa na abordagem das Relações Públicas no Brasil, que passou de um foco exclusivo nas necessidades empresariais para uma visão ampla e de interesses sociais dos públicos (Kunsch & Kunsch, 2007). Hoje, as Relações Públicas desempenham um papel estratégico na construção e manutenção de relacionamentos sólidos, garantindo o alinhamento da comunicação organizacional com os objetivos estratégicos das organizações (Kunsch, 2009).

No âmbito das discussões sobre responsabilidade social e atuação ética das organizações, destaca-se a contribuição de Cicilia Peruzzo (2017), cuja abordagem sobre as “melhores práticas para presença ética responsável” no Terceiro Setor constitui o principal referencial teórico que orienta as análises deste estudo. A autora propõe uma compreensão das Relações Públicas que ultrapassa a lógica instrumental e mercadológica da comunicação, defendendo uma atuação ancorada no interesse público, na ética e na participação social.

Pelo lado das Relações Públicas dos/nos movimentos sociais e das OSCIPs (Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público), por já atuarem em prol de causas sociais (muitas vezes em detrimento de interesses privados), precisam considerar: “as expectativas de seus públicos, seus modos de interação, os critérios de atribuição de visibilidade de diferentes mídias, bem como a movimentação de seus oponentes que estão, a todo momento, disputando a política a partir de suas perspectivas por meio da comunicação” (Volpato, Paiva & Luvizotto, 2025, p. 141).

Enquanto as Relações Públicas de organizações corporativas, embora atuem sob lógicas empresariais, também desempenham um papel crucial na construção de uma cultura organizacional que prioriza a ética e a responsabilidade social (Borger, 2007). Borger (2007) argumenta que a comunicação deve ser orientada para o interesse público, buscando não apenas o lucro, mas também o desenvolvimento sustentável e a melhoria das condições de vida das comunidades.

Desde o começo do século XXI, as Relações Públicas estão presentes na promoção da responsabilidade social corporativa, respondendo às crescentes demandas da sociedade por comportamento ético e socialmente responsável por parte das organizações (Peruzzo, 2017). De acordo com Volpato e Figueiredo (2011), os estudos de Comunicação (nos quais se inserem também os do campo das Relações Públicas) estão, cada vez mais, tendo a preocupação de entender os seres humanos e as relações que eles estabelecem entre si, ampliando essa busca para a relação corporação e cidadania, especialmente quando relacionada aos movimentos sociais e à responsabilidade social. Nesse sentido, tornam-se objeto de estudo as iniciativas das organizações que extrapolam o universo estritamente organizacional e se relacionam com os atores sociais, de maneira mais ampla. Esse compromisso vai além de ações voluntárias e filantrópicas, sendo integrado à própria gestão empresarial (Borger, 2007). A responsabilidade social corporativa envolve questões como preservação ambiental, equidade social e segurança no emprego, exigindo que as empresas atuem de forma consciente e transparente em suas operações (Borger, 2007).

Segundo Peruzzo (2017), a atuação responsável das organizações junto às comunidades deve se fundamentar em três premissas centrais: a presença com responsabilização, o respeito às especificidades locais e a promoção da participação popular ativa. A presença com responsabilização implica que as organizações assumam não apenas a execução de ações sociais, mas também a responsabilidade pelos impactos e consequências dessas ações, adotando práticas transparentes e comprometidas com o desenvolvimento social.

O respeito às especificidades locais refere-se à necessidade de reconhecer as particularidades culturais, sociais e históricas das comunidades com as quais as organizações se relacionam. Para Peruzzo (2017), ações padronizadas e descontextualizadas tendem a reproduzir desigualdades e a esvaziar o potencial transformador das iniciativas de responsabilidade social.

Já a participação popular ativa diz respeito à criação de condições para que os sujeitos e grupos sociais envolvidos sejam protagonistas nos processos decisórios que impactam suas vidas.

Neste cenário, as Relações Públicas têm evoluído para além das fronteiras tradicionais da comunicação empresarial, abraçando uma visão mais abrangente que inclui não apenas clientes e acionistas, mas também a comunidade como um todo (Kunsch, 2022). Ao se integrar aos movimentos sociais e às demandas da sociedade civil, as Relações Públicas desempenham um papel fundamental na construção de uma reputação sólida e na promoção da responsabilidade social corporativa, em todas as esferas da vida organizacional.

A responsabilidade social tem se tornado um tema central nas discussões sobre o papel das organizações na sociedade contemporânea (Peruzzo, 2017). No entanto, é fundamental problematizar o discurso mercadológico que, muitas vezes, envolve essa temática. Muitas organizações adotam uma abordagem superficial, utilizando a responsabilidade social como uma estratégia de marketing para melhorar sua imagem, sem um comprometimento real com as comunidades e o desenvolvimento social.

Cicilia Peruzzo, em seu trabalho sobre as boas práticas de Relações Públicas (Peruzzo, 2017), destaca a importância de uma abordagem ética e responsável no Terceiro Setor. As "melhores práticas para presença ética responsável" que ela propõe incluem a necessidade de um envolvimento genuíno com as comunidades, que vai além de ações pontuais e se traduz em um compromisso contínuo com o bem-estar social. Peruzzo (2017) enfatiza que as Relações Públicas devem ser utilizadas como uma estratégia para construir diálogos significativos e transparentes entre as organizações e as comunidades, promovendo a participação ativa dos cidadãos nas decisões que afetam suas vidas.

Por fim, a responsabilidade social deve ser entendida como um compromisso ético das organizações, que se reflete em suas práticas de comunicação e relacionamento com os públicos. Dessa forma, a pesquisa ora apresentada utiliza as melhores práticas para presença ética responsável no Terceiro Setor, tomando as discussões de Cicilia Peruzzo (2017) como base para as análises realizadas. Essas práticas incluem a promoção de um diálogo aberto e transparente com as comunidades, o respeito às especificidades culturais locais e a garantia de uma participação popular ativa nos processos de tomada de decisão.

## 2.2 Responsabilidade social, patrocínio e mecenato

As funções do patrocínio podem ser divididas em dois tipos, de acordo com Becker (1997), a reativa e a ativa. O patrocínio reativo visa agregar à marca a imagem do que está sendo patrocinado, com fins de construção de valor e promoção de vendas, a partir de investimentos com finalidades promocionais e institucionais. Já o patrocínio ativo também possui como objetivo relacionar o patrocinado com a marca, mas diversifica seus instrumentos de comunicação e busca diferenciação. Além disso, investe-se tendo em mente o equilíbrio entre o custo e o benefício da ação e, como meta, que haja transferência de valores da ação para a marca.

As empresas patrocinam por uma variedade de motivos, todos eles alinhados aos objetivos estratégicos e de marketing das organizações. Em primeiro lugar, cabe citar que as empresas já deixaram de pensar apenas no grupo a que se destina sua venda, pois estão percebendo a necessidade de se aproximar cada vez mais da comunidade e assumir uma responsabilidade social com ela (Instituto Cultural Cidade Viva, 2003, p. 15).

Dessa forma, o patrocínio permite que as empresas associem-se a instituições, ações e eventos, de forma a efetivar uma troca de benefícios, como citado anteriormente. Em geral, as organizações buscam construir imagem e reputação positivas (Becker, 1997). Ao associar sua marca a valores e iniciativas sociais ou culturais, as empresas podem melhorar a percepção pública sobre elas e construir uma conexão emocional não apenas com os seus consumidores, mas com aqueles que ainda podem chegar a conhecê-las: Uma empresa que esteja num estágio mais avançado descobre que seu marketing deve estar voltado para toda a sociedade, pois percebe que o seu consumidor não é apenas aquele que compra seus produtos, mas também aquele que os conhece e fala bem deles. Incorpora, nesse estágio, seu papel no desenvolvimento da sociedade: o da responsabilidade social. Nesse ponto se abre também para a área cultural, através de projetos que agregam valor positivo a sua marca (Instituto Cultural Cidade Viva, 2003, p.16)

Outro benefício do patrocínio é o engajamento da comunidade. Ao patrocinar eventos locais ou apoiar causas comunitárias, as empresas demonstram um compromisso com o bem-estar da comunidade onde operam, o que pode gerar lealdade dos consumidores locais e melhorar a imagem da organização perante estes (Becker, 1997).

Por fim, muitas empresas veem o patrocínio como parte de seus compromissos de responsabilidade social corporativa. Em suma, o patrocínio é uma estratégia para empresas que buscam aumentar a visibilidade de sua marca, construir associações positivas e se envolver com as comunidades de forma significativa.

## 2.3 Inclusão de pessoas com deficiência

A inclusão de pessoas com deficiência na sociedade é um direito garantido legalmente. A Lei Brasileira de Inclusão (Lei no 13.146, 2015), por exemplo, estabelece que todos os indivíduos, independentemente de limitações (próprias ou sociais), têm direito de acesso igualitário a oportunidades, serviços e participação plena na vida comunitária. Ainda assim, as pessoas com deficiência são diariamente instadas a enfrentar os estigmas que prevalecem no meio social. Por isso, as reivindicações por inclusão são uma constante e demandam mudanças de comportamento e iniciativas de todas as esferas da sociedade, incluindo a organizacional.

Refletir sobre essa questão deixou de ser algo feito por complacência e passou a se tornar obrigatório na contemporaneidade, uma vez que as demandas sociais por diversidade e inclusão social passaram a suscitar

grandes discussões políticas. Dessa forma, diferentes áreas e atores organizacionais devem se mobilizar para promover a inclusão, inclusive a comunicação e as Relações Públicas (Oliveira, Escarabello Junior & Maciel, 2023).

Segundo Oliveira, Escarabello Junior e Maciel (2023, p. 26), “um dos caminhos para reverter o cenário de exclusão nas organizações está na consideração do papel da comunicação”. Ao eliminar barreiras e promover uma cultura de respeito e aceitação da diversidade nas das organizações e por meio da comunicação, é possível criar uma sociedade mais inclusiva e justa para todos.

No entanto, a jornada rumo à inclusão enfrenta diversos desafios, desde barreiras físicas e arquitetônicas até preconceitos e estigmas sociais. Muitas vezes, as pessoas com deficiência, minorias étnicas, LGBTQIAP+ e outros grupos marginalizados enfrentam discriminação e exclusão em suas interações diárias (Gesser, Block & Mello, 2020).

A busca pela superação da exclusão na sociedade demanda a compreensão do conceito de capacitismo. De acordo com Gesser, Block e Mello (2020, p. 18), capacitismo é a palavra usada para designar a discriminação de pessoas por motivo de deficiência que, quando entendidas através de outras discriminações, como o sexismo e o racismo, “produz como efeito a ampliação dos processos de exclusão social”.

Ao abordar a questão do capacitismo e suas ramificações na sociedade, é fundamental reconhecer que a promoção da inclusão desempenha um papel central na mitigação das diferentes formas de discriminação. O capacitismo, como descrito por Gesser, Block e Mello (2020), evidencia as barreiras enfrentadas por pessoas com deficiência e como essas barreiras são exacerbadas quando combinadas com outras formas de preconceito.

De forma sucinta, os autores descrevem o capacitismo como algo estrutural e estruturante, que “condiciona, atravessa e constitui sujeitos, organizações e instituições”, fazendo com que seja reproduzido um formato de relacionamento baseado “em um ideal de sujeito que é performativamente produzido pela reiteração compulsória de capacidades normativas” (Gesser, Block & Mello, 2020, p. 18), ou seja, os sujeitos discriminados são encaixados em uma ideia previamente criada, no modelo normativo, de modo com que os discursos criados e reverberados pela sociedade e pelas organizações reproduzam esses preconceitos, mesmo quando produzem discursos voltados para a inclusão.

De acordo com Garcia (2014), atualmente o paradigma da inclusão vem paulatinamente substituindo a ideia de integração, e é responsabilidade da sociedade e do Estado, incluindo as organizações, garantir as condições para que a inclusão seja possível, a começar pelo reconhecimento da história de exclusão enfrentada pela pessoa com deficiência. É necessária, portanto, a conscientização da sociedade quanto à eliminação dos preconceitos e o reconhecimento dos direitos de igualdade e equidade da pessoa com deficiência para a promoção da inclusão. E quem poderia atuar nessa direção? As Relações Públicas.

Em uma análise realizada sob um recorte da produção bibliográfica brasileira sobre o tema, Bueno, Oliveira e Maciel (2023, p. 71) encontram que “uma linha geral que perpassa os trabalhos [desse tema] é o estudo e a análise dos cenários, organizações e práticas sociais a partir da consideração das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional como práticas que podem promover a inclusão de pessoas com deficiência”.

Em empreitada similar, Oliveira et al. (2023, p. 106) elencam que uma das principais abordagens para o tema no campo brasileiro da comunicação centra-se no “papel dos profissionais de comunicação, em específico de relações-públicas na construção de ambientes inclusivos” e na mudança cultural para a desconstrução de estigmas (Oliveira, 2024; Pereira, 2024).

As articulações profissionais e estratégias comunicacionais das Relações Públicas podem ser apropriadas por movimentos sociais e instituições de pessoas com deficiência para a mobilização de seus interesses e na luta pela inclusão (Salvatori, 2021; Oliveira et al., 2023).

As instituições voltadas para a pessoa com deficiência desempenham um papel importante na implementação de práticas que não apenas atendem às necessidades imediatas do grupo, mas também promovem uma mudança cultural significativa.

#### 2.4 Instituições de pessoas com deficiência, Relações Públicas e patrocínio

As instituições de pessoas com deficiência desenvolvem iniciativas de diferentes naturezas e podem se constituir em entidades governamentais, organizações não governamentais (ONGs), associações de defesa de direitos, escolas especializadas e centros de reabilitação, entre outros tipos de organização. Tais instâncias criam um ambiente que favorece a participação plena e efetiva das pessoas com deficiência na sociedade, retirando estas das condições de invisibilidade em que ainda se encontram (Bezerra, 2014). As instituições são responsáveis por desenvolver e implementar programas que atendem às necessidades específicas de diferentes grupos dentro da população com deficiência, considerando as diversas condições que afetam suas vidas.

Assim, as instituições têm um papel fundamental na superação desses desafios, pois possuem um conhecimento aprofundado sobre as barreiras sociais e atitudinais que essas pessoas enfrentam, permitindo o desenvolvimento de abordagens personalizadas e eficazes. Essa personalização é crucial, pois tem em seu cerne o reconhecimento de que “a deficiência não é uma experiência homogênea; cada corpo possui vivências, habilidades e necessidades únicas” (Arias-Badia, Bestard-Bou & Hermosa-Ramírez, 2022, p. 66).

Entende-se que essas instituições entendem como direcionar corretamente recursos para não apenas atenderem às necessidades imediatas, mas também trabalharem para transformar a percepção social sobre a deficiência.

O patrocínio a instituições de pessoas com deficiência pode ser visto como uma forma de estabelecer parcerias, em que empresas podem colaborar com organizações não governamentais e instituições sociais para desenvolver iniciativas que promovam a inclusão e o suporte. Essa colaboração não apenas facilita as ações feitas pelas instituições para as pessoas com deficiência, mas também permite que as empresas ampliem seu impacto social.

No contexto das instituições que atendem pessoas com deficiência, assim como já descrito, as Relações Públicas emergem como uma ferramenta fundamental para garantir visibilidade e sustentabilidade. Essas instituições frequentemente enfrentam desafios significativos, tanto financeiros quanto de reconhecimento social, tornando o patrocínio uma estratégia vital para assegurar sua continuidade e eficácia. O patrocínio, que envolve o apoio financeiro a projetos dessas instituições, não apenas fornece os recursos necessários, mas também ajuda a construir uma imagem positiva e de credibilidade junto à sociedade, quando realizado de forma ética. Como

mencionado por Peruzzo (2017, p. 28), "as práticas de boas condutas na atualidade, particularmente na relação das organizações com as comunidades, requerem ancoragem nos princípios da ética" .

Um dos principais objetivos das Relações Públicas, como parte da organização, é estabelecer e fortalecer a comunicação entre a organização e a instituição, além de realizar mudanças reais na realidade de quem é atendido pela instituição. Esse deve ser o compromisso de uma organização socialmente responsável: Programas que se inserem nesta última perspectiva, do nosso ponto de vista, são os que mais contribuem para mudanças efetivas e duradouras tendo como estratégia o interesse público, ao mesmo tempo em que asseguram os interesses imediatos e futuros da organização. (Peruzzo, 2017, p. 23).

Passa-se a considerar que o profissional de Relações Públicas, mesmo que atuante na cena organizacional, atente-se para os seus papéis como cidadãos, suas corresponsabilidades morais e cívicas (Peruzzo, 2021) enquanto projetistas de ações, programas e gestores de comunicação com valores sociais.

As empresas, ao se associarem a causas sociais como a das pessoas com deficiência e suas instituições, não apenas cumprem sua responsabilidade social, mas também melhoram sua imagem institucional e fortalecem sua conexão com a comunidade. Essa relação simbiótica é essencial para a manutenção das instituições voltadas para a pessoa com deficiência, pois garante um fluxo contínuo de recursos e apoio. Como destacado por Peruzzo (2017), as Relações Públicas "não pairam acima das práticas empresariais, mesmo que às vezes assim queiram fazer crer", enfatizando a necessidade de um compromisso mútuo entre as partes envolvidas, mas com enfoque nas prioridades da instituição.

De acordo com Holtzhausen (2014), a integração de outras visões de mundo, como a da sociedade civil, das minorias políticas e dos movimentos sociais, é necessária para que os relações-públicas designem a área, nas organizações, como pró-democracia – ou seja, atividades de Relações Públicas voltadas para o cumprimento da responsabilidade social das organizações, podem (e devem) considerar as necessidades dos movimentos sociais e das instituições de pessoas com deficiência, uma vez que este é um público que deve ser considerado pela área (Oliveira et al., 2023).

### **3. Metodologia**

Este trabalho adota uma abordagem qualitativa e possui caráter descritivo. Inicialmente, realizou-se uma pesquisa bibliográfica narrativa (Siddaway, Wood & Hedges, 2019) sobre as temáticas atinentes à pesquisa, como o papel das Relações Públicas, a responsabilidade social das organizações, as relações e estratégias de patrocínio, inclusão social da pessoa com deficiência e o papel social das instituições de pessoas com deficiência. A pesquisa bibliográfica caracteriza-se como uma etapa de pesquisa essencial nas Ciências Sociais Aplicadas, em específico no campo da Comunicação (Martino, 2018).

Além desse levantamento, realizou-se também um estudo de caso descritivo (Yin, 2001) sobre as ações de patrocínio efetivadas por uma organização privada e direcionadas a instituições sociais de pessoas com deficiência. O estudo inclui análise da legislação e de documentos que formalizam os patrocínios, além de

conversas informais com a equipe de Marketing da organização e uma entrevista semiestruturada com a pessoa responsável pelo gerenciamento de todos os patrocínios da marca e também das mídias sociais da empresa. Os contatos ocorreram por meio de correio eletrônico e entrevista remota via Microsoft Teams, em abril de 2024.

Com base na identificação das principais intenções e estratégias adotadas pela organização nesses patrocínios, buscou-se analisar a promoção das ações de patrocínio, os propósitos por trás delas, a dinâmica de relacionamento entre a organização e as instituições de pessoas com deficiência e como as ações são comunicadas ao público.

Na análise dos documentos, das conversas e da entrevista, utilizaram-se a metodologia da Análise de Conteúdo (Bardin, 2016) e os aportes trazidos pela obra *Melhores práticas para presença ética responsável no terceiro setor*, de Círcia Peruzzo (2017). O foco principal esteve na compreensão sobre as contrapartidas negociadas e sua forma de implementação, a execução dos projetos e a conformidade com os objetivos e requisitos legais, tudo com base, majoritariamente, nos documentos cedidos pela organização. O estudo de caso foi finalizado em agosto de 2024.

A organização escolhida é uma multinacional de porte médio, com 95 anos de história e cerca de 2000 funcionários. Ela é líder brasileira no setor de papelaria e escritório, e seus produtos são conhecidos pela qualidade e durabilidade. Desde sua fundação como uma empresa familiar, a organização se relaciona com projetos sociais na cidade de Bauru, que também é sua principal unidade.

O estudo de caso engloba dois projetos patrocinados pela organização e de duas instituições diferentes: o "LongeVida", do Centro Especializado em Reabilitação, Oficina Ortopédica e Estratégia Saúde da Família SORRI - Bauru/Brasil, e o "Terapia Mágica", da Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE) de Bauru/Brasil.

A SORRI Bauru é uma instituição com quase 50 anos de atuação, reconhecida por seu trabalho de reabilitação e inclusão de pessoas com deficiência. O projeto "LongeVida" tem como objetivo promover a qualidade de vida e o envelhecimento saudável de pessoas com deficiência.

Já a APAE Bauru tem 67 anos de atuação na cidade e é uma instituição dedicada ao atendimento de pessoas com deficiência. O projeto "Terapia Mágica", por meio de atividades artísticas e recreativas, busca proporcionar aos beneficiários experiências terapêuticas inovadoras e lúdicas e estimular o desenvolvimento cognitivo e emocional dos participantes, promovendo sua integração social.

O patrocínio da organização aos projetos da SORRI Bauru e da APAE Bauru está alinhado com as legislações brasileiras relevantes. O projeto "LongeVida", da SORRI Bauru, é apoiado com base na Lei nº 12.213/2010<sup>1</sup>, que institui o Fundo Nacional do Idoso e orienta o financiamento de iniciativas voltadas para o envelhecimento saudável e a melhoria da qualidade de vida de idosos, incluindo aqueles com deficiência. A lei prevê o suporte

---

<sup>1</sup> A Lei nº 12.213/2010 institui o Fundo Nacional do Idoso no Brasil, permitindo que pessoas físicas e jurídicas destinem parte do imposto de renda devido a projetos voltados à promoção da qualidade de vida, autonomia e inclusão social da população idosa, incluindo idosos com deficiência. A legislação estabelece critérios para a aprovação, execução, monitoramento e prestação de contas dos projetos, bem como contrapartidas institucionais, especialmente no que se refere à transparência e à correta aplicação dos recursos captados.

necessário para atividades que visam promover a autonomia e o bem-estar dos participantes do projeto (Brasil, 2010).

Já o “Terapia Mágica”, da APAE Bauru, é patrocinado de acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei no 8.069, 1990)<sup>2</sup>, que visa à proteção e ao desenvolvimento integral de crianças e adolescentes e pode ser aplicado a programas que beneficiem jovens com deficiência, por meio de atividades terapêuticas e educacionais (Lei no 8.069, 1990).

As ações de patrocínio, portanto, amparam-se nas leis e são desenvolvidos conforme os parâmetros nelas estabelecidos. A legislação prevê incentivos fiscais, como reduções de impostos, e estabelece os critérios para a certificação e aprovação dos projetos, facilitando o apoio institucional e financeiro a iniciativas de impacto social.

As instituições inscrevem seus projetos em programas de incentivo fiscal estabelecidos pelas leis de incentivo, como as duas citadas, e, após aprovação, recebem o valor monetário conforme a tipologia do projeto inscrito.

Após o registro dos projetos em bases de dados oficiais do Estado, é permitido que empresas e indivíduos apoiem essas iniciativas, por meio de benefícios fiscais. A organização patrocinadora, então, realiza a doação ou investimento conforme o plano do projeto, que deve ser executado e monitorado com prestação de contas regular, para garantir a conformidade com os objetivos e requisitos legais. Esse processo de patrocínio facilita a alocação de recursos e incentiva o apoio a projetos de impacto social significativo.

Além da prestação de contas, o acordo de patrocínio inclui detalhes sobre o que a organização patrocinadora receberá em troca do financiamento. Esses detalhes são especificados em um contrato ou termo de parceria e podem incluir diversos tipos de benefícios e contrapartidas, como divulgações, publicidades, agradecimentos públicos e relatórios de resultado. Esses elementos são acordados previamente e visam assegurar que tanto o patrocinador quanto a instituição patrocinada estejam cientes das expectativas e compromissos estabelecidos.

#### **4. Resultados**

O levantamento da documentação junto à organização resultou em cerca de duas dezenas de arquivos, a maioria de caráter privado, que incluem certificados de habilitação, termos de fomento, publicações em diários oficiais e informações disponíveis no site institucional. Houve também a cessão de slides relativos a uma apresentação, para o público interno, sobre os patrocínios em vigência.. Os documentos abertos, considerados de interesse público, estão disponibilizados em plataformas oficiais como o Diário Oficial do município ou os sites da organização e das instituições, permitindo o acesso de qualquer um às informações sobre os projetos, os patrocínios e os valores envolvidos. A maior parte das informações foram cedidas pela organização, ainda que alguns poucos dados tenham sido encontrados pela pesquisadora, em especial os sites das instituições

---

<sup>2</sup> O Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/1990) regula, no contexto brasileiro, a proteção integral dos direitos de crianças e adolescentes. A legislação prevê mecanismos de incentivo fiscal que possibilitam a destinação de recursos a projetos sociais aprovados pelos Conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente, exigindo contrapartidas como a prestação de contas, a comprovação da execução das ações propostas e o alinhamento dos projetos aos objetivos de desenvolvimento e proteção dos públicos atendidos, incluindo crianças e adolescentes com deficiência.

patrocinadas. No quadro abaixo (Quadro 1) apresentam-se dados dos principais documentos analisados, como sua autoria, destino e objetivos.

Quadro 1: Principais documentos analisados

Documento	Data	Descrição	Remetente	Destinatário	Objetivo	Fonte
Slide com projetos incentivados	2022	Os slides apresentam os projetos das instituições (Sorri e APAE) a serem incentivados (através de leis de incentivo) em 2023. Neste documento, é possível visualizar quais foram os projetos (LongeVida e Terapia Mágica).	Organização Estudada	Destina-se ao público interno da organização; Apareta ser uma apresentação para registro de quais serão os projetos	Informar internamente sobre os patrocínios a serem realizados em 2023	Documento privado
Certificado de habilitação do projeto	2022	É um certificado para habilitação do projeto Longe Vida, feito pela Organização da Sociedade Civil Sorri Bauru, de acordo com o Processo de Chamamento Público n.º 26/2022 - Edital n.º 003/2022. O certificado foi assinado pela Presidente do COMUPI (Conselho Municipal da Pessoa Idosa) e pela Secretária Municipal do Bem-Estar Social.	Conselho Municipal da Pessoa Idosa de bauru (COMUPI)	Organização Patrocinadora	Informar a organização que fará o patrocínio sobre a autorização do projeto, no edital n.º 003/2022	Documento privado
Diário oficial de Bauru 2022	2022	No Diário Oficial de Bauru do dia 07 de maio de 2022, há uma variedade de informações publicadas, mas sobre as leis de incentivo presentes no documento:  - Há informações sobre o primeiro aditivo ao termo de colaboração relacionado ao financiamento de projeto esportivo. Esse aditivo pode conter detalhes sobre a prorrogação de prazos, alterações nos valores envolvidos, ou outras modificações no acordo inicial. - Também existem menções a leis municipais ou federais que regem os incentivos fiscais ou benefícios concedidos a projetos culturais, esportivos, sociais ou ambientais na cidade de Bauru. - Detalhes sobre os critérios e requisitos para a obtenção de incentivos fiscais ou apoio financeiro a projetos de interesse público podem ser encontrados, bem como os procedimentos para solicitação e análise dos projetos.	Poder Executivo da cidade, representado pela Prefeita Municipal Suéllen Silva Rosim e pelo Chefe de Gabinete Rafael Lima Fernandes.	Público em geral, incluindo os cidadãos de Bauru, servidores públicos, empresas e demais interessados em acompanhar os atos oficiais e informações do município	O documento é uma forma de divulgar de forma transparente e acessível as ações e decisões do Poder Executivo e demais órgãos municipais	<a href="#">Link</a>

Publicação Diário Oficial 2022	2022	O documento se trata de projetos aprovados para captação de recursos em São Paulo, abrangendo áreas como educação, inclusão social, esporte, cultura e saúde. Os projetos visam à erradicação do trabalho infantil, promoção da igualdade racial e melhoria da qualidade de vida de crianças, adolescentes e comunidades em geral. Cada projeto possui um valor destinado e há a necessidade de resolver pendências de adequação para a captação dos recursos.	Poder executivo do Estado de São Paulo.	Interesse público para conhecimento da população em geral, órgãos governamentais, entidades e demais interessados	O objetivo do documento é divulgar os projetos aprovados para captação de recursos em São Paulo, abrangendo diversas áreas sociais, como educação, inclusão social, esporte, cultura e saúde	<a href="#">Link</a>
CAC 02024 - Terapia Mágica	2022	Certificado de autorização para captação de recursos para o projeto "Terapia Mágica", a ser desenvolvido pela Associação de Pais e Amigos do Excepcionais de Bauru (APAE).	Associação de Pais e Amigos do Excepcionais de Bauru (APAE)	Organização Patrocinadora	Informar a organização que fará o patrocínio sobre a autorização de captação de recurso	Documento privado
Termo de Fomento (TERAPIA MÁGICA - Obrigações da Instituição)	2022	Termo de fomento, realizado pela Prefeitura Municipal de Bauru, sobre as condições para a execução do pagamento e da destinação do valor, para o projeto 'Terapia Mágica'.	Prefeitura Municipal de Bauru	Associação de Pais e Amigos do Excepcionais de Bauru (APAE)	Documento para assinatura, de ambas as partes, sobre as condições de utilização, para a instituição, do apoio financeiro	Documento privado
Site institucional da Organização Estudada (Aba sobre Compromissos Sociais)	Sem data	Ao clicar na imagem do logo da Sorri Bauru, encontra-se um descritivo sobre a instituição e uma pequena sentença sobre a relação da Organização com a Sorri: "Criada com a missão de defender os direitos humanos e em especial o direito à saúde. Seu objetivo primordial é promover a reabilitação de pessoas com deficiência de forma a prevenir agravos e possibilitar sua inclusão social e no mercado de trabalho. Tem apoio da Organização há mais de 35 anos por meio do repasse de recursos financeiros a projetos de infraestrutura e eventos beneficentes".	Organização Estudada	Público externo	Informar o público externo	Site Institucional da Organização
		Ao clicar na imagem da logo da APAE Bauru, encontra-se o descritivo: "Modelo na habilitação e reabilitação de pessoas com deficiência e transtornos globais de desenvolvimento. Tem apoio da Organização há mais de 35 anos por meio do repasse de recursos financeiros a projetos de infraestrutura e eventos beneficentes".	Organização Estudada	Público externo	Informar o público externo	Site Institucional da Organização

Site APAE Bauru	Sem data	Na aba "Fonte de recursos" e no texto clicável "Projetos", é possível ver os projetos em andamento da APAE, dentre "Terapia Mágica", projeto patrocinado, através de leis de incentivo, pela organização. Ao clicar em "Ler a publicação", apenas está descrito o que é o projeto e como se pode fazer doações. Não existe nada especificado sobre o patrocínio da Organização.	APAE Bauru	Público externo	Informar o público externo	<a href="#">Link</a>
Site Sorri Bauru (aba relatório anual)	2022	Na aba "Institucional", um dos tópicos clicáveis é "Relatório Anual e Transparência". Os relatórios anuais dos anos de 2021, 2022 e 2023 estão disponíveis para análise. No relatório anual de 2022, a organização é citada três vezes, pelo patrocínio na impressão da revista da entidade, por algumas doações de produtos feitas durante o ano e, finalmente, pelo patrocínio no projeto LongeVida. Não existem muitos dados, com exceção do valor total do patrocínio, a relação de todos os patrocinadores, para onde será destinado o recurso, o objetivo do projeto e a meta de idosos atendidos pelo LongeVida.	Sorri Bauru	Público externo	Informar o público externo	<a href="#">Link</a>

Fonte: elaborado pelos autores.

A análise documental envolveu uma série de registros que detalham os aspectos fundamentais do patrocínio aos projetos "LongeVida" e "Terapia Mágica", permitindo compreender o funcionamento e as contrapartidas das iniciativas. O Slide com projetos incentivados, documento interno da organização patrocinadora, apresenta um panorama dos projetos apoiados em 2023, descrevendo os objetivos das ações e as condições estabelecidas, como contrapartidas de comunicação. Complementando essas informações, o Certificado de Habilitação do Projeto para o "LongeVida", emitido pelo COMUPI, e o CAC 02024 - Terapia Mágica, da APAE Bauru, são documentos fundamentais que confirmam a aprovação formal para a captação de recursos, em conformidade com as legislações específicas. O Termo de Fomento, no caso do "Terapia Mágica", especifica as condições para o uso do apoio financeiro, garantindo que os recursos sejam empregados para os fins acordados.

Além dos documentos internos, foram utilizados conteúdos acessíveis ao público para ampliar a análise. No Site Institucional da Organização, são descritos o histórico e a relação com as instituições apoiadas, destacando que a SORRI Bauru e a APAE Bauru recebem suporte há mais de 35 anos. No entanto, não há detalhamento sobre os projetos patrocinados, como os valores investidos ou os resultados alcançados. No Site da APAE Bauru, o projeto "Terapia Mágica" aparece listado na aba "Fonte de Recursos", mas a menção é genérica e sem detalhes sobre o patrocínio. Já o Site da SORRI Bauru traz informações mais completas em sua seção de relatórios anuais, incluindo o valor do apoio ao projeto "LongeVida", as metas previstas e os benefícios proporcionados aos idosos atendidos, consolidando uma visão mais clara da contribuição da organização.

Por fim, o Diário Oficial de Bauru e a Publicação no Diário Oficial 2022 reforçam a transparência e a formalidade dos processos, detalhando as aprovações dos projetos e os critérios estabelecidos pelas leis de incentivo. Esses documentos evidenciam a regularidade dos projetos no âmbito fiscal e jurídico, destacando a adequação das iniciativas às normas aplicáveis. Apesar da riqueza de informações, a análise identificou a ausência de relatórios mais detalhados sobre o impacto social e os resultados efetivos das ações, apontando para a necessidade de maior sistematização e comunicação clara sobre os benefícios gerados por esses patrocínios.

A baliza para a leitura dos documentos foram as premissas estabelecidas por Peruzzo (2017), com ênfase no patrocínio como um elemento crucial para as ações de responsabilidade social da organização nos projetos “LongeVida” e “Terapia Mágica”. A autora enfatiza três premissas essenciais: a presença com responsabilização, o respeito às especificidades locais e a participação popular ativa. É importante ressaltar que, embora essas categorias tenham sido originalmente propostas para outro contexto, elas foram extrapoladas e adaptadas para atender à análise deste estudo, contemplando a especificidade do tema tratado.

A presença com responsabilização pressupõe que as organizações devem estar comprometidas com suas ações e as consequências delas, estabelecendo um vínculo de confiança com as comunidades. Isso significa que as organizações não devem apenas implementar projetos, mas também se responsabilizar pelos resultados e impactos gerados por eles, promovendo um engajamento que se estenda além do mero cumprimento de obrigações.

O respeito às especificidades culturais locais é igualmente crucial. Peruzzo (2017) destaca que as intervenções devem considerar as particularidades e a diversidade cultural das comunidades, evitando abordagens homogêneas que não atendem às reais necessidades locais. Essa sensibilidade cultural é fundamental para garantir que as ações sejam bem recebidas e efetivas, promovendo um verdadeiro diálogo entre a organização e a comunidade.

Por último, a participação popular ativa é um elemento central nas práticas de Relações Públicas no Terceiro Setor. A autora enfatiza que as organizações devem assegurar condições para que a população participe de forma autônoma e significativa nas decisões que afetam suas vidas. Isso não apenas fortalece a legitimidade das ações, mas também empodera os cidadãos, permitindo que eles se tornem protagonistas em seu próprio desenvolvimento.

Levando em consideração os documentos apresentados pela organização e os obtidos pela leitura dos sites das instituições patrocinadas, é necessário ressaltar que o acesso esteve limitado a arquivos de autorização e habilitação dos projetos das instituições, documentos públicos de leis de incentivo, a apresentação dos projetos para o público interno e as contrapartidas das instituições. Não houve, portanto, acesso a documentos que contivessem, por exemplo, avaliações internas sobre os resultados das ações, discussão sobre as estratégias de patrocínio e outros que digam respeito ao funcionamento interno da organização nessa área.

Os documentos de autorização e habilitação dos projetos das instituições dizem respeito às suas adequações para integrar o banco de projetos de seus colegiados de captação de recursos, com base nas leis aplicáveis. O projeto “LongeVida” é autorizado pelo Conselho Municipal da Pessoa Idosa (COMUPI), enquanto o “Terapia

Mágica” recebe autorização do Conselho Estadual dos Direitos da Criança e do Adolescente. A Publicação no Diário Oficial de Bauru comprova, publicamente, que os projetos estão aptos para a captação de recursos.

A apresentação designada “Projetos incentivados” de autoria da organização patrocinadora, foi elaborada para conhecimento do público interno. Ela traz a relação dos projetos de patrocínio e outras ações vigentes (no caso, em 2023), valores e especificações de cada um e as contrapartidas destes. A partir do documento, é possível perceber que os projetos são patrocinados com base nas leis de incentivo citadas (Lei nº 8.069/1990 e Lei nº 12.213/2010) e que a organização segue um padrão de disponibilização de recursos, com isenção de impostos estaduais e federais, o qual é estritamente dividido entre diversas áreas, como esporte, idosos, crianças e adolescentes, cultura, atenção oncológica e pessoas com deficiência. As voltadas para o idoso e a pessoa com deficiência representam apenas um por cento, cada uma, dos recursos totais alocados para os patrocínios pela organização.

Em relação à Sorri e à Apae, o documento apresenta as especificações dos projetos, como para quem é destinado e as atividades que serão desenvolvidas. As contrapartidas da SORRI Bauru são a publicação de notícias sobre o projeto, com menção à patrocinadora, nos sites e mídias sociais da SORRI Bauru e a presença da logomarca da organização nos banners de divulgação do projeto. Para a APAE Bauru, as contrapartidas são também a presença da logomarca da organização em banners, notícias veiculadas no site e mídias sociais da APAE Bauru e a possibilidade de utilização da identidade do projeto pelo patrocinador, em seu site e mídias sociais próprias. No caso deste uso, o site institucional da organização traz as logomarcas das duas instituições, mas não dos projetos patrocinados, na página ‘Compromissos sociais’, e apenas descreve quem são as instituições e há quanto tempo a organização as apoia. Não há menção aos valores, às ações e/ou os objetivos do patrocínio.

Nenhum dos documentos liberados pela organização tratou da destinação dos recursos, a comprovação do emprego destes para os fins previstos ou a comprovação das contrapartidas.

As conversas realizadas com a equipe de marketing da organização e, principalmente, a entrevista com a responsável pelos patrocínios permitiram melhores esclarecimentos quanto às ações, em especial sobre como acontecem as tratativas para o apoio. Segundo a colaboradora, as ações ocorrem todos os anos, sempre com a Apae Bauru e a SORRI Bauru e têm por base as leis de incentivo. Pelo fato de esse relacionamento já durar anos, o contato da organização com as instituições é direto, ou seja, não passa pela intermediação de entes públicos como a Prefeitura ou órgãos do Estado. Além do patrocínio aos projetos, a organização também realiza pequenos apoios diretos durante o ano, conforme os pedidos das instituições, como doação de produtos que a organização produz, financiamento de eventos, financiamento de produtos gráficos etc.

Esses dados, juntamente com os obtidos a partir dos documentos de autorização e habilitação dos projetos, permitem inferir que a organização patrocinadora demonstra um compromisso formal com as instituições que apoia. No entanto, a ausência de comprovações detalhadas sobre a destinação dos recursos e a execução das contrapartidas levanta questões sobre a profundidade desse compromisso. A prática da “presença com responsabilização” sugerida por Peruzzo (2017) não se limita à formalidade documental, pois exige uma transparência contínua e uma avaliação rigorosa do impacto gerado pelos recursos alocados. A falta de evidências sobre a execução das contrapartidas pode indicar uma lacuna no acompanhamento e na

responsabilização pelas ações financiadas, o que enfraquece o vínculo de confiança com as comunidades beneficiadas.

Embora a organização demonstre um limitado entendimento das necessidades das populações atendidas pelas instituições através dos projetos, conforme indicado pela escolha dos programas “LongeVida” e “Terapia Mágica” e pelos pequenos patrocínios realizados durante o ano, que independem de leis de incentivo, a análise dos materiais fornecidos sugere que o respeito às especificidades locais poderia ser aprofundado. A utilização das logomarcas das instituições, em vez dos projetos específicos, nas comunicações da organização, pode ser vista como uma abordagem mais genérica, passível de ser entendida como o simples cumprimento de ‘cota social’ por parte da patrocinadora e não o real interesse e comprometimento dela com os projetos e em como estes podem efetivamente estar repercutindo na vida das pessoas com deficiência participantes. Isso pode diluir a percepção do valor gerado por esses projetos, tanto para a comunidade quanto para a própria organização.

A análise dos documentos disponíveis e das informações compartilhadas pela colaboradora não revela dados suficientes sobre o grau de envolvimento das comunidades locais nas decisões relacionadas aos projetos. A ênfase de Peruzzo (2017) na “participação popular ativa” diz que, para maximizar o impacto social, é importante que as comunidades tenham uma voz ativa na configuração e no desenvolvimento dos projetos patrocinados. A ausência de menções a processos de consulta pública ou de mecanismos de feedback comunitário nos materiais fornecidos pela organização pode indicar uma área em que ela poderia melhorar sua atuação, garantindo que suas ações sejam mais inclusivas e democraticamente orientadas.

O estudo de caso revela também que a organização patrocinadora utiliza as leis de incentivo para apoiar projetos específicos cujo objetivo é promover a qualidade de vida e a inclusão social de pessoas com deficiência. No entanto, a avaliação dos documentos fornecidos revelou algumas lacunas significativas. Primeiramente, observou-se que a organização realiza patrocínios de acordo com a legislação brasileira, em especial a que institui o Fundo Nacional do Idoso e o Estatuto da Criança e do Adolescente. No entanto, a análise dos documentos mostrou que, apesar de um compromisso formal da organização com as instituições patrocinadas, não há a definição detalhada dos parâmetros para a execução das contrapartidas, o que abre flancos para o uso inadequado da imagem das instituições e, conseqüentemente, das pessoas com deficiência que se vinculam a elas.

A análise segundo as “melhores práticas para presença ética responsável no terceiro setor” (Peruzzo, (2017), permite afirmar ainda que a organização demonstra compreensão das necessidades dos grupos atendidos, já que escolhe projetos delineados por instituições que entendem as necessidades da população com deficiência, mas poderia aprofundar seu respeito às especificidades locais e promover uma maior participação popular ativa, como já dito anteriormente. Quando o apoio se limita ao aporte financeiro e à associação da marca com as instituições, sem uma verdadeira imersão nas necessidades das pessoas atendidas ou sem um engajamento ativo na execução dos projetos, há o risco de essa prática reduzir-se a uma simples ação estética (Porém, 2005). Tal abordagem, que valoriza mais a associação à imagem das instituições do que o impacto concreto de suas ações, pode ser interpretada como uma tentativa de cumprir cotas de responsabilidade social ou de autopromoção, sem um compromisso genuíno com a transformação social.

## 5. Discussão e conclusões

Os dados resultantes do estudo de caso aqui apresentado, mesmo que relativos a uma única organização, permitem problematizar o uso do patrocínio como forma de ação que promove a inclusão social. Afinal, trata-se de uma empresa que é líder nacional do seu segmento e que tem uma larga tradição de envolvimento com ações sociais, muitas delas realizadas por meio de patrocínios. A falta de parâmetros para o estabelecimento e acompanhamento das ações, para o delineamento preciso das contrapartidas e para a medição e valoração dos resultados concretos dos projetos foram identificados como lacunas para as quais é aconselhável atentar. No caso da execução de ações de patrocínio para instituições que atendem pessoas com deficiência, ter em mente algumas diretrizes que garantam a efetividade e a relevância das iniciativas, tendo a atuação das Relações Públicas como uma dimensão relevante nesse sentido, pode ser bastante profícuo para as organizações e seus objetivos de responsabilidade social.

É importante destacar que os resultados desta pesquisa devem ser compreendidos à luz de um estudo de caso situado no contexto brasileiro. As análises realizadas refletem especificidades legais, institucionais e culturais próprias do Brasil, especialmente no que se refere ao uso de leis de incentivo fiscal e às práticas de responsabilidade social. Dessa forma, as conclusões não pretendem ser generalizadas para outros contextos nacionais, mas sim contribuir para a compreensão do papel das Relações Públicas na promoção de ações de patrocínio voltadas à inclusão de pessoas com deficiência em realidades semelhantes, marcadas por desigualdades estruturais e por uma atuação ainda incipiente das organizações no enfrentamento do capacitismo.

Faz-se, então, algumas considerações nesse sentido, tendo por base os resultados da pesquisa. Primeiramente, é crucial que as organizações compreendam as necessidades específicas das instituições e das pessoas com deficiência que elas atendem (Arias-Badia, Bestard-Bou & Hermosa-Ramírez, 2022). Portanto, um diagnóstico adequado das demandas locais pode direcionar os recursos de forma mais eficaz e impactante.

Além disso, as organizações devem buscar estabelecer parcerias sustentáveis com as instituições que atendem pessoas com deficiência. Essas parcerias devem ser baseadas em objetivos comuns e na construção de um relacionamento de longo prazo. Essa abordagem colaborativa é fundamental para garantir que as ações de patrocínio sejam relevantes e bem recebidas pela comunidade.

A comunicação das ações de patrocínio também deve ser transparente e inclusiva, garantindo que todas as partes interessadas estejam informadas sobre os objetivos e os resultados das iniciativas, bem como a sociedade em que a instituição se encontra. A transparência não apenas fortalece a reputação da organização, mas também promove a confiança entre a comunidade e a instituição patrocinadora. É igualmente fundamental que a organização estabeleça um compromisso genuíno com as entidades que atendem pessoas com deficiência, extrapolando a mera autopromoção. Muitas vezes, o uso de fotografias e vídeos nas comunicações pode se tornar uma ferramenta de marketing que prioriza a imagem da organização em detrimento da verdadeira essência das ações realizadas. Portanto, é crucial que a organização utilize esses recursos visuais de maneira ética e responsável, destacando não apenas a sua participação, mas, principalmente, o impacto positivo das iniciativas nas vidas das pessoas atendidas. Isso implica dar ênfase às histórias e experiências das pessoas com

deficiência, promovendo uma narrativa que valorize suas vozes e conquistas, em vez de simplesmente utilizar suas imagens como um meio de promoção institucional. A pesquisa indica que a comunicação eficaz é um pilar fundamental para o sucesso das ações de responsabilidade social. Portanto, é essencial que as organizações adotem uma abordagem comunicativa que envolva todos os públicos.

Além disso, as organizações devem realizar avaliações e monitoramentos contínuos das ações de patrocínio, pois isso permite identificar o impacto das iniciativas e ajustar as estratégias, conforme o necessário. A avaliação deve incluir feedback das instituições patrocinadas e das pessoas com deficiência atendidas, garantindo que as ações estejam realmente atendendo às necessidades do grupo.

Logo, as organizações devem demonstrar um compromisso genuíno com a responsabilidade social. Isso implica não apenas financiar projetos, mas também engajar-se ativamente na promoção da inclusão e na luta contra o capacitismo. Como destacado na pesquisa, o enfrentamento do capacitismo é fundamental para que as ações de patrocínio sejam verdadeiramente transformadoras e inclusivas.

Em conclusão, a presente pesquisa teve como inquietação buscar compreender como as Relações Públicas podem contribuir para a inclusão de pessoas com deficiência por meio de patrocínios. Para tanto, debruçou-se sobre a literatura da área de Relações Públicas, procurou entender melhor as diferenças entre patrocínio e outras ações de responsabilidade social e problematizar a atuação das organizações na promoção da transformação social, particularmente quanto à inclusão da pessoa com deficiência.

A pesquisa bibliográfica realizada permitiu compreender a relação entre as Relações Públicas e as ações de patrocínio voltadas para pessoas com deficiência, integrando-as a uma estratégia de responsabilidade social corporativa. O estudo destacou o papel fundamental das organizações na construção de relacionamentos com a sociedade civil, sublinhando a importância da inclusão e do apoio às comunidades como um compromisso ético e socialmente responsável.

Foi possível identificar que as organizações desempenham um papel crucial na promoção da inclusão e na redução das barreiras enfrentadas pelas pessoas com deficiência na sociedade. Essas ações não apenas contribuem para o bem-estar e a igualdade de oportunidades desse grupo de pessoas, mas também fortalecem a reputação e a transparência das organizações perante a comunidade.

A pesquisa confirma que as Relações Públicas desempenham um papel essencial na promoção e no patrocínio de ações voltadas para instituições que atendem pessoas com deficiência. No contexto estudado, a organização patrocinadora contribui para a inclusão social por meio do financiamento de projetos que visam melhorar a qualidade de vida e promover a integração social de pessoas com deficiência. No entanto, para que essas ações tenham um impacto mais significativo e verdadeiro, é necessário um aprofundamento no compromisso com a responsabilidade social, bem como um delineamento e um controle mais detalhados e precisos de resultados e contrapartidas.

A análise sugere que o capacitismo, enquanto forma de discriminação baseada no preconceito a partir da padronização de corpos e mentes, continua a ser uma barreira significativa para a plena inclusão das pessoas com deficiência, especialmente. A compreensão e o enfrentamento do capacitismo são fundamentais para que

as ações de patrocínio sejam verdadeiramente transformadoras e inclusivas. A presença com responsabilização, conforme destaca Peruzzo (2017), deve ir além da formalidade e incorporar uma transparência contínua e uma avaliação rigorosa dos impactos sociais gerados pelos projetos patrocinados.

Em suma, a pesquisa aponta que, para alcançar uma inclusão efetiva, as organizações devem adotar práticas mais transparentes e inclusivas, respeitar as especificidades locais e garantir a participação ativa das comunidades afetadas. Isso permitirá não apenas o cumprimento dos objetivos de responsabilidade social, mas também a construção de um compromisso genuíno com a promoção da inclusão, da igualdade e da justiça social para pessoas com deficiência.

### **Agradecimentos / Financiamento**

Esta pesquisa foi apoiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) (2023-2024).

### **Conflito de interesses**

Os autores declaram não haver conflito de interesses.

### **Declaração ética**

O estudo foi conduzido em acordo com os princípios da pesquisa científica e não requer aprovação adicional por comitê de ética.

### **Declaração de uso de IA**

A versão 5.0 do ChatGPT foi usada apenas para rever a tradução do resumo para inglês.

### **Disponibilidade dos dados**

Os dados que suportam as conclusões do estudo estão disponíveis sob demanda.

### **Contribuição dos autores**

	Mariana Gonçalves da Silva	Guilherme Ferreira de Oliveira	Suely Maciel
Conceptualização	X	X	X
Curadoria dos dados	X		
Análise formal	X		
Aquisição de financiamento			X
Investigação	X	X	
Metodologia	X		
Administração do projeto	X		
Supervisão			X
Validação		X	X
Visualização	X		
Redação do rascunho original	X	X	
Redação – revisão e edição		X	X

## Referencias

- Arias-Badia, B., Bestard-Bou, J. J., & Hermosa-Ramírez, I. (2022). Designing, Making, and Validating Accessible Products and Services: An Updated Account of Users' Perspectives. *Journal of Audiovisual Translation*, 5(2), 57-75. <https://doi.org/10.47476/jat.v5i2.2022.229>
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo* (4. ed.). Edições 70.
- Becker, I. A. (1997). *Os Caminhos do Patrocínio Cultural: Uma contribuição para a prática do marketing cultural no Brasil*. Fundação Getúlio Vargas.
- Borger, G. F. (2007). Pressuposto teóricos e aplicados da responsabilidade social corporativa. In W. L. Kunsch & M. M. Kunsch (Orgs.), *Relações Públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora* (pp. 194-206). Summus.
- Bueno, L. G. V., Oliveira, G. F., & Maciel, S. (2023). Pesquisas em Acessibilidade no campo da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas: um levantamento bibliográfico da Intercom. In: N. Prata, H. André, S. S. Matos, & F. Santana (Orgs.). *Ciências da Comunicação contra a desinformação: olhares de jovens pesquisadores* (pp. 56-76). Intercom.
- Ferrari, M. A. (2009). Cenário latino-americano da comunicação e relações públicas. In J. E. Grunig, M. A. Ferrari & F. França. *Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos*. Difusão Editora.
- Garcia, V. (2014). Panorama da inclusão das pessoas com deficiência no mercado de trabalho no Brasil. *Trabalho, Educação e Saúde*, 1, 165-187. <https://doi.org/10.1590/S1981-77462014000100010>
- Gesser, M, Block, P., & Mello, A. G. (2020). Estudos da deficiência: interseccionalidade, anticapacitismo e emancipação social. In M. Gesser, L. K. Böck & P. H. Lopes (Eds.), *Estudos da deficiência: anticapacitismo e emancipação social* (pp. 17-35). CRV.
- Holtzhausen, D. R. (2014). *Public relations as activism: Postmodern approaches to theory & practice*. Routledge.
- Kunsch, M. M. K. (2022). Relações Públicas no Brasil: retrospectiva, evolução conceitual e das práticas profissionais. In M. M. K. Kunsch, F. P. Lima, & A. O. Sampaio (Orgs.). *Comunicação organizacional e relações públicas: 15 anos da Abrapcorp* (pp. 15-35). EDUFBA/Abrapcorp.
- Kunsch, W. L., & Kunsch, M. M. (Orgs.) (2007), *Relações Públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora*. Summus.
- Lei no 13.146, de 06 de julho de 2015*. (2015). Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Brasília.
- Lei no 12.213, de 20 de janeiro de 2010*. (2010). Política Nacional do Idoso. Brasília.
- Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990*. (1990). Estatuto da Criança e do Adolescente. Brasília.
- Martino, L. M. S. (2018). *Métodos de Pesquisa em Comunicação: projetos, ideias, práticas*. Vozes.
- Oliveira, G. F. (2024). *Acessibilidade na/da comunicação interna com pessoas com deficiência visual no ambiente organizacional*. [Dissertação de Mestrado em Mídia e Tecnologia]. Universidade Estadual Paulista. <https://hdl.handle.net/11449/258543>
- Oliveira, G. F., Moreira, T. B. E., Bueno, L. G. V., Porém, M. E., & Maciel, S. (2023). A pesquisa em comunicação organizacional e relações públicas sobre acessibilidade e inclusão: Um levantamento do Congresso Abrapcorp. In D. Stasiak, L. Casaroli, & M. Carareto (Orgs.), *Perspectivas da pesquisa e dos pesquisadores em relações públicas na atualidade* (pp. 92–110). CEGRAF.
- Oliveira, G. F., Escarabello Junior, J. R., & Maciel, S. (2023). O papel das Relações Públicas e da Comunicação na inclusão de pessoas com deficiência nas organizações: uma revisão sistemática. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 13(26), 21–40. <https://doi.org/10.5783/revrrpp.v13i26.846>

- Pereira, A. C. C. (2024). Dimensões de análise para inclusão de pessoas com deficiência no contexto da cultura organizacional. *Organicom*, 21(46), 100-111. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2024.228271>
- Peruzzo, C. M. K. (2021). Cidadania nas organizações empresariais: provocando reflexões sobre respeito à diversidade. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 44(2), 275-290. <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/3235>
- Peruzzo, C. M. K. (2017). Pressupostos de boas práticas de relações públicas com as comunidades: relação entre ética, participação e desenvolvimento local. *Organicom*, 14(26), 19-31. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2017.139353>
- Porém, M. G. (2005). *A gestão da comunicação e da informação nas empresas contemporâneas sob a ótica da responsabilidade social empresarial*. [Dissertação de Mestrado em Comunicação Midiática]. Universidade Estadual Paulista. <http://hdl.handle.net/11449/89392>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE] (2023). *Pesquisa Nacional por Amostra a Domicílio Contínua: Pessoas com Deficiência 2022*. IBGE. <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?edicao=37280>
- Instituto Cultural Cidade Viva (2003). *Perfil de empresas patrocinadoras*. Record.
- Sassaki, R. K. (2002). *Inclusão: construindo uma sociedade para todos*. WVA.
- Salvatori, P. (2021). *Ativismo em um mundo (im)perfeito: relações públicas e cidadania para pessoas com deficiência*. [Tese de doutorado em Comunicação]. Universidade de São Paulo. <https://doi.org/10.11606/T.27.2021.tde-01092021-230346>
- Siddaway, A. P., Wood, A. M., & Hedges, L. V. (2019). How to Do a Systematic Review: A Best Practice Guide for Conducting and Reporting Narrative Reviews, Meta-Analyses, and Meta- Syntheses. *Annual Review of Psychology*, 4(70), pp. 747-770. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-102803>
- Volpato, A. N., Paiva, C. N. F., & Luvizotto, C. K. (2025). Relações públicas e movimentos sociais: dilemas da visibilidade em plataformas digitais. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 15(29), 135–154. <https://doi.org/10.5783/revrpp.v15i29.898>
- Volpato, A. N., & Figueiredo, D. O. (2011). Composição epistemológica da comunicação comunitária: o conceito propositivo de cidadania para a postura do profissional de Relações Públicas. *Semina Ciências Sociais e Humanas*, 31(1), 51-58. <https://doi.org/10.5433/1679-0383.2011v32n1p51>
- Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos* (3. ed.). Bookman.

## Behind the screen of stigma: A qualitative case study of digital vulnerability and resistance of the HIV/AIDS community in Indonesia

  **Argyo Demartoto**

Department of Sociology  
Universitas Sebelas Maret  
Surakarta, Indonesia

 **Bhisma Murti**

Department of Public Health  
Universitas Sebelas Maret  
Surakarta, Indonesia

 **Sri Hilmi Pujihartati**

Department of Sociology  
Universitas Sebelas Maret  
Surakarta, Indonesia

 **Novel Adryan Purnomo**

Department of Sociology  
Universitas Gadjah Mada  
Yogyakarta, Indonesia

### Abstract (English)

Contemporary digital landscape in a network society offers both potential and risks for marginalized communities such as the HIV/AIDS survivor and supporting communities in Indonesia. Digital platforms can facilitate peer support and information dissemination but also become an arena for reproducing digital stigma. This study aims to critically analyze the dynamics of digital stigma management, including the phenomenon of digital vulnerability and the HIV/AIDS community's resistance against stigma on social media screens. The study adopts Goffman's dramaturgy and stigma management framework elaborated with Crenshaw's intersectionality framework and Castells' network society. The study was carried out using a qualitative research method based on case studies focusing on three regions of Solo Raya, Indonesia: Surakarta, Sukoharjo, and Boyolali. Data collection was carried out through in-depth interviews with 12 HIV/AIDS survivors and Focus Group Discussions with healthcare workers from Dr. Oen Surakarta Hospital, representatives of local Community Health Centers, the Regional AIDS Commission (KPAD), Peer Support Groups (KDS), AIDS Care Residents (WPA), and Non-Governmental Organizations (NGOs) addressing HIV/AIDS prevention and control issues in Solo Raya. The study found that privacy vulnerabilities stem from negligence in socio-technical practices, where network programs instead expose backstage data, such as HIV status leaks through contact crowdsourcing applications (GetContact). Digital stigma is further exacerbated by intersectional layered stigmas created by sexual orientation, morality issues, disinformation on social media, and biased content moderation. Resistance efforts made by the HIV/AIDS community are dramaturgical in nature, ranging from withdrawal to innovation in an anonymous counseling platform (konselinghiv.com), which builds counter-power and an alternative digital private sphere as a safe network. This research contributes to a paradigm shift from system security to socio-technical safety in digital health interventions and media criticism studies.

Keywords: digital vulnerability, social media, HIV/AIDS, social media dramaturgy, socio-technical vulnerability, media criticism.

### 1. Introduction

The social media landscape raises ambivalence for marginalized communities such as People Living with HIV (PLHIV) and People Living with HIV/AIDS (PLWHA), as well as peer supporters within the HIV/AIDS community. On the one hand, digital platforms promise new spaces, potentially enabling the articulation of peer support, facilitating the dissemination of health information, and fostering communal solidarity that transcends spatial-temporal boundaries (Taylor et al., 2023). Theoretically, digital spaces provide previously unimaginable arenas

for empowerment and connectivity. These spaces promise a participatory utopia where geographically or socially isolated individuals can discover understanding, share experiences, and access critical knowledge about health and treatment without the physical barriers that have traditionally limited them (Ede et al., 2025; Fortuna et al., 2019; Frey & Kerkemeyer, 2022; Keogh et al., 2024; Töpfer & Brabänder, 2021).

On the other hand, the digital arena has become a field for stigma reproduction and amplification, discrimination, and surveillance practices. Within Castells' network society framework, the fundamental power producing stigma is shaped through social networks (Castells, 2013). These phenomena shape a new reality called digital stigma, a new challenge emerging in the social media landscape for marginalized and stigmatized groups (Fuady et al., 2025; Khurshid et al., 2023). Digital stigma is a significant contemporary challenge not only for the HIV/AIDS community but also for other marginalized and stigmatized groups seeking support online. The digitalization of stigma is not simply the transfer of stigma from the offline to the online world, but also an algorithmic process through which hatred can be disseminated at unprecedented speed and scale. This is often legitimized by the anonymity facilitated by social media platforms (Dickel & Schrape, 2017; Gramigna, 2024).

The Manifestation and Markings of HIV Stigma in Indonesia and Stigma Index 2.0 study confirms that the persistence of stigma at all levels is increasingly complex due to digital mediation (Friedland et al., 2020; Sudastru et al., 2025). The stigma occurring is not monolithic but manifests in various forms, including internal stigma, as explained through Crenshaw's intersectionality framework (Crenshaw, 1997). Layered stigma gives rise to shame, self-blame, perceived stigma attempting to anticipate rejection, and actual stigma (Haryanti & Wartini, 2019; Khurshid et al., 2023). This complexity arises because digital media accelerates the interaction between various forms of stigma. For example, hate comments on one social media account can drastically increase the perceptions of many people, then reinforcing the stigma itself (Wijaya, 2025). The consequences of this stigma extend significantly to mental health, inhibiting the disclosure of status, and complicating family and community dynamics for HIV/AIDS survivors (Ibrahim et al., 2019; Sidi et al., 2023). This condition even leads to a decreased quality of life, an increased risk of depression, and poorer adherence to treatment (Wardojo et al., 2022).

This complexity is exacerbated by issues of privacy, confidentiality, and data security within digital platforms. Network architectures generate power, making digital platforms no longer neutral technologies. While these platforms offer anonymity and peer support, they also carry a high risk of data breaches and confidentiality breaches. For the HIV/AIDS community, digital vulnerability poses a real threat. Fear of inadvertent disclosure of status, doxing, or the use of personal data for discriminatory purposes by irresponsible parties are significant barriers. These concerns limit the involvement and the effectiveness of digital interventions. A paradoxical situation arises where features designed to foster connectivity, such as location sharing, photo tagging, and visible friendship networks, become potential avenues for privacy violations for this community (Hlatshwako et al., 2025).

Several previous studies have predominantly focused on macro-level analysis of HIV/AIDS information systems or big data (Oktavianus et al., 2021; Tromp et al., 2016). This paradigm ignores the lived experience of people living with HIV/AIDS (PLWHA) as a fundamental dimension influencing this phenomenon. Therefore, this study was conducted by prioritizing a perspective based on the lived experience of people living with HIV in depth regarding the dynamics of social media use and digital stigma management. To dissect the phenomenon

complexity, the study adopted the stigma management and social dramaturgy framework proposed by Erving Goffman (Goffman, 1963). Goffman defines stigma as a discrediting social relationship. Stigmatized individuals, referred to as *spoiled identities*, are constantly engaged in *impression management* through maintaining public (*frontstage*) and private (*backstage*) spheres. Furthermore, the modern social media context, in the form of the digital social media landscape, adds to the condition complexity. Therefore, this study aims to critically analyze the dynamics of digital stigma management within the HIV/AIDS community, particularly the phenomenon of *backstage collapse* and their technology-based resistance strategies. This research was carried out using a case study approach to gain in-depth data on the HIV/AIDS community in Surakarta, Sukoharjo, and Boyolali. This research seeks to provide a contextual understanding of how the HIV/AIDS community negotiates their identity within the risky architecture of social media. This research focus is crucial for transcending generalizations and developing interventions rooted in the lived experiences of marginalized communities, particularly the HIV/AIDS community.

## 2. Methodology

This research was carried out using a qualitative research method with a multiple case study approach to gain an in-depth understanding of the dynamics of digital stigma management and the PLWHA's resistance strategies (Yin, 2009). This approach was selected because of its ability to explore the complexity of phenomena in the context of real-life (*lived experience*) experienced by HIV/AIDS survivors. In addition, a qualitative approach is important considering the measurement gap in the literature examining similar phenomena in the Indonesian context. The main unit of analysis in this study is the experience of HIV/AIDS survivors in Surakarta, Sukoharjo and Boyolali in managing their stigmatized identities in the digital realm. *Case boundaries* were determined by deciding the research period, namely April-July 2025; spatially in the Solo Raya area which includes Surakarta (urban), Sukoharjo (sub-urban) and Boyolali (sub-urban) with relatively high internet penetration but thick social norms related to HIV/AIDS.

The study employed a dual-recruitment strategy to ensure analytical depth and representativeness across different stakeholder perspectives. First, for the in-depth interviews focusing on lived experiences, we recruited 12 HIV/AIDS survivors (PLHIV) residing in Surakarta, Sukoharjo, and Boyolali. The sample size was determined based on the principle of 'information power' (Malterud et al., 2016) and data saturation, where recruitment ceased after the twelfth participant as no new thematic codes emerged, indicating sufficient depth to draw robust conclusions.

To support the intersectional analysis of stigma, we ensured a specific demographic breakdown among the 12 key informants. The sample consisted of 7 men and 5 women. To distinguish between different layers of stigma related to sexual orientation and gender norms, the male group was further categorized into 4 Men who have Sex with Men (MSM) and 3 heterosexual men, while the female group consisted of 5 women (including housewives and private workers). The participants ranged in age from 23 to 48 years. This proportional distribution allows for a comprehensive examination of how digital stigma operates differently across gender and sexual orientation lines.

Table 1: Sociodemographic information of interview respondents

<b>No.</b>	<b>Pseudonym</b>	<b>Gender</b>	<b>Category/ Risk Group</b>	<b>Residency</b>
1	Informant K	Male	MSM	Solo Raya
2	Informant T	Male	Heterosexual	Solo Raya
3	Informant G	Male	MSM	Solo Raya
4	Informant P	Male	MSM	Solo Raya
5	Informant S	Female	Private Worker	Solo Raya
6	Informant F	Female	Housewife	Solo Raya
7	Informant M	Male	MSM	Solo Raya
8	Informant W	Female	Private Worker	Solo Raya
9	Informant R	Female	Private Worker	Solo Raya
10	Informant C	Male	Heterosexual	Solo Raya
11	Informant U	Female	Housewife	Solo Raya
12	Informant I	Male	Heterosexual	Solo Raya

Source: Research data analysis

Second, to capture structural and systemic perspectives and ensure robust data triangulation, we conducted two separate Focus Group Discussion (FGD) sessions involving a total of 15 stakeholders. We intentionally distributed participants into two distinct groups to foster open discussion among peers with similar roles. The first FGD session involved 8 participants representing formal institutions, including healthcare providers from Dr. Oen Hospital and Community Health Centers (Puskesmas), as well as officials from the Regional AIDS Commission (KPAD). The second FGD session involved 7 participants from community-based organizations, specifically Peer Support Groups (KDS), AIDS Care Residents (WPA), and NGOs. This separation of methods into in-depth interviews for survivors and FGDs for institutional stakeholders ensures that the analysis captures both the micro-level of individual vulnerability and the meso-level of socio-technical support systems.

Table 2: Sociodemographic information of respondents

Session	Initial	Affiliation	Role/Description
FGD 1	Informant IF	Puskesmas Boyolali I	Healthcare Worker/Inovator konselinghiv.com
	Informant TW	Dr. Oen Hospital	Healthcare Provider (Formal Institution)
	Informant W	KPAD	Officials from Regional AIDS Commission
FGD 2	Informant H	NGO Spekham	Representative/Field Advocate
	Informant B	Surakarta KDS	Peer Support Group Member
	Informant A	NGO Mitra Alam	Program Coordinator for Key Populations
	Informant Hn	City's WPA	AIDS Care Residents (WPA) Member
	Informant X	NGO Mitra Alam	Counselor/Content Creator Advocate

Source: Research data analysis

To facilitate focused interaction, we utilized a semi-structured FGD guide comprising three core questions: (1) How do stakeholders perceive the socio-technical risks (such as data privacy) in current HIV/AIDS services? (2) What forms of digital stigma and disinformation have been observed in the community? (3) How effective are the existing institutional and community-based resistance strategies in countering these digital threats?

To recruit participants, we employed a multi-stage sampling strategy designed to access this hard-to-reach population. Initially, we used purposive sampling to select key informants via Peer Support Groups (PSGs) and partner NGOs, ensuring participants met specific inclusion criteria: being HIV-positive, residing in the study area, and actively using social media. Subsequently, we utilized snowball sampling to access larger-to-reach individuals, particularly within the MSM community and those not formally affiliated with support groups, relying on trusted referrals to overcome barriers of trust and anonymity (Creswell & Poth, 2016). Ethical clearance for this study was formally granted by the Health Research Ethics Committee of the Faculty of Medicine, Universitas Sebelas Maret (Review Number: 118/UN27.06/KEPK/2025). Given the involvement of vulnerable populations (PLHIV/PLWHA) and the sensitive nature of the data, the research protocol strictly adhered to the Declaration of Helsinki. All participants provided written informed consent after being fully briefed on the study's voluntary nature, absolute anonymity, and their right to withdraw at any time without consequence. Data collection was conducted through in-depth semi-structured interviews and focus group discussions (FGDs) with stakeholders such as healthcare workers at Dr. Oen Surakarta Hospital, NGOs, peer support groups (PSGs), and AIDS-caring citizens (WPA). The data were then analyzed using reflective thematic analysis (Braun & Clarke, 2006). This process included familiarizing the data through interview and FGD transcripts; generating initial codes; searching for themes; reviewing themes; defining and naming themes, and then writing a report. This analysis is aimed at identifying themes that operate at different levels, including individual, interpersonal, and HIV/AIDS community levels. The data were then tested for validity through data source and method triangulations.

### 3. Results

In-depth interviews with 12 (twelve) HIV/AIDS survivors and focus group discussions (FGDs) with stakeholders including healthcare workers, NGOs, peer support groups (PSGs), and AIDS-Caring Citizens (Indonesian: *Warga Peduli AIDS* or WPA) revealed three key interrelated findings. They are: *first*, the privacy paradox, where the collapse of the private sphere is caused by socio-technical negligence; *second*, the phenomenon of layered stigma, disinformation, and biased content moderation faced by HIV/AIDS survivors on social media; and *third*, the spectrum of dramaturgical resistance presented through individual coping strategies and digital innovation.

#### 3.1. Privacy Paradox: The Collapse of the Private Sphere Due to Socio-Technical Negligence

The most significant and repeatedly emphasized finding in the FGDs was the fundamental privacy vulnerability stemming not from formal digital systems like the HIV/AIDS Information System (SIHA), but from informal socio-technical practices. The leakage of HIV status through contact *crowdsourcing apps* like GetContact reinforces this phenomenon. This leakage was identified as a direct consequence of negligence in naming contacts by healthcare workers and HIV/AIDS survivors. This negligence often occurs because the users are not aware of the platform's architecture.

*"This also happened in Boyolali. This data leak did not result from the system, but it resulted from the use of the Getcontact platform... several clients from our community complained that their Getcontact test was marked positive, for example, person A was positive, person B was positive... What we might not have thought before was, 'How can we know someone just from their contacts?'... This is perhaps part of the risk that we are all unaware of... often we are just forced to do it and given training to operate it without being aware of the potential risks existing." (Informant H, NGO Spekham, FGD).*

This finding was confirmed by another informant, a member of the peer support group, explaining how this careless naming practice differed from internal community protocols. The community itself had developed safe naming strategies, such as avoiding the use of codes indicating a person's HIV status.

*"Many of my peers also sometimes ask me, 'What do you call me in your contacts, Brother?' To be honest, we and our peer support friends, we do name Beni (pseudonym) KD as his last name, for example. KD means Klien Dukungan (Supported Client). So we... naming him (them) KD indicates the friends we support. We do not use the words AIDS, PLWHA, or HIV... It is expected that perhaps our fellow officers, the officers themselves, will name them more wisely... The important thing is not to name him Beni PLWHA because B20 has also been the code understandable. So, this largely results from there indirectly, Prof." (Informant B, Surakarta KDS, FGD)*

This oversight is compounded by the fact that not everyone understands how the technology works or how to work around it using some specific features of the application.

*"We have to be careful, indeed. Although the Getcontact platform can be turned off via the web, not everyone is tech-literate; it definitely cannot be turned off. In my case, I had turned off my number... And I have also told my fellow Field Assistants (Indonesian: Pendamping Lapangan or PL) not to name KDs carelessly because the current generation is more literate." (Informant A, NGO Mitra Alam, FGD)*

To HIV/AIDS survivors, this phenomenon generates deep anxiety and insecurity. They feel that the privacy they have so carefully guarded could be compromised by factors beyond their control.

*"It feels like being stripped naked, Prof. We have worked so hard to keep the secret, and then it is revealed just because someone jokingly named our contact 'PLWHA'. It immediately makes us feel down. I do not know whom I should be angry with. In the end, I become even more closed off." (Informant K, Survivor, In-Depth Interview)*

*"I lost contact with some old friends because of that [GetContact]. I do not know whether they saw my name tag or what happened, but they suddenly moved away. It made me even more isolated. We need a support system, after all." (Informant T, a Survivor, In-Depth Interview)*

*"I do not dare install GetContact. I am scared. It happened to one of my friends once, and his name was tagged strangely, like 'So and So' with HIV.' The person who gave the name was probably a healthcare worker or someone else. Since then, I've been paranoid about giving my phone number to new people, especially in healthcare settings." (Informant G, a MSM, In-Depth Interview)*

*"To be honest, I am paranoid now. Every time a new number comes in, I check it on GetContact. Not to stalk him, but to see what my name is on his phone. I am so afraid someone will call me 'Si P PLHIV (P with PLHIV)'. It feels like I am living under constant threat." (Informant P, a Survivor, In-Depth Interview)*

*"We trust healthcare workers and our companions. They are the ones who should keep our secrets. But if they are careless enough to name contacts, who else are we supposed to trust? It feels betrayed, Prof. We just want to live a normal life." (Informant S, a Survivor, In-Depth Interview)*

This phenomenon illustrates the collapse of private domain, which is not caused by physical proximity but rather by the technological architecture aggregating private data (Goffman, 1959). Labels such as PLWHA and B20, which should be administrative tools in *the backstage* of services, are instead exposed to the *frontstage* domain of social networks, thus causing deep anxiety.

### 3.2. Layered Stigma, Disinformation, and Biased Content Moderation

Beyond the threat of data breaches, the digital sphere has become a primary arena for the amplification of layered stigma. A, a program coordinator for key populations, explained how stigma against HIV is often

inseparable from stigma against gender identity and sexual orientation, such as men who have sex with men (MSM), transgender women, or other gender identities, which is further exacerbated by social media framing.

*"Online stigma and discrimination. Key populations are often the targets of hate speech, bullying, or discrimination on social media. Negative comments can impact mental health... Now, many news stories have narratives or framings that, when they include LGBT people, are like, wow. Like the last one in Bogor, even though it was not a sex party, it was just an event, but the framing was that it was a sex party." (Informant A, NGO Mitra Alam, FGD)*

Survivors experienced this digital assault firsthand, describing various forms of verbal and psychological attacks in digital spaces. These attacks ranged from public insults on public platforms to discrimination on more private apps. The threats even can be terror, endangering their privacy and security in the real world.

*"I once posted on Facebook about the importance of HIV testing, Prof. I was just trying to raise awareness about health. The comments were, oh my God... 'Dirty disease,' 'punishment,' 'the one often changing sex partners'. ' They did not even know who I was or what my status was. I was just educating people. I immediately deleted the post; I could not take it mentally." (Informant F, a PLHIV, In-depth Interview)*

*"On dating apps, it is even more brutal. As soon as we find out or suspect we are 'positive,' we are immediately blocked. Or we even get nasty messages like, 'Luckily we have not met, you are dirty.' It is social media, too, Professor. It feels like we are trash, with no right to find a partner or friends." (Informant M, MSM, In-Depth Interview)*

*"I tried to be honest on dating apps, writing 'U=U' (Undetectable = Untransmittable). I hoped someone would understand. But instead, I was cursed. I was called a 'fraudster,' 'looking for prey.' After all, we are human, and we want a partner. In the end, we either lie or do not play at all." (Informant W, a Survivor, In-Depth Interview)*

*"What I fear most is if someone knows me in real life and then posts my status on Twitter or Instagram. I once had a friend (a fellow PLHIV) who was threatened like that by her ex. They wanted to share her ID card photo, and they said, 'Watch out, I will reveal your shame.' That is no longer insults, but terror. That is why many of us have deactivated our social media accounts." (Informant R, a woman, In-Depth Interview)*

This stigma stems not only from the public but also from the closest social circles. Informant H (WPA) described a case where rejection stemmed from a family who felt their self-esteem was being destroyed by a member who was an HIV/AIDS survivor. This led to discrimination in their neighborhood.

*"In a middle-class family seeming to have always held their prestige in high regard... after the incident, the family's self-esteem collapsed and fell. That is what ultimately shook the PLWHA. Actually, the community has been welcoming... Well, it turns out that our homework is the situation in his family, Prof." (Informant Hn, a member of City's WPA, FGD)*

Pressure from family and the environment is the main reason for PLHIV and PLWHA to strictly hide their status in the digital sphere.

*"At home, I pretended to be healthy. I hid my ARV medication under the mattress. My family knew, but they were in denial. They considered me a disgrace. When I assembled with my family, I was not allowed to share eating utensils. Even though I knew it was not contagious, explaining it to my own family was harder than explaining it to others." (Informant C, a Heterosexual, In-Depth Interview)*

*"On social media, I can be someone else. But at home? It is hard. My mother once said, 'Do not post anything, or people will find out and embarrass the family.' So the stigma is not only from outsiders, but also from within the home itself. That is what hurts the most." (Informant U, a Survivor, In-Depth Interview)*

However, this vulnerability is exploited by the rise of health disinformation. Platforms like TikTok have been identified as a major source of hoaxes threatening ARV adherence, thus undermining the goals of HIV/AIDS prevention and control.

*"Lack of relevant and safe content. Information available on social media is sometimes not-inclusive (exclusive), inaccurate, or even misleading. For example, many people still believe that HIV treatment requires herbs. Especially on the platform TikTok, so many sellers sell a lot of herbal medicines, even though we currently only use ARVs for HIV treatment. But so many other things are popping up on those platforms... So, people falling for the hoax might buy those medicines and stop consuming ARVs." (Informant A, NGO Mitra Alam, FGD)*

*"I was tempted to stop taking ARVs. There were a lot of people selling 'herbal remedies' on TikTok, claiming they could 'completely cure' me. The videos were convincing, and there were lots of testimonials. Luckily, I asked my counselor first, otherwise... I would have stopped taking my medication. Why don't those platforms filter out people selling things like that?" (Informant I, a Survivor, In-Depth Interview)*

*"One of my friends died, Professor. He stopped taking ARVs because he believed in 'herbal remedies' advertised on Facebook. He said he was 'tired of taking medication for life.' I tried to remind him, but he believed the ads. I am so sad. Hoaxes really kill." (Informant K, a Survivor, In-Depth Interview)*

This problem is exacerbated by biased content moderation. Social media platforms fail to filter herbal disinformation and instead actively censor accurate HIV educational content, especially that coming from key communities (Hamid & Abubakar, 2024; M. Syam et al., 2025).

*"Social media algorithms sometimes censor contents discussing sexuality, gender identity, or drug use, even if it is intended to be educational or advocating. Information about HIV/AIDS or sexual health can be downvoted or restricted in its reach, or even taken down." (Informant A, NGO Mitra Alam, FGD)*

*"Strangely enough, those selling fake herbal remedies are perfectly safe. But when I tried to share my experience taking ARVs on my Instagram Story, using the 'HIV' sticker, my story was taken down. They said it violated community guidelines. It is confusing. The right thing is not allowed, but the wrong thing is allowed." (Informant M, an Activist, In-Depth Interview)*

*"The algorithm is really strange. I posted about 'The Spirit of PLWHA Warriors' using a red ribbon, and it was shadow-banned, limiting its reach. But accounts that openly insult and spread hoaxes have their videos viewed by millions. It feels unfair. We, who want to educate, are being silenced." (Informant P, a Survivor, In-Depth Interview)*

### 3.3. The Dramaturgical Spectrum of Resistance: From Individual Coping to Digital Innovation

Facing a digital landscape that poses risks to PLHIV, PLWHA and their support communities have developed various resistance strategies, including individual coping, creating a safe *backstage*, and *conducting cyber campaigns*. Individual coping is the most fundamental strategy employed by HIV/AIDS survivors on social media through defensive information management, including hiding their status and using anonymity (Meanley et al., 2019).

*"I rarely post or make strange comments on social media. I am just afraid someone will find out my status and spread it. I would rather stay quiet or use a fake account if I want to search for information about HIV." (Informant P, MSM, Surakarta, In-depth Interview)*

*"I have two Instagram accounts. One 'real' account is for family and work friends, filled with casual photos. The other is an 'alter' account, using a pseudonym. That is where I started following HIV education accounts, asking questions in DMs, or just looking for friends who are in the same boat. This is how I survive and prevent myself from being stressed." (Informant G, MSM, In-Depth Interview)*

*"The alter account is like my 'breathing space.' On my real account, I have to put on a 'healthy,' 'happy' mask. But on my alter account, I can be myself. I can complain, I can cry, I can ask about side effects of medication without being judged. Without that account, I might have gone crazy." (Informant K, a Survivor, In-Depth Interview)*

The next strategy is to create a safe *backstage*. This form of proactive resistance is the most prominent one through the creation of an alternative *backstage*. The example we got is the creation of the [konselinghiv.com](http://konselinghiv.com) platform, an initiative of healthcare workers at the Boyolali I Community Health Center (Indonesian: *Puskesmas Boyolali I*). This platform is explicitly designed to combat fear of formal services and guarantee absolute anonymity.

*"There is an innovation in our place, there is a website accessible throughout Indonesia called [konselinghiv.com](http://konselinghiv.com)... you can have private, confidential counseling. There is no such thing because we do not ask for names, addresses, and so on when counseling... Most of them are afraid to come to healthcare services... through this website we can help many people access the nearest service center, so they are not afraid... 'Where should I access PrEP drugs?' then PEP drugs..." (Informant IF, a Healthcare Worker of Puskesmas Boyolali 1, FGD)*

This initiative has evidently been effective in reaching individuals who are hesitant or afraid to access offline services and providing them with a safe space to acquire initial information about HIV/AIDS.

*"I have used [[konselinghiv.com](http://konselinghiv.com)]. I was hesitant at first, but because it guaranteed anonymity, I felt brave enough to share. It was incredibly helpful. It felt liberating to be able to ask questions without having to show my face or ID. If I had been told to go directly to the community health center, I probably would not have gotten tested." (Informant W, Private Worker, In-Depth Interview)*

*"When I first suspected [I was infected], I did not dare go anywhere. I was embarrassed to go to the community health center, afraid of meeting my neighbors. Finally, I found an anonymous counseling website. I chatted with the counselor until 2 a.m. She was the one finally convincing me to get tested. If that service did not exist, I might still be living in fear and never seeking treatment." (Informant U, a Survivor, In-Depth Interview)*

*Cyber campaigns* are also a resistance strategy employed by PLHIV, PLWHA, and support communities in virtual spaces. They conduct campaigns and outreach not only through conventional means but also through efforts to produce counter-content to counter disinformation and stigma.

*"We indeed focus more on the community. So I ask my friends to be more active, more massive on social media by making videos like the one I mentioned. What was it made of? To provide information correctly, not incorrectly, and especially so that there are no false news or hoaxes. That is an example of what is called a cyber-campaign related to the availability of PrEP services now accessible in Surakarta. In addition, there is also an e-flyer... about how HIV is transmitted..." (Informant A, NGO Mitra Alam, FGD)*

This strategy also requires continuous adaptation to the digital landscape as emphasized by other NGO representatives regarding the need for increased digital capacity.

*"Willy nilly, we are entering the digital world... our friends [young survivors]... maybe we need to continue, AI is important for our service fellow counselors and for us... Secondly, learn to be a content creator. Willy nilly, like it or not... this one is still an image or flyer. Now it is in video format." (Informant X, NGO Mitra Alam, FGD)*

HIV/AIDS survivors, although many people prefer creating anonymous accounts, are participating in this campaign as a form of personal resistance.

*"Even though I do not dare show my status, I always help repost educational content made by NGOs. At least, that is my way of contributing. I share it on my second account. This is to prevent the spread of hoaxes. We have to fight using accurate information." (Informant M, a Survivor, In-Depth Interview)*

*"At first, I was afraid [of reposting HIV content]. But after a while, I realized that if we all stay silent, hoaxes and stigma will win. Finally, I mustered up the courage to at least like or share it with my close friends on Instagram. "Just a little bit, the important thing is that we do not stay silent. This is our fight too." (Informant K, a Survivor, In-Depth Interview)*

Overall, the findings of in-depth interviews and focus group discussions revealed a constant dramaturgical resistance made by people living with HIV (PLHIV), people living with HIV/AIDS (PLWHA), and support groups. On the one hand, digital technology produces socio-technical negligence and biased algorithms, creating *backstage collapse* and amplifying stigma. However, on the other hand, HIV/AIDS communities and survivors are engaging in resistance by building counter-digital infrastructure such as *konselinghiv.com* and conducting *cyber campaigns* to seize control over the invasion of their private sphere.

## 4. Discussion

The results of study indicate that the dynamics occurring in the social media landscape are fundamentally a crisis of identity management, best understood through Goffman's dramaturgical framework. While the digital era introduces the complexities of a network society, the core experience of PLHIV, PLWHA, and support communities in Solo Raya represents a transformation of how "spoiled identities" must be navigated on a precarious digital stage. The discussion focuses on three aspects of theoretical implications digital: stigma management, vulnerability in the digital space, and resistance among HIV/AIDS survivors in response to this phenomenon (Contissa et al., 2013).

### 4.1. The Collapse of the Backstage as a New Vulnerability for HIV/AIDS Survivors in the Digital Space

Goffman's dramaturgical framework emphasizes the vital separation between *frontstage* and *backstage* domains and the loyalty of the "performance team" (Goffman, 1963). The findings related to the leak of someone's HIV status through the GetContact application present not just a technical glitch, but a sociological failure of this

performance team. In the traditional context, healthcare workers and NGOs act as the survivor's performance team, cooperating to safeguard the secret of their HIV status. However, our findings reveal a socio-technical negligence where this team fails to adapt to the digital architecture. The practice of naming contacts carelessly serves as a breach of dramaturgical loyalty (Aceros et al., 2019). When a companion saves a number as "Budi HIV", they are unknowingly feeding a data-mining algorithm that forcibly drags a *backstage* secret onto the public *frontstage*. This confirms that in a network society, the walls between private and public are porous; a single error in social practice (naming a contact) can trigger a systemic collapse of privacy (Leith & Farrell, 2021). Consequently, the vulnerability is not merely about system security (encryption or passwords) but about socio-technical safety, the capacity of the human ecosystem to understand how their social behaviors interact with platform architectures (Sangaroonsilp et al., 2022). This collapse creates a state of digital panopticism, forcing survivors into exhausting hypervigilance. They feel betrayed not by the virus, but by the very people supposed to protect their narrative (Gray et al., 2024). This risk becomes increasingly complex for groups facing layered stigma, such as MSM and sex workers (Crenshaw, 1997). This finding challenges the current focus of digital health interventions, suggesting that training for healthcare workers must shift from technical operation to *digital ethics and privacy literacy* to restore the integrity of the performance team.

Socio-technical vulnerabilities specifically destroy the physical boundaries that should protect us. As interview data shows, even the family space has become an arena of fierce struggle where people must hide their identities, medications, and various symbols of health status in order to face daily stigma and maintain a healthy appearance. Digital data leaks threaten to destroy these fragile internal relational boundaries instantly. This shows that digital stigma management cannot be separated from physical survival, where failures in digital network architecture inevitably determine the level of discrimination experienced even within the closest social circles. The study confirms that stigma in the digital sphere is not monolithic but layered and intersectional. Drawing on Crenshaw (1997), we found that the digital medium acts as an accelerator for multiple burdens. For an HIV-positive individual who is also MSM or a transgender woman, the digital attack is not singular; it attacks their morality, their health status, and their gender identity simultaneously. However, a critical theoretical insight from this study is that the digital frontstage is not neutral terrain but it is a rigged theater. The findings on health disinformation and content moderation reveal a structural imbalance. Social media algorithms, driven by the logic of engagement (Castells, 2013), effectively prioritize sensationalist hoaxes (herbal cures) while systematically silencing the educational narratives of the HIV community through shadow-banning.

The manifestation of intersectional stigma is particularly harmful when it occurs in private digital spaces such as dating apps. Victims who attempt to negotiate their identity through transparent disclosure, such as stating their undetectable status, are often confronted with labels that further stigmatize them. This situation creates a new dilemma for victims between honesty, which invites digital harassment, and secrecy, which maintains the psychological burden on survivors. In this situation, digital architecture actually reinforces social rejection and makes efforts to produce virtual support a long, traumatic endeavor in a manipulated, algorithmic theater. In dramaturgical terms, the stage lighting is manipulated. It shines brightly on stigmatizing disinformation while leaving valid health information in the dark (Nave, 2025). This creates a distorted reality where the spoiled identity of the survivor is magnified, and their attempts to present a normalized self are algorithmically

suppressed. This structural discreditation explains why internal stigma remains high; survivors are not just fighting public opinion, they are fighting an invisible code that profits from their marginalization.

The consequences of this algorithmically manipulated theater go beyond emotional distress; they directly threaten public health. Driven by the viral logic of networked society, health misinformation about herbal medicines spreads unchecked on platforms such as TikTok, Instagram, X, and Facebook. Our findings indicate that this algorithmic bias actively misleads survivors and even causes some of them to discontinue life-saving antiretroviral therapy. In Castells, this condition demonstrates the power of networks that are capable of navigating collective public health issues (Castells, 2013). These networks form in tandem with platforms' failure to moderate hoaxes, thereby transforming the digital space into a direct enemy of medical intervention.

#### 4.2. Digital Stigma Management: Resistance Efforts by the HIV/AIDS Community

Faced with a collapsed backstage and a rigged frontstage, the HIV/AIDS community in Solo Raya does not merely withdraw; they actively engage in dramaturgical repair. This resistance manifests in a spectrum from individual coping to collective infrastructure building. At the individual level, the widespread use of *alter* (anonymous) accounts represents a tactical audience segmentation. Survivors consciously construct a sanitized *frontstage* (real account) for family and work, while maintaining a hidden backstage (*alter* account) for peer support. This digital dualism is not deception; it is a survival mechanism to maintain psychological well-being in a hostile environment (Liu et al., 2024). It allows them to access the benefits of connectivity without paying the price of exposure. Beyond mere audience segmentation, these anonymous accounts serve as vital emotional infrastructure. Interview data shows that survivors view these anonymous profiles as breathing space where they can safely remove the heavy mask of appearing healthy in public. Within this hidden network, they can express their sadness, discuss treatment, and seek solidarity without the threat of disruptive moral judgment. This demonstrates that in a highly stigmatized society, anonymity is not a tool for deception, but rather a fundamental requirement for psychological survival and profound dramaturgical healing.

In addition to establishing protective boundaries, resistance is also carried out through proactive cyber campaigns. Despite fears of exposure, survivors and peer support groups utilize these alternative accounts to spread alternative narratives, such as promoting the concept of "undetectable equals untransmittable" and combating herbal hoaxes. This collective action is a direct effort to counter manipulated algorithmic theater. By systematically liking, sharing, and reposting verified educational content, this community is engaged in resistance and attempting to reclaim narrative power that is systematically denied by social media algorithms.

This study also found forms of collective resistance through the *konselinghiv.com* platform, which represents a collective takeover of communication power (Castells, 2013). We argue that this innovation is an attempt to construct a completely new, Counter-Backstage. Recognizing that commercial platforms like WhatsApp or GetContact are structurally unsafe, the community built their own digital architecture designed specifically to guarantee anonymity. This is a socio-technical rejection of the dominant platform logic. By stripping away the requirement for personal data, this platform restores the information control that Goffman deemed essential for stigmatized individuals. It allows survivors to seek help without the performance anxiety of the public gaze. This confirms that resistance in the digital age is not just about speaking out (cyber campaigns), but also about

building in for creating safe, alternative infrastructures that fix the dramaturgical failures of the mainstream web (Fuady et al., 2025).

The success of the Counter Backstage program developed through *konselinghiv.com* proves that socio-technical security directly improves clinical outcomes. By guaranteeing absolute anonymity, this platform effectively eliminates the dramatic anxiety that typically prevents vulnerable populations from accessing offline health facilities. The platform functions as a secure digital bridge, successfully directing previously hard-to-reach individuals toward critical physical services such as testing and preventive medication. This demonstrates that future HIV/AIDS interventions must prioritize the creation of secure, community-driven digital architecture as the primary foundation for effective health communication in networked societies.

## 5. Conclusions

This study analyzes the dynamics of digital stigma management and resistance strategies of the HIV/AIDS community in Solo Raya through the lens of Goffman's dramaturgy. Key findings emphasize that the digital landscape serves as an ambivalent arena that not only offers potential support but also generates significant privacy vulnerabilities and stigma amplification. This has profound implications for mental health, behavioral patterns, disclosure, treatment adherence, and ultimately, the primary goal of HIV/AIDS prevention and management. The study identifies the collapse of the HIV/AIDS survivors' private sphere (*backstage collapse*) in the virtual space stemming from socio-technical negligence, such as data leaks due to unsafe contact names by certain individuals through the GetContact application. Vulnerability is exacerbated by layered, intersectional stigmas stemming from values, morality, religion, and gender, as well as health disinformation in the digital sphere. In response to this attack, PLHIV, PLWHA, and support communities developed a spectrum of dramaturgical re-systems. These efforts range from individual coping strategies to collective innovation to build an anonymous counseling platform, *konselinghiv.com*. This innovation represents an effort to build a safe alternative *backstage and represents counter-power* in the contestation of network society. This platform is a form of peer support having evidently built resilience for HIV/AIDS survivors.

The research findings emphasize that *backstage collapse* is not a technical failure, but rather a failure of *socio-technical safety practices* stemming from negligence on the part of digital platform users. The data leak via GetContact represents a dramatic failure of *performance teams* that should have maintained backstage confidentiality. This failure stems from a failure to understand how network programs destructively connect private data to public networks. This creates a new form of horizontal social surveillance, or digital panopticism forcing HIV/AIDS survivors into a state of psychologically exhausting vigilance. The stigma amplified on social media is perpetuated through biased platform algorithms. Algorithms fail to moderate dangerous disinformation, such as hoaxes about herbal remedies, but instead censor educational content from communities, silencing the voices of vulnerable groups.

The spectrum of resistance found in this study is also *socio-technical* in nature and represents the struggle to seize *communication power*. Innovations such as the production of the *konselinghiv.com* platform are not merely tools but also innovations designed to respond to the dramaturgical failures of formal and informal systems. This

platform creates a controlled and secure alternative digital *backstage* where absolute anonymity is a primary requirement for rebuilding trust. At the individual level, the practice of audience segmentation through alter accounts becomes a tactic for maintaining psychological health and evolves into a collective strategy for conducting *cyber campaigns*. This represents an effort to reclaim the narrative in the digital public space, previously dominated by hoaxes, hate speech, and attacks against HIV/AIDS groups.

Theoretically, this research elaborates the concept of *backstage collapse* in a socio-digital context and elaborates Goffman's theory to analyze contemporary digital practices in new interaction media. The research also shows how Crenshaw's intersectionality framework, viewing the plurality of digital stigma and the reality of Castells' network society, explains the amplification of stigma and resistance as part of practices in digital media. Practically, the research findings have implications for encouraging a paradigm shift from *system security to cybersecurity* toward *socio-technical safety*. This requires multi-level and multi-stakeholder interventions. Ethics and digital literacy training is needed for health workers and companions interacting directly with HIV/AIDS survivors. Digital literacy training is also needed for PLHIV, PLWHA, and support communities to maintain their resilience efforts. Community empowerment is necessary to realize stigma reduction, including the involvement of all subjects, such as the survivors' closest families. Future research can be oriented toward developing and validating digital stigma measurement instruments that are adaptive to the socio-cultural context in Indonesia to address methodological gaps and the global goal of *zero discrimination*. Furthermore, further studies on platforms such as [konselinghiv.com](http://konselinghiv.com) can be conducted to further elaborate on the platform's efforts to represent resistance against internal stigma and even increase treatment adherence and broader HIV/AIDS prevention and response efforts.

### **Acknowledgements / Funding**

This research was supported by the Ministry of Higher Education, Science, and under the Regular Fundamental Research scheme with contract number 1186.1/UN27.22/PT.01.03/2025.

### **Conflict of interest**

The authors declare no conflict of interest.

### **Ethical statement**

This study was conducted in accordance with the Health Research Ethics Committee of the Faculty of Medicine, Universitas Sebelas Maret ethical standards and approved by Review Number: 118/UN27.06/KEPK/2025.

### **Declaration of AI usage**

No generative AI tools were used in the preparation of this manuscript.

### **Data availability**

The data supporting the findings of this study are available upon request.

**Author contributions**

	Argyo Demartoto	Bhisma Murti	Sri Hilmi Pujihartati	Novel Adryan Purnomo
Conceptualization	X	X		X
Data curation	X			
Formal analysis	X	X	X	X
Funding acquisition	X			
Investigation	X	X	X	X
Methodology	X		X	
Project administration				X
Resources	X	X		X
Software				X
Supervision	X			
Validation	X	X	X	
Visualization				X
Writing - original draft	X	X	X	X
Writing - review & editing	X	X	X	X

**References**

- Aceros, J. C., Belli, S., & Ninova, M. (2019). 'Often it is because of who is doing it.' The production of a youth subculture's image through talk. *Journal of Youth Studies*, 22(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/13676261.2018.1477124>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Castells, M. (2013). *Communication Power*. Oxford University Press. <http://www.earticle.net/Search/Pub/ArticleView.aspx?orgSn=272&jouSn=361&jouVolume=3683&artSn=41323&jouKind=1>
- Contissa, G., Laukyte, M., Sartor, G., Schebesta, H., Masutti, A., Lanzi, P., Marti, P., & Tomasello, P. (2013). Liability and automation: Issues and challenges for socio-technical systems. *Journal of Aerospace Operations*, 2(2013), 79–98. <https://doi.org/10.3233/aop-130033>
- Crenshaw, K. (1997). Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. In *Feminist Legal Theories*. Routledge.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design : Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Dickel, S., & Schrape, J. F. (2017). The Logic of Digital Utopianism. *NanoEthics*, 11(1), 47–58. <https://doi.org/10.1007/s11569-017-0285-6>
- Ede, C. F., Fothergill-Misbah, N., & Ede, S. S. (2025). "Life has always been physical physical, now visual": an explorative study on the use of digital health technologies to promote physiotherapy home treatment programs among older people. *Physiotherapy Theory and Practice*, 41(2), 337–350. <https://doi.org/10.1080/09593985.2024.2329936>

- Fortuna, K. L., Venegas, M., Umucu, E., Mois, G., Walker, R., & Brooks, J. M. (2019). The Future of Peer Support in Digital Psychiatry: Promise, Progress, and Opportunities. *Current Treatment Options in Psychiatry*, 6(3), 221–231. <https://doi.org/10.1007/s40501-019-00179-7>
- Frey, S., & Kerkemeyer, L. (2022). Acceptance of digital health applications in non-pharmacological therapies in German statutory healthcare system: Results of an online survey. *Digital Health*, 8. <https://doi.org/10.1177/20552076221131142>
- Friedland, B. A., Gottert, A., Hows, J., Baral, S. D., Sprague, L., Nyblade, L., McClair, T. L., Anam, F., Geibel, S., Kentutsi, S., Tamoufe, U., Diof, D., Amenyeiwe, U., Mallouris, C., & Pulerwitz, J. (2020). The People Living with HIV Stigma Index 2.0: generating critical evidence for change worldwide. *AIDS (London, England)*, 34(January), S5–S18. <https://doi.org/10.1097/QAD.0000000000002602>
- Fuady, A., Anindhita, M., Hanifah, M., Putri, A. M. N., Karnasih, A., Agiananda, F., Yani, F. F., Haya, M. A. N., Pakasi, T. A., & Wingfield, T. (2025). Codeveloping a community-based, peer-led psychosocial support intervention to reduce stigma and depression among people with tuberculosis and their households in Indonesia: a mixed-methods participatory action study. *Npj Primary Care Respiratory Medicine*, 35(1). <https://doi.org/10.1038/s41533-024-00407-5>
- Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life (Monograph no. 2). *Edinburgh, UK: University of Edinburgh Social Sciences Research Center*.
- Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. Penguin Books Ltd. <https://doi.org/10.4324/9780203002346>
- Gramigna, R. (2024). Preserving Anonymity: Deep-Fake as an Identity-Protection Device and as a Digital Camouflage. *International Journal for the Semiotics of Law - Revue Internationale de Sémiotique*, 37, 729–751. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11196-023-10079-y>
- Gray, C. S., Shaw, J., Baker, G. R., Kuluski, K., & Wodchis, W. P. (2024). The Integrated Care World is a Stage: Applying Goffman’s Theory of Dramaturgy to the Activities of Integrated Care. *International Journal of Integrated Care*, 24(3), 1–7. <https://doi.org/10.5334/ijic.8639>
- Hamid, A. M., & Abubakar, D. S. (2024). Assessing the Moderating Role of Secular Schooling in a Structural Model of HIV/AIDS Media Exposure, Knowledge, Attitude and Practice using Multi Group PLS SEM Analysis. *Observatorio (OBS\*)*, 18(4), 83–101. <https://doi.org/10.15847/obsOBS18420242494>
- Haryanti, T., & Wartini. (2019). Perception of people living with HIV/AIDS on social stigma of HIV/AIDS in Sukoharjo District. *Kesmas*, 13(3), 132–137. <https://doi.org/10.21109/kesmas.v13i3.1752>
- Hlatshwako, T. G., Obionu, I., Zhao, Y., Chima, K., Ahimbisibwe, B., Obiezu-Umeh, C., Magongo, E. N., Anikamadu, O., Ezechi, O., Ho, D., Tao, Y., Vorkoper, S., Sturke, R., Lwelunmor, J., Walker, D., & Tucker, J. D. (2025). #TheHealthYouthWant: a qualitative analysis of a global crowdsourcing open call for innovative ideas to promote adolescent health and well-being in countries with a high HIV burden. *Sexual Health*, 22(3). <https://doi.org/10.1071/SH24175>
- Ibrahim, K., Kombong, R., & Sriati, A. (2019). The Difference of Perceived HIV Stigma between People Living with HIV Infection and Their Families. *Nurse Media Journal of Nursing*, 9(2), 117–127. <https://doi.org/10.14710/nmjn.v9i2.24256>
- Keogh, A., Argent, R., Doherty, C., Duignan, C., Fennelly, O., Purcell, C., Johnston, W., & Caulfield, B. (2024). Breaking down the Digital Fortress: The Unseen Challenges in Healthcare Technology—Lessons Learned from 10 Years of Research. *Sensors*, 24(12). <https://doi.org/10.3390/s24123780>
- Khurshid, K., Dutta, T., Khan, K. S., Haider, S. A., Ahmed, U. A., Jatoi, H., Tahir, M., Sarfraz, R., Pasha, A., Khan, M., & Ali, M. (2023). Addressing stigma among persons living with HIV through the Sujaag project in Pakistan: A socioecological analysis. *Journal of Social Issues*, 79(1), 446–464. <https://doi.org/10.1111/josi.12547>
- Leith, D. J., & Farrell, S. (2021). Contact tracing app privacy: What data is shared by europe’s gaen contact tracing apps. *IEEE INFOCOM 2021-IEEE Conference on Computer Communications*, 1–10.

- Liu, Y., Byrne, K. A., Aly, H., Ghaiomy Anaraky, R., & Knijnenburg, B. (2024). Can Stress Put Digital Privacy at Risk? Evidence from a Controlled Experiment Examining the Impact of Acute Stress on Privacy Decisions on a Simulated Social Network Site. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 27(9), 664–672.
- M. Syam, H., Marzuki, M., Yanuar, D., Aminullah, M., & Sartika, M. (2025). The Role of Information Sources in Shaping Knowledge and Protective Behaviors Against Covid-19 Among Coffee Shop Visitors in Banda Aceh, Indonesia. *Observatorio (OBS\*)*, 19(3), 127–151. <https://doi.org/10.15847/obsobs19320252612>
- Meanley, S., Yehia, B. R., Hines, J., Thomas, R., Calder, D., Carter, B., Dubé, B., & Bauermeister, J. A. (2019). HIV/AIDS-related stigma, immediate families, and proactive coping processes among a clinical sample of people living with HIV/AIDS in Philadelphia, Pennsylvania. *J Community Psychol*, 47(7). <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/jcop.22227>
- Nave, E. (2025). Criminal Hate Speech Attributable to Online Platforms: A Call for a Thorough Corporate Remedial Responsibilities Framework in Europe. *Business and Human Rights Journal*, 1–26. <https://doi.org/10.1017/bhj.2025.10024>
- Oktavianus, J., Davidson, B., & Guan, L. (2021). Framing and counter-framing in online collective actions: the case of LGBT protests in a Muslim nation. *Information, Communication & Society*, 26(3), 479–495. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1954232>
- Sangaroonsilp, P., Dam, H. K., & Ghose, A. (2022). Common Privacy Weaknesses and Vulnerabilities in Software Applications. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4025928>
- Sidi, C. T., Manafe, R. P., & Benu, J. M. Y. (2023). Self-disclosure of HIV status among people living with HIV in Indonesia. *Journal of HIV/AIDS & Social Services*, 22(3), 93–111. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15381501.2024.2388162>
- Sudastri, N. K., Wulandari, L. P. L., & Januraga, P. P. (2025). Manifestation and Markings of HIV Stigma in Indonesia: A Scoping Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 22(6), 1–26. <https://doi.org/10.3390/ijerph22060840>
- Taylor, J., Fradgley, E. A., Clinton-McHarg, T., Hall, A., & Paul, C. L. (2023). Perceived importance of emotional support provided by health care professionals and social networks: Should we broaden our focus for the delivery of supportive care? *Asia-Pacific Journal of Clinical Oncology*, 19(6), 681–689. <https://doi.org/10.1111/ajco.13922>
- Töpfer, A., & Brabänder, G. (2021). Personalisation of treatment pathways - analysis of chances and barriers by the implementation of digital technologies under the conditions of the German Health System. *F1000Research*, 10, 1–14. <https://doi.org/10.12688/f1000research.29969.1>
- Tromp, N., Prawiranegara, R., Siregar, A., Sunjaya, D., & Baltussen, R. (2016). IMPORTANCE of MULTIPLE CRITERIA for PRIORITY SETTING of HIV/AIDS INTERVENTIONS. *International Journal of Technology Assessment in Health Care*, 31(6), 390–398. <https://doi.org/10.1017/S0266462316000039>
- Wardojo, S. S. I., Chuang, K. Y., & Rosadi, R. (2022). A longitudinal study of predictors of depression among people living with HIV in Malang, Indonesia. *Rawal Medical Journal*, 47(4), 796–802. <https://doi.org/10.5455/rmj.129848.20221115121408>
- Wijaya, B. S. (2025). Discursive analysis of rejection voices against brand social responsibility initiatives in Indonesia. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-04337-y>
- Yin, R. K. (2009). How to do better case studies. In *The SAGE handbook of applied social research methods 2* (pp. 254–282). Sage Publications.

## A qualitative examination of interpersonal communication between Community Health Workers (CHW) and pregnant women in Kerala, India

  **Amala T. Chacko**

research@niscort.com

Department of Mass Communication  
and Journalism  
NISCORT  
Ghaziabad, India

 **Jolly Jose**

jollykuru@gmail.com

Strategic Engagements – Research and  
Innovation  
St. Aloysius  
Mangalore, India

### Abstract

Communication between community health workers and pregnant women plays a significant role in increasing the antenatal and postnatal care they receive. Guided by Social Exchange Theory and the Patient-Provider Communication Model, this study examines how communicative interactions between Accredited Social Health Activists (ASHAs) and pregnant women influence trust, perceived support, and engagement with maternal healthcare services. A qualitative design was adopted, and in-depth interviews were conducted with 18 pregnant women aged 23–29 years from Vayalar Panchayath, Alappuzha district, between June and August 2024, using purposive sampling. Four themes have been identified from the thematic analysis. Women reported that their ASHA workers communicate with them regularly and provide information on maternal healthcare services, including those offered by both central and state governments, pregnancy complications, nutrition and dietary plans, and mental health and well-being. These interactions were perceived as productive and generally positive. However, despite these positive perceptions, there remains a need for more targeted training for public health workers to strengthen their ability to provide effective, comprehensive information exchange, particularly on nuanced and complex aspects of maternal health. Also, the integration of Social Exchange Theory and the Patient Provider Communication Model in the study emphasised the relational and communicative dynamics that shape maternal health engagement.

Keywords: ASHA workers, mental health, pregnancy complications, well-being

### 1. Introduction

Kerala, a southern state in India, has recently registered a maternal mortality ratio of 19 (per one lakh live births), which is lower than the national average of 97 per 100,000 (Sample Registration System, 2022). With a well-developed stage of demographic change, the state (Kerala) is well known for its highly educated population, with a higher literacy rate of 94% (96.11% for males, 92.07% for females) (IIPS, 2021). The recent National Family Health Survey (NFHS-5), conducted in Kerala from 2019 to 2021, revealed that nearly all mothers (98%) received prenatal care from a medical practitioner for their most recent birth. In line with recommendations, 94% of pregnant women got prenatal care in the first trimester. The percentage of mothers who got four or more prenatal care visits is 79% (IIPS, 2021). According to the WHO's recommendation, women of reproductive age should have undergone at least four prenatal visits (Antenatal Care - UNICEF DATA, 2023). Nearly all (99-100%) Kerala women who had antenatal care for their most recent delivery had all the procedures required to track their pregnancy, including having their weight taken, their blood pressure measured, a urine sample taken,

a blood sample taken, and having their abdomen examined (Sex Ratio & Literacy Rate, 2023). In other states in India, even when they receive antenatal care, women occasionally do not get all the services required to keep track of their pregnancies. This accomplishment is primarily attributed to the accessibility and effective operation of the public healthcare delivery system in Kerala, which provides affordable healthcare to everyone, including the most vulnerable sections of society (Varatharajan, 2004). Different stakeholders are responsible for disseminating this affordable healthcare service to the public. Female frontline health workers (FFHWs) were responsible for managing the community-level health response in India. These FFHWs included Anganwadi Workers (AWWs), Auxiliary Nurse Midwives (ANMs), and Accredited Social Health Activists (ASHAs) (Krishnan, 2022).

The launch of the ASHA program in 2005 by the National Rural Health Mission is a key factor that bridges the gap between the community and the public health system in India (Kohli et al., 2015). ASHA workers facilitate the early registration of pregnant women under the PHCs, provide antenatal, natal, and postnatal care to women, educate women on following proper dietary plans, encourage institutional delivery, and mobilise the community to increase the utilisation of existing health services (Mustafa, 2020). The presence of community health workers, such as ASHA, can facilitate the proper utilisation of high-quality antenatal care (ANC) services (Paul & Pandey, 2020). When it comes to pregnant women, several factors encourage them to access maternal healthcare facilities (Nyamtema et al., 2012). A study on accessing pregnancy-related services in Ghana identified that, compared to women who reported discussing pregnancy-related difficulties with their partner, those who did so with friends or a healthcare provider were more likely to have used an institutional delivery facility and had a trained birth attendant (Dougherty et al., 2018). It has been identified that patients' anxiety is reduced, and their coping skills are improved when providers are emotionally invested in them, which leads to better outcomes (Halpern, 2007). When patients ask questions, assert their preferences, express concerns, communicate understanding, and offer opinions, it demonstrates their involvement in the consultation and decision-making process (Street & Millay, 2001).

However, there is a paucity of literature on how effectively communication between ASHA workers and beneficiaries enables beneficiaries to access antenatal care services and supports the well-being of pregnant women in Kerala. While some studies focus on the overall impact of ASHA workers on maternal health outcomes, there is a dearth of research specifically linking communication quality to the actual utilisation of antenatal services (Bhattacharyya et al., 2018; Bhushan et al., 2020; Kumari & Shipra, 2020; Karkada et al., 2024). Drawing on Social Exchange Theory (Blau, 1964), this study recognises communication as a relational process shaped by perceived benefits, trust, and reciprocity, wherein pregnant women engage with ASHA workers based on the value they derive from informational, emotional, and instrumental support. Simultaneously, guided by the Patient-Provider Communication framework (Ong et al., 1995), the study acknowledges communication as a multidimensional process involving information exchange, emotional support, mutual understanding, and responsiveness to patient needs. Despite the centrality of ASHA workers as intermediaries between the formal health system and community women, limited research has explored how power relations, communicative competence, and relational trust influence women's engagement with antenatal care services. Moreover, there is a lack of empirical evidence on the specific topics discussed between ASHA workers and pregnant women and how these interactions shape health-seeking behaviour and perceived well-being during pregnancy. Addressing

this gap, the present study examines pregnant women’s perceptions of communication related to antenatal and maternal healthcare services and their overall well-being. By integrating Social Exchange Theory and the Patient–Provider Communication framework, the study seeks to understand how communication processes influence women’s experiences and decision-making during pregnancy. Accordingly, the central research question guiding this study is: How do women characterise their communication with ASHA workers regarding maternal health information during pregnancy?

## 2. Methodology

### 2.1. Recruitment and Participants

A non-random, purposive sample of participants was recruited with the assistance of ASHA workers from Vayalar Panchayath in Alappuzha District, Kerala. As women are encouraged to contact the Anganwadi worker or ASHA worker as soon as they learn they are pregnant and to register themselves under various government schemes, the community health workers possess the contact details of women who are currently pregnant. The researcher requested these details and invited the women to participate in the study to share their experiences with ASHA workers. In-depth, semi-structured interviews were conducted from June 2024 to August 2024 with 18 women who are in their first, second, and third trimesters of pregnancy. There were no rewards offered for taking part in the study. Women who participated in the in-depth interview were willing to record their conversation, which lasted between 45 minutes and 55 minutes. The researcher acknowledged the ethical concerns associated with accessing and using participants’ contact details and ensured the study adhered to relevant ethical guidelines. The study strictly adhered to the ethical guidelines outlined in the Declaration of Helsinki and its subsequent updates, ensuring high ethical standards throughout the research. Written informed consent was obtained from all participants, confirming their comprehension of the study and their voluntary decision to participate. The socio-demographic characteristics of the participants, including age, education, employment status, family type, number of pregnancies, and gestational week at the time of the interview, are presented in Table 1.

Table 1. Socio-Demographic Characteristics of Participants

<b>Participant No.</b>	<b>Age</b>	<b>Education</b>	<b>Employment Status</b>	<b>Family type</b>	<b>Number of Pregnancies</b>	<b>Gestation in weeks</b>
<b>1</b>	25	Graduation	Housewife	Nuclear	2	17
<b>2</b>	22	Graduation	Housewife	Joint	1	22
<b>3</b>	26	Post Graduation	Govt Employee	Nuclear	2	23
<b>4</b>	25	Post Graduation	Housewife	Nuclear	2	22
<b>5</b>	26	Post Graduation	Private Job	Joint	1	21
<b>6</b>	23	Graduation	Private Job	Nuclear	1	23
<b>7</b>	25	Post Graduation	Private Job	Nuclear	2	26

<b>8</b>	28	Post Graduation	Private Job	Joint	2	22
<b>9</b>	26	Graduation	Private Job	Nuclear	2	25
<b>10</b>	25	Post Graduation	Housewife	Nuclear	1	16
<b>11</b>	23	Graduation	Housewife	Joint	1	18
<b>12</b>	26	Post Graduation	Govt Job	Joint	2	22
<b>13</b>	25	Post Graduation	Private Job	Nuclear	1	25
<b>14</b>	26	Post Graduation	Private Job	Joint	1	21
<b>15</b>	29	Graduation	Private Job	Nuclear	3	23
<b>16</b>	25	Post Graduation	Private Job	Nuclear	2	26
<b>17</b>	29	Post Graduation	Private Job	Joint	2	22
<b>18</b>	26	Graduation	Private Job	Nuclear	2	25

Source: Own research

## 2.2. Data collection

The semi-structured, in-depth interviews were conducted via telephone conversations. After being informed of the study's goals and receiving their agreement, participants were then asked a series of questions about their interactions with ASHA workers during their pregnancy. To accomplish data saturation and ensure that dense and rich data were gathered, identical questions were asked to all participants (Fusch & Ness, 2015). Participants were contacted based on the inclusion criteria: 1) first, second, or third trimester of pregnancy, 2) registered under Anganwadi or PHC, 3) have a 'Reproductive and Child Health Identification Number' (RCH ID), and 4) contacted by an ASHA worker. After researching relevant previous research materials, the researcher developed an interview methodology aimed at extracting participants' experiences with community health workers. Some of the questions asked were, How would you describe the conversations you had with your ASHA worker? Have you had any discussions on the central and state governments' maternal health programs? What are the ways ASHA contacted you during the pregnancy? Do you talk about your mental health? What discussions have you had regarding the mental health and well-being of mothers during pregnancy? How would you describe the impact of the conversations you had with ASHA workers? Etc. The responses to the questions were recorded and transcribed.

## 2.3. Data Analysis

The data were analysed using thematic analysis as the primary analytic framework. Thematic analysis was chosen for its flexibility and suitability for identifying patterns of meaning across participants' experiences without the requirement of generating a formal theory (Villegas, 2022).

The qualitative analysis followed a systematic, iterative coding process informed by thematic analysis, grounded theory, and derived coding techniques. Initially, open coding was undertaken by closely reading the interview transcripts line by line to identify discrete meaning units that captured participants' descriptions of their

interactions with ASHA workers. These meaning units reflected the lived experiences of participants related to maternal health services, pregnancy-related concerns, nutrition, emotional support, trust-building, and communication practices. Codes were generated inductively, remaining close to their own language to preserve the authenticity of their narratives.

Subsequently, axial coding was employed to examine relationships among the open codes and to cluster conceptually related meaning units into broader experiential categories. During this phase, codes reflecting similar actions, perceptions, or interactions, such as information sharing, emotional reassurance, guidance on health practices, and the accessibility of ASHA workers, were grouped. The process facilitated a deeper understanding of how different dimensions of communication operated collectively within the maternal health context and helped to organise the data into analytically meaningful categories.

Finally, selective coding was used to integrate and refine these categories into four overarching themes that most comprehensively represented the participants' experiences. The themes, Maternal Health Care Services, Pregnancy Complications, Nutrition and Dietary Plans, and Mental Health and Well-being, were identified through constant comparison and iterative review to ensure internal coherence and conceptual distinctiveness. The final themes reflect patterned meanings across the dataset and directly address the research objective by illustrating how interpersonal communication with ASHA workers influenced pregnant women's health awareness, emotional well-being, and engagement with maternal health services.

### 3. Results

A total of 18 pregnant women participated in the study. The mean age of the participants was 25.5. The participants' profile is provided in Table 1. The mean gestation in weeks was 22.16. All participants had completed either their graduation or post-graduation studies at the time of pregnancy. Additionally, the researcher collected information on communication between ASHA workers and pregnant women, which included the frequency of contact by ASHA workers, their mode of communication, and the duration of conversations. Four significant themes have emerged from the analysis of the script (Table 2). They were *1) communication about maternal health care services, 2) communication about pregnancy complications, 3) communication about nutrition and dietary plans, 4) Communication about mental health and well-being.*

Table 2: Analytical Focus based on Selective Coding

<b>Core Theme (Selective Coding)</b>	<b>Axial Categories</b>	<b>Analytical Focus</b>
Maternal Health Care Services	1. Access to maternal health information 2. Health system navigation	Role of ASHA workers in improving awareness, access, and trust in maternal health services
Pregnancy Complications	1. Management of pregnancy risks 2. Supportive communication	ASHA-mediated communication in addressing pregnancy-related concerns and reassurance

Nutrition and Dietary Plans	1. Nutritional guidance during pregnancy 2. Gaps in clinical communication 3. Resource accessibility	Influence of ASHA workers on dietary practices and compensation for gaps in formal medical counselling
Mental Health and Well-being	1. Emotional experiences of pregnancy 2. Psychosocial support 3. Relationship and trust building	ASHA workers as key emotional and mental health support figures during pregnancy

Source: Own research

### 3.1. Communication About Maternal Health Care Services

All expectant mothers were aware of the maternal healthcare services provided by the Central and State governments. Specifically, antenatal care (ANC) during pregnancy is also high. Moreover, this has been achieved through regular updates provided by the ASHA workers.

One participant described:

*My ASHA chechi (sister) calls me regularly one day before my antenatal checkup. And also calls me once I visit my gynaecologist. She always asks, How did it go? What suggestions does the doctor give? And when is the next appointment? (Participant 6)*

Another participant responded:

*It is through ASHA workers that I came to know about different schemes of the Central and State governments, specifically dedicated to pregnant women. My ASHA worker took all my details and uploaded them to the website, so I am eligible for a 5000-rupee incentive for my first delivery through the Pradhan Mantri Matru Vandana Yojana. (Participant 3)*

Interviews revealed that women are well aware of the various schemes and programs, which has been achieved through effective communication with their ASHA workers.

Another participant described:

*I was hesitant in the beginning to share my details with an ASHA worker, but later I realised it was a blessing for me, as I was regularly updated about my check-ups and scans. Through our conversations, she consistently emphasised the importance of antenatal care and assured me that if any help was needed, she would be readily available to assist me. (Participant 7)*

One factor that the respondents felt had increased is their trust in maternal health care services provided by the government. Regular communication with ASHA workers enabled pregnant women to access the utilization of full ANC and vaccinations. Another participant added,

*For my antenatal check-ups, my ASHA worker always accompanies me and gives me company throughout the entire visit. (Participant 2)*

For those who were undergoing their first pregnancy, their discussions with the ASHA offered the pregnant women extra information on antenatal screening, population risks, specific risks for Down syndrome, the procedure-related risks of amniocentesis, and the possibilities of false positive and false negative results.

### 3.2. Communication About Pregnancy Complications

Half of the participants indicated that they were comfortable enough to talk about the pregnancy complications that they felt, and the ASHA workers were very supportive and understood their issues with warmth, sympathy, and respect.

One participant who is expecting her third baby said,

*My past two labours were a bit complicated, and I had to undergo a C-section. So, from the beginning of my third pregnancy, I was worried about the complications, but the regular interaction with my ASHA worker helped me a lot. Whenever I felt uneasy or uncomfortable, I would call her and inform her of my condition. (Participant 2)*

The majority of the participants indicated that ASHA workers were always initiating questions about subjects or issues concerning their pregnancy. During their routine discussions with ASHA workers, pregnant women shared their pregnancy complications such as excessive vomiting, less fetal movement, anaemia, breech presentation, high blood pressure, convulsions, white discharge, and fever.

Another participant reported that,

*During my second trimester, I got a severe viral infection, and I was worried about the health of my baby. I was scared to take the antibiotics that were prescribed by a physician. When I called my ASHA worker regarding my concern, she asked me to share the prescription details and cross-check with my gynaecologist, who convinced me it was safe to take during pregnancy. (Participant 12)*

Most of the pregnant women stated that during their discussions with ASHA workers, they got information regarding several pregnancy complications that they were unaware of.

One pregnant woman stated,

*I have heard that being anaemic during pregnancy is dangerous, but how it will affect my baby's health and my health during pregnancy was clarified by my ASHA worker, who suggested dietary charts and thorough checks on what I eat in a day. (Participant 1)*

Most of the first-time mothers admitted that, along with the gynaecologist, ASHA workers also warned them regarding the problems of gestational diabetes. One woman said,

*During her (ASHA worker) visits, she always asks about my sugar intake, as I have a family history of diabetes. (Participant 13)*

### 3.3. Communication About Nutrition and Dietary Plans

The majority of the women who were interviewed placed a high value on their own and their children's health. During pregnancy, eating well and understanding nutrition were equally crucial for all. Even though almost all of them are active seekers of health information from multiple sources, such as various online platforms and books, women also sought information from their ASHA workers. As most participants reported that they considered the information shared by ASHA workers relevant, because they believe ASHAs are trained professionals in the field of maternal health, and they usually resonate with pregnant women's personal beliefs.

One woman stated,

*During the house visits, ASHA workers used to bring extra iron and folic tablets in case I ran short of them. And her first question to me will always be, 'Have you taken your prenatal vitamins today?'*  
(Participant 5)

Almost all women reported that they were not satisfied with the information they received from their obstetricians and gynaecologists. The women reported that they had only been given insufficient, sparsely detailed information that was broad.

One participant stated,

*My gynaecologist is always busy whenever I visit her, and she never guides me regarding the diet I should follow. However, my ASHA worker regularly updates me on WhatsApp with messages that help me to follow a proper diet suitable for my pregnancy.* (Participant 13)

The participants reported that, during their conversations with ASHA workers, more time has been dedicated to topics like what to eat, when to eat, and how much to eat.

*My ASHA worker gave me a book called 'Ammayum Kunjum', which consists of all the details, mainly the diet plans and antenatal services.* (Participant 8)

### 3.4. Communication About Mental Health and Well-Being

The participants reported that most of them experienced a roller coaster of emotional changes during their pregnancy, and the conversations with ASHA and other community health workers helped them a lot to maintain their emotional well-being.

One participant stated,

*It can be both joyful and difficult to get ready for a baby. During my first pregnancy, we were undergoing a financial crisis, which harmed my mental state. During the house visits of my ASHA worker, I used to share my stress and worry with her, and through her conversation, she made me realise that my feelings would affect the growing baby and that I should always keep a positive attitude towards everything.* (Participant 11)

For most of the participants, their ASHA worker is a known person, which made it easy to share their thoughts and worries with them. Another participant stated,

*The first question my ASHA worker asked me was, 'How are you?' Starting from there, she talks about how well I am doing. How well is my baby doing? (Participant 4)*

As most participants use mobile devices and the internet during their free time, these conversations with ASHA workers, which occur once a week or twice a week, are very helpful to them. They get a chance to discuss their thoughts and issues and consider ASHA as an elder sister. One participant stated,

*My ASHA worker acts like an elder sister to me because she always scolds me if I do not take the vitamin tablets or if I do not follow the diet. (Participant 9)*

#### **4. Discussion**

The study has explored how pregnant women characterise their communication with ASHA workers and has identified key areas discussed in the context of pregnancy. Under the themes developed from the in-depth interviews, the pregnant women reported that effective communication is taking place between them and ASHA workers. This communication aims to provide an opportunity to learn more about maternal healthcare services, nutrition and diets, health complications during pregnancy, and the overall well-being of pregnant women. Also, drawing on Social Exchange Theory (SET) and the Patient-Provider Communication (PPC) framework, the findings demonstrate that communication between ASHA workers and pregnant women extends beyond the mere transmission of information and is deeply embedded in relational, social, and contextual processes. These interactions are shaped by trust, reciprocity, perceived benefits, and relational continuity, all of which influence women's engagement with antenatal care services.

From a Social Exchange Theory perspective, the interactions between ASHA workers and pregnant women reflect ongoing relational exchanges in which women assess the perceived benefits, such as emotional reassurance (Edmonds et al., 2011), informational clarity (Kj & Angadi, 2015), and access to services, against potential costs, such as time, disclosure of personal concerns, social vulnerability (Singh et al., 2012). The findings indicate that women continued to engage with ASHA workers because these interactions consistently produced valued outcomes, including improved understanding of maternal health, emotional reassurance, and practical support. This reinforces the idea that sustained engagement in health communication is contingent upon the perception of reciprocal benefit and trust within the relationship (Al-Mutawtah et al., 2023). At the same time, the Patient-Provider Communication framework offers insight into how these exchanges are enacted. The study revealed that communication between ASHA workers and pregnant women involved not only information provision but also emotional support, reassurance, and culturally sensitive dialogue. Participants reported being regularly informed about antenatal services, pregnancy-related risks, nutrition, and available government schemes. Such interactions align with core dimensions of effective patient-provider communication, including clarity of information, responsiveness, and relational continuity (Madula et al., 2018).

The study identified what is being communicated and explored the deeper processes shaping these interactions, such as the influence of power dynamics and social hierarchies on communication outcomes. ASHA workers, as trusted community health intermediaries, navigate complex social landscapes where power dynamics and traditional hierarchies influence the nature of communication. Studies have shown that the ability of ASHA workers to foster trust and establish authority is often mediated by their dual role as both insiders within their communities and agents of the formal healthcare system (Bhattacharyya et al., 2018; Chacko & Jose, 2023). This dual positioning allows them to address sensitive topics such as pregnancy complications and mental health issues in culturally appropriate ways, thereby circumventing potential resistance or stigma. For example, the social identity of an ASHA worker, including caste, gender, and socioeconomic status, can either facilitate or hinder her ability to effectively communicate with beneficiaries (Kang et al., 2022).

In the present study, pregnant women were constantly informed of their situation, the necessary procedures, and guidance on care during pregnancy. Through their conversations, ASHA workers emphasised the utilisation of government health programs allocated for pregnant women. This finding is similar to previous research that explored the expectations and understanding of pregnant women regarding maternal healthcare services based on the information provided by healthcare workers and their impact on maternal health outcomes (Raine et al., 2009; Dandeebo & Galaa, 2019; Pervin et al., 2021; Negero et al., 2023). The participants reported they are confident enough to share their health concerns with their ASHA workers and seek guidance from them. Our findings are similar to studies analysing pregnancy-related health information-seeking behaviours and their association with maternal and child health outcomes (Haruna et al., 2019; Kang et al., 2022). Family members and expectant mothers often have limited knowledge about antenatal care and pregnancy complications. Therefore, effective health information provided through community health workers is vital, as it can increase the knowledge of beneficiaries (Raine et al., 2009).

The study also identified that women were provided with booklets and health kits from the PHC to help them understand the quality and quantity of their food intake. Communication about nutrition and dietary plans is deeply influenced by cultural practices, economic constraints, and gender norms, making this observation central to a sociological understanding of health behaviour (Szwajcer et al., 2005; Bookari, Yeatman, & Williamson, 2017; Kazi et al., 2021). ASHA workers often negotiate between medical advice and local dietary traditions, some of which conflict with modern nutritional guidelines (Wennberg et al., 2015). Substantiating the existing evidence, in this study, the pregnant women reported that ASHA workers always find ways to encourage healthy eating without alienating or disrespecting their traditions.

Women identified the ASHA workers as supportive whenever they experienced emotional stress or family issues. The study findings revealed that participants often faced emotional fluctuations during their pregnancy, ranging from joy to stress, influenced by personal and financial challenges. For example, Participant 11 recounted experiencing significant mental distress during her first pregnancy due to a financial crisis. She found solace and guidance in her ASHA worker, who not only offered emotional support during house visits but also emphasised the importance of maintaining a positive attitude for the well-being of the baby. Such narratives signify the integral role of ASHA workers as accessible emotional anchors within the community. This was consistent with past research that has shown pregnant women's feelings of worry can be lessened, and barriers to receiving prenatal treatment in public medical facilities can be removed through friendly, normalising conversations

between patients and healthcare providers (McMahon et al., 2014; Schouten et al., 2021; Mayra et al., 2022). The study revealed that participants had very pleasant interactions with healthcare workers (ASHA), who offered them words of comfort and encouragement. The role of ASHA workers in facilitating these support networks is important, as they could be the only point of contact for many women experiencing emotional distress. Previous research suggests introducing workshops and training sessions to equip health practitioners with extensive knowledge and communication skills, ensuring respectful and dignified care during interactions with pregnant women (Sabetghadam et al., 2022; Mwashia et al., 2023). From a Social Exchange standpoint, emotional reassurance represents a high-value, low-cost form of support that strengthens relational bonds and encourages continued engagement (Ahmad et al., 2023). From a Patient-Provider Communication perspective, emotional responsiveness fosters trust, empathy, and psychological safety, which are key determinants of effective healthcare interactions (Kulińska et al., 2022).

## 5. Limitations

As with all qualitative research, the findings of this study should be interpreted within the context in which the data were generated. The use of purposive sampling facilitated access to pregnant women who were actively engaged with maternal health services and enabled an in-depth exploration of communication experiences with ASHA workers. While participants were identified with the support of ASHA workers, this approach was adopted primarily to ensure ethical recruitment, trust, and participant safety in a community-based setting. Although this may have influenced the nature of responses, the study sought to mitigate potential bias by encouraging open-ended reflection and by assuring participants of confidentiality and voluntariness during interviews.

The study was conducted within a specific rural panchayath in the Alappuzha district of Kerala, and the participants shared broadly similar socioeconomic and educational backgrounds reflective of this local context. This relative homogeneity enabled a focused examination of interpersonal communication processes within a clearly defined social setting, consistent with the objectives of qualitative inquiry. Rather than aiming for statistical representativeness, the study prioritised depth, contextual understanding, and analytical insight into communication dynamics between ASHA workers and pregnant women.

While the findings may not be directly generalisable to all regions or population groups, they offer transferable insights into community-based maternal health communication that may inform future research and practice in similar settings. Further studies across diverse geographic and socioeconomic contexts and involving other frontline health workers, such as Auxiliary Nurse Midwives and Anganwadi workers could build upon these findings and extend their applicability.

## 6. Conclusion

To advance public health, the ASHA program in India is a comprehensive initiative that offers an opportunity for state governments, policymakers, and practitioners. There is a need for a better understanding of how effectively

we can utilise the services of ASHA workers, especially in the field of maternal and child health, and how communication as a tool can strengthen the efficiency of these services.

The study explored the communication between pregnant women and ASHA workers to understand their experiences and maternal health outcomes. The study showed that it will be easier to adopt preventive measures, identify risks earlier, reduce problems, and address health inequalities if all pregnant women and their healthcare professionals have more and better-quality interactions during pregnancy. Additionally, for better outcomes, both the patient and the provider must play an active and participatory role. In addition, the findings of the present study can be seen as a preliminary step towards further, more in-depth exploration of the conversations and their potential use by providers for effective and improved maternal and child healthcare interventions.

### **Acknowledgements / Funding**

I would like to thank all the pregnant women who participated in this study by giving their time and sharing their experiences. Also, the ASHA workers who provided the details of the participants.

### **Conflict of interest**

The authors declare no conflict of interest.

### **Ethical statement**

The study was conducted in accordance with established principles of scientific research and the ethica guidelines of the researcher's institutional affiliation. Participation was voluntary, informed consent was obtained from all participants, and confidentiality was ensured. Given the non-interventional nature of the study, formal approval from an external ethics committee was not required.

### **Declaration of AI usage**

No generative AI tools were used in the preparation of this manuscript.

### **Data availability**

The data supporting the findings of this study are available upon request.

### **Author contributions**

	Amala T. Chacko	Jolly Jose
Conceptualization	X	
Data curation	X	
Formal analysis	X	X
Investigation	X	
Methodology	X	X
Resources	X	
Software		X
Supervision		X
Validation	X	X
Visualization	X	
Writing - original draft	X	
Writing - review & editing		X

## References

- Ahmad, R., Nawaz, M.R., Ishaq, M.I., Khan, M.M. & Ashraf, H.A. (2023). Social exchange theory: Systematic review and future directions. *Frontiers in Psychology*, *13*, 1015921. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1015921>
- Al-Mutawtah, M., Campbell, E., Kubis, H.-P. & Erjavec, M. (2023). Women's experiences of social support during pregnancy: a qualitative systematic review. *BMC Pregnancy and Childbirth*, *23*(1), 782. <https://doi.org/10.1186/s12884-023-06089-0>
- Antenatal care - *UNICEF DATA*. (2024, March 1). <https://data.unicef.org/topic/maternal-health/antenatal-care/>
- Bajpai, P., Chaurasiya, S., Singh, N., Shukla, S., & Mathew, D. (2020). Assessment of the services of ASHA workers on antenatal and postnatal care in a district of western Uttar Pradesh, India. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, *9*(7), 3502. [https://doi.org/10.4103/jfmmpc.jfmmpc\\_381\\_20](https://doi.org/10.4103/jfmmpc.jfmmpc_381_20)
- Bhattacharyya, S., Srivastava, A., Saxena, M., Gogoi, M., Dwivedi, P., & Giessler, K. (2018). Do women's perspectives of quality of care during childbirth match with those of providers? A qualitative study in Uttar Pradesh, India. *Global Health Action*, *11*(1), 1527971. <https://doi.org/10.1080/16549716.2018.1527971>
- Bhushan, N.L., Krupp, K., Jaykrishna, P., Ravi, K., Khan, A., Shidhaye, R., Kiplagat, S., Srinivas, V. & Madhivanan, P. (2020). The association between social support through contacts with Accredited Social Health Activists (ASHAs) and antenatal anxiety among women in Mysore, India: a cross-sectional study. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, *55*(10), 1323–1333. <https://doi.org/10.1007/s00127-020-01854-4>
- Blau, P.M. (1964) Exchange and power in social life. New York: John Wiley.
- Bookari, K., Yeatman, H., & Williamson, M. (2017). Informing Nutrition Care in the Antenatal Period: Pregnant Women's Experiences and Need for Support. *BioMed Research International*, *2017*, 1–16. <https://doi.org/10.1155/2017/4856527>
- Chacko, A. T., & Jose, J. (2023). Health Communication Interventions for Promoting Menstrual Health and Hygiene Management in India: A review. *E3S Web of Conferences*, *453*, 01014. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202345301014>
- Dougherty, L., Stammer, E., & Valente, T. W. (2018). Interpersonal communication regarding pregnancy-related services: friends versus health professionals as conduits for information. *BMC Pregnancy and Childbirth*, *18*(1). <https://doi.org/10.1186/s12884-018-1729-x>
- Edmonds, J.K., Paul, M. & Sibley, L.M. (2011). Type, Content, and Source of Social Support Perceived by Women during Pregnancy: Evidence from Matlab, Bangladesh. *Journal of Health Population and Nutrition*, *29*(2), 163–73. <https://doi.org/10.3329/jhpn.v29i2.7859>
- Fusch, P., & Ness, L. (2015). Are We There Yet? Data Saturation in Qualitative Research. *The Qualitative Report*. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2015.2281>
- Halpern, J. (2007). Empathy and Patient–Physician Conflicts. *Journal of General Internal Medicine*, *22*(5), 696–700. <https://doi.org/10.1007/s11606-006-0102-3>
- Haruna, U., Dandeebo, G., & Galaa, S. Z. (2019). Improving Access and Utilization of Maternal Healthcare Services through Focused Antenatal Care in Rural Ghana: A Qualitative Study. *Advances in Public Health*, *2019*, 1–11. <https://doi.org/10.1155/2019/9181758>
- International Institute for Population Sciences (IIPS). (2021). *National Family Health Survey (NFHS-5) - Kerala*. [http://rchiips.org/nfhs/NFHS-5Report\\_KL.shtml](http://rchiips.org/nfhs/NFHS-5Report_KL.shtml)
- Kang, H., Kaur, A., Saini, S., Wani, R. A., & Kaur, S. (2022). Pregnancy-Related Health Information-Seeking Behavior of Rural Women of Selected Villages of North India. *Asian Women*, *38*(2), 45–64. <https://doi.org/10.14431/aw.2022.6.38.2.45>

- Karkada, S., Noronha, J., Lewis, M., & Ullal, C. (2024). ASHA-led community-managed intervention programme to improve maternal and neonatal outcomes in pregnant women with pregnancy hypertension: A study protocol. *Journal of Advanced Nursing*. <https://doi.org/10.1111/jan.16301>
- Kazi, A.K., Rowther, A.A., Atif, N., Nazir, H., Atiq, M., Zulfiqar, S., Malik, A. and Surkan, P.J. (2021). Intersections between patient-provider communication and antenatal anxiety in a public healthcare setting in Pakistan. *PLOS ONE*, *16*(2), e0244671. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0244671>
- Kj, S. & Angadi, M. (2015). A study to evaluate the knowledge of ASHA workers on antenatal and postnatal care in Bijapur district. *International Journal of Research in Medical Sciences*, 2299–2302. <https://doi.org/10.18203/2320-6012.ijrms20150620>
- Kohli, C., Kishore, J., Sharma, S., & Nayak, H. (2015). Knowledge and practice of Accredited Social Health Activists for maternal healthcare delivery in Delhi. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, *4*(3), 359. <https://doi.org/10.4103/2249-4863.161317>
- Krishnan, S. (2022). Exploring female frontline health workers' role and capacities in COVID-19 response in India. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, *75*, 102962. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2022.102962>
- Kulińska, J., Rypicz, Ł. & Zatońska, K. (2022). The Impact of Effective Communication on Perceptions of Patient Safety - A Prospective Study in selected Polish Hospitals. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(15), 9174. <https://doi.org/10.3390/ijerph19159174>
- Kumari, R., & Shipra, K. (2020). Role of ASHA to aware about antenatal care and post natal care services are utilized by women beneficiaries registered in JSY (Janani Suraksha yojana) in Samastipur district in Bihar. *Journal of Pharmacognosy and Phytochemistry*, *9*, 36–38.
- Madula, P., Kalembo, F.W., Yu, H. & Kaminga, A.C. (2018). Healthcare provider-patient communication: a qualitative study of women's perceptions during childbirth. *Reproductive Health*, *15*(1), 135. <https://doi.org/10.1186/s12978-018-0580-x>
- Mayra, K., Matthews, Z., & Padmadas, S. S. (2022). Why do some health care providers disrespect and abuse women during childbirth in India? *Women and Birth*, *35*(1), e49–e59. <https://doi.org/10.1016/j.wombi.2021.02.003>
- McMahon, S. A., George, A. S., Chebet, J. J., Mosha, I. H., Mpenbeni, R. N., & Winch, P. J. (2014). Experiences of and responses to disrespectful maternity care and abuse during childbirth; a qualitative study with women and men in Morogoro Region, Tanzania. *BMC Pregnancy and Childbirth*, *14*(1), 1-13. <https://doi.org/10.1186/1471-2393-14-268>
- Mustafa, N. (2020). Knowledge Attitude and Practice Regarding Maternal Health Care Services. *Health Care: Current Reviews*, *8*(1), 1-6. <https://doi.org/10.35248/2375-4273.20.8.248>
- Mwasha, L. K., Kisaka, L. M., & Pallangyo, E. S. (2023). Disrespect and abuse in maternity care in a low-resource setting in Tanzania: Provider's perspectives of practice. *PLOS ONE*, *18*(3), e0281349. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0281349>
- Negero, M. G., Sibbritt, D., & Dawson, A. (2023). Women's utilisation of quality antenatal care, intrapartum care and postnatal care services in Ethiopia: a population-based study using the demographic and health survey data. *BMC Public Health*, *23*(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-023-15938-8>
- Nyamtema, A. S., Jong, A. B. D., Urassa, D. P., Hagen, J. P., & Van Roosmalen, J. (2012). The quality of antenatal care in rural Tanzania: what is behind the number of visits? *BMC Pregnancy and Childbirth*, *12*(1). <https://doi.org/10.1186/1471-2393-12-70>
- Ong, L.M.L., De Haes, J.C.J.M., Hoos, A.M. & Lammes, F.B. (1995). Doctor-patient communication: A review of the literature. *Social Science & Medicine*, *40*(7), 903–918. [https://doi.org/10.1016/0277-9536\(94\)00155-m](https://doi.org/10.1016/0277-9536(94)00155-m)

- Paul, P. L., & Pandey, S. (2020). Factors influencing institutional delivery and the role of accredited social health activist (ASHA): a secondary analysis of India human development survey 2012. *BMC Pregnancy and Childbirth*, 20(1). <https://doi.org/10.1186/s12884-020-03127-z>
- Pervin, J., Sarker, B.K., Nu, U.T., Khatun, F., Rahman, A.M.Q., Venkateswaran, M., Rahman, A., Frøen, J.F. & Friberg, I.K. (2021). Developing targeted client communication messages to pregnant women in Bangladesh: a qualitative study. *BMC Public Health*, 21(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-021-10811-y>
- Raine, R., Cartwright, M., Richens, Y., Mahamed, Z., & Smith, D. (2009). A Qualitative Study of Women's Experiences of Communication in Antenatal Care: Identifying Areas for Action. *Maternal and Child Health Journal*, 14(4), 590–599. <https://doi.org/10.1007/s10995-009-0489-7>
- Sabetghadam, S., Keramat, A., Goli, S., Malary, M., & Chamani, S. R. (2022). Maternal Health Literacy, Health information-seeking Behavior and Pregnancy Outcomes Among Iranian Pregnant Women: A Cross-Sectional Study. *Community Health Equity Research & Policy*, 44(1), 77–87. <https://doi.org/10.1177/0272684x221095659>
- Sample Registration System. (2022). *Special Bulletin On Maternal Mortality In India 2018-20*. [https://censusindia.gov.in/nada/index.php/catalog/44379/download/48052/SRS\\_MMR\\_Bulletin\\_2018\\_2020.pdf](https://censusindia.gov.in/nada/index.php/catalog/44379/download/48052/SRS_MMR_Bulletin_2018_2020.pdf)
- Schouten, B. C., Westerneng, M., & Smit, A. M. (2021). Midwives' perceived barriers in communicating about depression with ethnic minority clients. *Patient Education and Counseling*, 104(10), 2393–2399. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2021.07.032>
- Singh, P.K., Rai, R.K., Alagarajan, M. & Singh, L. (2012). Determinants of Maternity Care Services Utilization among Married Adolescents in Rural India. *PLoS ONE*, 7(2), e31666. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0031666>.
- Strauss, A., & Wijnagaert, L. D. (2007). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Sage Publications, Inc.
- Street, R. L., & Millay, B. (2001). Analyzing Patient Participation in Medical Encounters. *Health Communication*, 13(1), 61–73. [https://doi.org/10.1207/s15327027hc1301\\_06](https://doi.org/10.1207/s15327027hc1301_06)
- Szwajcer, E. M., Hiddink, G. J., Koelen, M. A., & Van Woerkum, C. M. J. (2005). Nutrition-related information-seeking behaviours before and throughout the course of pregnancy: consequences for nutrition communication. *European Journal of Clinical Nutrition*, 59(S1), S57–S65. <https://doi.org/10.1038/sj.ejcn.1602175>
- Varatharajan, D. (2004). Assessing the performance of primary health centres under decentralized government in Kerala, India. *Health Policy and Planning*, 19(1), 41–51. <https://doi.org/10.1093/heapol/czh005>
- Villegas, F. (2022). *Thematic Analysis: What it is and How to Do It*. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/thematic-analysis/>
- Wennberg, A. L., Hörnsten, S., & Hamberg, K. (2015). A questioned authority meets well-informed pregnant women – a qualitative study examining how midwives perceive their role in dietary counselling. *BMC Pregnancy and Childbirth*, 15(1). <https://doi.org/10.1186/s12884-015-0523-2>

## Platformization and family digital practices in Argentina: a parental perspective

  **Mariángeles Castro-Sánchez**

Instituto de Ciencias para la Familia  
Universidad Austral  
Buenos Aires, Argentina

### Abstract

This article explores parental digital practices in Argentina through the lens of platformization, based on data from an ad hoc online questionnaire administered to mothers and fathers of adolescents aged 10–17. Drawing on the conceptual triad of mediation, mediatization, and platformization, the study examines how digital technologies reshape family life and parental roles. Results show high smartphone penetration and identify WhatsApp as the main infrastructure for intra-family coordination and affective communication. Parents report a generational shift in practices and a gradual transformation of mediation strategies, which tend to become less restrictive and more dialogical as adolescents gain autonomy. The study maps patterns of divergence and convergence in device and platform use: WhatsApp and Instagram emerge as shared interaction spaces, whereas other platforms and activities remain generationally segmented. These findings support the notion that digital parenting involves enacting parenting within and through platforms, not only monitoring children’s online behaviour. Situated within debates on surveillance capitalism and digital intimacy, the article discusses implications for autonomy, everyday support, and relational identity in platformized family life. It contributes to ongoing discussions about digital parenting by offering empirical evidence from a Global South perspective, emphasizing how technological infrastructures mediate not only communication but also affective and normative aspects of family relationships. Given the non-probabilistic sample—predominantly urban, highly educated, and largely composed of mothers—findings are exploratory, context-specific, and not generalizable. The article concludes by calling for research that includes adolescents’ voices and examines how families negotiate meaning, care, and control in platformized environments.

Keywords: digital parenting, platformization, daily life, interpersonal relationships.

### 1. Introduction

This study, part of a broader research project, takes an exploratory, descriptive approach to identifying and characterizing dynamics of digital parenting, particularly parent–child practices developed in digital environments. To this end, the phenomenon of digital parenting is examined, understood as the way in which parents interact with, guide, and supervise their children’s use of digital technologies, as well as how they perform their parental roles in these environments (Castro-Sánchez, 2022; Castro-Sánchez et al., 2024). This inquiry aims to provide a detailed account of how parenting is being redefined within a digitally mediated world, where daily routines and family interactions are increasingly shaped by devices and platforms.

In recent years, the expansion of mobile connectivity and the growing centrality of platforms such as WhatsApp, Instagram, and TikTok have transformed the fabric of everyday life. These changes affect not only communication but also family coordination, care dynamics, and identity expression (Castro-Sánchez et al.,

2023). As such, digital parenting cannot be reduced to isolated interventions but must be approached as a continuum of situated practices that intersect with broader technological and cultural transformations.

Within this framework, digital parenting emerges as a concept, though there is no unanimous consensus on its definition. It has been described as the management of children's digital interactions (Benedetto & Ingrassia, 2020) and as the set of mediation strategies between parents, children, and digital life, with restrictive approaches being the most prevalent (Nichols & Selim, 2022). Today, parents engage in various mediation practices, seeking to balance active and restrictive behaviors based on factors such as their children's age and digital competence (Benedetto & Ingrassia, 2020). In all cases, there is consensus that understanding digital parenting is essential for developing educational strategies and mitigating risks associated with technology use (Benedetto & Ingrassia, 2020; Grané I Oró, 2021; Castro-Sánchez, 2024).

Along these lines, Nichols & Selim (2022) propose integrating three dimensions: parental mediation of children's digital activities; children's mediation of parents' digital activities; and the role of digital media in supporting parent-child interaction. They further argue that each of these dimensions should consider aspects related to social identity.

However, as highlighted in previous research, digital parenting extends beyond mere mediation and should be understood as the exercise of parental roles within digital environments themselves (Castro-Sánchez, 2022; Castro-Sánchez et al., 2024). A model centered solely on parental mediation of children's online activities offers an overly narrow perspective on a complex landscape. Moreover, some practices of representing relational selfhood on digital platforms may fail to respect children's privacy (Castro-Sánchez et al., 2024).

As an exploratory study, this research does not aim to establish definitive conclusions but rather to open avenues for deeper inquiry into how digital media are transforming family life in general and parenting in particular. Our objective is to identify emerging patterns within the phenomenon of digital parenting, examine how parents navigate the complexities of new digital environments, and describe how their roles and responsibilities evolve in response to the opportunities and risks posed by digital technologies.

This initial exploration is expected to serve as a foundation for future research and contribute to the development of theoretical frameworks and guidelines for parents, educators, and policymakers.

## **2. Theoretical Background**

The concept of digital parenting emerges within mediatized societies, where daily practices are increasingly shaped by digital devices and platforms. The notion of interface and its co-evolutionary nature (Scolari, 2018) can shed light on certain aspects of human-media relationships within families (Castro-Sánchez, 2022). For this reason, technologies—broadly understood—, and particularly digital technologies, play a crucial role in defining family interactions today.

To contribute to the understanding of this phenomenon, we propose a three-layered reading: parental mediation with digital technologies, which includes both educational and caregiving practices; mediatized parenting, shaped

by sociality in digital media and particularly in socio-digital platforms that have gained centrality today; and platformized parenting, which reflects how digital platforms structure parental practices (Castro-Sánchez et al., 2024).

Parental mediation encompasses the actions parents undertake to influence how children use and interpret media content. It has an educational purpose aimed at developing critical skills and has a long-standing tradition, previously applied to television (Valkenburg et al., 1999). Livingstone et al. (2011) suggest that active mediation is linked to higher digital competence in children and involves parent-child discussions about content and internet safety, fostering a critical understanding of both online risks and opportunities. Another key aspect of this type of mediation is the promotion of progressive autonomy in children. As they grow, strategies must be adjusted, emphasizing the importance of flexible and adaptive mediation (Livingstone & Helsper, 2008).

Beyond specific mediation strategies, digital parenting must also be understood as a relational process situated within broader sociotechnical systems. Parents do not act in isolation but within environments shaped by affordances, algorithms, and data infrastructures. These technological conditions influence what can be done, what is visible, and what is valued in digital interactions, thereby shaping parental expectations and behaviors (Mascheroni & Siibak, 2021).

Mediatization, as a process, transforms not only communication but also sociocultural practices. According to Hjarvard (2013), media do not merely transmit messages; they become embedded in and shape social interactions, including family dynamics. Mediatized parenting thus refers to the ways in which digital media integrate into daily routines and parent-child relationships. Technologies create environments, as media ecology theories propose (McLuhan, 1967/2015), altering family dynamics through instant messaging applications and video conferencing tools, which reshape parent-child communication. Family relationships are no longer solely defined by physical proximity but by constant digital interaction. Consequently, the mediatization of parenting implies that parental behaviors, decisions, and actions occur in evolving environments, driving changes in traditional parental roles.

In this context, the notion of platformization, derived from mediatization, allows us to interpret parenting through a contemporary lens. According to Poell et al. (2022), platformization refers to the penetration of digital platforms into various areas of daily life. In parent-child relationships, this results in practices that reorganize around digital platforms.

Van Dijck (2016) also reinforces the idea that platforms not only mediate communication but also shape it. Applied to parenting, this transformation alters how mothers and fathers perform their roles, not only supervising their children's platform use but also actively engaging in these spaces, sharing experiences, and interacting. In all cases, platformization is redefining the modes of socialization within parent-child relationships, reshaping family dynamics and structures.

Moreover, Srnicek (2017) points out that platforms have emerged as dominant actors in the digital economy, with implications for data extraction and commercialization, a phenomenon that extends to family digital practices. Zuboff (2019) warns of the risks of "surveillance capitalism," wherein family digital interactions may be monitored and monetized, raising new ethical dilemmas.

Recent studies confirm an ongoing platformization of family environments (Sefton-Green et al., 2025). This process refers to the increasing penetration of digital platforms into everyday life, transforming family dynamics, relational practices, and household organization. This phenomenon not only structures family life but also redefines the place of families within an expanding digital ecosystem (Livingstone & Sefton-Green, 2025).

From a relational perspective, platformization reinforces the idea that families are no longer solely constituted through physical cohabitation (Beck & Beck-Gernsheim, 2012) but also through digitally mediated interactions. This transformation reconfigures traditional socialization and caregiving practices, extending family life beyond the home. It also generates new forms of interdependence and vulnerability (Livingstone & Sefton-Green, 2025).

Digital platforms act as mediators in how families understand themselves and interact with other social systems, such as education, labor, and politics. As these platforms become essential infrastructures for daily life, they introduce new forms of regulation and control that may impact family autonomy (van Dijck et al., 2018; Sefton-Green & Livingstone, 2025).

The platformization of family intimacy is another key aspect of this phenomenon. Digital technologies facilitate new ways of maintaining emotional closeness while also generating tensions around privacy and access to personal information within the household (Erstad et al., 2024; Sefton-Green & Livingstone, 2025). This shift leads to alternative forms of constructing family intimacy, shaped by the uses and regulations of digital platforms.

Ultimately, the platformization of the family is not merely a technological transformation; it represents a reconfiguration of intra-family relationships, daily practices, and cultural imaginaries surrounding families in the digital era.

### **3. Methodology**

As expressed by Sautu et al. (2010), individuals' interpretations of social reality can also be captured through a survey-based analysis focused on social agency. Such an approach examines the decisions individuals make within their specific contexts and how these are influenced by their beliefs, values, and personal experiences. Surveys serve as an effective tool for exploring the attitudes and beliefs underlying these behaviors, as they enable the identification of sociocultural patterns (Babbie, 2021).

In this study, the survey was used as the primary data collection technique, utilizing a questionnaire as its instrument — a structured set of questions designed to gather specific information (Sautu et al., 2010). It is one of the most common tools used for collecting structured data and the primary field entry vector for this research.

To substantiate the claim that parenting is a mediatized and platformized reality, we seek to understand what the individual and shared digital parent-child habits are, as well as the current parental role-based digital practices. Based on these initial inquiries, the following objectives are formulated: to explore digital habits, digital parent-child interactions, and parental digital role practices, and to analyze the exercise of parental functions in digital environments within the broader phenomenon of mediatization and platformization of interpersonal relationships.

### 3.1. Instrument development and structure

An ad hoc online questionnaire was developed to capture parental and shared parent–child digital practices in platformized environments. The instrument was built by identifying thematic cores and defining dimensions and subdimensions. A preliminary pool of items was drafted, followed by decisions regarding format, ordering, and administration context. The survey was implemented in QuestionPro (2023, University License - Research Edition), which enabled section-based blocks aligned with the study dimensions.

This article analyzes a 20-item core track from a broader questionnaire, organized into four sections (sociodemographic data; parental digital habits; children’s digital habits; shared digital habits) and three main dimensions subdivided into specific subdimensions (Table 1). The full questionnaire includes additional items (Supplementary Material S1) that fall outside the analytic scope of this paper.

Table 1: Questionnaire Structure

Section		Items	Positions
1	Sociodemographic Data	Age	8
		Sex	
		Residence	
		Education	
		Household Composition	
		Number of Children 10-17 years	
		Children Ages	
		Co-residence with Children	
Section	Dimensions	Subdimensions	Positions
2	Parental Digital Habits	Digital Competence	4
		Device Use	
		Platform Use	
		Digital Practices	
3	Children’s Digital Habits	Child’s age (target child)	5
		Device Use	
		Platform Use	
		Digital Practices	
		Parental Access to Information	
4	Shared Digital Habits	Platform Use	3
		Digital Practices	
		Formative Mediation	
<b>Total</b>			<b>20</b>

Source: Own elaboration

### 3.2. Data collection and eligibility

The survey link was distributed through digital channels with a brief description of the target population. Given the exploratory nature of the study and its focus on a specific subgroup, chain-referral (snowball) recruitment was used over a one-week period (Goodman, 1961; Hernández Sampieri et al., 2016). Eligibility criteria were: (a) being a mother or father; and (b) having at least one child aged 10–17. To minimize early dropouts, respondents were allowed to skip questions; therefore, item-level response counts vary and are reported in the Results section.

The survey link received 1,370 views. A total of 452 respondents initiated the questionnaire; 228 completed it (completion rate 50.44%), and the average completion time was 8 minutes. Because respondents could skip items, analyses were conducted using valid responses per item. The analytic sample for the core socio-demographic profile corresponds to respondents who provided the minimum required information and met the inclusion criteria (N = 370; female = 334, male = 36). Responses were anonymous and no directly identifying information was collected. The survey was completed by adults and did not request or store identifiable information about minors.

### 3.3. Instrument validation and pilot testing

Content validity was assessed through expert review, following standard procedures for instrument appraisal (Cabero & Llorente, 2013). Experts provided open-ended feedback on the questionnaire as a whole, focusing on (a) whether the items adequately represented the domain of interest and covered relevant dimensions without omitting key aspects (Haynes et al., 1995), and (b) whether wording, layout, and response formats were clear and easy to follow, given their influence on comprehension and response quality (Dillman et al., 2014). The panel included specialists with expertise in social science research methods, education and technology, and digital communication. Written feedback was analyzed and used to refine item wording, ordering, and response options prior to data collection.

After expert validation, a small-scale pilot test (pretest) was conducted to evaluate both the instrument and the data collection procedure, consistent with recommended survey practice (Groves et al., 2004). Twenty participants completed the questionnaire and provided feedback on usability, clarity, length, and technical functioning. Based on this pilot, minor revisions were made to improve comprehension, reduce ambiguity, and optimize survey flow and completion time.

Supplementary Material S1 provides the full questionnaire (English translation of the Spanish original), including item wording, response options, and documentation of expert validation and pilot testing.

### 3.4. Data analysis

Descriptive statistics were used to summarize device use, platform use, and reported practices. To support key descriptive contrasts across children's age groups (10–13, 14–15, 16–17), we conducted chi-square tests of independence on selected high-frequency items (coded as yes/no), reporting effect sizes (Cramér's *V*). Given the non-probabilistic sample and exploratory design, these tests are reported as indicative patterns rather than population estimates.

## 4. Results

### 4.1. Section 1. Sociodemographic Data

The following table presents the sociodemographic composition, structured into subdimensions and items.

Table 2: Sociodemographic Data

Subdimension	Item	Percentage	Valid N	Q
Age	Under 26	1.09%	368	4
	26-35	2.45%		9
	36-45	36.41%		134
	46-55	54.35%		200
	56-65	4.89%		18
	Over 65	0.82%		3
Gender	Female	90.27%	370	334
	Male	9.73%		36
	X	0.00%		0
Residence	Urban area	93.78%	370	347
	Rural area	6.22%		23
Education	Primary	1.36%	369	5
	Secondary	9.21%		34
	Higher non-university	21.14%		78
	University	46.88%		173
	Postgraduate	21.41%		79
Co-residing individuals	Spouse	76.15%	369	281
	Partner	11.92%		44
	Child(ren)	93.22%		344
	Parent(s)	3.25%		12
	Sibling(s)	1.08%		4
	Other relatives	1.63%		6
	Other non-relatives	2.71%		10
Number of children aged 10-17	1	49.18%	366	180
	2	35.52%		130
	3 or more	15.30%		56
Children's age range	10-13	80.60%	366	295
	14-15	33.61%		123
	16-17	43.99%		161
Co-residence with child(ren)	Yes	97.54%	366	357
	Partially	1.64%		6
	No	0.82%		3

Source: Own elaboration. Note: Q indicates the number of respondents selecting each option. Percentages are calculated using the number of valid responses for each item (Valid N). For single-choice items, percentages sum to 100% within the item (excluding missing responses). For multiple-response items ("select all that apply"), percentages are calculated over respondents who answered the item, and therefore percentages do not sum to 100%.

The predominant demographic profile in this sample consists of individuals aged 36 to 55 years (90.76%), mostly women (90.27%) living in urban areas (93.78%). The majority have a high educational level, with university (46.88%) or postgraduate studies (21.41%). Most cohabit with at least one adolescent child (97.54%), predominantly aged 10 to 13 years (80.60%). Additionally, a significant proportion live with a spouse (76.15%) and have one or two children (84.70%). This profile reflects a relatively homogeneous group in terms of age, gender, urban setting, and family composition.

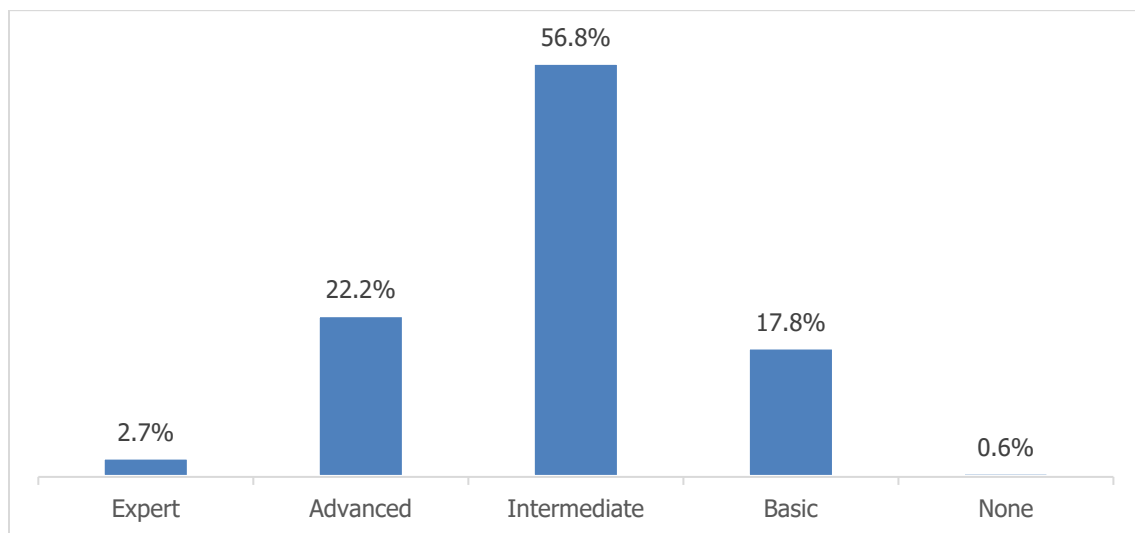
#### 4.2. Section 2. Parental Digital Habits

This section covers four subdimensions: digital competence, devices, platforms, and digital practices.

##### 4.2.1. Parental Digital Competence

Most respondents perceive themselves at intermediate or advanced levels of digital competence, suggesting a positive self-assessment, with very few placing themselves at the extremes of either expert proficiency or complete lack of skills. It is important to highlight that these data are based on self-perception, meaning they may not necessarily align with an objective evaluation of actual digital skills.

Figure 1: Self-Perceived Digital Competence



Source: Own elaboration. Note: Self-perceived digital competence among respondents. Percentages are calculated over valid responses to this single-choice item (N=338).

##### 4.2.2. Parental Use of Devices and Platforms

Regarding the "devices" subdimension, the smartphone is the most widely used device among mothers and fathers, with 85.13%, followed by smart TVs (73.18%) and laptops (62.97%).

For the "platforms" subdimension, WhatsApp stands out as the most frequently used platform, with 97.94% of respondents reporting usage, followed by Instagram (89.97%) and YouTube (75.81%).

Table 3: Parents – Use of Digital Devices and Platforms

Subdimension	Item	Percentage	Q	N
Device Use	Smartphone	85.13%	292	343
	SmartTV	73.18%	251	
	Laptop	62.97%	216	
	Desktop PC	56.27%	193	
	Tablet	38.48%	132	
	Smartwatch	20.99%	72	
	Video Game Console	9.04%	31	
	Virtual Reality Accessories	2.33%	8	
Platform Use	WhatsApp	97.94%	332	339
	Instagram	89.97%	305	
	YouTube	75.81%	257	
	Facebook	61.65%	209	
	LinkedIn	29.50%	100	
	Twitter	20.06%	68	
	TikTok	19.76%	67	
	Discord	3.24%	11	
	Twitch	2.36%	8	

Source: Own elaboration. Note: The Q column indicates the number of responses received for each option, while the N column represents the total number of participants who could have selected each option.

#### 4.2.3. Parental Digital Practices

Regarding parental digital practices, Table 4 shows that the most common activity is "reading or watching news online", reported by 84.82% of respondents. "Chatting" and "listening to music" are also highly prevalent, with more than three-quarters of participants engaging in these activities.

Although less frequent, yet still significant, more than half of the respondents watch videos on platforms such as YouTube or TikTok and work or study online. Other activities, such as "sharing images or videos on social media" (48.81%), "downloading applications" (48.21%), and "watching series or movies via streaming" (47.92%), also have considerable representation.

These findings confirm that digital platforms shape parents' daily experiences, encompassing both functional activities—such as reading news and working or studying online—and leisure and socialization practices, such as chatting, listening to music, or watching series and movies. This scenario underscores the central role of digital technologies in everyday life, influencing various aspects, including time management, relationship dynamics, and intra-family interactions.

Table 4: Parents – Reported Digital Practices

Subdimension	Item	Percentage	Q	N
Activities	Reading/watching news online	84.82%	285	336
	Chatting	80.36%	270	
	Listening to music	76.49%	257	
	Studying/working online	63.69%	214	
	Watching videos on YouTube/TikTok	56.55%	190	
	Sharing images or videos on social media	48.81%	164	
	Downloading applications	48.21%	162	
	Watching series or movies via streaming	47.92%	161	
	Posting stories or updates on social media	44.35%	149	
	Listening to podcasts	42.26%	142	
	Sharing audio, photos, or videos	39.58%	133	
	Taking selfies or recording oneself	21.43%	72	
	Playing online games with others	4.46%	15	
	Live streaming on social media	3.57%	12	

Source: Own elaboration

### 4.3. Section 3. Children's Digital Habits

A segmentation by age groups was chosen to better present the results. The age ranges were established based on theoretical frameworks, considering that adolescents aged 10 to 13 belong to early adolescence, while those aged 14 to 17 are in middle adolescence (Arnett, 2019). Although these categorizations have evolved over time, they provide a useful framework for analysis.

Within the middle adolescence category, an additional division was made between ages 14-15 and 16-17, as this period marks full access to digital environments. While definitions are neither uniform nor absolute, this segmentation was implemented to identify potential trends.

This section also comprises: devices, platforms, digital practices, and parental access to information.

#### 4.3.1 Children's Use of Devices and Platforms

A comparative perspective is provided to illustrate how digital habits evolve with age, focusing on the use of devices and digital platforms.

The data, based on parental reports, indicate a high prevalence of smartphone use across all age groups, with a slight increase as children grow older. The use of smart TVs and gaming consoles shows a slight decline with age, whereas laptop usage increases, possibly indicating a shift toward devices more oriented toward educational purposes.

Regarding digital platform use, YouTube and TikTok remain consistently popular across all age ranges, while Instagram and WhatsApp show a notable increase among older adolescents, potentially reflecting a shift in socialization and communication habits. Platforms such as Discord and Twitter also see increased usage with age.

Table 5: Children – Use of Digital Devices and Platforms

Subdimension	Item	10-13 (N=139)		14-15 (N=58)		16-17 (N=77)	
		%	Q	%	Q	%	Q
Device Use	Smartphone	79.86%	111	94.83%	55	90.91%	70
	SmartTV	61.15%	85	53.45%	31	54.55%	42
	VG Console	46.76%	65	37.93%	22	42.86%	33
	Tablet	47.48%	66	31.03%	18	24.68%	19
	PC	38.13%	53	34.48%	20	36.36%	28
	Laptop	33.81%	47	48.28%	28	66.23%	51
	Smartwatch	7.91%	11	12.07%	7	16.88%	13
	Virtual Reality	7.19%	10	6.90%	4	2.60%	2
Platform Use	WhatsApp	78.42%	109	94.83%	55	97.40%	75
	YouTube	82.01%	114	70.69%	41	67.53%	52
	TikTok	63.31%	88	79.31%	46	77.92%	60
	Instagram	43.17%	60	86.21%	50	88.31%	68
	Discord	6.47%	9	12.07%	7	15.58%	12
	Twitter	1.44%	2	22.41%	13	16.88%	13
	Facebook	2.16%	3	8.62%	5	16.88%	13
	Twitch	4.32%	6	10.34%	6	20.78%	16
	LinkedIn	0.00%	0	0.00%	0	1.30%	1

Source: Own elaboration. Note: The figures represent both the percentage (%) and the absolute number (Q) of users in each category. Percentages are calculated using, for each age group, the number of respondents who answered the multi-response question (selected at least one option), so N is constant across items within each age group. "VG Console" refers to video game consoles.

To complement descriptive patterns, age-group differences were statistically significant for several high-frequency items. For platform use, Instagram use increased sharply with age ( $\chi^2(2, N=274)=58.96, p<.001, V=.46$ ), and WhatsApp use also showed a significant age gradient ( $\chi^2(2, N=274)=19.84, p<.001, V=.27$ ). For reported practices, chatting increased with age ( $\chi^2(2, N=274)=27.01, p<.001, V=.31$ ), whereas playing online with others decreased ( $\chi^2(2, N=274)=14.68, p<.001, V=.23$ ). Studying/working online increased with age ( $\chi^2(2, N=274)=14.38, p<.001, V=.23$ ), and listening to podcasts also rose across groups ( $\chi^2(2, N=274)=21.37, p<.001, V=.28$ ). These tests provide additional support for the observed descriptive contrasts, and should be interpreted as indicative given the exploratory, non-probabilistic sample.

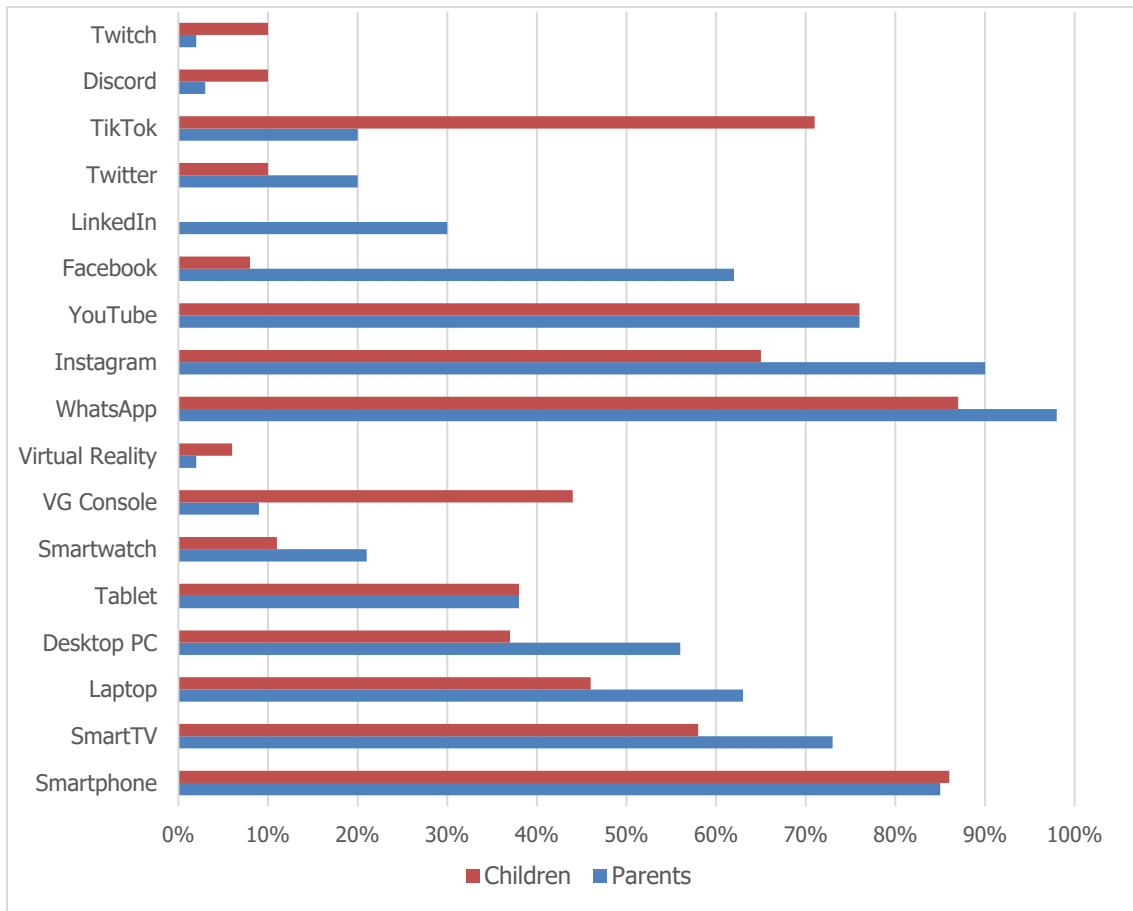
#### 4.3.2. Compared Use of Devices and Platforms

When comparing reported parental and children's digital usage, it becomes evident that the smartphone is the most widely used device in both groups, showing a balanced usage between parents and children. Tablets and YouTube also display similar levels of use across both groups. However, some generational differences are observed.

Parents show a higher prevalence of desktop PC and laptop use, as well as platforms like LinkedIn, likely due to their association with professional activities. Meanwhile, children dominate the use of gaming consoles and platforms such as TikTok, Discord, and Twitch, which are primarily linked to entertainment and peer socialization.

These differentiated usage patterns reflect the distinct interests of each group, as well as the generational characteristics of their engagement with digital technologies in daily life.

Figure 2: Compared Use of Digital Devices and Platforms



Source: Own elaboration. Note: Multi-response items (respondents could select more than one option); therefore, percentages do not sum to 100%. Device-use percentages are calculated over respondents who answered the device question (Parents N=343; Children N=274). Platform-use percentages are calculated over respondents who answered the platform question (Parents N=339; Children N=274).

#### 4.3.3. Children's Digital Practices

Regarding children's digital practices, the most popular activity across all age groups is "watching videos on YouTube/TikTok," with a slight increase in the 14-15 age group.

"Playing online with others" has a high prevalence among 10-13-year-olds, exceeding 70%, but this decreases in older age groups. In contrast, "chatting" follows the opposite trend, increasing with age, possibly reflecting a growing preference for social interaction through messaging in middle adolescence.

Other activities such as "listening to music" and "watching series or movies" also show an increase with age, with high engagement among older adolescents. Meanwhile, "listening to podcasts" and "live streaming on social media" also rise with age, though they maintain lower overall percentages.

Table 6: Children – Digital Practices

Activities	10-13 (N=139)		14-15 (N=58)		16-17 (N=77)	
	%	Q	%	Q	%	Q
Watching videos on YouTube/TikTok	84.89%	118	91.38%	53	89.61%	69
Playing online with others	74.10%	103	53.45%	31	50.65%	39
Chatting	58.99%	82	79.31%	46	90.91%	70
Listening to music	58.27%	81	91.38%	53	85.71%	66
Watching series or movies via streaming	50.36%	70	55.17%	32	70.13%	54
Studying/working online	37.41%	52	56.90%	33	62.34%	48
Downloading applications	52.52%	73	39.66%	23	55.84%	43
Sharing images or videos on social media	31.65%	44	50.00%	29	54.55%	42
Posting stories on social media	32.37%	45	53.45%	31	62.34%	48
Sharing audio, photos, or videos	30.94%	43	39.66%	23	58.44%	45
Taking selfies or recording oneself	32.37%	45	44.83%	26	49.35%	38
Reading/watching news online	13.67%	19	18.97%	11	35.06%	27
Listening to podcasts	7.91%	11	22.41%	13	32.47%	25
Live streaming on social media	7.91%	11	10.34%	6	16.88%	13

Source: Own elaboration. Note: Percentages and absolute counts (Q) are shown for each activity. Percentages are calculated using, for each age group, the number of respondents who answered the multi-response question (selected at least one option), so N is constant across activities within each age group.

#### 4.3.4. Compared Digital Practices

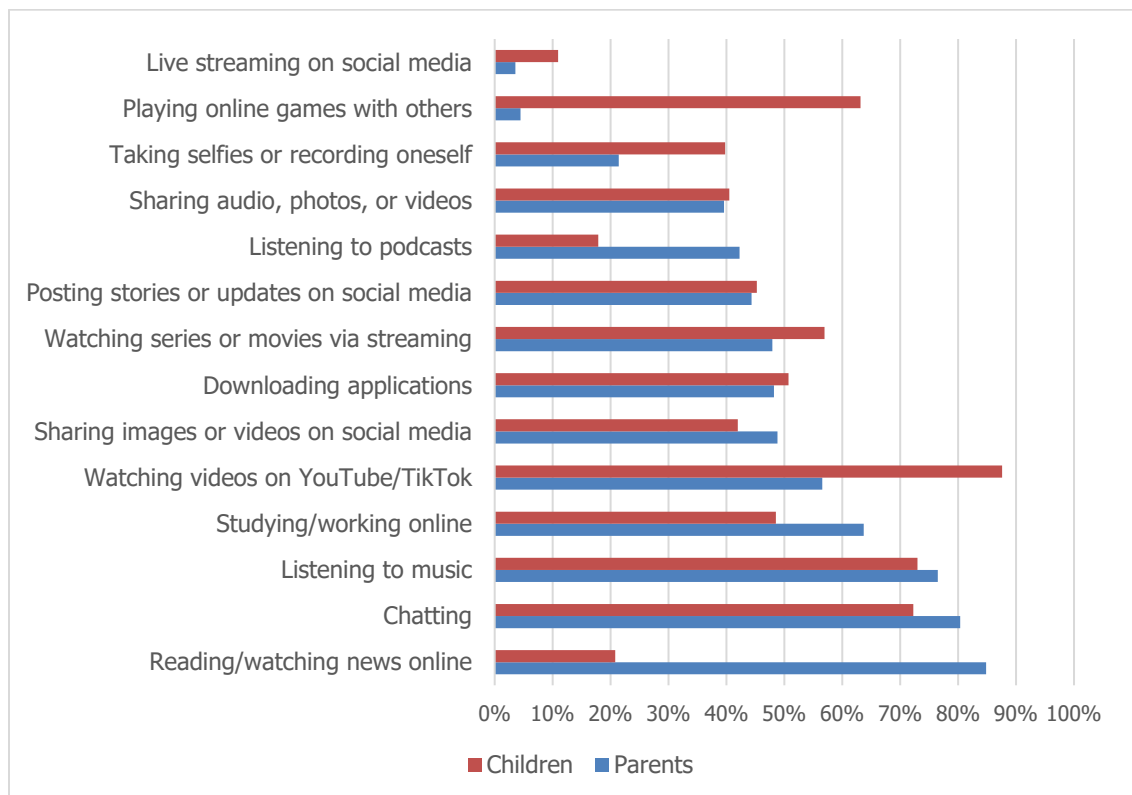
When comparing the digital practices of parents and children, clear differences emerge. Parents show a higher prevalence in activities such as "reading/watching news online" and "studying/working online", while children

dominate activities like "playing online with others", "taking selfies or recording oneself", "live streaming on social media", and "posting stories on social media".

These patterns reflect how digital practices are distributed across different spheres, with work-related activities being more prevalent among parents and entertainment-oriented activities being dominant among children. Social interaction practices appear balanced, though with distinct characteristics in each group.

Other activities, such as "listening to music", "watching videos on YouTube/TikTok", and "sharing audio, photos, or videos", show a more balanced distribution, becoming commonplace practices in daily life.

Figure 3: Compared Practices



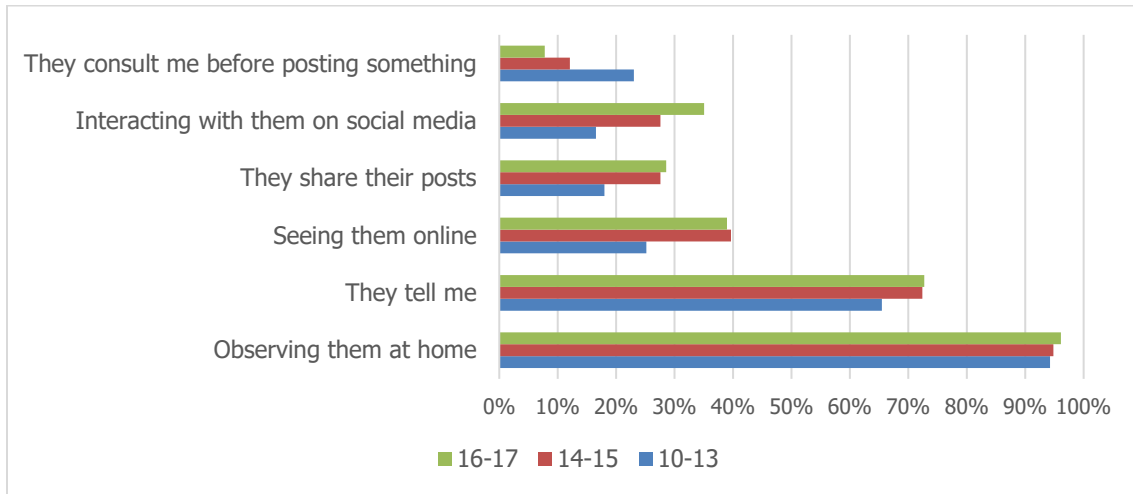
Source: Own elaboration. Note: Multi-response item (respondents could select more than one option); therefore, percentages do not sum to 100%. Percentages are calculated over respondents who answered the practices question (Parents N=336; Children N=274).

#### 4.3.5. Parental Access to Information

How do parents gain insight into their children's digital activities? Observing them at home is the most reported method across all age groups. Talking to them is the second most frequent approach, with a significant increase among 14-15 and 16-17-year-olds, which could suggest a more open dialogue as children mature.

Methods, such as seeing them online and having them share their posts, also increase in the older age groups, aligning with greater social media interaction, which grows markedly with age. In contrast, prior consultation before posting something about them decreases among older children, possibly reflecting a developing sense of autonomy.

Figure 4: Parental Awareness of Children's Digital Activities



Source: Own elaboration. Note: Multi-response item. Percentages do not sum to 100%. Percentages by age group are calculated over respondents who answered the item (selected at least one option): 10–13 years (N=139), 14–15 years (N=58), 16–17 years (N=77).

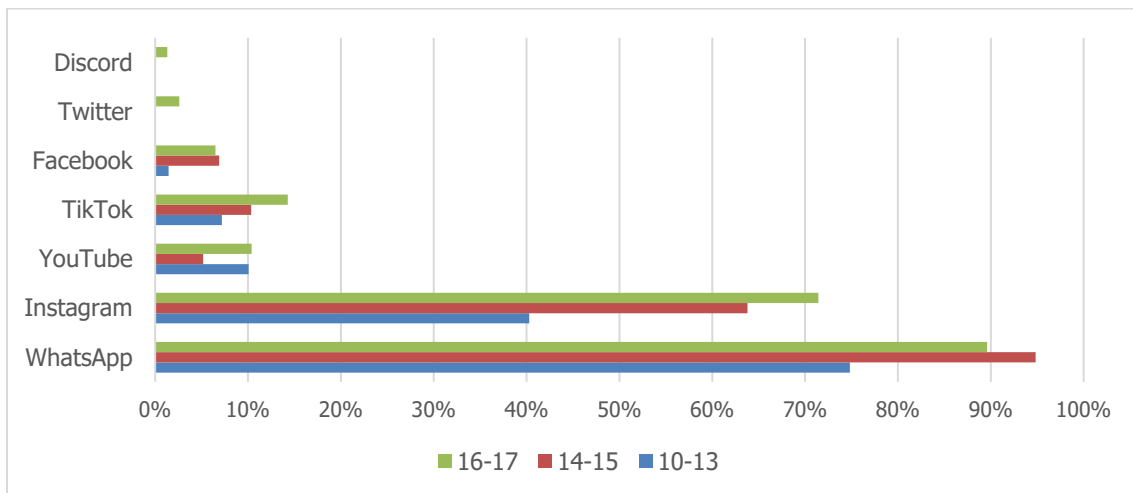
#### 4.4. Section 4. Shared Digital Habits

This section consists of four parts: platform use, joint activities, formative mediation, and the intersection of uses and practices. The latter includes two subcategories: comparative platform use and comparative practices.

##### 4.4.1. Shared Platform Use

The following figure presents data on platforms used for parent-child interaction, as reported by parents across the three defined age groups. Overall, the data show notable differences in platform use by age, with certain platforms emerging as more prominent shared spaces between parents and adolescents.

Figure 5: Parent-Child Interaction Platforms



Source: Own elaboration. Note: Multi-response item. Percentages do not sum to 100%. Percentages by age group are calculated over respondents who answered the item (selected at least one option): 10–13 years (N=139), 14–15 years (N=58), 16–17 years (N=77).

#### 4.4.2. Shared Digital Practices

Figure 6 lists the joint online activities between parents and children, with data segmented by children's age groups.

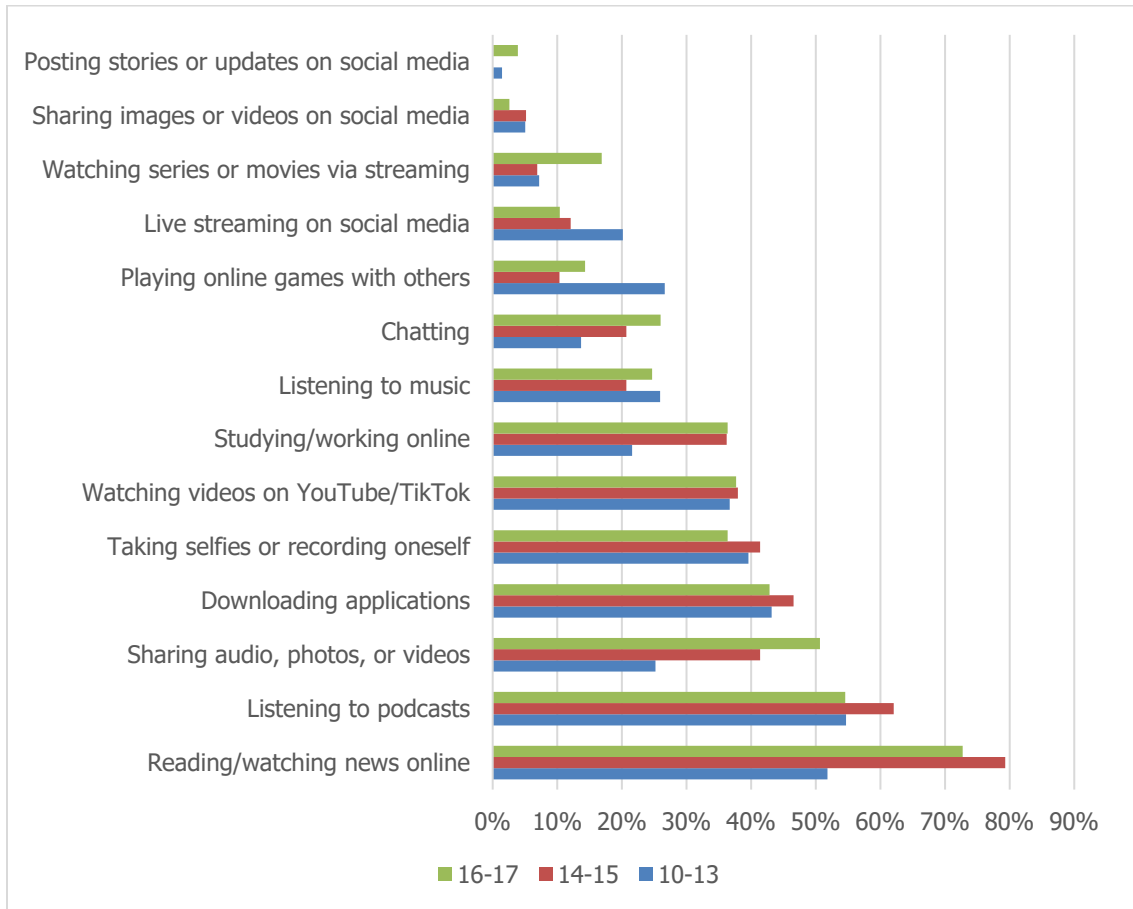
"Reading/watching news online" emerges as a shared practice across all age groups; however, this pattern should be interpreted considering its relatively low individual baseline among adolescents (Table 6). In other words, the activity appears more frequently in co-use contexts than as a standalone practice reported for children. This suggests that, in this sample, adolescents' exposure to online news may occur primarily through joint parent-child interactions—often initiated, curated, or scaffolded by parents—rather than through independent consumption. Consistent with this interpretation, 51.80% of parents of children aged 10–13, 79.31% of those with children aged 14–15, and 72.73% of those with children aged 16–17 report engaging in this activity together (Figure 6), indicating high levels of sharing that peak in mid-adolescence despite the low individual base.

Interest in podcasts appears to remain stable regardless of the children's age, showing a slight increase in the 14-15 age group, like "taking selfies or recording oneself". "Sharing audio, photos, or videos" increases significantly with age, with 25.18% in the 10-13 age group, 41.38% in the 14-15 age group, and 50.65% in the 16-17 age group, indicating a growing trend.

"Playing online with others" is more common in families with younger children (26.62% for ages 10-13) but declines with age. On the other hand, "watching series or movies via streaming", while not very common among younger groups, sees a significant increase in the 16-17 age group (16.88%).

Overall, the figure provides insight into how virtual environments can become spaces for family participation. It reveals that some joint online activities, such as reading news and sharing multimedia content, increase with age, while others, such as playing online and taking selfies, tend to decline. This may reflect shifting interests and behaviors as children mature.

Figure 6: Shared Digital Practices



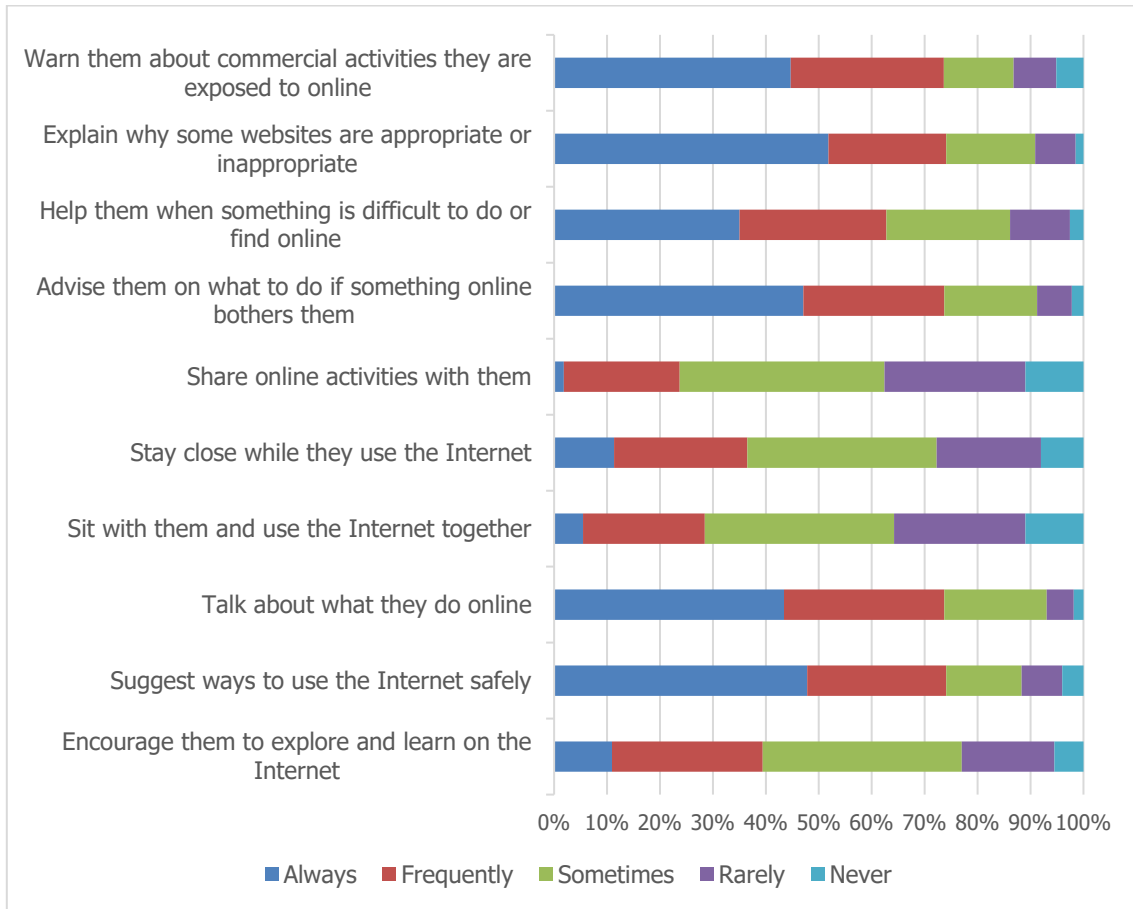
Source: Own elaboration. Note: Multi-response item. Percentages do not sum to 100%. Percentages by age group are calculated over respondents who answered the item (selected at least one option): 10–13 years (N=139), 14–15 years (N=58), 16–17 years (N=77).

#### 4.4.3. Formative Mediation

Figure 7 illustrates how mothers and fathers engage in mediating actions regarding their children's digital activities. "Explaining why some websites are appropriate or inappropriate" and "advising them on what to do if something online bothers them" are the most common practices, with the highest percentages in the "always" and "frequently" categories across all age groups. This suggests a strong parental concern for children's online safety and well-being. Other highly adopted practices include "suggesting ways to use the Internet safely", "discussing online activities", and "warning them about commercial activities".

On the other hand, direct interaction—such as "sitting with them to use the Internet together", "staying nearby while they use the Internet", or "sharing online activities"—is reported as less frequent. This may indicate that adolescents seek greater online independence as they grow older.

Figure 7: Parental Educational Mediation



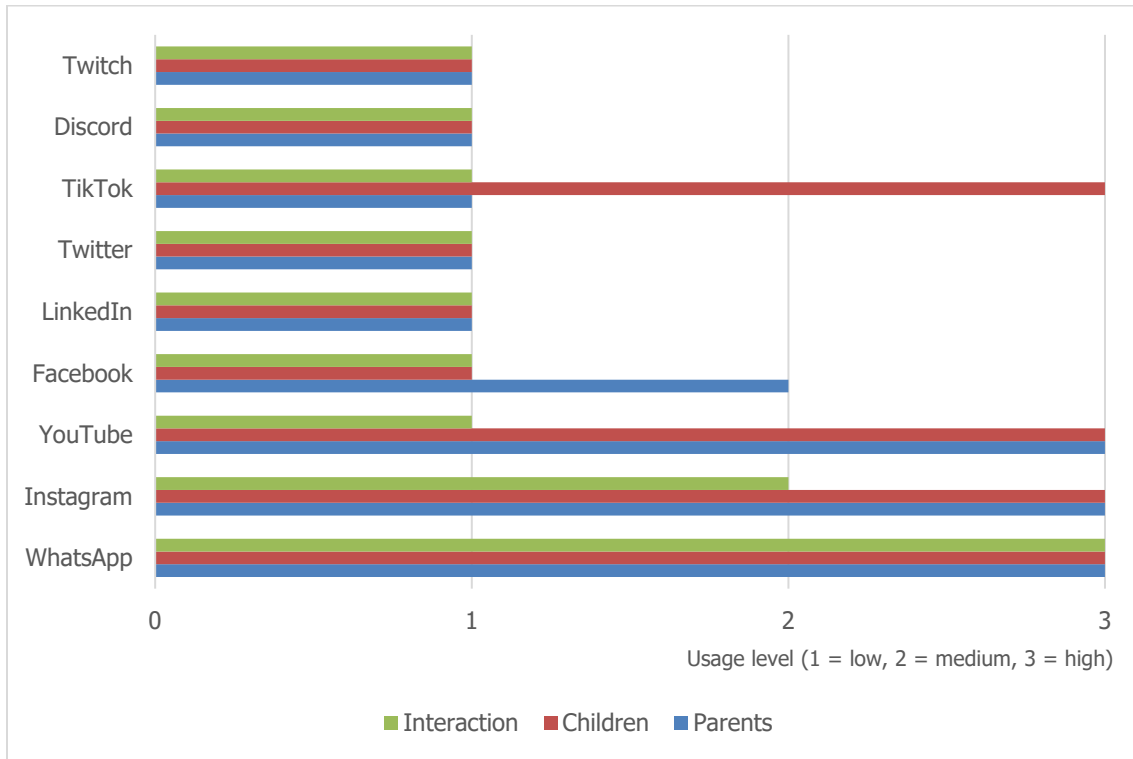
Source: Own elaboration. Note: Response scale: Always, Frequently, Sometimes, Rarely, Never. Percentages are calculated over valid responses per item (missing responses excluded), as respondents were allowed to skip questions.

## 4.5. Intersection of Uses and Practices

### 4.5.1. Comparative Platform Use

This section synthesizes and compares previously presented data (Tables 3 & 5, Figure 5). The findings indicate that parent-child interactions are highly concentrated, with low diversification. These interactions primarily occur on platforms that already have high individual usage, which seems to drive shared use as well.

Figure 8: Comparative Platform Use



Source: Own elaboration. Note: Usage levels summarize the share of respondents selecting each platform within each group: Low (<33%), Medium (33–66%), High (>67%). Multi-response items: percentages may exceed 100% across platforms. Parents’ platform use is based on respondents who answered the platform question (N=339); children’s platform use is based on the child module (N=274); “Interaction” is based on respondents who answered the interaction-platform item (N=274).

Firstly, WhatsApp stands out with high interaction, followed by Instagram, which has a medium level of interaction. In contrast, YouTube, a platform widely used by both groups, shows low levels of interaction, possibly due to its interface structure.

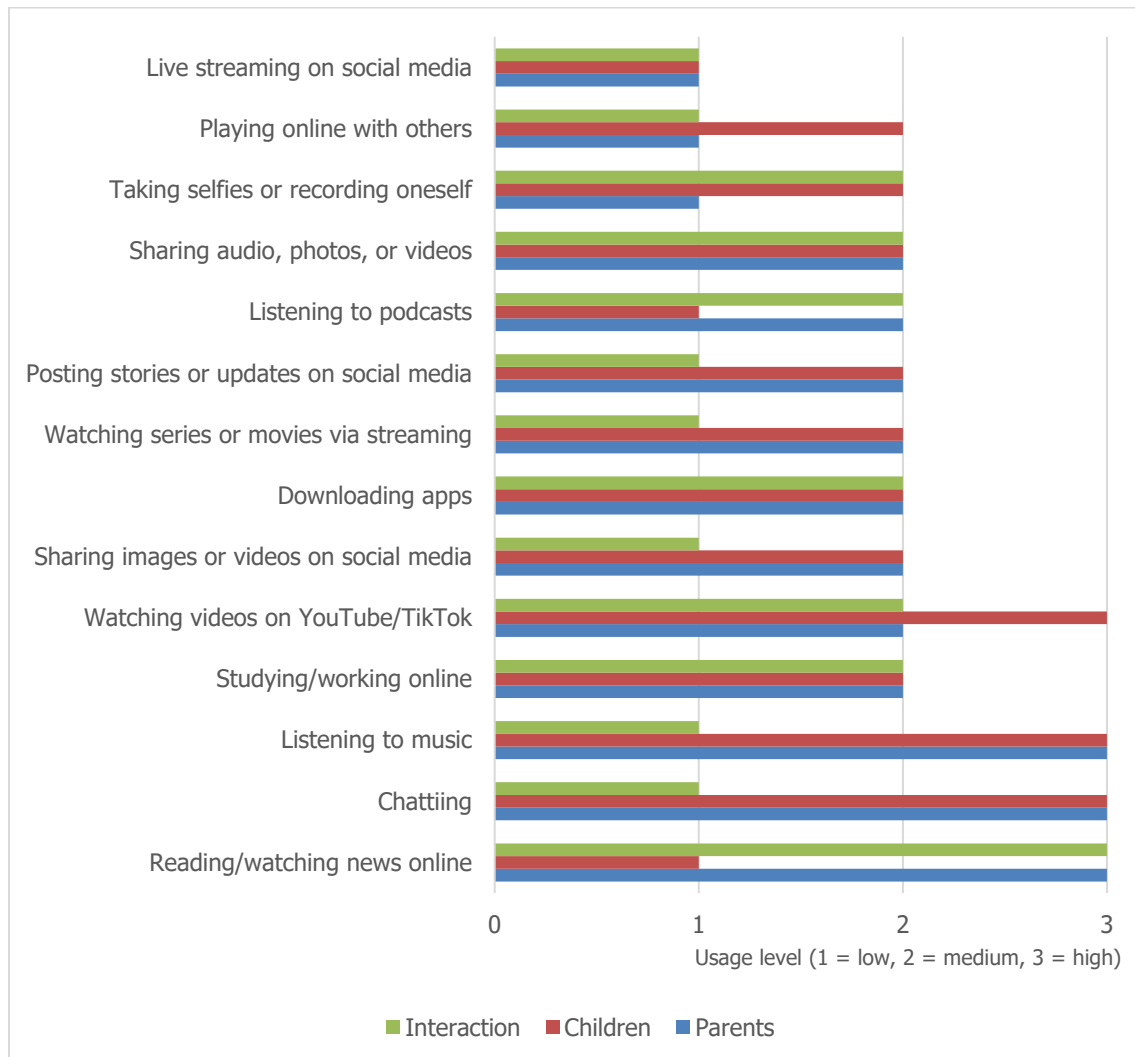
In the case of TikTok, which is intensively used by children, interactions remain low, likely because adults also report low individual usage. Facebook follows a similar pattern, with medium usage among parents but low usage among children, resulting in low parent-child interaction.

Thus, the generational differences in platform usage, along with the varying levels and types of interaction they promote, seem to be reflected in the shared online practices of parents and children.

#### 4.5.2. Compared Practices

Figure 9 shows that, in general, joint activities remain at medium and low levels, even in cases where they have high individual engagement, such as "chatting" or "listening to music".

Figure 9: Compared Practices



Source: Own elaboration. Note: Usage levels summarize the share of respondents selecting each activity within each group: Low (<33%), Medium (33–66%), High (>67%). Multi-response items; percentages may exceed 100% across activities. Parents' practices are based on respondents who answered the practices question (N=336); children's practices are based on the child module (N=274); "Shared" refers to joint practices reported in the shared-activities item (N=274).

It is observed that parents have a high individual engagement in "reading/watching news online", while children show high engagement in "watching videos on YouTube/TikTok". "Chatting" and "listening to music" present high levels in both groups but low joint incidence.

The common medium-intensity activities—"taking selfies," "downloading apps", "listening to podcasts", "watching videos on YouTube/TikTok", "sharing audios, photos, or videos", and "studying/working online"—also show some level of individual practice in either group. This suggests that joint usage might be driven by these individual preferences.

Meanwhile, "reading/watching news online" has high engagement among parents, low among children, yet high in joint practice. In all cases, the disparity in practices reflects generational differences and possibly parental expectations.

## 5. Discussion

The results of the presented track highlight how parental figures in this sample engage in active mediation, which tends to relax as children grow older. This could reflect a transition towards progressive digital autonomy, aligning with the need for flexible and adaptive mediation (Livingstone & Helsper, 2008). It also reinforces the idea that digital parenting transcends mere mediation and is shaped within digital environments themselves (Castro-Sánchez, 2022; Castro-Sánchez et al., 2024).

Moreover, the observed patterns suggest that parenting strategies are not only reactive to children's behavior but also conditioned by the logic and design of the platforms themselves. Interface structures, algorithmic feeds, and data-driven nudges influence how parents perceive risk, visibility, and engagement, potentially steering their mediation efforts in specific directions (Mascheroni & Siibak, 2021).

The decline in direct mediation, such as "sitting together to use the internet", could be interpreted as a response to the growing autonomy of children. However, this also raises challenges in balancing parental guidance with respect for privacy (Castro-Sánchez et al., 2024). Active parental participation in platforms poses ethical dilemmas regarding children's privacy management, a critical issue highlighted by Castro-Sánchez et al. (2024).

The centrality of platforms in family practices raises concerns about data extraction and commercialization, as warned by Zuboff (2019) and Srnicek (2017). This suggests the need to educate both parents and children about the risks associated with technology use in a context of digital surveillance. Against this backdrop, the prominence of platforms like WhatsApp supports the idea that parent-child interactions are being reshaped by platformization dynamics (Poell et al., 2022). This raises questions about how interactions, practices, and relational identities within families are being shaped.

Furthermore, there are generational markers in digital environments. While parents in this group report acceptable levels of perceived digital competence, there is a low diversification of parent-child interactions. This may be due to generational preferences that limit the use of popular platforms among children, such as TikTok. Even in cases of overlap—where both parents and children use platforms like YouTube and Instagram—joint interactions remain low. This could be because the platform structures themselves foster diverse experiences (Van Dijck, 2016), potentially limiting certain role dynamics or prioritizing individual over shared usage.

The limited overlap also reflects differences in digital literacies, expectations, and the affective meanings attributed to various platforms. While parents often engage with digital technologies for instrumental or communicational purposes, children may prioritize expressive or identity-based uses, which are less accessible to adult mediation. These contrasts set the conditions under which negotiation, co-presence, and care are enacted.

Finally, we emphasize that the integration of technologies into daily life is not only redefining practices but also transforming roles and expectations among different actors (Hjarvard, 2013). In this sense, the reported mediatized and platformized daily experiences have implications for family dynamics and reconfigure parental roles (Castro-Sánchez et al., 2024; Sefton-Green et al., 2025), reinforcing the need to consider digital parenting as a complex phenomenon.

The findings invite us to consider how social class, educational background, and gender intersect with digital parenting practices. In this sample, the predominance of highly educated urban mothers suggests a specific profile of digitally engaged parents, whose practices may not be generalizable to other sociocultural settings. Access to digital tools, confidence in using them, and the ability to establish meaningful mediation strategies are not distributed equally across populations. These disparities raise critical questions about digital inequalities within families and the reproduction of broader social asymmetries through platformized parenting (Livingstone et al., 2011; Grané I Oró, 2021). Exploring these intersections is essential for designing inclusive educational interventions and public policies that support diverse parenting realities in the digital age.

## 6. Conclusions

The data reveal a contrast between the high reported usage levels of platforms like WhatsApp and Instagram, both individually and in group settings, compared to other digital activities that are less common or tend to be more private for children, such as online gaming or live streaming.

The results highlight the central role of the smartphone as a facilitator in the platformization of relational interactions within families. It functions as the key device through which daily practices are organized, mediated, and reconfigured. Within this phenomenon, WhatsApp emerges as a multipurpose platform that facilitates instant communication and structures coordination, care, and affective expression dynamics in the family environment. It is a key communication tool between parents and children, with its use in direct interactions increasing as children get older.

Children's digital autonomy grows with age as well, leading to a decrease in direct parental supervision. In parallel, parental engagement is expanding into digital spaces, potentially reshaping everyday family dynamics. The findings reflect an expansion in children's digital independence with age, accompanied by a shift in parents' mediating roles.

Differences in device usage, platform preferences, and digital practices between parents and children are evident. However, there are also points of convergence, such as the shared use of WhatsApp and Instagram. This suggests opportunities to strengthen formative mediation in joint activities, particularly around digital safety and educational content consumption.

With these considerations in mind, this study is exploratory and context-specific. The survey is based on a non-probabilistic sample and is not statistically representative; therefore, findings are not generalizable to the broader population. Moreover, the sample is strongly skewed toward urban, highly educated respondents and includes a high proportion of mothers, which further constrains the scope of inference. Rather than population estimates, results should be read as indicative patterns within a particular sociocultural profile, which may offer contextually relevant insights for comparable settings in Argentina. Another limitation is that the study captures only parents' perspectives, excluding adolescents' voices despite their central role in platformized family life. Future research should incorporate adolescents' accounts and triangulate perspectives within households.

In addition, comparative research across socioeconomic groups in Argentina could illuminate how structural inequalities shape access, digital competence, and mediation strategies. Understanding these variations is essential for developing culturally responsive approaches to digital parenting that acknowledge the diversity of contemporary family contexts in the country.

### **Acknowledgements / Funding**

We thank María Cecilia Beccaria, Sonia Calamante, Romina Silvetti, and Daniela Bertuni for their essential role in data collection during the *#DigitalParenting* project. We also acknowledge the support of the Vice-Rectorate for Research at Universidad Austral, as part of the 18th Internal Call for Scientific Research Projects.

### **Conflict of interest**

The author declares no conflict of interest.

### **Ethical statement**

This study was conducted in accordance with the principles of scientific research and did not require additional ethics committee approval.

### **Declaration of AI usage**

Generative AI tools were used for language editing and manuscript formatting. The author reviewed all content and approved the final text. No generative AI tools were used to generate or modify data, perform analyses, or interpret results.

### **Data availability**

The data supporting the findings of this study are available upon request.

### **Author contributions**

The author is solely responsible for the conception, research, writing, and revision of this manuscript.

## **References**

- Arnett, J. J. (2019). *Emerging Adulthood: The Transition from Late Adolescence to Young Adulthood*. Oxford University Press.
- Beck, U., & Beck-Gernsheim, E. (2012). *Amor a distancia. Nuevas formas de vida en la era global*. Paidós.
- Benedetto, L., & Ingrassia, M. (2020). Parenting - Studies by an Ecocultural and Transactional Perspective. In *Digital Parenting: Raising and Protecting Children in Media World*. <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.92579>
- Castro-Sánchez, M. (2022). La parentalidad como interfaz social. Aportes a una teoría-diagnóstico de la parentalidad contemporánea. *Hipertext.net*, 25, 17-29. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2022.i25.03>
- Castro-Sánchez, M., Beccaria, M. C., Calamante, S., Silvetti, R., & Bertuni, D. (2024). Problematizando la parentalidad digital: prácticas de control, sharenting y privacidad. *Dixit*, 38, e3784. <https://doi.org/10.22235/d.v38.3784>
- Erstad, O., Hegna, K., Livingstone, S., Negru-Subtirica, O., & Stoilova, M. (2024). How digital technologies become embedded in family life across generations: Scoping the agenda for researching 'platformised relationality'. *Families, Relationships and Societies*, 13(2), 164–180. <https://doi.org/10.1332/20467435Y2024D000000023>

- Goodman, L. A. (1961). Snowball sampling. *Annals of Mathematical Statistics*, 32(1), 148-170. <https://doi.org/10.1214/aoms/1177705148>
- Grané I Oró, M. (2021). Mediación digital parental. ¿Es necesaria una educación digital en la primera infancia? *EduTec. Revista Electrónica De Tecnología Educativa*, 76, 7-21. <https://doi.org/10.21556/edutec.2021.76.2037>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2016). *Metodología de la investigación* (6a edición). Mc Graw Hill.
- Hjarvard, S. (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. Routledge.
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2008). Parental Mediation of Children's Internet Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(4), 581-599. <https://doi.org/10.1080/08838150802437396>
- Livingstone, S., & Sefton-Green, J. (2025). The platformization of the family. In J. Sefton-Green, K. Mannell, & O. Erstad, *The platformization of the family* (pp. 7-24). Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-74881-3>
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K. (2011). *EU Kids Online: Final Report*. LSE. EU Kids Online. Retrieved from <http://eprints.lse.ac.uk/39351/>
- Mascheroni, G., & Siibak, A. (2021). *Datafied Childhoods: Data Practices and Imaginaries in Children's Lives*. Peter Lang.
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (1967). *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. Random House.
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (2015). *El medio es el masaje: un inventario de efectos*. La marca editora.
- Nichols, S., & Selim, N. (2022). Digitally mediated parenting: A review of the literature. *Societies*, 12(2), 60. <https://doi.org/10.3390/soc12020060>
- Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2022). Plataformización. *Revista Latinoamericana de Economía y Sociedad Digital*, <https://doi.org/10.53857/tsfe1722>
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., & Elbert, R. (2010). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de objetivos y elección de la metodología*. Prometeo.
- Scolari, C. A. (2018). *Las leyes de la interfaz*. Gedisa.
- Sefton-Green, J., Mannell, K., & Erstad, O. (2025). *The platformization of the family*. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-74881-3>
- Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Polity Press.
- Valkenburg, P. M., Krcmar, M., Peeters, A. L., & Marseille, N. M. (1999). Developing a scale to assess three styles of television mediation: "Instructive mediation," "restrictive mediation," and "social covieing". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(1), 52-66. <https://doi.org/10.1080/08838159909364474>
- van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad*. Siglo Veintiuno Editores.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The Platform Society*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs.

## Podcasts jornalísticos no rádio público brasileiro: oferta de qualidade, mas com circulação limitada

### Journalistic podcasts on Brazilian public radio: quality offer, but with limited circulation

  **Marcelo Kischinhevsky**

School of Communication  
Federal University of Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, Brazil

 **Isabela Vieira**

School of Communication  
Federal University of Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, Brazil

 **Akemi Nitahara**

Institute of Arts and Social  
Communication  
Federal University of Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, Brazil

#### Resumo

O presente artigo mapeia a oferta de podcasts jornalísticos pela Radioagência Nacional, vinculada à Empresa Brasil de Comunicação (EBC), buscando identificar suas condições de produção e circulação. Diferentemente de outros países, em que serviços públicos de mídia tiveram papel decisivo na consolidação do formato, ao longo das últimas duas décadas, no Brasil, a EBC só começou a investir em áudio sob demanda em 2023. Levantamento realizado junto ao catálogo da Radioagência Nacional identificou apenas 12 podcasts lançados entre fevereiro de 2023 e junho de 2025. Embora seja uma produção qualificada, que aborda temas como direitos humanos, democracia, história da mídia, saúde e sustentabilidade, sofre com a falta de investimentos e é invisibilizada na plataforma da radioagência, estando ainda ausente do aplicativo de áudio Rádios EBC. A partir de entrevistas semiestruturadas com dois funcionários da empresa, o texto conclui que o podcasting jornalístico na EBC é fruto de iniciativa articulada de jornalistas empregados no setor, mas não integra uma estratégia de consolidação da presença do áudio produzido em plataformas digitais, que potencializam o consumo de mídia em diferentes suportes e temporalidades.

Palavras-chave: podcasting; rádio; Empresa Brasil de Comunicação (EBC); radioagência nacional; serviço público de mídia.

#### Abstract

This article maps the journalistic podcast offer produced by Radioagência Nacional, which is affiliated at the Empresa Brasil de Comunicação (EBC). The aim is to identify the conditions under which these podcasts are produced and circulate. Unlike other countries, where public media services have played a decisive role in the consolidation of podcasting over the past two decades, in Brazil the EBC only began investing in on-demand audio in 2023. A survey of the Radioagência Nacional's catalog identified only 12 podcasts launched between February 2023 and June 2025. Although the content is of high quality and addresses topics of public interest such as human rights, democracy, media history and sustainability, it suffers from a lack of investment and remains largely invisible on the radio news agency platform. Moreover, it is absent from the EBC Radios audio application. Departing from semi-structured interviews with two employees, the article concludes that podcasting at EBC is the result of coordinated efforts by journalists employed by the public sector rather than being part of a broader strategy to consolidate the presence of audio content produced by the company on digital platforms, which expand media consumption across different formats and temporalities.

Keywords: podcasting; radio; Empresa Brasil De Comunicacao (EBC); national radio agency; public media service.

## 1. Introdução

Emissoras públicas foram responsáveis pela popularização do podcasting na América do Norte e na Europa, notadamente a rede estadunidense National Public Radio (NPR) e a British Broadcasting Corporation (BBC), do Reino Unido, como destaca o pesquisador italiano Tiziano Bonini (2020). A NPR foi criada na década de 1970 para fortalecer o intercâmbio de conteúdos entre emissoras públicas locais e hoje produz, compra e distribui programação para sua rede, tendo sido fundamental para a difusão da cultura do podcasting, nos anos iniciais – reflexo de sua expertise no rádio falado (*talk radio*) –, a partir de investimentos em experimentação e na produção independente<sup>3</sup>.

O podcasting se expandiu nos EUA apoiado nas políticas da NPR, que no governo Barack Obama (2009-2017) passou a fomentar a produção independente em áudio, tornando-se massivo a partir do podcast *Serial*, de jornalismo investigativo, lançado em 2014. O show é um desdobramento do programa de rádio *This American Life*, de Ira Glass, no ar desde 1995 em uma parceria da NPR com a emissora WBEZ, da Chicago Public Media<sup>4</sup>.

O pesquisador britânico Richard Berry (2015) destaca que a projeção de Glass garantiu cobertura midiática relevante para o lançamento, incluindo uma entrevista no popular *Tonight Show with Jimmy Fallon*, da rede de televisão aberta NBC.

“O rádio público, pelo menos o americano, desempenhou um papel fundamental na criação de um ecossistema no qual o podcasting pôde finalmente começar a florescer. *Serial* não foi apenas um dos maiores sucessos do rádio público narrativo, mas também representa um ponto de virada para a segunda era do podcasting: é o programa que fez esta tecnologia de distribuição se tornar *mainstream* e transformou-a num meio de massa” (Bonini, 2020, p. 25).

Para Bonini, a tecnologia foi indispensável para a circulação do produto, por meio dos smartphones, mas o componente humano foi o diferencial para a cultura do podcasting, a partir do “florescimento criativo” dos profissionais de rádio falado (*talk radio*), nos EUA, que elevaram o patamar desse tipo de produção.

O novo mercado é resultado de décadas de investimento do serviço público de mídia em formatos narrativos (documentários, contação de histórias), que são relativamente custosos de produzir – considerando investimentos em roteirização, design sonoro e outras características em desuso no rádio comercial – e se ressentem de um mercado publicitário ainda incipiente. “Tanto na América, quanto na Europa, o rádio público

---

<sup>3</sup> Em 2024, a NPR contava com 246 afiliadas, operando 1.024 estações de rádio, além de distribuir conteúdos para outras 112 emissoras. Empregava diretamente 1.028 pessoas, com 17 escritórios pelo país e 14 internacionais. A NPR se define como uma organização multimídia, sem fins lucrativos, líder no fornecimento de notícias, informações e programação para o público americano, com presença crescente no mundo digital e estimativa de 43 milhões de ouvintes semanais, considerando ondas hertzianas, redes sociais, eventos ao vivo, aplicativos e podcasts. Disponível em: [https://media.npr.org/documents/about/press/NPR\\_Fact\\_Sheet.pdf](https://media.npr.org/documents/about/press/NPR_Fact_Sheet.pdf). Acesso: 04/07/2024.

<sup>4</sup> Em 22 de julho de 2020, *Serial* acumulava 625 milhões de downloads de suas três temporadas lançadas até então. Sua produtora seria adquirida naquela data pelo jornal *The New York Times*, que já investia em podcasts jornalísticos, incluindo o informativo *The Daily*, um dos mais ouvidos nos EUA. Ver “The New York Times Company Acquires Serial Productions and Forms a Strategic Alliance with ‘This American Life’”, *BusinessWire*, 22 jul. 2020. Disponível em: <https://www.businesswire.com/news/home/20200722005975/en/The-New-York-Times-Company-Acquires-Serial-Productions-and-Forms-a-Strategic-Alliance-with-%E2%80%9CThis-American-Life%E2%80%9D>. Acesso: 06/06/2022. A quarta temporada de *Serial*, segundo reportagem de Sarah Bahr (2024), trouxe uma investigação jornalística de quase uma década sobre violações de direitos humanos e a vida dentro e fora da prisão de Guantánamo, conhecida por receber envolvidos com os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001.

formou uma geração de produtores de formatos radiofônicos baseados na contação de histórias que, hoje em dia, vêm se afastando destas emissoras para investir em programas independentes”, assinala o pesquisador italiano, mencionando produtores como Roman Mars e programas radiofônicos narrativos como Radio Diaries e Radiolab (Bonini, 2020, p. 24).

A análise da adesão das emissoras de serviço público ao podcasting também foi feita pela pesquisadora australiana Simone Murray, em 2009, nos primórdios do movimento. Ela avaliou, na época, a estratégia do serviço público de se tornar “notável pioneiro” no segmento, “talvez, cansado da acusação de que as restrições orçamentárias o relegam a recuperar o atraso na mídia digital”<sup>5</sup> (Murray, 2009, p. 2, tradução nossa).

Já em abril de 2004, a BBC iniciou experimentos em podcasting ao disponibilizar para download as Reith Lectures (programa de palestras), baixadas mais de 50 mil vezes em dez semanas, um recorde à época. Em outubro de 2004, esse experimento foi expandido para outras atrações, como In Our Time, um programa de história, e o matinal Today, de entrevistas, ambos da Radio 4 (Bonini, 2020, p. 21). Em 2005, programas da Rádio 4 começaram a ser oferecidos para download (Murray, 2009, p. 2). Em 2006, a oferta foi ampliada para 50 programas. Já em 2013, a emissora de serviço público britânica tinha 263 podcasts disponíveis, de um total de 977 programas.

Também no Norte global, a Canadian Broadcast Corporation (CBC) tem uma história inusitada no desenvolvimento do podcasting. O incentivo para a adoção da modalidade partiu de uma greve de jornalistas da empresa, entre agosto e setembro de 2005, quando o movimento produziu boletins diários de notícias neste formato, incentivando sua posterior adoção.

“Nas palavras de um dos líderes da greve da CBC, Mark O’Neill, ‘esta disputa trabalhista pode ser o primeiro exemplo de jornalistas de radiodifusão sendo capazes de produzir o próprio conteúdo, graças ao baixo custo dos equipamentos para produzir notícias, assim como da internet como um meio de distribuição’” (Fried, 2005, apud Murray, 2009, p. 3, tradução nossa)<sup>6</sup>.

Na Austrália, em maio de 2005, oito dos principais programas de entrevistas da Australian Broadcasting Corporation (ABC) estavam disponíveis para download. A forte resposta do público, considerado mais velho e pouco familiarizado com a tecnologia, surpreendeu a emissora, que passou a promover o podcasting no país (Murray, 2009, p. 3).

O podcasting, contudo, coloca uma série de desafios ao rádio tradicional, visto que, como aponta Sullivan (2024), já nasce como plataforma digital, oferecendo novas dinâmicas de circulação e consumo. A plataformização<sup>7</sup> da mídia sonora, no contexto do rádio expandido (Kischinhevsky, 2016), tem alterado hábitos de escuta, abrindo

<sup>5</sup> No original: “Perhaps weary of the charge that public service broadcasters stricter budget constraints relegate them to playing catch-up in the realm of digital media, public broadcasters internationally have been notable early adopters of audio podcasting technology.”

<sup>6</sup> No original: “In the phrasing of one of the CBC strike leaders, Mark O’Neill, ‘this labor [sic] dispute could be the first example of broadcast journalists being able to produce their own content, thanks to the lowered cost of the gear needed to produce reports as well as the Internet as a distribution means’ (Fried, 2005).”

<sup>7</sup> Poell, Nieborg e Van Dijck compreendem a plataformização como “penetração de infraestrutura, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas digitais em diferentes setores econômicos e esferas da vida, bem como a reorganização de práticas culturais e do imaginário em torno dessas plataformas” (2019, p. 1).

novas oportunidades para o serviço público. Pinheiro e Del Bianco (2022, p. 68), ao analisarem o rádio brasileiro nesse contexto, citam a possibilidade de as plataformas incorporarem uma série de funcionalidades multimídia, além de ampliarem o compartilhamento e a interatividade do público com produtos culturais, não apenas nos comentários, mas como forma de inovar, de identificar novas possibilidades para o rádio, ainda que este mercado seja absolutamente desregulado e marcado pela opacidade dos algoritmos que promovem ou invisibilizam conteúdos nas plataformas, os novos grandes intermediários digitais.

No Brasil, no entanto, o rádio público foi ausente no desenvolvimento do podcasting, que teve suas primeiras produções no país caracterizadas pelo foco em tecnologia e pela linguagem de audioblogs, sem qualquer edição (Viana & Chagas, 2024). O mercado nacional começou a se aquecer somente a partir de 2018, quando grandes empresas de mídia entraram no negócio, a exemplo do jornal *Folha de S.Paulo* e da revista *Piauí*, com os podcasts O Presidente da Semana e Foro de Teresina, e, em 2019, o Grupo Globo, com O Assunto. Apesar dessa lenta popularização, os podcasts narrativos vêm se consolidando em um cenário “vigoroso” (Vicente, 2024, p. 14), com um significativo número de produções sendo desenvolvidas a partir de 2022.

O Grupo Globo, maior conglomerado de mídia do Brasil e da América Latina, de controle familiar, tem destaque no segmento (Kischinhevsky, 2024). A empresa controla a TV Globo, a mais importante emissora de TV aberta do país, além de explorar TV por assinatura, rádio, *streaming* de áudio e vídeo, jornais, revistas e portais informativos. Os podcasts narrativos de não ficção produzidos pela empresa são disponibilizados por meio de plataforma própria, a Globoplay. Mas, ao contrário das séries de vídeo, os conteúdos originais podem ser acessados gratuitamente e estão também disponíveis em outras plataformas.

No cenário nacional, Kischinhevsky (2024) e Vicente (2024) também citam como grandes protagonistas na produção de podcasts narrativos de não ficção produtoras independentes como Rádio Novelo, que começou, em 2019, produzindo para a revista *Piauí*. No país, muitos destacados realizadores são independentes, empresas ligadas ao jornalismo independente, organizações da sociedade civil e coletivos de jornalistas periféricos, cujos programas estão entre os mais ouvidos.

Vicente (2024) identifica uma expressiva e qualificada produção do jornalismo narrativo no podcasting brasileiro. No entanto, pondera que há risco de silenciamento de pautas cruciais para o país, diante da concentração do mercado. Temas como crise climática, responsabilidade ambiental, avanço do agronegócio, que são mais frequentemente abordados por um leque restrito de produtoras independentes, talvez por afastarem potenciais patrocinadores, podem ser invisibilizados, num contexto de opacidade dos algoritmos das plataformas. A ênfase em podcasts de *true crime*, especialmente por parte de grandes produtoras, na visão do autor, demonstra a prevalência de tendências de mercado, mais do que demandas sociais do público, mesmo quando há discussão sobre os sistemas judiciário e policial.

O direcionamento do podcasting para temas de maior demanda por parte de patrocinadores e plataformas prejudica a oferta de conteúdos plurais e diversos, fundamentais para a composição de um ambiente midiático saudável. “As narrativas midiáticas trazem valores, visões de mundo, que podem ter profundo impacto em nossos processos de subjetivação, de nossa formação como sujeitos” (Kischinhevsky, 2024, p. 91).

Nesse sentido, assume-se que a mídia pública tem um papel crucial. Tanto por assumir sua função complementar no sistema de comunicação brasileiro, provendo conteúdo de serviço público, pautado na cidadania e na democracia, previsto na Constituição Federal (Brasil, 1988), quanto a missão de assegurar que vozes plurais e a diversidade, em todas as suas dimensões, estarão na mídia, sem diminuir a necessidade de investimentos e regulação do mercado para garantir a atuação de pequenos realizadores. Como destaca Bonini:

“[...] podcasting não é apenas uma forma cultural moldada por redes de diferentes atores, *mas todo um ecossistema de mídia híbrido criado por redes de atores concorrentes e moldado por relações de poder assimétricas entre empresas de transmissão e mídia antigas, empresas de tecnologia emergentes e produtores independentes*, ou, de forma mais simples, um conjunto sociotécnico complexo [...] de diferentes mídias, formas culturais e redes de atores” (Bonini, 2022, p. 27, tradução nossa, grifos no original)<sup>8</sup>.

Considerando a importância do serviço público no desenvolvimento do podcasting, este artigo enfoca o (tardio) investimento da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), criada para organizar o sistema público de radiodifusão no Brasil, no segmento de áudio sob demanda. Levantamento exploratório realizado no site da Radioagência Nacional, vinculada à EBC, revela que só a partir de 2023 a empresa pública passa a oferecer podcasts. No período estudado, de fevereiro de 2023 a junho de 2025, foram lançados apenas 12 podcasts, com 79 episódios ao todo. As informações foram complementadas e contextualizadas com entrevistas semiestruturadas realizadas com a então coordenadora da Radioagência, Beatriz Arcoverde, e com um dos criadores do primeiro podcast da empresa, o jornalista Leyberson Pedrosa.

Entendemos que a falta de ênfase na produção e oferta de podcasts pela EBC se deve a políticas públicas erráticas que emperram a institucionalização da comunicação pública no país, como veremos na próxima seção.

## 2. Serviço público de mídia no Brasil

No Brasil, o serviço público de mídia é estabelecido pela Constituição Federal de 1988. O Artigo 223 divide o sistema de radiodifusão nacional em três: o público, o privado e o estatal, de forma complementar, refletindo esforço da sociedade civil para separar o público do estatal, apesar das ambiguidades geradas pelos conceitos, que, na visão de alguns pesquisadores, deveriam ser coincidentes (Bucci, 2015). À época, a intenção era impedir ingerências de governos sobre o modelo público, depois da experiência de mais de 20 anos de censura instalada nas redações pelo regime militar (1964-1984), assim como garantir transparência e participação da sociedade civil no novo sistema de radiodifusão.

No mundo, para assegurar o direito humano à comunicação, os Estados são compelidos a ampliar a diversidade dos meios de comunicação, com o objetivo de aumentar a disponibilidade de conteúdos de interesse público e

---

<sup>8</sup> No original: “[...] podcasting is not just a cultural form shaped by networks of different actor, *but a whole hybrid media ecosystem made by competing networks of actors and shaped by asymmetrical power relations between legacy broadcast and media companies, emerging tech companies and independent producers*, or, put more simply, a new complex socio-technical assemblage, or ensemble [...], of different media, cultural forms and networks of actors.”

que não sejam necessariamente aqueles oferecidos pela mídia comercial. Neste sentido, a radiodifusão de serviço público vem sendo uma escolha dominante (Mendel, 2011, p. 103), com modelos distintos entre os diversos países. Como forma de apoiar a radiodifusão pública, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) orienta para princípios comuns, tais como a independência editorial e financeira dos governos; autonomia dos órgãos de governança; pluralidade, diversidade e imparcialidade da programação; claro mandato de serviço público; prestação de contas e transparência (Unesco, 2001).

“Em sua melhor forma, as emissoras de serviço público garantem o fornecimento de notícias confiáveis, promovendo sentido de inclusão e cidadania, valores democráticos, programação educacional, e de informação servindo às necessidades de minorias e outros grupos de interesse especializados, elas também desempenham papel central em manter padrões de qualidade, um papel que afeta a própria programação, mas que também tem impacto sobre o setor como um todo.” (Mendel, 2011, p. 103)

Essas orientações estão presentes nos documentos legais de criação da Empresa Brasil de Comunicação. A EBC nasce tardiamente, quase 20 anos depois da Constituição, por meio da Medida Provisória 398, em 2007, transformada posteriormente na Lei 11.652 (Brasil, 2008). A América Latina vivia, naquele momento, a ascensão de líderes populares ligados ao campo progressista e havia um ambiente político disposto a rever uma situação de desequilíbrio informativo e cultural histórico na região, segundo Esch, Del Bianco e Moreira (2013). Muitos desses governantes, então, iniciam a reorganização de canais educativos ou estatais, aproximando-os de preceitos de serviço público.

Assim, a EBC se estrutura a partir do estabelecimento de princípios e finalidades para a radiodifusão pública no país. A legislação estabeleceu também um tributo (a Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública, recolhida pelas empresas de telecomunicações) para assegurar autonomia financeira à nova empresa independente do orçamento estatal, um mandato para o presidente exercer a gestão com independência, participação da sociedade por meio de um Conselho Curador e bases para a formação de uma rede nacional de rádio e de televisão.

Na origem da empresa, está a junção de veículos e serviços prestados pela antiga Radiobrás<sup>9</sup> às estruturas da Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto (Acerp), mantenedora da Rádio MEC<sup>10</sup>, descendente da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, de Edgard Roquette-Pinto, considerada a primeira emissora pública do país (Zuculoto, 2012; Nitahara, 2023). Em 2025, como parte do braço público, a EBC administra duas agências de notícias (Agência Brasil e Radioagência Nacional), a TV Brasil e uma dezena de emissoras de rádio: Nacional do Rio de Janeiro (AM e FM estendida), Nacional de Brasília (AM e FM), Nacional de São Paulo (FM estendida), Nacional de São Luís (FM), Nacional da Amazônia (Ondas Curtas), Nacional do Alto Solimões (AM e FM) e MEC AM e FM, do Rio de Janeiro. Com 1.874 empregados (Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos,

<sup>9</sup> A Radiobrás foi criada em 1973 pelo governo militar para prestar serviço de radiodifusão e comunicação social ao governo federal. A empresa gerenciou emissoras e veículos estatais, como Rádio Nacional, TV Nacional e Agência Nacional, até a criação da EBC, em 2007, orientada para fazer comunicação pública.

<sup>10</sup> A doação da Rádio Sociedade ao Ministério da Educação e Saúde (MES) ocorreu em 1936. Posteriormente, a emissora passou a se chamar Rádio MEC, numa referência à mudança de nome da pasta para Educação e Cultura.

2024), a EBC é responsável pela Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP) de Rádio e TV, que conta com centenas de entes públicos (a maioria) e privados.

Uma série de eventos, no entanto, alteraram profundamente a estrutura da empresa nos últimos 10 anos, esvaziando o escopo legal e tornando-a uma frágil estrutura diante de cada governo de turno (Nitahara & Carvalho, 2022). A partir do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff em 2016 e da posse do vice, Michel Temer, a empresa enfrentou a destituição de seu presidente e a cassação de seu Conselho Curador, que garantia a participação da sociedade civil nas decisões estratégicas; depois, intervenções na Ouvidoria acabaram com medidas de transparência e resultaram em tentativas de censura e intervenção editorial do governo na EBC, de acordo com a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj, 2022). Até 2025, a Ouvidoria não tinha recuperado o papel de ombudsman previsto na Lei da EBC e seu papel era reduzido à tabulação de dados sobre manifestações do público.

O governo seguinte, de Jair Bolsonaro, acentuou o desmonte ao juntar as emissoras NBR (atual Canal Gov), que transmitia atos e notícias de interesse governamental, com a TV Brasil, emissora pública. Na gestão dele, foi ao ar transmissão de reunião com embaixadores, em julho de 2022, para apresentar denúncias falsas contra as urnas eletrônicas e a Justiça Eleitoral. O episódio desagou na Justiça, que tornou o mandatário inelegível<sup>11</sup> por abuso de poder político e uso indevido dos meios de comunicação. Na gestão de Bolsonaro, houve ainda ameaças de desligar as Rádios MEC AM e a Rádio Nacional do Rio de Janeiro (Moura, 2019), contidas por mobilização da sociedade civil (Alerj..., 2022). Por fim, a EBC foi incluída no Plano Nacional de Desestatização. Neste período, o orçamento da estatal também diminuiu, com uma queda acentuada em 2019 (Pieranti, 2020, p. 11), primeiro ano da gestão Bolsonaro. Essas ações feriram a radiodifusão pública em seus primeiros dez anos (Nitahara & Carvalho, 2022) e só foram parcialmente revertidas com a volta do presidente Luiz Inácio Lula da Silva ao poder, em seu terceiro mandato, em 2023. Com o novo governo, a EBC foi retirada da fila de privatização e os canais voltaram a ser separados, embora com prejuízos para a parte pública.

“A prometida separação entre o público e o governamental aconteceu apenas em julho, com a estreia do Canal Gov, separado da TV Brasil, e da Agência Gov, também dentro da EBC. Isso foi feito às custas da parte pública – ainda mais desfalcada –, sendo que esta continua à mercê de decisões de governo e cedendo funcionários para a parte governamental”, afirma Rita Freire no blogue Ouvidoria Cidadã (2023).

Em julho de 2025, a participação social foi parcialmente restaurada com a instalação de dois novos órgãos: o Comitê Editorial e de Programação (COMEP) e o Comitê de Participação Social, Diversidade e Inclusão (CPADI).

Diante deste breve histórico da radiodifusão pública no Brasil, marcado por idas e vindas, observamos que a EBC foi criada depois do surgimento do podcasting e, historicamente, enfrentou instabilidades institucionais e financeiras. Por outro lado, herdou um vasto potencial ao contar, em seus quadros, com profissionais com longa trajetória no rádio, oriundos das pioneiras Rádio MEC e Rádio Nacional, que, por anos, foram referência para o rádio educativo-cultural e também para o comercial (Zuculoto, 2012; Del Bianco, Klöckner & Ferraretto, 2017).

---

<sup>11</sup> Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2023/Junho/por-maioria-de-votos-tse-declara-bolsonaro-inelegivel-por-8-anos>. Acesso: 20/07/2024.

Mesmo com a perda de importância das emissoras desde o fim da ditadura militar – que usou as rádios estatais como estratégia de persuasão (Zuculoto, 2012; Nitahara, 2023) –, a Nacional e a MEC continuaram a veicular programas de alta qualidade (idem, 2012, 2017).

Cabe destacar ainda que, a partir da gestão do jornalista Eugênio Bucci, à frente da Radiobrás, em 2003, antes do desmonte, a Rádio Nacional foi reorientada para ser uma rádio informativa, e que nos anos seguintes foi reconhecida com importantes prêmios de jornalismo<sup>12</sup>, como o Tim Lopes, o Imprensa Embratel/Claro, o Vladimir Herzog e o Jornalista Abdias do Nascimento.

À frente da estatal, o professor e pesquisador da Universidade de São Paulo (USP) defendeu a ideia da comunicação de serviço público a partir da compreensão do direito humano à comunicação<sup>13</sup> e o sistema de radiodifusão estatal como um sistema público por se tratar da prestação de serviço pelo Estado. Para reorientar a linha editorial da Rádio Nacional e dos demais veículos jornalísticos da EBC, a empresa produziu, antes do *impeachment* de Rousseff, dois manuais de jornalismo, um ainda na época da Radiobrás, sendo o mais recente em 2013<sup>14</sup>, já como EBC. O documento está em linha com a defesa do jornalismo como um dos diferenciais da mídia pública e traz, entre os anexos, a Declaração Universal dos Direitos Humanos e a Declaração da Unesco sobre as mídias.

“A necessidade de oferecer notícias e atualidades capazes de transmitir um conjunto confiável de informações nas quais os cidadãos possam se basear para tomar decisões diárias, desde questões políticas – como a escolha dos candidatos nas eleições – até as questões mais corriqueiras – como o planejamento de um programa de lazer em família – é algo essencial para a cidadania e a dignidade básicas.” (Mendel, 2011, p. 94-95)

Apesar dos desafios para restituição do caráter público da empresa, a produção de conteúdo teve respaldo, a partir de 2023, em uma nova orientação editorial. E foram retomados projetos engavetados nas gestões anteriores. Entre eles, podcasts jornalísticos, como podemos inferir das entrevistas com os jornalistas Beatriz Arcoverde e Leyberson Pedrosa. Empregados da EBC, a primeira chefiou o setor que iniciou a atuação no segmento de podcasting, e o segundo é o responsável pelos primeiros projetos, além de apresentar o primeiro podcast jornalístico narrativo da empresa, sobre pessoas com doenças raras, como falaremos à frente.

Beatriz Arcoverde assumiu a Gerência da Radioagência Nacional, veículo dedicado à produção e distribuição de conteúdo radiofônico no formato digital, em 2023. A jornalista tem 33 anos de atuação profissional no rádio, dos quais 21 na EBC, com passagens pela Rádio Nacional como repórter e editora. Antes de gerenciar a Radioagência, desde 2017, ela integrava a equipe de mídia digital da EBC, dedicada à realização de conteúdo transmídia. Já naquela época, a equipe discutia a realização de podcasts. “Em 2017, eu fui para o setor web [*Portal EBC*] e, naquele momento, já havia uma demanda para os podcasts. Mas a gente sempre teve essas

---

<sup>12</sup> Disponível em: [www.ebc.com.br/sobre-a-ebc/premios-0](http://www.ebc.com.br/sobre-a-ebc/premios-0). Acesso: 04/07/2024.

<sup>13</sup> O direito humano à comunicação é uma formulação recente na história do Direito. Tal conceito foi expresso pela primeira vez em 1969 e, na década de 1970, passou a ser discutido no âmbito da Unesco. Desde 2000, vem ganhando ressonância. Primeiro na União Europeia – onde o Parlamento Europeu aprovou em 2008 limites à publicidade e padrões mínimos de veiculação de conteúdo independente, regional e acessível –, e em seguida na América Latina, onde marcos regulatórios foram aprovados na Argentina (2009), na Venezuela (2010), no Equador (2013) e no Uruguai (2013).

<sup>14</sup> Disponível em: [https://www.ebc.com.br/sites/institucional/files/manual\\_de\\_jornalismo\\_ebc.pdf](https://www.ebc.com.br/sites/institucional/files/manual_de_jornalismo_ebc.pdf). Acesso: 17/07/2024.

propostas negadas, foram várias propostas diferentes, mas a gente não conseguiu sensibilizar os gestores da necessidade dos podcasts”, conta B. Arcoverde (comunicação pessoal, 22 de setembro de 2024).

Do mesmo setor à época, o jornalista Leyberson Pedrosa foi um dos que propuseram iniciar a produção em podcasting. Em 2018, ele sugeriu, por meio de um projeto, a elaboração de um boletim de notícias de três minutos para distribuição diária, por meio de dispositivos como Android Auto, CarPlay, Google Home, Amazon Alexa, listas de WhatsApp e site da EBC. O *NacionalCast* seria produzido com notícias produzidas pelo radiojornalismo, e publicado sempre às 23h. Aos fins de semana, o podcast da semana teria 5 minutos. No entanto, a ideia não saiu do papel. Menos de um ano depois, ele lembra que o jornal *Folha de S.Paulo* lançou o Café da Manhã, em parceria com o Spotify, que, além de reunir notícias em boletim simples, também se propunha a aprofundar um dos temas do dia. “Me disseram que não tinha ninguém para decidir [*a viabilidade*]. Engavetaram”, diz L. Pedrosa (comunicação pessoal, 16 de maio de 2025).

Constata-se, portanto, que havia uma experiência acumulada entre os profissionais das emissoras de rádio da EBC, de origem educativa ou estatal, acostumados com participações ao vivo, reportagens, radiodocumentários e outros formatos de programas radiofônicos jornalísticos que, no entanto, não foram reorientados para o podcasting até 2023.

### 3. O podcasting e a estratégia digital das emissoras públicas

O início da produção de podcasts jornalísticos pela EBC coincide com o começo do terceiro mandato do presidente Lula. A primeira produção publicada pela Radioagência Nacional, em fevereiro de 2023, é “Histórias Raras”. O jornalista Leyberson Pedrosa, que é pesquisador da Universidade de Brasília, com doutorado em Comunicação, emplacou o primeiro projeto de podcast jornalístico ao lado de Patrícia Serrão, narrando as vivências de pessoas com doenças raras. O projeto recebeu a devida atenção da EBC, naquele momento dirigida pela jornalista Kariane Costa, também jornalista de carreira. Como explica B. Arcoverde (comunicação pessoal, 24 de abril de 2025):

O História Raras é o primeiro podcast preparado pelo jornalismo público da EBC no início de 2023. [...] A partir daí, a gente começa uma produção. Ele foi feito do jeito que a gente gostaria de fazer todos. Ele foi feito como uma produção especial, tem as fotos dos entrevistados, ele foi publicado em Libras [*Língua Brasileira de Sinais*], no YouTube, imediatamente após o lançamento, temos a degravação dos episódios, foram vários processos. Hoje, não temos mais uma página para a publicação desses podcasts. Eles são publicados dentro da página da Radioagência, temos uma dificuldade de adicionar Libras e, para vencer isso, normalmente, publicamos na Radioagência, no Spotify e aguardamos a edição para publicar no YouTube.

A série abriu portas para os demais podcasts jornalísticos da EBC, em geral, conteúdos narrativos de não ficção, elaborados juntamente com integrantes das equipes de radiojornalismo ou do jornalismo digital, lotados no site de notícias Agência Brasil.

Ao elaborar este trabalho, buscamos identificar quantas séries jornalísticas tinham sido produzidas até 28 de junho de 2025. Uma listagem está disponibilizada por meio do *banner* “Podcasts Radioagência Nacional” na lateral direita do site da agência. O mais recente identificado, até a conclusão deste artigo, data de 28 de junho de 2025 e integra o selo Crianças Sabidas, que produz jornalismo voltado para o público infantil e divide as publicações em episódios ou séries temáticas. Essa última série, especificamente, foi baseada na publicação imediatamente anterior, Trilhas Amazônicas, dedicada a discutir desafios e soluções sustentáveis para o bioma amazônico no ano de realização da COP30, a Conferência do Clima da ONU, em Belém, no Pará.

Neste artigo, privilegiamos a análise a partir dos conteúdos disponíveis no site da Radioagência, com acesso gratuito e livre de publicidade, por este conferir caráter de universalidade, outro princípio dos serviços públicos de mídia (Mendel, 2011, p. 6). Descartamos a análise nas plataformas comerciais de streaming porque as séries não estão completas em tocadores como o Spotify. Além disso, cabe ponderar que a audiência e a visibilidade de podcasts destas plataformas são condicionadas pelos algoritmos (Pinheiro & Del Bianco, 2022, p. 62), que atuam como *gatekeepers* contemporâneos (Sullivan, 2024, p. 22).

De fevereiro de 2023 até junho de 2025 foram publicados 12 podcasts jornalísticos, que podem ser baixados e ouvidos no *site* da Radioagência Nacional<sup>15</sup>, hospedado no portal da Agência Brasil. Também encontramos na lista dois produtos que podemos enquadrar como colunas de serviço, com publicação semanal e, portanto, não entraram na nossa análise: Ajudante Digital, com dicas sobre tecnologias; e Vide Bula, que traz informações sobre saúde e direitos.

Antes de chegar aos podcasts “nativos digitais”, constatamos que não há uma página na internet sob o domínio ebc.com.br que reúna o conteúdo elaborado em formato de podcast, jornalístico ou não. Tampouco, o site da EBC indica ao usuário onde encontrar esses conteúdos. No app Rádios EBC, os podcasts não estão disponíveis. Já na página principal das Rádios EBC<sup>16</sup>, do lado direito, há uma chamada para podcasts que divulgam versões de programas que foram ao ar em antena, disponíveis para *download*. Entre eles, o infanto-juvenil Perguntar e Pensar, uma produção independente veiculada nos intervalos da programação; o Viva Maria, precursor de programas feministas em rádio; além dos boletins esportivos O Mundo da Bola e Futebol é Nacional. Todas as rádios da empresa têm suas páginas *online* hospedadas dentro do portal das rádios da EBC, ainda que boa parte delas, no caso, cinco emissoras, essencialmente retransmitam a programação da Rádio Nacional de Brasília, em cadeia. A Rádio MEC AM e a MEC FM transmitem em rede também, em determinados horários, a mesma programação. Nessas páginas, o usuário acessa somente os conteúdos que vão ao ar no *dial* e são disponibilizados no ambiente digital.

Os podcasts jornalísticos só estão disponíveis na página da Radioagência Nacional, “escondidos” dentro do site da Agência Brasil (ABr). Neste, também não há uma chamada convidando o usuário a acessá-los, apenas *banners* gerais para os demais veículos da EBC, incluindo a Radioagência. Para chegar lá, há um menu superior na página da ABr com links para os sites da Radioagência, da Rádio MEC, da Rádio Nacional, da TV Brasil, da Carta de Serviços e do Portal da Transparência. Na página da Radioagência, encontramos, por meio de um *banner*

---

<sup>15</sup> Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/podcasts-radioagencia-nacional>. Acesso: 28/06/2025.

<sup>16</sup> Disponível em: <https://radios.ebc.com.br/>. Acesso: 28/06/2025.

destacado na lateral direita, ao rolar a página inicial, a reunião de todos os podcasts nativos. Ao clicar no quadro, aparecem 79 conteúdos, além das colunas mencionadas.

Os podcasts são ofertados em ordem de publicação por data, sem separação entre cada produção. Apresentam um botão para *download* imediato, facilitando a escuta assíncrona em outros dispositivos. Ao clicar em cada manchete, uma nova página se abre com um *player* para escuta *online*. Há nela uma parte do roteiro e outra lista, ao final, com todos os episódios da série. Continuando na página, estão o roteiro, na íntegra, e, em alguns casos, links para assistir ao conteúdo em Libras no YouTube, além dos créditos, proporcionando algum nível de acessibilidade. Em algumas séries, como em Histórias Raras, há mais detalhes das produções. Este podcast oferece ainda links específicos para documentos citados no roteiro, orientações para republicação por outros veículos, além de informações para pessoas que buscam um diagnóstico.

Essas informações também estão nos áudios e se aproximam da abordagem reconhecida como metajornalismo, quando a prática jornalística e o jornalista se tornam presentes no enredo, evidenciando bastidores como estratégia imersiva dos podcasts.

Quadro 1: Resumo dos podcasts produzidos pela Radioagência Nacional

<b>Título</b>	<b>Ano</b>	<b>Episódios</b>	<b>Breve descrição</b>	<b>Locução</b>	<b>Link</b>
Histórias Raras	2023 e 2024	3 temporadas, 12 episódios	Apresenta histórias de pessoas que convivem com doenças raras.	feminina e masculina	<a href="https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/historias-raras">https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/historias-raras</a>
Sala de Vacina	2023	5 episódios	Traz a história dos 50 anos do Programa Nacional de Vacinação (PNI).	Feminine	<a href="https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/sala-de-vacina">https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/sala-de-vacina</a>
190 anos da Imprensa Negra no Brasil	2023	5 episódios	Comemora os 190 anos da imprensa negra no Brasil, marcados pelo lançamento do jornal <i>O Mulato ou O Homem de Cor</i> . Apresenta veículos do passado e do presente. Adaptação de produção da Agência Brasil.	Masculine	<a href="https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/imprensa-negra-no-brasil">https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/imprensa-negra-no-brasil</a>
Crianças Sabidas	2023, 2024 e 2025	3 episódios avulsos e 4 séries temáticas, com 2 a 5 episódios. Total de 18 episódios	Selo jornalístico para o público infantil. Explica grandes temas para crianças, como os 75 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos; 60 anos do golpe militar de 1964, eleições e o G20.	feminina adulta, feminina infantil e masculina infantil	<a href="https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/criancas-sabidas">https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/criancas-sabidas</a>
Dos Griôs da África para as Periferias do Mundo: 50 Anos de Hip Hop	2023	7 episódios	Entrevistas com personalidades do movimento hip hop, adaptação de produção da Agência Brasil.	masculina	<a href="https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/50-anos-de-hip-hop">https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/50-anos-de-hip-hop</a>

Histórias em Pauta: Grades de Janeiro	2024	1 episódio	Conversa com o jornalista da Agência Brasil Alex Rodrigues, o 1º profissional de comunicação a registrar a depredação dentro do STF, na tentativa de golpe de Estado ocorrida em Brasília no dia 8 de janeiro de 2023.	masculina	<a href="https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/politica/audio/2024-01/podcast-historias-em-pauta-grades-de-janeiro">https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/politica/audio/2024-01/podcast-historias-em-pauta-grades-de-janeiro</a>
Golpe de 64: Perdas e Danos	2024	7 episódios	Discute o projeto de nação interrompido pelo golpe militar que levou a 21 anos de ditadura civil-militar e os problemas sociais crônicos que afetavam o país. Há a promessa de uma segunda temporada.	feminina	<a href="https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/golpe-64-perdas-e-danos">https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/golpe-64-perdas-e-danos</a>
TRANSformando as Artes	2024	7 episódios	Entrevistas com artistas transgêneros e não-binárias, adaptação de produção da Agência Brasil.	feminina	<a href="https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/transformando-artes">https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/transformando-artes</a>
Grandes Invisíveis: Pessoas Gordas nas Enchentes	2024	3 episódios	Série sobre o drama das pessoas gordas que perderam suas roupas nas enchentes de 2024 no Rio Grande do Sul.	feminina	<a href="https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/direitos-humanos/audio/2024-06/o-trabalho-voluntario-na-arrecadacao-e-doacao-de-roupas-grandes-no-rs">https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/direitos-humanos/audio/2024-06/o-trabalho-voluntario-na-arrecadacao-e-doacao-de-roupas-grandes-no-rs</a>
Ciência: Mulheres Negras Dão o Tom	2024	5 episódios	Série que entrevista cientistas negras brasileiras da atualidade e relembra pioneiras.	feminina	<a href="https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/ciencia-mulheres-negras-dao-o-tom">https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/ciencia-mulheres-negras-dao-o-tom</a>
Dizem as Fontes	2025	Teaser + 6 episódios	Série fruto de um mestrado de jornalista da EBC que discute o papel do jornalismo na educação midiática.	feminina	<a href="https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/diz-em-fontes">https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/diz-em-fontes</a>
Trilhas Amazônicas	2025	Teaser + 7 episódios	Série que abre o ano da conferência do clima COP30 no Brasil e debate desafios e soluções para o bioma e sua importância para o planeta. Adaptação de produção da Agência Brasil.	masculina	<a href="https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/trilhas-amazonicas">https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/trilhas-amazonicas</a>

Fonte: Elaboração própria a partir de levantamento feito em julho de 2025.

#### 4. Discussão

Essa pesquisa tem como parte de seu processo metodológico mapear a oferta de podcasts jornalísticos produzidos pela EBC, portanto, não nos deteremos no formato de cada um. Porém, cabe destacar que a maioria, sete, dos doze, foi apresentado por uma ou mais vozes femininas, às vezes, por duas vozes femininas, uma delas com sotaque nordestino, como é o caso da série documental “Golpe de 64: Perdas e Danos”, enfrentando o estereótipo de que a voz masculina grave passa mais confiança e, por isso, tornou-se majoritária no radiojornalismo (Ferro, Gomes & Zuculoto, 2023, p. 11). A série Histórias Raras é apresentada por uma voz feminina e uma masculina. A voz masculina exclusiva conduziu apenas quatro séries.

O rádio é um meio historicamente machista, como exposto no dossiê “Rádio e gênero”, publicado em 2022, na *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*<sup>17</sup>. O machismo estrutural afastou, por décadas, mulheres e vozes desviantes como a masculina aguda dos microfones. Nesse sentido, é notório o avanço da Radioagência em priorizar vozes femininas e temáticas como as feministas e LGBTQIAPN+, que são capazes, de alguma forma, de destacar a demanda por representatividade, por expressão pessoal e coletiva no meio radiofônico. Sobre esse aspecto, a jornalista Fran de Paula (Paula, 2025), uma das autoras e apresentadora do podcast “Ciência: Mulheres Negras Dão o Tom”, destacou, como uma característica do produto, a possibilidade de se colocar na narrativa como mulher negra e sem se ater à “neutralidade jornalística”. A diversidade de temas dos podcasts jornalísticos da EBC incorpora ainda assuntos invisibilizados, como a gordofobia.

“A representação de outras vozes, fora do velho padrão radiofônico, é um caminho poderoso para a formação de vínculos afetivos, para a construção de comunidades organizadas em torno do áudio e para a própria afirmação de identidades individuais e coletivas” (Kischinhevsky, 2024, p. 97).

Entre os podcasts, encontramos uma variedade importante de temas, incluindo a infância e juventude. No selo “Crianças Sabidas”, temos duas crianças co-apresentando o programa, tendo gravado o roteiro nos estúdios da EBC, em Brasília. Também há crianças entrevistadas, situação pouco frequente na mídia tradicional e um dos focos de atuação das emissoras públicas.

Notamos ainda que a maior parte dos podcasts da Radioagência Nacional é composta por séries narrativas, produzidas por jornalistas em formato de documentário, com exceção da Histórias em Pauta: Grades de Janeiro, que foi produzida em formato de entrevista de vídeo; e do Crianças Sabidas, que tem um formato mais lúdico e didático. Doretto e Ponte (2015), ao pesquisarem como se informam crianças e adolescentes entre 9 e 16 anos de classe média do Brasil e de Portugal, concluíram que as mais novas ainda se informam pela radiodifusão e as mais velhas usam mais a internet, sem se concentrar em fontes jornalísticas tradicionais. A Radioagência busca, portanto, encontrar essa faixa que se informa pela internet.

Outro tópico pouco abordado pela mídia comercial é a própria história da mídia, recuperada na série sobre a imprensa negra, no Histórias em Pauta e no Dizem as Fontes, dedicado à educação midiática, elaborado pela jornalista Mariana Tokarnia.

<sup>17</sup> Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/issue/view/394>. Acesso: 20/10/2025.

“Educação midiática é ter uma leitura crítica sobre os meios de comunicação, saber consumir essas mensagens e também conseguir produzir conteúdos para elas. Eu foquei em como o jornalismo pode ajudar na educação midiática. Foram 15 entrevistas, com perfil bem diversificado, com panorama de jornalistas, estudantes e sociedade civil” (Tokarnia, 2025).

As séries também incluem pautas consideradas cruciais da vida contemporânea, como a crise climática, responsabilidade ambiental e a sustentabilidade, retratados na última produção, Trilhas Amazônicas. Demonstrando ainda o compromisso com o jornalismo público e a informação qualificada, a produção Perdas e Danos, que discutiu os 60 anos do golpe militar em 1964, utilizou áudios do acervo histórico da Rádio Nacional, herdados pela EBC.

Nos exemplos, há uma construção narrativa dos fatos, com descrição de ambientes e situações. O uso da primeira pessoa é recorrente entre os apresentadores, o que estimula o engajamento da audiência, compartilhando dúvidas e impressões obtidas no processo de apuração, seguindo uma tradição de podcasts narrativos estadunidenses. Há ainda uma preocupação com o contraditório, latente quando se trata de órgãos públicos (o podcast Histórias Raras chegou a publicar uma nota do Ministério da Saúde na íntegra), demonstrando o uso de “valores implícitos relacionados ao jornalismo, como a busca pela verdade e pelo equilíbrio na representação de versões” (Kischinhevsky, 2018, p. 79), configurando-se como uma modalidade de radiojornalismo.

Apesar de apontar para a publicação de conteúdos de qualidade e relevância, a disponibilidade dos podcasts da empresa brasileira enfrenta barreiras até chegar ao público final. Dentro do escopo desta pesquisa, observamos que a EBC não destaca as produções nas páginas das emissoras de rádio, no aplicativo Rádios EBC, local natural para esse tipo de produção e que poderia permitir uma interação de mais qualidade com o ouvinte, por exemplo, tampouco no seu site principal.

Diferentemente das demais produtoras de podcasts no Brasil, sejam independentes ou vinculadas a grandes empresas privadas, também não há, por parte da EBC, a divulgação nas redes sociais das emissoras de rádio e de TV, como a TV Brasil. O Grupo Globo, de maior destaque no mercado brasileiro, promove seus podcasts através de sua rede de televisão aberta, nos canais de TV por assinatura, nas suas publicações e na plataforma Globoplay (Vicente, 2024), buscando atrair o público também para outros conteúdos. A Globo demonstra que a estratégia transmídia é fundamental para o encontro com a audiência. No caso das produtoras independentes, sem acesso à radiodifusão ou veículos online, a divulgação em grupos de aplicativos de mensagem é apontada como crucial. A EBC não usa nenhuma dessas estratégias, apesar de contar com emissoras de rádio e TV e presença digital, por meio da Agência Brasil.

Os podcasts jornalísticos da EBC são produzidos e hospedados na Radioagência, cuja página na web fica hospedada dentro do site Agência Brasil. Este não traz, na capa, nenhum indicativo da oferta dos conteúdos digitais sob demanda. Encontramos, no site da agência, apenas *banners* gerais divulgando os veículos da EBC.

As produções foram excluídas também da página das Rádios EBC, administradas pela Diretoria de Conteúdo e Programação, responsável pelos programas não noticiosos das grades. Todas as nove rádios da empresa têm suas páginas hospedadas dentro do Portal de Rádio da EBC. Nessas páginas, o usuário acessa parte dos

conteúdos do dial disponibilizada para escuta assíncrona. Nelas, do lado direito, há uma chamada para podcasts, mas que, na verdade, como já foi dito, remete a conteúdos de antena transpostos para o site. Não há nenhuma menção ou redirecionamento para os podcasts jornalísticos ou à Radioagência.

A página da Radioagência, por sua vez, leva para os conteúdos sonoros nativos digitais por meio do clique em um *banner* na lateral direita da página, exibido ao rolar da *homepage*. Ou seja, pouco intuitivo, se o usuário não estiver familiarizado. A invisibilidade dos podcasts, na contramão da função legal da EBC, de promover uma distribuição plural dos conteúdos públicos, parece estar ligada à perda de importância do jornalismo e ausência de estratégia digital em anos recentes. É oportuno, portanto, lembrar que a separação do braço público do estatal (que assumiu a comunicação do governo federal) ocorreu às custas da infraestrutura do primeiro. A Frente em Defesa da EBC e da Comunicação Pública, que acompanhou o trâmite, ressaltou que a separação trouxe prejuízos ao jornalismo de serviço público, que perdeu cargos de gestão (Freire, 2023).

De acordo com B. Arcoverde, a Radioagência, que contava com uma gerência e três coordenações para operar o setor, teve a estrutura reduzida para uma coordenação apenas. Ela ocupou o cargo de gerente e depois de coordenadora até março de 2024, quando foi destituída. Mesmo assim, continua sendo a responsável pela produção dos podcasts no veículo. “Acredito que, hoje, o principal gargalo é ampliar o alcance dos produtos, mas acredito que, mesmo com as limitações que a gente tem, a criatividade e a dedicação de grandes profissionais de nossa pequena equipe têm garantido uma produção relevante” (comunicação pessoal, 24 de abril de 2025).

## 5. Conclusões

Analisamos neste artigo a oferta tardia e a disponibilidade restrita de podcasts jornalísticos pela EBC, em contraposição às experiências precursoras pela mídia de serviço público em outros países. Até junho de 2025, identificamos a publicação de 12 séries de podcasts nativos digitais pela empresa brasileira no site da Radioagência Nacional, que oferta gratuitamente conteúdos de radiojornalismo. Os podcasts são publicados com identidade visual própria, tratam de temas de interesse público, dialogando com a missão da mídia pública de ofertar conteúdo plural, são bem produzidos e editados e podem ser baixados ou ouvidos *online* a qualquer tempo. Na página, existe também a funcionalidade de ser direcionado para a escuta no Spotify, plataforma de *streaming* mais popular no Brasil. E, em algumas séries, remete-se ao YouTube, plataforma de vídeo em que há tradução para Libras, um importante componente de acessibilidade.

No material encontrado, outro destaque é para a recorrência de vozes femininas na narração. A ausência dessas não é novidade no radiojornalismo e se repete no podcasting. No estudo de Ferro, Gomes e Zuculoto (2023) as pesquisadoras evidenciam que, historicamente, as mulheres foram invisibilizadas no rádio. A mais recente pesquisa da Associação Brasileira de Produtores de Podcast (ABPod 2025) informa que 70,21% dos produtores/apresentadores no segmento são homens. Portanto, a EBC, neste caso, atua afirmativamente no campo, contribuindo para uma maior representatividade de gênero na mídia sonora.

No entanto, apesar de a EBC apresentar podcasts sobre temáticas relevantes e ausentes da mídia privada (Vicente, 2024), encontrá-los é um desafio, o que conflita com a obrigação legal de ampla distribuição de conteúdos prevista na Lei 11.652/2008, de criação da EBC. Os podcasts jornalísticos não estão listados nas páginas das emissoras de rádio e, tampouco, no aplicativo Rádios EBC, o que seria esperado, uma vez que se trata de conteúdo digital e uma das características das plataformas é disponibilizar conteúdo inédito, com a possibilidade de gerar interação por meio de uma série de funcionalidades. Embora o Spotify seja a plataforma comercial de áudio preferida dos ouvintes brasileiros (ABPod, 2025) e os conteúdos da Radioagência estejam presentes nela, a oferta de podcasts pela EBC na plataforma é incompleta e confusa. Há vários perfis administrados pela empresa no tocador. Neles, estão misturados conteúdos da Rede Gov e da TV Brasil, enquanto os podcasts jornalísticos em formatos sonoros são postados no perfil da Radioagência, o que torna difícil chegar até eles sem conhecer o veículo e sem a mediação dos algoritmos. A tendência, de acordo com Kischinhevsky (2024, p. 171), nesta terceira fase do podcasting, é de “redução da diversidade de vozes”, nas plataformas de streaming de áudio comerciais, em função da concentração do mercado em torno de um punhado de grupos privados de comunicação, com poder econômico para financiar sua posição de destaque nas interfaces. Há de se considerar, portanto, que a visibilidade dos conteúdos em plataformas é afetada pela lógica opaca dos algoritmos.

Uma alternativa para dar mais destaques aos podcasts seria separar as páginas da Radioagência e da Agência Brasil e oferecer um *link* para a agência e/ou seus podcasts nos sites das emissoras. Melhor ainda seria se cada podcast tivesse uma página própria, na qual pudessem ser publicados conteúdos relacionados, como fotos, vídeos e entrevistas completas que agreguem informação extra ao público mais interessado e fomentem uma rede de ouvintes. Essa seria uma das vantagens trazidas pelo radiojornalismo “hipermidiático” (Lopez, 2010). Da mesma forma, é incompreensível a ausência dos podcasts jornalísticos no app Rádios EBC, com ou sem novas funcionalidades favoráveis à interação, como a etiquetagem por palavras-chave. O engajamento é crucial para o sucesso das séries (Pinheiro & Del Bianco, 2022; Kischinhevsky, 2024) e os podcasts não podem ser mais compreendidos apenas em sua dimensão sonora, por serem uma forma cultural híbrida (Bonini, 2020, p. 26). Destacamos também a ausência de divulgação dos podcasts jornalísticos nas redes sociais da Agência Brasil e demais redes da EBC no período estudado, o que seria desejável, como parte da estratégia para atrair e fidelizar o público, apesar de a empresa divulgar nesses perfis podcasts independentes como os da Rádio Novelo, veiculados nas rádios da empresa a partir de 2024.

Olhando em perspectiva a linha do tempo apresentada pelos autores de referência, identificamos no Brasil um cenário distinto daquele descrito por Bonini (2020) e Murray (2009). Nos Estados Unidos, a rede de rádios públicas foi fundamental para estabelecer o novo meio digital, em todas as fases, desde a experimentação, passando pela transposição de conteúdos do *dia* para o digital, pelo investimento em produção independente e em podcasts próprios. No Brasil, as rádios da EBC ainda não encontraram o melhor caminho para apresentar e promover conteúdos seriados sonoros digitais, apesar de contarem com profissionais herdeiros da tradição do rádio público/educativo, com experiência jornalística reconhecida por prêmios, um cenário político favorável e não estar presa à lógica do mercado ou das plataformas.

A ausência de uma estratégia clara para o setor relega os podcasts da EBC ao esquecimento, ao largo do sucesso de produções públicas em outros países e as da grande mídia brasileira, entre as mais ouvidas na América Latina, segundo ranking da consultoria Triton<sup>18</sup>.

Seja pelo esvaziamento legal (Nitahara & Carvalho, 2022) que atrapalha o desenvolvimento da EBC, ou por desafios de ordem técnica, financeira e de gestão que precisam ser enfrentados para que a empresa se adeque ao novo mundo digital, conclui-se que a desorganização na oferta prejudica a escuta e invisibiliza importantes produções jornalísticas sob demanda, distanciando-as do público e, conseqüentemente, limitando o acesso à informação. Percebe-se uma estratégia errática, que compromete a presença dos conteúdos em áudio produzidos pela EBC nas plataformas digitais.

Desta forma, a EBC, ao contrário das emissoras de serviço público de outros países, se distancia da almejada legitimidade e universalidade que podem ser a força para assegurar sua existência institucional, sempre questionada por discursos neoliberais que advogam políticas de Estado mínimo. Estudos futuros poderão aprofundar estas conclusões e apontar alternativas em termos de políticas públicas de mídia sonora, que assegurem maior oferta e diversidade de vozes no serviço público de mídia, especificamente no âmbito do rádio expandido, que transborda das ondas hertzianas para diferentes suportes e dispositivos.

#### **Agradecimentos / Financiamento**

O primeiro autor agradece ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq e à Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro – FAPERJ pelo apoio às pesquisas aqui sistematizadas, por meio das chamadas nº 04/2021 e 18/2024 (Produtividade em Pesquisa) e dos editais nº 13/2023 (Apoio à Pesquisa Básica – APQ1) e 08/2025 (Cientista do Nosso Estado), respectivamente.

#### **Conflito de interesse**

Os autores declaram não haver conflito de interesse.

#### **Declaração ética**

O estudo foi conduzido em acordo com os princípios da pesquisa científica e não requer aprovação adicional por comitê de ética.

#### **Declaração de uso de IA**

Não houve uso de ferramentas de Inteligência Artificial (IA) generativa na preparação deste artigo.

#### **Disponibilidade dos dados**

Os dados que amparam as conclusões do estudo estão disponíveis sob demanda.

---

<sup>18</sup> Disponível em: <https://tritonrankers.com/rankers/latam/podcasts/2025/2>. Acesso em: 22/03/2025.

**Contribuição dos autores**

	Marcelo Kischinhevsky	Isabela de Souza Vieira	Akemi Nitahara Souza
Concepção	X	X	
Curadoria dos dados		X	X
Análise formal	X	X	X
Aquisição de financiamento	X		
Investigação		X	X
Metodologia	X		
Administração do projeto	X		
Recursos	X		
Supervisão	X		
Validação	X		
Redação – rascunho original		X	X
Redação – revisão e edição	X		

**Referências**

- Alerj aprova projeto que declara Rádio Nacional Patrimônio Histórico e Cultural do Rio (2022, 2 de junho). *Brasil de Fato*. Disponível em: <https://www.brasiledefatorj.com.br/2022/06/02/alerj-aprova-projeto-que-declara-radio-nacional-patrimonio-historico-e-cultural-do-rio>. Acesso: 21/07/2024.
- Arcoverde, B. (2025). GT 1 – UnBcast: Podcasting, Rádio e Serviço Público de Mídia [Vídeo]. *UnBcast*, 1 jul. 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/live/DX9fsXeC5Ls?si=z2N2aIiP78yCylil>. Acesso em: 05/10/2025.
- Associação Brasileira de Podcasters – ABPOD (2024). *Podpesquisa 2024-2025*. Disponível: [https://abpod.org/wp-content/uploads/2024/10/PodPesquisa\\_2024\\_2025FINAL-1.pdf](https://abpod.org/wp-content/uploads/2024/10/PodPesquisa_2024_2025FINAL-1.pdf). Acesso: 28/03/2025.
- Bahr, S. (2024, 28 de março). “Life on Both Sides of the Wall at Guantánamo Bay”, *The New York Times*. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2024/03/28/insider/serial-season-4.html>. Acesso: 04/05/2024.
- Bonini, T. (2020). A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, 11(1), 13-32. <https://doi.org/10.63234/radiofonias.v11i1.4315>.
- Bonini, T. (2022). Podcasting as a Hybrid cultural form between old and new media. In: Lindgren, M. & Loviglio, J. (ed.). *The Routledge companion to radio and podcast studies*. Routledge.
- Brasil (2008). Lei nº 11.652. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo [...]. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Brasília, 7 de abril de 2008.
- Brasil. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal.
- Bucci, E. (2015). *O Estado de Narciso*. A Comunicação Pública a serviço da vaidade particular. Ed. Companhia das Letras.

- Del Bianco, N., Klöckner, L. & Ferraretto, L. A., org. (2017). *80 anos das rádios Nacional e MEC*. EDIPUCRS.
- Doretto, J. & Ponte, C. (2015). Brasil e Portugal: infâncias contemporâneas e suas culturas digitais. *Contemporânea* (UFBA, online), 13(1), 159-176. <https://doi.org/10.9771/contemporanea.v13i1.13133>.
- Esch, C. E., Del Bianco, N. R. & Moreira, S. V. (2013). Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina. *Revista FSA*, Teresina, 10(4), 67-86. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/view/252>.
- Fenaj (2022, 2 de setembro). "Dossiê de funcionários aponta 292 denúncias de censura e governismo na EBC", *Federação Nacional dos Jornalistas*. Disponível em: <https://fenaj.org.br/dossie-de-funcionarios-aponta-292-denuncias-de-censura-e-governismo-na-ebc/>. Acesso: 20/07/2024.
- Eerraz, N. & Gambaro, D. (2020). Podcast e radiojornalismo: uma aproximação entre a mídia formal e as novas experiências de produção e escuta. *Novos Olhares*, 9(1), 155-172. Disponível em: <https://revistas.usp.br/novosolhares/article/view/166393>.
- Ferro, R. X. de O., Gomes, J. & Zuculoto, V.R. M. (2024). Voz e gênero no radiojornalismo brasileiro: Marcas históricas de exclusão de mulheres. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, 14(3), p. 91-112. <https://doi.org/10.63234/radiofonias.v14i3.7010>.
- Freire, R. (2023). Nota pública: Oito meses de governo sem comunicação pública. *Ouidoria Cidadã da EBC*. Disponível em <https://ouvidoriacidadaebc.org/nota-publica-oito-meses-de-governo-sem-comunicacao-publica/>. Acesso: 31/07/2024.
- Kischinhevsky, M. (2016). *Rádio e mídias sociais: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Ed. Mauad X.
- Kischinhevsky, M. (2018). Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 5(10), 74-81. <https://doi.org/10.24137/raeic.5.10.24>.
- Kischinhevsky, M. (2024). *Cultura do podcast: Reconfigurações do rádio expandido*. Ed. Mauad X.
- Lopez, D. C. (2010). *Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. UBI/LabCom Books.
- Mendel, T. (2011). *Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado*. Unesco.
- Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (2024). "Relatório com resultados das empresas estatais em 2023 é apresentado pelo Ministério da Gestão", 26 jul. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/noticias/2024/julho/relatorio-com-resultados-das-empresas-estatais-em-2023-e-apresentado-pelo-ministerio-da-gestao>. Acesso: 26/07/2024.
- Moura, A. (2019, 12 de fevereiro). "Santos Cruz irá fechar rádios da EBC", Blog do Lauro Jardim, *O Globo*. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/santos-cruz-ira-fechar-radios-da-ebc.html>. Acesso: 20/07/2024.
- Murray, S. (2009). Servicing 'self-scheduling consumers': Public broadcasters and audio podcasting. *Global media and Communication*, 5(2), 197-219. <https://doi.org/10.1177/1742766509341610>.
- Neves, L. & Rebouças, E. (2022). Construindo pauta na comunicação pública online: um relato da experiência do Portal EBC. In: Mainieri, T.; Medeiros, M. (eds.). *Comunicação pública e cidadania: experiências e práticas inovadoras*. Cegraf UFG.
- Nitahara, A. & Carvalho, M. M. de. (2022). A EBC em 2021: ataques e resistências. In: Carvalho, M. M.; Dutra, L. P. (org.). *Cadernos de conjuntura das comunicações LaPCom-Ulepicc-Brasil 2022: desinformação, crise democrática e políticas de comunicação e cultura*. Ulepicc-Brasil. Disponível em: [https://ulepicc.org.br/wp-content/uploads/2022/04/Livro\\_LaPCom-2022-Revisao-06-04-2022.pdf](https://ulepicc.org.br/wp-content/uploads/2022/04/Livro_LaPCom-2022-Revisao-06-04-2022.pdf).
- Nitahara, A. (2023). Rádio MEC: 100 anos de radiodifusão pública no Brasil. *Revista Alterjor*, (28)2. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/212292>.

- Paula, F. de (2025). GT 1 – UnBcast: Podcasting, Rádio e Serviço Público de Mídia [Vídeo]. *UnBcast*, 1 jul. 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/live/DX9fsXeC5Ls?si=z2N2aIiP78yCylil>. Acesso em: 05/10/2025.
- Pieranti, O. P. (2020). A radiodifusão pública é “cara demais”? Uma avaliação do orçamento da EBC. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura (EPTIC)*, 22(3), 6-23. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/12736>.
- Pinheiro, E. B. & Del Bianco, N. R. (2022). O rádio brasileiro no contexto da plataformação: experiências, impasses e desafios. *Esferas*, 1(23), 56-83. <https://doi.org/10.31501/esf.v1i23.13642>.
- Poell, T.; Nieborg, D. & Van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>.
- Sullivan, J. L. (2024). *Podcasting in a Platform Age: From an Amateur to a Professional Medium*. Bloomsbury Academic.
- Tokarnia, M. (2025). GT 1 – UnBcast: Podcasting, Rádio e Serviço Público de Mídia [Vídeo]. *UnBcast*, 1 jul. 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/live/DX9fsXeC5Ls?si=z2N2aIiP78yCylil>. Acesso em: 05/10/2025.
- Unesco (2001). *Public broadcasting. Why? How?*. Unesco. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058>. Acesso em: 30/07/2022.
- Viana, L., & Vaz Chagas, L. J. (2024). Categorização de podcasts no Brasil: uma proposta baseada em eixos estruturais. *Observatorio (OBS\*)*, 18(1). <https://doi.org/10.15847/obsOBS18120242369>.
- Vicente, E. (2024). Podcasts narrativos de não ficção: um olhar sobre a produção brasileira. *Revista de la Asociación Española e Investigación de la Comunicación*, 11(21). <https://doi.org/10.24137/raeic.11.21.1>.
- Zuculoto, V. R. M. (2012). *A programação das rádios públicas brasileiras*. Ed. Insular.

## Visual and cultural references to Spain in the video games Pokémon Scarlet and Pokémon Violet

  **Álvaro Linares Barrones**

University of Seville  
Seville, Spain

 **María Nieves Corral Rey**

University of Seville  
Seville, Spain

### Abstract

The video games combine programming and cultural creation, which serve as the basis for this new digital culture. The video game Pokémon is a great example of this because it has used different countries as inspiration for constructing spaces and other elements of its gameplay. Specifically, in *Pokémon Scarlet* and *Pokémon Violet* (Nintendo, 2022), the saga's most recent instalments there are cultural references to Spain, an object of study that has received scant academic attention to date. Drawing from this premise, the research objective is to analyse the visual representation using a qualitative methodology, namely, content analysis for the purpose of identifying the visual and cultural references on the basis of an established set of variables: spaces (gaming-narrative, symbolic and psychological), characters (player and non-player character; main and secondary) and objects (action-oriented and environmental). The main results disclose that the Japanese company Game Freak has represented aspects of Spanish culture, with their nuances, to develop the ninth generation of this video game, borrowing architectural and artistic elements from cities located in different regions, plus typical foodstuffs and economic activities including agriculture and livestock breeding. We identified references to different Spanish regions, such as Andalusia (Granada, Cordova and Cadiz), the Basque Country, Catalonia, Castile-La Mancha, La Rioja, Murcia, Cantabria, Valencia and Majorca.

Keywords: video games; Pokémon; cultural references; visual references; Spanish culture.

### 1. Introduction

Video games have ultimately become a mass phenomenon, a state of affairs that was rightly predicted by Levis (1997) some years ago, for they have overcome social barriers and are present in the daily lives of most of the population, especially children and teenagers (Calderón Gómez and Gómez Miguel, 2023). After swiftly creating a niche for themselves in contemporary culture (Sepúlveda Castro, 2020), they have evolved 'from being solely a technological form of entertainment, through being narrative instances, to being tools for social transformation' (González, 2014, p. 134).

Having said that, it is convenient to recall some of the initial research that led to theories, case studies and analytical models relating to video games in diverse scientific fields and from different epistemological approaches. This line of research actually got underway not that long ago in the 1990s and at the beginning of the 2000s, when researchers began to consider the interesting possibilities of this field of knowledge and to delve into them. These studies included that of Murray (1997), who understood video games as a narrative medium, the PhD dissertation of Frasca (2007), who used discourse analysis as a reference, studies of their psychosocial effects like that performed by Raessens and Goldstein (2011), as well as the semiotic approach in more recent research conducted by Pérez-Latorre *et al.* (2017) and Parra Bravo (2023), among others.

It is also important to recall that video games combine programming and cultural creation, which serve as the basis for this new digital culture and which exert a huge influence on users at a social, psychological, cultural, pedagogical and technological level, with their own socialisation roles (Molina, 2020). The video game industry integrates localised cultural references into global titles in order to enrich narratives and appeal to diverse audiences, adapting them through localisation processes that go beyond mere translation. These incorporations circulate internationally, fostering cultural hybridisation, while also entailing risks of stereotyping, as evidenced in certain Latin American productions that respond to externally imposed representations. With regard to the ways in which this cultural vehicle exerts its influence, the video game industry embeds localised references within entertainment products that circulate globally (Nye, 2004; Hutchinson, 2021). This can be observed, for instance, in *Pokémon GO* (Niantic, 2016), through the development of events such as *Hanami* in Japan or themed hunts linked to local festivals in Chester (United Kingdom), aligning in-game challenges with national celebrations. Furthermore, storytelling currently occupies centre stage in the digital environment, with video games being one of the most outstanding media (Parra Bravo, 2023), for 'they possess their own arsenal of resources that allow for a wide range of discursive proposals' (Maté, 2017, p. 101).

It is precisely from the perspective of digital narratives that a great deal of research has been conducted on the issue of space in game studies (Maté, 2017). In this connection, there are many variations, such as the narrative potential emerging from the evocative design of spaces (Jenkins, 2004) and the relationship between players, devices and discursive spaces based or recurring spatial constructions (Nitsche, 2008).

In this vein, Maté (2017, pp. 99-100) insists that 'space is one of the most studied areas of video games, especially when compared to the number of works devoted to issues like temporality, casts and the interactive dimension'. To this Venegas Ramos and Gutiérrez Manjón (2021) add that video game settings are designed to attract the attention of players and to represent the iconography inherent to their narrative universe.

Additionally, in the construction of spaces in some genres like that of platforms, the city serves as a backdrop, this being particularly the case in the beat'em up genre (also known as 'street fighting'), in which it plays a dramatic role, being practically transformed into another character, as occurs in alleys, underground settings and marginal areas, all rife with danger (Maté, 2017, pp. 102-103).

However, Maté (2017, p. 103) also notes that the city would be the theme and the key point of a game which would subsequently lead to a popular series and numerous imitations, such as the precedent of *SimCity* (Maxis, 1989). Here, the city is not an environment that is inhabited or explored but a space that is designed from scratch, for players assume the role of heads of government who observe the proceedings from a distance and whose objective is to found a city on an empty piece of land and to divide it into plots for building residential, commercial and industrial areas, as well as conceiving a system of public services, energy generation and distribution, health coverage, security forces, different levels of education and green and recreational areas. In keeping with the object of study, it should be recalled that Pokémon, 'like most games to a greater or lesser extent, borrowed references from the material world for its design [...] and has evolved thanks to its game mechanics but above all to its continuous hybridisation with the material world' (Navarro-Redón, 2021, p. 631).

## 2. Literature Review

### 2.1. Video games versus culture

According to experts, the foundations of the growth of video games that is being currently witnessed were laid during the COVID-19 pandemic (Álvarez, 2023, p. 6). Be that as it may, it is important not to lose sight of the fact that 'the video game sector was declared a cultural industry in Spain in March 2009 by a parliamentary cultural commission' (Constenla, 2009). Additionally, before the pandemic, Anyó Sanyol (2013, p. 247) already contended that video games occupied a central position from a socioeconomic perspective, for 'they are the first mass cultural product emerging directly from computer technologies and, in an industrial sense, their turnover is comparable to that of other major global cultural industries. Yet they also represent one of the most prosperous and representative cultural disciplines of our time' (Venegas Ramos, 2018, p. 328), for they are expanding rapidly as a global cultural phenomenon (Álvarez, 2023, p. 7). Although the truth is that video games also draw from other artistic languages and cultural references, like cinema, comics, painting, fiction series, sculpture, architecture, literature and so forth (Álvarez, 2023, p. 10), employing them as creative strategies. Although nor is it a secret that games as a cultural practice and theme of representation have been present since time immemorial (Palavecino, 2023) and that the digital kind are a cultural construct that offers players narrative experiences (Parra Bravo, 2023). It is this interaction and dependence of players with respect to game rules and mechanics that differentiates video games from other cultural and recreational artifacts (Klevjer, 2001).

The introduction of video games in current cultural consumption routines marked by the increase in the use of screens and more consumption time 'is unexpected but positive' (Álvarez, 2023, p. 9). However, 'the use to which a specific video game is put and the social classification it is given depend more on the place it occupies in cultural practice than on its technical specifications or even its narrative form' (Anyó Sanyol, 2013, p. 250).

In the international field of video game development, there are no good or sufficiently faithful representations that refer precisely to the identity-related element of 'Spanishness'. In productions of this sort, there is recourse to stereotypes that do not offer an accurate description of a country's history, such as flamenco and paella in the case of Spain. In other words, their representation of characters and elements are based on clichés of Spanish culture (Venegas Ramos and Gutiérrez Manjón, 2021). Examples of such caricatures include the video games *Soul Calibur*, including characters like Don Flamenco and Cervantes de León, and the playable version of *Harry Potter: Quidditch World Cup*, in which the members of the Spanish squad wear costumes similar to those worn by bullfighters (Delgado, 2019, p. 4). In light of this, Venegas Ramos and Gutiérrez Manjón (2021, p. 581) consider that the video game as a representative medium of the Spanish social imaginary, in both the national and international industries, is apparently edified on a series of platitudes that distort the country's cultural and historical heritage.

In this respect, the sector taking a more independent approach to video games has also begun to develop those that include Spanish cultural elements. Worthy of note is *Maldita Castilla*, a game released in 2012, whose action is set in some regions of Spain and Europe in the Middle Ages, while also resorting to myths relating to Spanish history, based on *Amadís de Gaula*, one of the most popular medieval literary works (Venegas Ramos and Gutiérrez Manjón, 2021). At this point, it is important to stress that *Maldita Castilla* inspired the video game

*Blasphemous* (The Game Kitchen, 2019), although there are also other games based on the same concept. In their study, Acosta Riego and Navarrete Cardero (2017) perform a deeper enquiry into this topic.

Until now, the video game as a medium for representing national cultural references has therefore been fundamentally based on the use of stereotypes to paint a picture of Spanish reality. In this respect, cultural references in video games contribute to player identification and to global consumption patterns, as highlighted by authors such as Consalvo and Paul (2009). In addition, video game design borrows national symbols, which are often recontextualised in ways that flatten, reshape or exoticise local identities (Shaw, 2017; Gray, 2020). This tendency can increasingly be observed in video games developed in Spain which vindicate certain cultural or identity-related elements of its culture, such as the reference to Holy Week in the aforementioned *Blasphemous* (The Game Kitchen, 2019). Although in this case its creators confessed that more than from Holy Week, they had drawn inspiration from the iconographic legacy of the context in which they had been brought up (Venegas Ramos and Gutiérrez-Manjón, 2020). In this regard, Venegas Ramos and Gutiérrez Manjón (2021, p. 571) state that 'the artistic references employed are the result of an aesthetic decision which, by appropriating a specific visuality and applying it in a completely different context, can make a work significant'. Likewise, in this case there are not only references to spirituality, Baroque visuality and Andalusian heritage as historical-artistic elements of the video game, but also the work of the artist Francisco de Goya (1746-1828) (Venegas Ramos and Gutiérrez Manjón, 2021, p. 575).

Moreover, video games, as a form of cultural communication, are shown to shape global perceptions of place and identity. This is due to the fact that they function simultaneously as symbolic representation and as a space of transnational social interaction. Through worlds, characters, and mechanics, imaginaries of what constitutes "the West" or "the national" are disseminated and transformed into playable experiences that influence how these places and subjects are conceived beyond the screen (Trattner and Kienzl, 2019).

## 2.2. The Pokémon saga

Pokémon (Nintendo, 1996) is a globally successful and popular consumer product (Iwabuchi, 2004) which has been studied in different fields of research including company management (Tobin, 2004), economy (Moreno, 2003), commerce (Buckingham and Sefton-Green, 2003), society (Haiven, 2012; Elza 2009), geography (Juhász and Hochmair, 2017), culture (Bainbridge, 2014; Iwabuchi, 2002) and textuality (Jordan, 2004; Gibson, 2002).

Pokémon derives from an a frequently used expression among youngsters in Japan, meaning 'pocket-sized monsters' (Patten, 2004). The initial objective was to promote a place in the city that was disappearing as a result of rapid urban development in Japan (Shelton, 1999). It was a space in which exploration was awarded with items, an idea promoted by its creator Satoshi Tajiri, when faced with the impossibility of fully engaging in his favourite pastime: capturing insects. Tajiri declared that 'when you get your first bike, you want to go somewhere you've never been before. That's like Pokémon' (2009, para. 3).

The main aim of Pokémon is to explore an interactive setting which is indispensable for the game's development, since it is activated as the player reconnoitres it (Easterling, 2010) looking for the creatures hiding there. The most novel aspect is exploration as a necessary action for developing the game and reaching the final objective, viz. capturing wild creatures and training them to fight among themselves. Under the slogan 'gotta catch 'em

all', players have to look for and capture all the creatures inhabiting the Pokémon world, as explained in a background story in which the player is a child living in a village who has to find and capture as many creatures as possible to complete the game (Navarro-Redón, 2021).

The saga began with a role-playing game (hereinafter RPG) launched by the Japanese software company Game Freak and distributed by Nintendo. It was released exclusively in Japan in 1996 as a console RPG called *Pocket Monsters Aka and Midori: Red & Green*, without ever crossing the country's borders. Initially, the story was based on helping Professor Oak in his research by capturing creatures inhabiting the fictional world, while the region's trainers confronted one another (Boito and Mercadal, 2017). As a new feature, it was now possible to connect two Game Boy consoles and for players to exchange different creatures, thus promoting a swap culture in which they could evolve to become even more extraordinary beings. To this end, the connections and exchanges between players were necessary for there to be encounters in the shape of battles in pursuit of becoming the best Pokémon trainer (Bainbridge, 2013). Following its success, it was decided to launch it in the international market in 1999, under the different name of *Pokémon Red & Blue*, subsequently followed by the release of *Pokémon Yellow*, before ultimately becoming a mass phenomenon and increasing its national sales (De Vries *et al.*, 2017).

To this first series, which included these three initial games, were added subsequent instalments offering players the opportunity to explore new spaces and to capture new species, each corresponding to a different generation. Over the years, it gradually consolidated its position as an entertainment company, the second generation of the video game becoming Nintendo's most popular, second only to Mario Bros (Gómez Aragón and Martínez García, 2017). In addition, it was gradually adapted to other consoles and portable devices, while being expanded to encompass a total of nine generations from 1996 down to the present day. In this respect, the video game's evolution has been determined by new technological and graphic developments (Navarro-Redón, 2021). As a result, its interactive design and storyline have both undergone far-reaching changes with a large number of additional creatures, objects, settings and characters. Thanks to its fun and appealing aesthetics, Pokémon has become a household name among the general public, regardless of sex, race or age (Azuma, 2001).

In light of the foregoing, Pokémon offers players ways of interacting with the natural environment, making it seem as real as possible (Hertz, 1999), for which reason the design of all the generations of the video game is based on a specific geographical place in the real world. It is currently a social and cultural model (Bainbridge, 2014) resistant to technological developments and with the ability to adapt to become the 'first multimedia cultural industry' owing to its level of convergence (Moreno, 2003, p. 207). The cultural features, imagery and ideas, closely linked to the image of a country and associated with a consumer product, are what Iwabuchi (2004) calls 'cultural odour'. This concept refers to the perceptible trace of a media product's cultural origin, such as video games or Japanese anime, which evoke nationally associated stereotypes that are positively received in international markets. Iwabuchi (2002) is highly critical of the ways in which this 'odour' is deliberately diluted in order to achieve a state of 'odorlessness', whereby Japanese content is rendered seemingly universal when exported globally. In his analysis, he shows how franchises such as *Pokémon* or *Super Mario* eliminate specific Japanese markers (such as local names or dress styles) in order to appeal to Western audiences without explicitly evoking Japaneseness.

As with other video games, in each generation Pokémon has used not only visual but also cultural references, both literal and discursive, to design indoor and outdoor spaces (see Table 1). Furthermore, the game provides an urban point of reference that represents a specific characteristic of the landscape which enables players to get their bearing and guides them in the environment in question (Lynch, 2015).

Table 1: Pokémon's visual and cultural references by generation

Generation	Year of release	Name	Country
First	1996	Red, Green, Blue & Yellow.	Japan
Second	2000	Gold, Silver & Crystal.	Japan
Third	2003	Ruby, Sapphire & Emerald. Remakes: Fire Red & Leaf Green.	Japan
Fourth	2006	Diamond, Pearl & Platinum. Remakes: Heart Gold & Soul Silver.	Japan
Fifth	2010	Black & White (with a second version).	United States
Sixth	2013	X & Y. Remakes: Omega Ruby and Alpha Sapphire.	France
Seventh	2016	Sun & Moon. Remakes: Ultra Sun & Ultra Moon.	Hawaii
Eighth	2019	Sword & Shield.	United Kingdom
Ninth	2022	Scarlet & Violet.	Spain

Source: own elaboration

In the first four generations of Pokémon, the Japanese archipelago is used as a reference, fully exploiting the country in all its dimensions. The first is set in a world called Kanto, drawing direct inspiration from the eponymous Japanese region. The action of the second is set in the universe of Johto, corresponding to the Japanese regions of Chubu and Kansai. The third generation also includes references to Japan, in this case the region of Kyūshū, identified as Hoenn in the video game. As to the fourth, the fictional Sinnoh is modelled on the region of Hokkaido (Naranjo Bejarano, 2016). In addition to being inspired by Japanese regions, in these four generations there is also a direct cultural identification with the country through the creation of creatures and objects, the design of the indoor spaces and the game's aesthetics (Kelts, 2007).

Until the fifth generation, Pokémon had not used any other country as a visual and cultural model for the game's spatial design. The first different country to be chosen by the franchise was the United States in the fifth generation, specifically New York State (especially the districts of Manhattan and Brooklyn) and New Jersey, this region being called Unova in the video game. In this generation, some regions of China are also represented at a lower level (Navarro-Redón, 2021). Following this new development, the saga has continued to exploit the aesthetics, culture and geography of other countries in the world in the rest of its generations. The sixth generation is inspired by France, the seventh by Hawaii and the eighth by the United Kingdom, using their cultures to design and create fictional environments and spaces called Kalos, Alola and Galar, respectively. As regards the ninth and last generation, Spain – the object of study here – has been used as a reference, a spatial context called Paldea in the video game

### 3. Methodology

This study focuses on two video games called *Pokémon Scarlet* and *Pokémon Violet* (Nintendo, 2022), both belonging to the ninth generation of the saga, in which there is reference to cultural elements from Spanish cities, an interesting topic for members of the scientific community working in the field of game studies. The main research objective was to analyse the representation of the Spanish landscapes and urban environments (including their monuments, buildings, parks and tourist attractions) in the video games *Pokémon Scarlet* and *Pokémon Violet*. This main objective was supplemented by a secondary one, namely, to study the visual or symbolic cultural elements defining this generation of Pokémon and which refer to the social and cultural identity of Spain.

On the other hand, several research questions were formulated:

- P1: How is Spain as a reference represented in the video game's universe?
- P2: What video game elements are used most when culturally representing the place?
- P3: Are these video games a medium capable of disseminating artistic and cultural references at a textual or visual level that offer a faithful reflection of Spain at an international level?

In order to meet these objectives, the qualitative methodology used was a descriptive-interpretative content analysis (Krippendorff, 1990), for the purpose of identifying the visual and cultural references on the basis of an established set of variables. These were selected from the literature on game study parameters within the field of video game analysis.

First, characters are understood as fictional agents within the game world that proactively interact with the player, integrating ludic action and narrative depth (Planells, 2015). In his fictional synthesis, Siabra Fraile (2012) divides characters into two categories. On the one hand, characters may be player characters (PC) or non-player characters (NPC), and either main or secondary depending on the events unfolding in the narrative; on the other hand, objects are conceived as key elements of the game world that support interactivity and ludic narrative (Planells, 2015). These objects may be action-oriented or environmental, depending on whether they allow characters to interact with or manipulate them—thus affecting gameplay progression and mechanics—or whether they serve to create atmosphere or act as decorative elements within the game settings, densifying the fictional environment without primary interaction.

Second, in his classificatory study of spaces and ambience, Planells (2015) identifies three types: gaming-narrative spaces, which enable the occurrence of events, rules, and player progression by operating on both plot and game dynamics, and are therefore analysed in terms of gameplay (mechanics) and narrative (emergent or structured stories); symbolic spaces, which consist of cultural and ideological codes operating on thematic levels and are examined through signs, objects, and agents that generate cultural or metaphorical meanings within the fictional world; and psychological spaces, which are related to character construction and provide information about them, and are thus conceived as a subjective domain where individual experiences, emotional perceptions, and interactions with the environment intertwine. In this sense, space is not passive but actively shapes mental well-being and human relationships—such as lived experiences, emotional motivations, or social relations—since characters possess variables of psychologisation and agency that further densify the virtual diegesis.

Lastly, following Navarro Remesal (2016), the aim was to determine whether the references were visual, textual or mixed with an eye to identifying the extent to which they faithfully reflected the originals. In the analysis of the visual or mixed references, the level of iconicity of the images (Villafañe, 2002) was used as a variable to gauge their similarity to the real places. In sum, the analysis sheet developed with the aforementioned variables is shown in Table 2.

Table 2: Analysis sheet

Video game variable		Name of variable	Type of representation	Level of iconicity	Spanish visual-cultural reference
Spaces	Gaming-narrative		Textual		
	Symbolic		Visual		
	Psychological		Mixed		
Characters	PC/NPC				
	Main/secondary				
Objects	Action-oriented				
	Environmental				

Source: own elaboration

The study sample initially considered 17 video game variables, but only those deemed most relevant were applied in the analysis. This convenience sample responds to methodological criteria, as it seeks to maintain coherence with the stated research objectives. Accordingly, the variables selected in the analysis sheet (shown in Table 2) are considered the most significant and best aligned with the theoretical framework due to their relevance and pertinence. Moreover, retaining an excessive number of variables may result in an overburdened model, introduce superfluous information, hinder analytical clarity, and reduce the interpretability of the results.

#### 4. Results

The results obtained from the content analysis of the three video game variables studied here are presented below. Regarding the first sub-variable, corresponding to spaces, seven places with a gaming-narrative role and a mixed representation, viz. textual and visual, were identified (see Figure 1). According to their level of iconicity, the seven places are figuratively represented because they are defined by the representation of figures, these being understood as objects resembling recognisable images (Villafañe, 2002).

Figure 1: Spaces represented in the video game *Pokémon Scarlet and Pokémon Violet* that have their visual-cultural reference in Spain



Source: own elaboration from photographs of the video game

The first identifiable place in the video game is Sierra Napada, a snowcapped mountain range representing the highest point in the region, whose visual reference is Sierra Nevada, in turn the mountain system with the highest peak in the Iberian Peninsula. Visually speaking, it is a region covered with snowcapped mountains resembling its Spanish counterpart. At a textual level, moreover, its name is very similar to that of the original, for only two letters have been changed.

On the other hand, the city called Meseta is the capital of Paldea, the place where the action takes place, which has elements borrowed from several Spanish cities in its design. For instance, the architecture of the Orange and Grape Academies feature *trencadis*, or *pique assiette*, mosaics in reference to different places and buildings in Barcelona, such as the Parc Güell, a public park surrounded by gardens. The two other most evident references to Barcelona in the video game city are the Hospital de Sant Pau, a modernist building with more than 500 years of history and regarded as the largest in the world, and the basilica of La Sagrada Família, designed by the architect Antoni Gaudí as a project for the people and which is still under construction. In the same vein, the central square of the city of Meseta recalls Madrid's and Palma de Majorca's Plaza Mayor insofar as it has similar elements. Another place evoking Spain in the video game is the village of Hozkaiku, a Basque term meaning 'cold'. Its architecture bears some resemblance to that of the small villages of the Basque Country and La Rioja (Ezcarav), above all as regards the spiral pattern of the cobblestones and the buildings made of stone and wood and covered with slate roofs.

As regards the space called Bosquejada, located in the region of Paldea, it calls to mind the Oma Forest in the province of Biscay, representing a halfway point between nature and human civilisation. This video game setting features a forest whose trees are painted with representations of different geometric figures, humans and

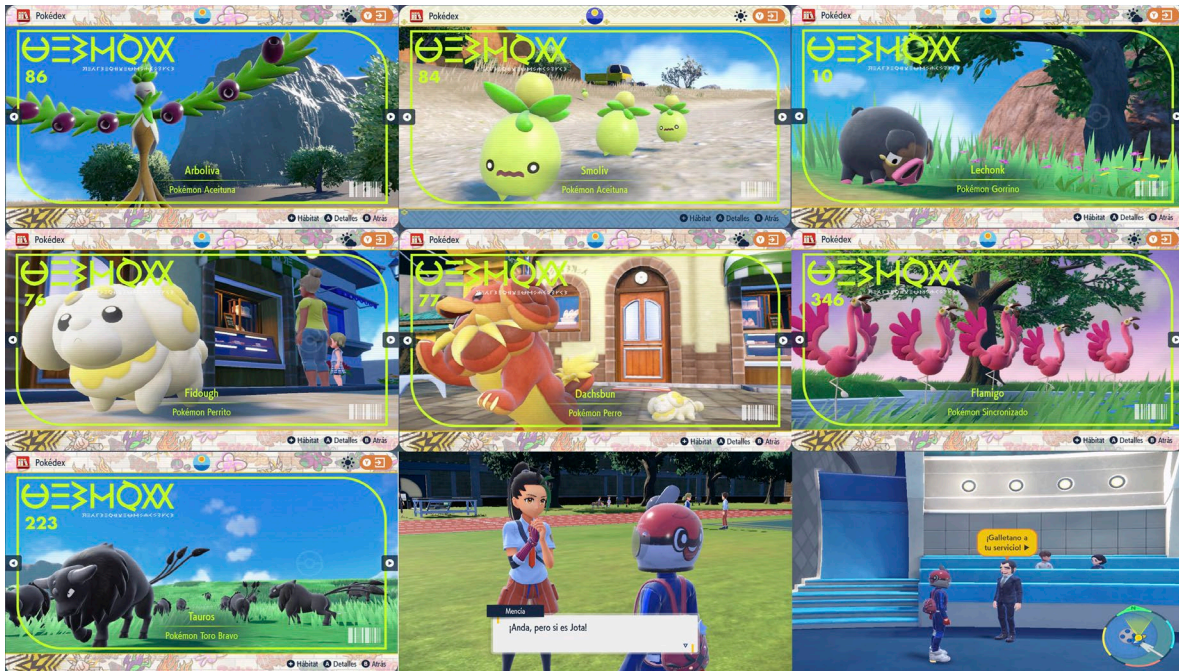
animals similar to those appearing in the Oma Forest, a land art intervention by the sculptor and painter Agustín Ibarrola. The village of Cahíz, the Sendero Cahíz and the Gruta Caleta, the next places appearing in the video game all clearly referring to Spain, have to do with the southern region of Andalusia. At a textual level, these are direct references to the province of Cadiz and its beach of La Caleta, but visually speaking, the architecture of the fictional village is based on Andalusian folklore. The region features villas very similar to Andalusian farmhouses, long white sandy beaches characteristic of the Andalusian coast and a lighthouse similar to those to be found in the province of Cadiz.

Another place appearing in the game which can be associated with Spain is the village of Altamía, which contains a mixture of elements typical of the region of Castile-La Mancha, with windmills and wetlands with wooden bridges that call to mind those of Tablas de Daimiel National Park. The village also features aspects inherent to the region of Murcia, like, for example, large market gardens and labyrinths of flowerbeds characteristic of Tentegorra Park in Cartagena. Additionally, the name of the village is inspired by the Cave of Altamira, located in the Spanish municipality of Santillana del Mar, in Cantabria.

The last video game sub-variable corresponding to spaces is Leudal, a city based on that of Valencia with visual references to its port. The city's colourful buildings are modelled on those lining the promenades of localities in the region of Valencia like Villajoyosa with their multicoloured façades. The modern construction of the stadium, the buildings and the glass houses recall Valencia's Ciudad de las Artes y las Ciencias, an artistic and scientific complex famous for its futurist architecture. Another noteworthy example is the logo of Mercaplétora, the supermarket of the city of Leudal, which is very similar to that of the Spanish supermarket chain Mercadona, founded in Valencia. Lastly, the city has references to Madrid in that the buildings forming part of the five towers area in the video game evoke the capital's Cuatro Torres and the Torres Kío.

The second variable analysed here corresponds to the characters (see Figure 2) of which mention should go to seven, five of which are PCs and two, NPCs. As to the former, all the characters are secondary and, according to their level of iconicity, figurative representations. In addition, the PCs display a mixed representation, being identified in the video game as Pokémon. The first two are Smoliv, an olive-shaped Pokémon, and Arboliv, a creature resembling an olive tree, both highly representative of Spanish flora. For its part, Lechonk is a Pokémon similar to an Iberian pig, also typical of the country's fauna. Continuing with the PCs, there are Fidough and Dachsbun, two Pokémon whose ears call to mind *ensaimadas*, a spiral-shaped pastry from the island of Majorca, and whose faces resemble that of the Lady of Elche, a bust whose hairstyle is still copied in the region of Valencia. Falling into the same category, the Pokémon Flamingo is a faithful reflection of the pink flamingos inhabiting the country's saltmarshes. The last PC is the creature Tauros of Paldea in reference to the eponymous Pokémon appearing in the first generation of the video game. In this instalment of the saga, however, it has a more Spanish shape for it is based on the country's fighting bulls.

Figure 2: Characters represented in the video game *Pokémon Scarlet and Pokémon Violet* that have their visual-cultural reference in Spain

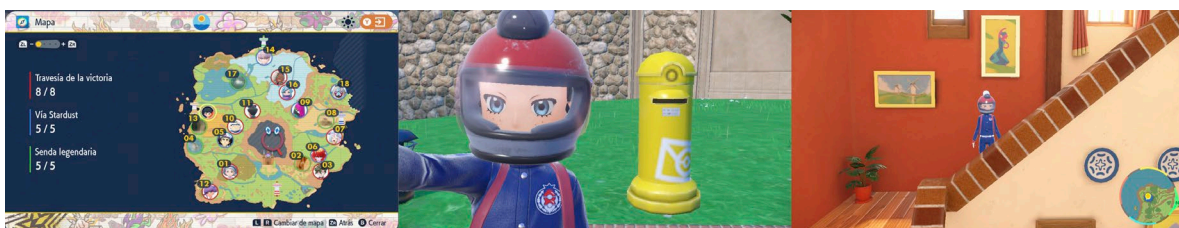


Source: own elaboration from photographs of the video game

As regards the NPCs, their representation in the video game is exclusively textual. The first is Mencía, one of the main characters whose name is borrowed from a variety of grape grown in Spain. The second is a preppy secondary character called Galletano based on Cayetano, a name that is frequently used in Spanish popular culture to refer to immaculately turned-out individuals belonging to the upper classes.

To end with, with respect to the third sub-variable corresponding to objects (see Figure 3), there are only three whose representation is exclusively visual. As with the rest of the variables analysed above, according to their level of iconicity they are figurative representations. One such object, the map of Paldea which is an adaptation of that of Spain, is action-oriented because it is essential to the narrative flow. As to the other two objects, which are environmental or circumstantial, these include the letterbox, which is identical to those found in Spain, and the pictures decorating the home of the main characters of the video game, which are evident representations of Spanish folklore, such as the female flamenco dancer and the patios typical of the city of Cordova.

Figure 3: Objects represented in the video game *Pokémon Scarlet and Pokémon Violet* that have their visual-cultural reference in Spain



Source: own elaboration from photographs of the video game

## 5. Conclusions

Our main research objective was to analyse the representation of the landscapes and urban environments based on Spain appearing in the video games *Pokémon Scarlet* and *Pokémon Violet*. Acknowledging that the study sample is not fully representative but rather illustrative in nature, the analysis identified references to different Spanish regions, such as Andalusia (Granada, Cordova and Cadiz), the Basque Country, Catalonia, Castile-La Mancha, La Rioja, Murcia, Cantabria, Valencia and Majorca. The place names appearing in the video games, albeit with slight modifications and elements characteristic of their landscapes and urban environments, are borrowed from these regions. The natural environments include the beaches of Cadiz, the mountain range with the highest peak in Spain located in the province of Granada and the wetlands and saltmarshes found in different parts of the country.

Additionally, the video games contain elements that have marked Spain's sociocultural identity, including cultural artifacts and artworks. In this connection, there are rural environments like Hozkaiku, a place conjuring up Basque culture, with its singular architecture, the spiral pattern of the cobblestones and buildings made of stone and wood also characteristic of La Rioja. Likewise, there are other artificial architectural elements featuring trencadis mosaics, a decorative technique using ceramic shards, glass, marble and other materials, in allusion to different places and buildings in the city of Barcelona. Other urban spaces include Madrid's and Palma de Majorca's Plaza Mayor, an open-air public space representing the collective spirit of the Spaniards where cultural and leisure activities are carried out in the country's cities. This combination of natural and urban spaces and environments highlights the versatility of Spain as a video game setting, while also reinforcing the idea of the biodiversity of its habitats, as well as that of the Pokémon inhabiting them.

As part of Spanish identity, there are also references to the country's cuisine, agriculture and livestock breeding. This is achieved by giving some the characters recognisable shapes, such as the olive, the Iberian pig, the fighting bull and the pink flamingo inhabiting the country's saltmarshes. This can also be seen in the features of some of the characters, specifically their ears in the shape of *ensaimadas* – a pastry – typical of Valencia.

The inherent Japanese cultural odour of this franchise is interwoven with Spanish references in the Paldea region, which is designed as the starting point of the game. From this locus, Japanese elements such as Koraidon and Miraidon (rooted in the terms *korai* and *mira*) are hybridised with Spanish cultural markers. For instance, the character Fuecoco wearing a hat and the character Lechonk (an Iberian pig) are combined with the dish *Klawf al ajillo*, prepared using the claws of the Pokémon Klawf and olive oil, thus creating a form of 'recentering globalisation' in which Japanese cultural odour permeates Spanish references without fully subsuming them.

In sum, the Japanese company Game Freak has represented aspects of Spanish culture, with their nuances, to develop the ninth generation of this video game, borrowing architectural and artistic elements from cities located in different regions, plus typical foodstuffs and economic activities including agriculture and livestock breeding. Without forgetting, of course, values and customs, reflected by the figures of the female flamenco dancer and the Cayetano. The flamenco dancer, as a popular Andalusian expression linked to the gypsies, is a female prototype who can be seen in the country's fairs – sociocultural events held all over Spain for a similar purpose – wearing the traditional dress. Yet flamenco also refers to a type of Spanish music, which emerged in Andalusia,

characterised by singing, dancing, guitar music and rhythmic percussion instruments with different styles. On the other hand, the Cayetano is the name given to a prototype of monied citizen who usually wears classic designer clothes, originally belonging to a wealthy Andalusian family.

Nevertheless, the references analysed may be understood as acts of cultural homage as well as commodified forms of exoticisation, insofar as many settings and creatures function as a recognition and valorisation of local icons (such as landscapes of the Iberian Peninsula or gastronomy), thereby fostering affective identification rather than mockery. Moreover, the regions are constructed as stylised tourist destinations, designed to differentiate each instalment within the global market through easily consumable traits, including iconic monuments or gastronomic and aesthetic tropes. This selective use of signs stylises the national in order to render it marketable, producing a form of exoticisation that reinforces the value of the franchise as a transnational brand rather than as a tool for cultural understanding.

In conclusion, Spanish history and traditions are reflected in the peninsula of Paldea represented in *Pokémon Scarlet* and *Pokémon Violet*. Nevertheless, we believe that it would be interesting to perform an in-depth analysis on the colours used in them for the purpose of opening new lines of research, for scarlet is the colour that symbolically recalls the mountains of Spain, as can be seen in the game's initial map. For its part, violet (it is important to recall that it is called *Pokémon Púrpura* in Spanish, i.e. purple) is associated with royalty and mystery, while also being linked to Lent, which is characterised by the fasting and penance of the Nazarenes participating in the Holy Week processions. This figure, which recalls characters appearing in other video games like *Blasphemous* (The Game Kitchen, 2019), represents one of the most relevant Spanish cultural traditions. Accordingly, we suggest analysing the symbology of the colours appearing in the video games on the basis of Spanish culture with the aim of gaining a better understanding of the relationship between social reality and new forms of entertainment.

#### **Acknowledgements / Funding**

The authors received no financial support for this research.

#### **Conflict of interest**

The authors declare no conflict of interest.

#### **Ethical statement**

This study was conducted in accordance with the principles of scientific research and did not require additional ethics committee approval.

#### **Declaration of AI usage**

No generative AI tools were used in the preparation of this manuscript.

#### **Data availability**

The data supporting the findings of this study are available upon request.

**Author contributions**

	Álvaro Linares Barrones	María Nieves Corral Rey
Conceptualization	X	
Investigation	X	X
Methodology	X	X
Resources	X	
Supervision	X	
Validation	X	X
Visualization	X	
Writing - original draft	X	X
Writing - review & editing	X	

**References**

- Acosta Riego, D. & Navarrete Cardero, L. (2017). *Spain lúdica. La imagen romántica de España en el videojuego*. Editorial UOC.
- Álvarez Valencia, J. (2023). Videojuegos, industria, arte y valor: estado de la cuestión. *Revista de Occidente*, (506-507), 5-14. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9014777>
- Anyó Sanyol, L. (2013). Género y cultura global en el videojuego español. *Pasavento: Revista de Estudios Hispánicos*, 1(2), 247-263. <https://ebuah.uah.es/dspace/handle/10017/24101>
- Azuma, H. (2001). *Otaku: Japan's database animals*. University of Minnesota Press.
- Bainbridge, J. (2013). 'It is a Pokémon world': The Pokémon franchise and the environment. *International Journal of Cultural Studies*, 17(4), 399-414. <https://doi.org/10.1177/1367877913501240>
- Bainbridge, J. (2014). "Gotta Catch 'Em All!" Pokémon, Cultural Practice and Object Networks. *The IAFOR Journal of Asian Studies*, 1(1), 1-15.
- Boito, M.E. & Mercadal, S.L. (2017). Tecnoestética del videojuego: Pokémon Go o el viaje en círculo de encierro. *Methaodos. Revista de ciencias sociales*, 5(2), 260-275. <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v5i2.138>
- Buckingham, D. y Sefton-Green, J. (2003). 'Gotta catch 'em all': structure, agency, and pedagogy in children's media culture. *Media, Culture & Society*, 25, 379-399. <https://doi.org/10.1177/0163443703025003005>
- Calderón Gómez, D. & Gómez Miguel, A. (2023). Desigualdad de género y violencia en los videojuegos: un análisis desde las experiencias videolúdicas de la juventud. *Methaodos: Revista de ciencias sociales*, 11(1). <http://dx.doi.org/10.17502/mrcs.v11i1.648>
- Constenla, T. (2009, March 26). *Un respeto para el videojuego*. El País. [https://elpais.com/diario/2009/03/26/cultura/1238022002\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2009/03/26/cultura/1238022002_850215.html)
- Consalvo, M., & Paul, C. A. (2019). *Real games: What's legitimate and what's not in contemporary videogames*. MIT Press.
- De Vries, P. W., Oinas-Kukkonen, H., Siemons, L., Beerlage-de Jong, N. & Gemert-Pijnen, L. (2017). *Persuasive Technology: Development and Implementation of Personalized Technologies to Change Attitudes and Behaviors*. Springer Publishing.

- Delgado, M. (2019, October 12). *Así hemos visto representada España en los videojuegos: toros, flamenco y más estereotipos*. Vidaextra. <https://www.vidaextra.com/industria/asi-representan-a-espana-en-los-videojuegos-toros-flamenco-y-mas-estereotipos>
- Elza, C. (2009). We All Live in a Pokemon World Animated Utopia for Kids. In M. I. West (Ed.), *The Japanification of Children's Popular Culture: From Godzilla to Miyazaki* (pp. 53-72). The Scarecrow Press.
- Easterling, K. (2010). Disposition. In D. Hauptmann & W. Neidich (Eds.), *Cognitive Architecture: from biopolitics to noopolitics* (pp. 250-265). 010 Publishers.
- Frasca, G. (2007). *Play the message: play, game and videogame rhetoric* [Doctoral thesis]. University of Copenhagen.
- Gibson, M. (2002). The powers of the Pokémon: histories of television, histories of the concept of power. *Media International Australia*, 104, 107–115. <https://doi.org/10.1177/1329878X0210400112>
- Gómez Aragón, A. & Martínez García, C. (2017). Activación simbólica del patrimonio y su potencial uso turístico a través de una aplicación móvil. El caso de Pokémon Go. In T. Vicente Rabanaque, M. J. García Hernandorena & T. Vizcaíno Estevan (Eds.). *Antropologías en transformación: sentidos, compromisos y utopías* (pp. 1493-1507). Universitat de València.
- González, C. (2014). *Videojuegos para la transformación social: aportaciones conceptuales y metodológicas* [Doctoral thesis]. Universidad de Deusto.
- Gray, K. L. (2020). *Intersectional tech: Black users in digital gaming*. LSU Press.
- Jenkins, H. (2004). *Game Design as Narrative Architecture*. Electronic Book Review.
- Haiven, M. (2012). Can Pikachu save Fannie Mae? Value, finance and imagination in the new Pokeconomy. *Cultural Studies*, 26(4), 516–541. <https://doi.org/10.1080/09502386.2011.630480>
- Hertz, J.C. (1999, September 2). *Game theory: digital theme park where Pokémon roam*. New York Times. <https://www.nytimes.com/1999/09/02/technology/game-theory-digital-theme-park-where-pokemon-roam.html>
- Hutchinson, R. (2021). *Japanese culture through videogames: Power, identity and Japaneseness in play*. Routledge.
- Iwabuchi, K. (2002). *Recentring Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Duke University Press.
- Iwabuchi, K. (2004). How Japanese is Pokemon?. In J. J. Tobin (Ed.), *Pikachu's Global Adventure: The Rise and Fall of Pokemon* (pp. 34-48). Duke University Press.
- Jordan, T. (2004). The pleasures and pains of Pikachu. *European Journal of Cultural Studies*, 7(4), 461–480. <https://doi.org/10.1177/1367549404047146>
- Juhász, L. & Hochmair, H. (2017). Where to catch 'em all? – a geographic analysis of Pokémon Go locations, *Geo-spatial Information Science*, 20(3), 241-25. <https://doi.org/10.1080/10095020.2017.1368200>
- Kelts, R. (2007). *Japanameric*. Palgrave Macmillan.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós Ibérica.
- Klevjer, R. (2001, August 11-13). *Computer Game Aesthetics and Media Studies* [Communication]. 15th Nordic Conference on Media and Communication Research, Reykjavik, Islandia.
- Levis, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Paidós.
- Lynch, K. (2015). *La imagen de la ciudad*. Gustavo Gili.
- Maté, D. (2017). Ciudades lúdicas: formas de gestión, hábitat y recorrido en los entornos urbanos del videojuego. *Tópicos del Seminario*, (38), 99-120. <http://hdl.handle.net/11336/74132>
- Molina, C. (2020). El videojuego como herramienta socializadora. In A. F. Ledesma & P. Velasco (Eds.), *Ideological Games* (pp. 211-240). Héroe de Papel.

- Moreno, P. M. (2003). El videojuego: lecciones de la primera cultura multimedia. In E. Bustamante,(Coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Industrias culturales en la era digital* (pp. 207-226). Gedisa.
- Murray, J. (1997). *Hamlet en la holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Paidós.
- Naranjo Bejarano, C. (2016). El patrimonio japonés en Pokémon. In A. Gómez Aragón, *Japón y occidente. El patrimonio cultural como punto de encuentro* (pp. 773-782). Aconcagua Libros.
- Navarro-Redón, A. (2021). Pokémon Go: la experiencia del espacio urbano aumentado. *Ciudad y Territorio Estudios Territoriales*, 53(209), 621-632. <https://doi.org/10.37230/CyTET.2021.209.01>
- Navarro Remesal, V. (2016). *Libertad dirigida: Una gramática del análisis y diseño de videojuegos*. Shangrila.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Nitsche, M. (2008). *Video game spaces: image, play, and structure in 3D game worlds*. Mit Press.
- Palavecino, L. (2023). Juegos, videojuegos y arteshistoria, conceptos y redefiniciones en la relación entre los universos lúdicos y las prácticas artísticas contemporáneas. *Jangwa Pana: Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 22(1), 91-102. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8961463>
- Parra Bravo, C. F. (2023). Cronosemiótica narrativa en videojuegos: un estado de la cuestión en el estudio del tiempo ludo-narrativo. *Signa: Revista De La Asociación Española De Semiótica*, (32), 497-515. <https://doi.org/10.5944/signa.vol32.2023.32747>
- Patten, F. (2004). *Watching Anime, Reading Manga: 25 Years of Essays and Reviews*. Stone Bridge Press.
- Pérez-Latorre, O., Oliva, M. & Besalú, R. (2017). Videogame Analysis: A Social-Semiotic Approach. *Social Semiotics*, 27(5), 586-603. <https://doi.org/10.1080/10350330.2016.1191146>
- Planells, A. J. (2015). *Videojuegos y mundos de ficción: De "Super Mario" a "Portal"*. Càtedra.
- Ramírez, C. (2021, September 26). *Cómo el videojuego latinoamericano me enseñó a apreciar la globalización cultural (o casi) y otras reflexiones sobre la periferia*. Presura. <https://tinyurl.com/368ae75u>
- Raessens, J. & Goldstein, J. (2011). *Handbook of computer game studies*. Mit press.
- Sepúlveda Castro, G. (2020). Transgamificación y cultura del videojuego como producto cultural al videojuego como totalidad cultural. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* (98), 175-187. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7298453>
- Shaw, A. (2017). *Gaming at the edge: Sexuality and gender at the margins of gamer culture*. University of Minnesota Press.
- Shelton, B. (1999). *Learning form the Japanese City: Looking East in Urban Design*. London.
- Siabra Fraile, J. A. (2012). *Bosquejo de una metafísica del videojuego*. Círculo Rojo.
- Tajiri, S. (2009). The Ultimate Game Freak. Interview. *TIME Asia*, 155(20). <http://edition.cnn.com/ASIANOW/time/magazine/99/1122/pokemon6.fullinterview1.html>
- Tobin, J.J. (2004). *Pikachu's Global Adventure: The Rise and Fall of Pokémon*. Duke University Press.
- Trattner, K., & Kienzl, L. (2019). Round table discussion on nation(alism), identity and video gaming with Megan Condis, Marijam Didžgalvytė, Georg Hobmeier and Souvik Mukherjee. *Gamevironments*, 11, 65-85. <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:46-00107843-11>
- Venegas Ramos, A. (2018). Retrolugares, definición, formación y repetición de lugares, escenarios y escenas imaginados del pasado en la cultura popular y el videojuego. *Revista de Historiografía*, (28), 323-346. <https://doi.org/10.20318/revhisto.2018.4225>
- Venegas Ramos, A. & Gutiérrez Manjón, S. (2021). La memoria estética del videojuego: representaciones audiovisuales de Andalucía en *Blasphemous*. *Miguel Hernández Communication Journal*, 12(2),565-86. <https://doi.org/10.21134/mhjournal.v12i.1325>
- Villafañe, J. (2002). *Introducción a la teoría de la imagen*. Pirámide.

## El reggaetón, las palabras y las cosas: continuidades, tensiones y desplazamientos en los videoclips y las letras de Ivy Queen, Karol G y Rosalía (1998-2024)

### Reggaeton, words, and things: continuities, tensions, and shifts in the music videos and lyrics of Ivy Queen, Karol G, and Rosalía (1998-2024)

 **Carlos Andrés Arango-Lopera**

Facultad de Comunicación  
Universidad de Medellín  
Medellín, Colombia

  **Sandra Milena Palacio-López**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Universidad de Medellín  
Medellín, Colombia

#### Resumen

Más que un género musical, el reggaetón es un estilo de alto impacto en la industria cultural que resulta significativo en la vida de amplios sectores de Latinoamérica. Esto hace pertinente considerar cómo sus letras y videoclips construyen formas de enunciar, visualizar e imaginar el mundo. Dentro de un universo predominantemente masculino, este artículo analiza el espacio expresivo configurado por Ivy Queen, Karol G y Rosalía, artistas que combaten el statu quo del género. El artículo presenta un análisis comparativo de las representaciones de género en todos los videoclips de estas artistas entre 1998 y 2024 (n = 130), mediante análisis visual, así como un examen de sus letras a partir de modelos computarizados de análisis del lenguaje. Los resultados evidencian una transformación paulatina entre generaciones: desde el reggaetón clásico de Ivy Queen, con narrativas visuales y líricas de afirmación pública del cuerpo, la autoridad y la experiencia; pasando por Karol G, quien funciona como figura bisagra al traducir y amplificar esos repertorios dentro del mainstream; hasta Rosalía, cuya propuesta se orienta hacia la experimentación más allá de los códigos tradicionales del género, con mayor contención léxica y abstracción visual. Esta transformación se manifiesta en la reconfiguración del cuerpo y la exhibición, en los núcleos verbales dominantes, en los usos del vocabulario, en la ampliación gradual de la diversidad étnica y en el desplazamiento del espacio desde un escenario narrativo hacia un trasfondo simbólico. El estudio contribuye a ampliar la discusión sobre las expresiones líricas y visuales del reggaetón, convencionalmente caracterizadas como pobres y monotemáticas.

Palabras clave: reggaetón, música, videoclips, género urbano, artistas femeninas, estereotipos.

#### Abstract

More than a musical genre, reggaeton is a high-impact style within the cultural industry that is meaningful to broad sectors of Latin American society. This makes it pertinent to examine how its lyrics and music videos construct ways of enunciating, visualizing, and imagining the world. Within a predominantly male-dominated universe, this article analyzes the expressive space configured by Ivy Queen, Karol G, and Rosalía—artists who challenge the genre's status quo. The article presents a comparative analysis of gender representations across all music videos released by these artists between 1998 and 2024 (n = 130), through visual analysis, as well as an examination of their lyrics using computational models of language analysis. The results reveal a gradual transformation across generations: from the classic reggaeton represented by Ivy Queen, characterized by visual and lyrical narratives of public affirmation of the body, authority, and experience; through Karol G, who functions as a bridging figure by translating and amplifying these repertoires within the mainstream; to Rosalía, whose work is oriented toward experimentation beyond the genre's traditional codes, marked by greater lexical restraint and visual abstraction. This transformation is manifested in the reconfiguration of the body and its exhibition, in dominant verbal nuclei, in patterns of

vocabulary use, in the gradual expansion of ethnic diversity, and in the displacement of space from a narrative setting toward a symbolic backdrop. The study contributes to broadening the discussion on the lyrical and visual expressions of reggaeton, which have conventionally been characterized as poor and monothematic.

Keywords: reggaeton, music, videoclips, urban genre, female artists, stereotypes.

## 1. Introducción

El reggaetón surgió entre finales de los años 80 y comienzos de los 90 como un sincretismo entre reggae panameño, dancehall jamaicano y dembow dominicano (Gallucci, 2008; Nwankwo, 2009). Su desarrollo ocurrió en contextos de marginalidad y desigualdad en barrios caribeños (Dinzey-Flores, 2008; Rivera-Rideau, 2013), producido por y para la juventud urbana empobrecida (Monedero-Morales, 2020). Afín al hip-hop, funcionó como forma de resistencia a estructuras coloniales (Powell, 2024) y expresión de subjetividades subalternizadas (Amaro Castro et al., 2022). La censura y persecución institucional forzaron su circulación clandestina (Vankova, 2022), lo que le otorgó desde temprano un carácter político que favoreció su expansión (Lavielle-Pullés, 2014; Lavielle-Pullés & Favero, 2024).

Pese a dicho origen, el género adquirió luego matices más comerciales y una estética cercana al pop, lo que reforzó su condición de género bailable y facilitó su inserción en circuitos de consumo masivo que le dieron éxito comercial y consolidación como sonido representativo de una generación (Pereira & Soares, 2019). Pero, como sucede cuando la industria musical centra sus intereses en músicas de origen popular y marginal, el ascenso del reggaetón al mainstream global supuso matizar o abandonar algunas de sus marcas de identidad (Arango-Lopera et al., 2024).

En ese escenario, Ivy Queen, Karol G y Rosalía, vinculadas por diversas razones y en diferentes medidas al reggaetón, deben ser reconocidas como sujetos productores de discurso que construyen significantes visuales y verbales que ponen en circulación con intenciones expresivas, toda vez que los videoclips y las letras de sus canciones fungen como productos de expresión artística que dan cuenta de las convenciones y las transformaciones en el imaginario de esta música.

En ese sentido, este trabajo hace un guiño al Foucault de *Las palabras y las cosas* para quien las epistemes, en tanto condiciones del saber, definen lo que se puede ver/enunciar (Foucault, 2002). Al aproximarnos a las letras y los videoclips de estas cantantes generamos la ocasión de reconocer el reggaetón como un entorno significativo que ha producido imágenes y modos de decir relevantes para un grupo social que genera formas propias de enunciar y visualizar el mundo (Cazzu, 2024; Gutiérrez, 2025; Yepes Cuartas, 2025).

La elección de las artistas abordadas no obedece a un criterio objetivante, sino significativo: Ivy Queen interesa como pionera del género, y como la figura femenina más reconocida en los inicios del reggaetón; Karol G pertenece a una segunda generación que, desde Colombia, aportó variantes estilísticas notables y contribuyó a su legitimación por fuera de Puerto Rico, lo que ayudó en su expansión global (Arias Salvado, 2020). Rosalía, si bien no es propiamente una artista reggaetonera, ha empleado códigos y estéticas de este género como parte de su vocabulario, con lo cual lo saca de sus propios límites internos y lo emplea como paleta de recursos en combinación con otros lenguajes expresivos (Donovan, 2023).

## 2. Revisión de literatura

### 2.1. Estudios sobre los videoclips del reggaetón

Los estudios empíricos recientes abordan el análisis de los videoclips mediante enfoques metodológicos como la semiótica y la lingüística (Arango-Lopera, 2025), y exploran temáticas relacionadas con los estereotipos de género, la objetualización sexual y los roles femeninos (Morillo Cano et al., 2024), así como el conflicto social, la censura, la estética de la ostentación (Pereira & Soares, 2019), los procesos de producción, la multimodalidad, la agencia creativa (Lavielle-Pullés & Favero, 2024) y la reapropiación feminista (Amaro Castro et al., 2022), entre otros aspectos.

En cuanto a los estereotipos de género, la objetualización sexual y los roles femeninos —problemática que se reconoce como una de las más recurrentes en la literatura académica sobre el tema— los estudios coinciden en señalar la prevalencia de una representación masculina dominante: los hombres suelen ocupar el rol protagónico como intérpretes, mientras que las mujeres aparecen frecuentemente en calidad de objetos sexuales (Monedero-Morales, 2020), configuración discursiva que reproduce dinámicas de desigualdad entre géneros (Morillo Cano et al., 2024).

En relación con el conflicto social, la censura y la estética de la ostentación, la bibliografía evidencia tensiones entre la cultura popular del reggaetón y las políticas culturales hegemónicas (Pereira & Soares, 2019). Estas tensiones se manifiestan, entre otros aspectos, en la representación del hombre exitoso mediante una estética de la exhibición asociada al consumo conspicuo: marcas y bienes de lujo —joyas, mansiones y automóviles— funcionan como signos de estatus y poder (Cárdenas, 2024; Dixon-Román & Gomez, 2012; Pereira & Soares, 2019).

Ahora bien, desde el marco de la producción, multimodalidad y agencia creativa, las investigaciones se enmarcan en el proceso de creación de los videos, el rol de los agentes y el uso de la tecnología, así como la participación, articulación e interacción entre productores y consumidores, procesos que, según advierten, no están libres de tensiones y conflictos pues surgen de la negociación de intereses y tácticas que los actores de la industria ponen en escena (Gómez Arrieta & Miller, 2023; Lavielle-Pullés & Favero, 2024).

En términos reapropiación feminista y el desafío estético, el análisis de los videoclips evidencia estrategias críticas que emplean el género y la representación corporal para cuestionar y reconfigurar significados dominantes. No obstante, estas investigaciones también señalan que una parte importante del material visual reproduce la normalización de cuerpos esbeltos, tonificados, estilizados y de fenotipos mayoritariamente blancos, lo cual contribuye a la difusión de actitudes misóginas, gordofóbicas y clasistas. Este proceso ha sido descrito como un blanqueamiento de las dimensiones populares del ritmo, pues le entrega un mayor peso a los estándares corporales disciplinados, excluyendo a aquellas corporalidades que no se ajustan dentro de lo presentado por esta cultura (Amaro Castro et al., 2022; Solís-Miranda, 2020).

### 2.2. Estudios sobre las letras del reggaetón

En cuanto a las letras, los estudios lingüísticos y de análisis del discurso resaltan patrones recurrentes en el vocabulario y en las construcciones pronominales: la primera persona —yo— aparece como término

particularmente frecuente, seguida de referencias a la otra persona —ella—, junto a un léxico compuesto por términos como quiero, baby, puta, booty, amor, mami, culo, nalga y rico (Díez-Gutiérrez, 2021). Este repertorio léxico se articula con representaciones relacionales hombre/mujer, los cuales configuran marcos interpretativos sobre la sexualidad y el género (Gallucci, 2008).

En el plano del género, las letras emplean expresiones para referirse a la mujer tales como gata, mami o abusadora; en muchos casos, la voz discursiva otorga a la mujer una agencia aparente, aun cuando se usan términos potencialmente peyorativos —por ejemplo, zorra o asesina— no siempre con intención despectiva, sino inscribiendo expectativas normativas sobre el comportamiento de género (Gallucci, 2008).

Desde el análisis lingüístico, las palabras usadas permiten identificar variantes regionales y rasgos dialectales del país de origen del compositor o intérprete: estudios documentaron la presencia de unidades léxicas características de determinados territorios, términos como mamey o frontúa de Puerto Rico; yuma o jeva de Cuba; y parce o mona en Colombia (Vankova, 2022).

En términos de dimensiones socioculturales, como las representaciones, las ideologías y las relaciones de género, el estudio de las letras del reggaetón en la literatura se articula predominantemente en dos líneas: la crítica social y el estudio de género.

Desde la crítica social, cabe recordar que los orígenes del reggaetón se inscriben en un estallido cultural que reaccionó frente a formas de censura y exclusión. Su génesis estuvo marcada por trayectorias de resistencia en contextos de pobreza y la estigmatización de ciertos sectores urbanos; los primeros intérpretes configuraron lenguajes y repertorios de experiencias propios de esos entornos. En su primera etapa, el género fue contracultural y enfatizó prácticas identitarias centradas en la sexualidad liberada, lo extralegal y una ética del goce, verdadera herramienta cultural de catarsis: espacio para canalizar la frustración social y poner en la pista de baile problemáticas relativas a la opresión estructural (Castro et al., 2022). Posteriormente, la lógica del mercado llevó a la incorporación de formas líricas más comerciales, desplazando en gran medida las expresiones explícitas de denuncia social (Castro et al., 2022).

Desde los estudios de género, las letras del reggaetón han sido calificadas como vulgares, violentas, egocéntricas y machistas, y se les atribuye una función corruptora de las sensibilidades y las sexualidades juveniles debido a su elevada carga sexual (Pereira & Soares, 2019). En particular, el reggaetón comercial difundido por los medios masivos tiende a reproducir estereotipos misóginos al privilegiar fantasías masculinas y formas de sometimiento sexual de las mujeres (Díez-Gutiérrez, 2021; Díez-Gutiérrez et al., 2023). Diversos estudios documentan representaciones que cosifican a la mujer, tratándola como mercancía o como experta en el sexo (Bas-Pena & Pastor-Bravo, 2024).

Estudios muestran que la mujer es frecuentemente referida en términos corporales, definida por rasgos físicos en expresiones como teta bien grande o una combi de nalga y tetita, lo que contribuye a su despolitización y a la desvinculación de las políticas culturales en torno a igualdad y reconocimiento (Díez-Gutiérrez, 2021). Esto reduce la complejidad de las identidades femeninas y cuestiona los avances en materia de igualdad de género. Cabe añadir que la presencia reiterada de este tipo de terminología no es exclusiva de intérpretes masculinos, también se observa su uso en intérpretes femeninas (Bas-Pena & Pastor-Bravo, 2024).

El paso del gueto a la masa del género y el posicionamiento como mujeres que contribuyeron a su popularización internacional dibujan el contexto en el que surge la pregunta de investigación de este artículo: ¿cuáles son las continuidades, tensiones y desplazamientos que se encuentran en los videoclips y las letras de Ivy Queen, Karol G y Rosalía?

### 3. Metodología

El objetivo de este trabajo es analizar las continuidades, tensiones y desplazamientos que presentan los videoclips y las letras de las artistas Ivy Queen, Karol G y Rosalía. Para ello agotamos tres fases:

1. Identificar las representaciones de género predominantes en los videoclips de Ivy Queen, Karol G y Rosalía, considerando la presentación de los cuerpos, las actividades que desempeñan y su exhibición sexual.
2. Examinar las letras de las artistas para identificar los núcleos de representación en los que se desarrollan sus propuestas líricas.
3. Comparar la organización visual y verbal de las canciones para reconocer las continuidades, tensiones y desplazamientos en las narrativas de las tres artistas.

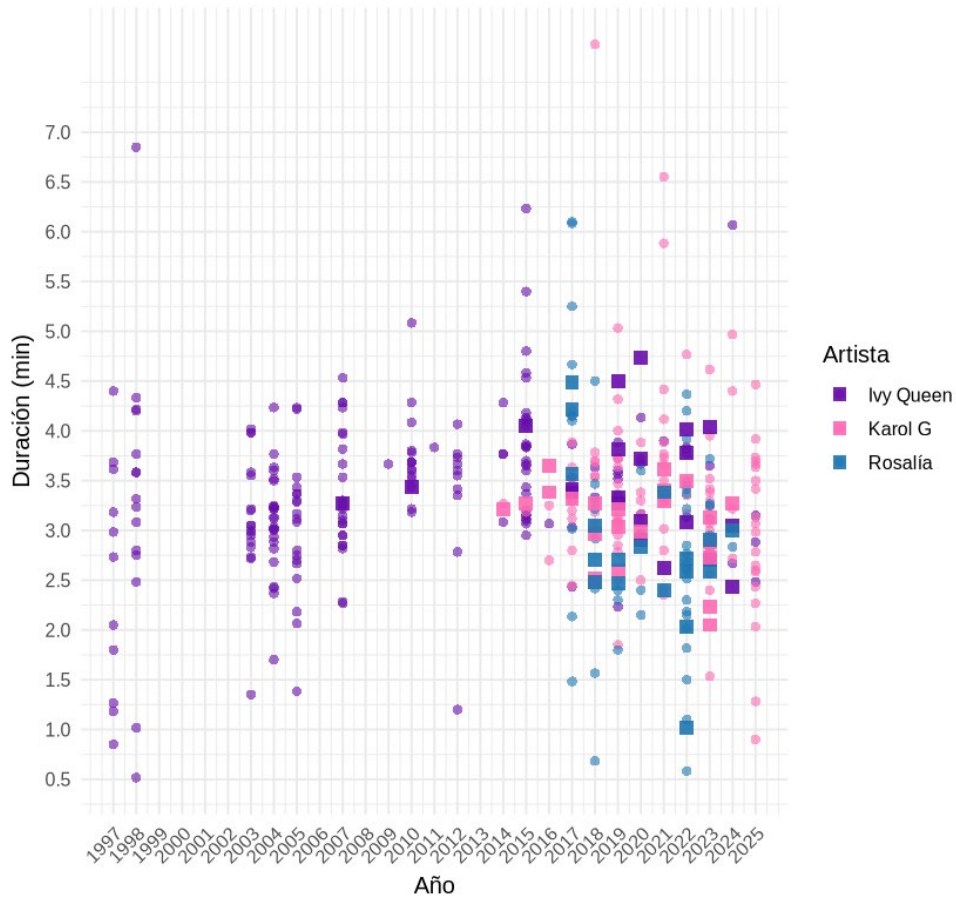
Las continuidades se definen como la persistencia de formas, temas o convenciones visuales que se mantienen relativamente estables a lo largo del tiempo entre las artistas, permitiendo reconocer un mismo régimen significativo más allá de variaciones estilísticas o generacionales. Las tensiones refieren a la coexistencia conflictiva de elementos divergentes dentro de un mismo corpus o entre artistas: valores, códigos o modos de representación que entran en fricción, contraste, ambigüedad o disputa semiótica. Desplazamientos son las reconfiguraciones históricas en las que ciertos significantes o convenciones cambian de posición, función o sentido de una artista a la siguiente. En las continuidades señalamos lo que permanece de una a otra, en las tensiones aquello que contrasta, y en los desplazamientos se miran los rasgos que cambian.

La muestra se compone de todos los videoclips oficiales de las artistas en el período 1998-2024 y sus respectivas letras. Para obtener el listado de canciones, se empleó el portal [www.allmusic.com](http://www.allmusic.com)<sup>19</sup>. Cada título se auscultó en YouTube mediante el filtro "título+videoclip oficial". Para los resultados negativos, se buscó en canales distintos a los oficiales de cada artista, descartando en cada caso: videolyrics, visualizers y videos realizados por fanáticos. Manualmente se constató que los videos elegidos fueran los oficiales. Las letras analizadas corresponden a estos videos. Para los datos de duración de las canciones y redes de colaboración, se utilizó el portal [www.everynoiseatonce.com](http://www.everynoiseatonce.com)<sup>20</sup>, de Glen McDonald, cofundador de Spotify (McDonald, 2025). La muestra final se compone de 29 canciones de Ivy Queen, 67 de Karol G y 34 de Rosalía, para un total de 130 piezas. En la figura 1 se muestra el total de canciones para cada artista (círculo) y aquellas que cuentan con videoclip y se incluyeron en el estudio (cuadrado).

<sup>19</sup> Base de datos de alta relevancia en el sector musical, curada editorialmente por especialistas. Si bien da relevancia al mercado anglosajón, resultó útil para recuperar la información aquí utilizada.

<sup>20</sup> Proyecto de cartografía musical basado en análisis algorítmico. Obtiene sus datos mediante la API de Spotify.

Figure 1: Canciones/videoclips analizados



Fuente: Elaboración propia con datos de [www.everynoiseatonce.com](http://www.everynoiseatonce.com)

Para el análisis de los videoclips, se empleó la rejilla de la investigadora Carmen Monedero-Morales (2020), con sus pautas de codificación y análisis, diseñada para el análisis de representaciones de género en el videoclip. La revisión se elaboró manualmente, según la siguiente tabla.

Table 1: Variables, definiciones y criterios de codificación

Variable	Definición	Codificación
Cuerpo	Número de cuerpos presentados	1 a 9, 10 o más
Actividades desempeñadas	Acciones realizadas por los cuerpos representados en el videoclip, clasificadas según su asociación cultural con roles de género, de acuerdo con convenciones sociales ampliamente reconocidas	-Típicamente masculinas (trabajo fuera de casa, deportes de fuerza, acción, dominio) -Típicamente femeninas (labores de cuidado, seducción y consumo) -Otro tipo de actividades: las que no encajan en las típicas (por ejemplo, en mujeres: deporte, trabajar o estar con sus amistades; en hombres: ir de compras, bailar)

Exhibición sexual	Representación del cuerpo con fines explícitos de atracción sexual, mediante poses, vestuario y encuadres erotizados como patrón visual dominante en cada videoclip	Sí/no
Composición étnica	Identificación visual de los cuerpos representados según marcadores fenotípicos y convenciones culturales de pertenencia étnica, entendidos como construcciones socioculturales y no biológicas	Latina, europea, africana, asiática
Escenificaciones	Espacios en los que se desarrollan las acciones del videoclip y que funcionan como marcos narrativos y simbólicos de la representación	Calle, casa, habitación, discoteca/bar, entre otros
Objetos	Elementos materiales recurrentes utilizados en el videoclip que refuerzan significados narrativos, estéticos o simbólicos asociados al género, el estatus, el consumo o la identidad	Vehículos, joyas, dinero, armas, bebidas, entre otros

Fuente: Elaboración propia.

Las letras de las canciones se obtuvieron principalmente en [www.letras.com](http://www.letras.com), portal que coteja las líricas con los videoclips oficiales, lo que permitió asegurarse de tratar una versión confiable del texto. No se aplicaron criterios de inclusión o exclusión adicionales, dado que el corpus textual se definió a partir del conjunto cerrado de videoclips oficiales seleccionados para el estudio. La recolección de las letras se contrastó con la discografía de cada artista en [www.everynoiseatonce.com](http://www.everynoiseatonce.com), con el fin de verificar la unicidad de cada canción y evitar duplicados o versiones alternativas.

Previo al análisis computacional, las letras fueron sometidas a un proceso de normalización que combinó revisión manual y procesamiento automatizado. En esta etapa se eliminaron marcas estructurales no léxicas —como “intro”, “verso/verse”, “coro/chorus”—, así como indicaciones del intérprete en canciones con colaboraciones o remixes, cuando estas aparecían explícitamente en el texto. Este procedimiento permitió homogeneizar los documentos y asegurar que el análisis se centrara únicamente en el contenido lírico.

Para el estudio de las letras se implementó un modelo automatizado de análisis del lenguaje natural (PLN) en el entorno R. Las letras fueron procesadas mediante la librería `dplyr`, utilizada para la organización, limpieza y transformación de los datos textuales. En esta etapa se realizaron operaciones de normalización lingüística —conversión a minúsculas, eliminación de signos de puntuación y tokens no léxicos—. Sobre los textos ya normalizados se calcularon métricas de diversidad léxica, incluyendo el Type-Token Ratio (TTR) y el Moving Average Type-Token Ratio (MATTR), esta última empleada para controlar el sesgo asociado a la longitud variable

de las letras (Bestgen, 2025). Estas métricas permitieron comparar de manera sistemática los patrones de uso del vocabulario entre artistas, generaciones y modalidades de producción.

En cuanto a la composición de la muestra (tabla 1), Karol G es la artista con más videos incluidos en este estudio (67), de los cuales 9 son colaboraciones con mujeres y 37 en colaboración mixta. Ivy Queen es la artista con mayor porcentaje de videos como solista (72.4%). Las colaboraciones femeninas varían entre 11.8 y 13.8%, porcentajes menores que hablan de la marcada conformación masculina de esta industria musical (Torres-Toukoumidis et al., 2022).

Table 2: Canciones analizadas

	Videos	Solista	%	Colaboración femenina	%	Colaboración mixta	%
Karol G	67	21	31.3	9	13.4	37	55.2
Rosalía	34	18	52.9	4	11.8	12	35.3
Ivy Queen	29	21	72.4	4	13.8	4	13.8
Total	130						

Fuente: Elaboración propia

Herramientas de inteligencia artificial empleadas: Julius.ai para procedimientos de limpieza de datos, cálculos descriptivos y exploración de opciones de visualización. Chat GPT para verificación de los códigos de análisis y revisión de las gráficas.

## 4. Resultados y discusiones

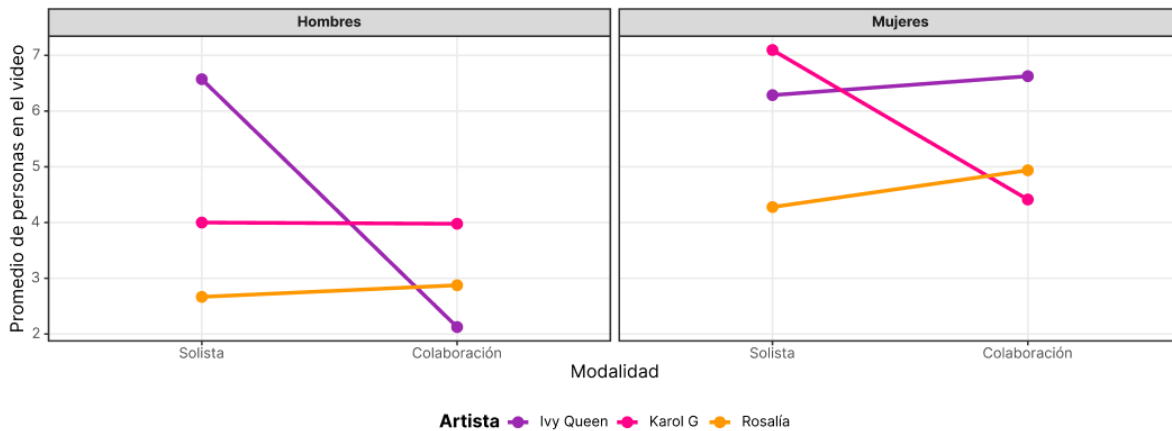
### 4.1. Entramado visual

Como superficie de expresión, el videoclip envuelve una serie de códigos abigarrados que se tejen en la puesta en escena, la composición de la imagen y la organización del relato en el tiempo (Roncallo-Dow & Uribe-Jongbloed, 2017). Acercarse a su lenguaje exige comprenderlo como posibilidad narrativa y pauta de análisis cultural. Para su análisis se eligió la propuesta de Monedero-Morales (2020) pues permite la identificación de variables concretas que facilitan la comparabilidad directa y parametrizada.

#### 4.1.1. Cuerpos

Acorde a Monedero-Morales (2020), en la música comercial actual las cualidades musicales no son suficientes para hacer atractiva a una canción. Es en ese contexto donde los videoclips de reggaetón emplean el cuerpo de la mujer como gancho visual. Por ello, el cuerpo marca una primera aproximación al contenido de los videoclips, por lo cual contar el número de cuerpos de mujeres, y compararlo con el de hombres, funciona como indicador básico de visibilidad diferencial (figura 2).

Figure 2: Cuerpos presentados en los videos



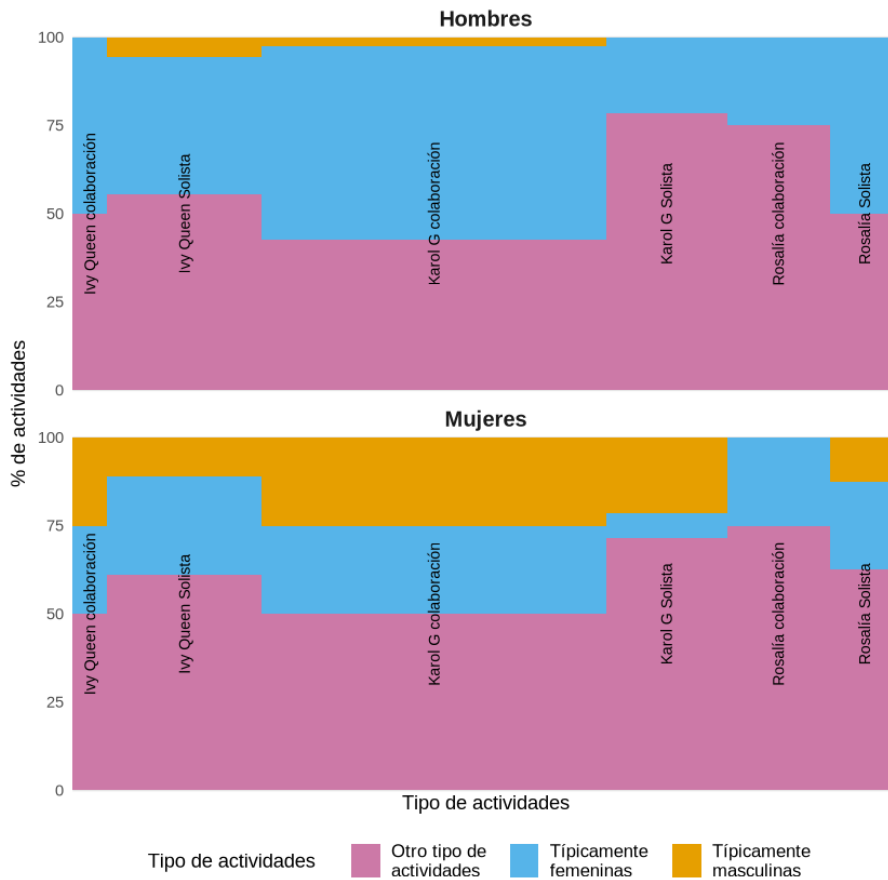
Fuente: Elaboración propia

La cifra de mujeres presentadas en los videos es superior a la de hombres, lo cual es consistente con las investigaciones previas que acusan la centralidad de la mujer como foco de atracción en el reggaetón (Bas-Pena & Pastor-Bravo, 2024; Monedero-Morales, 2020). Pero hay diferencias cuando se compara entre las artistas. Ivy Queen, en solitario, presenta ligeramente menos mujeres que hombres, pero en colaboración baja a lo mínimo el número de estos. Karol G también presenta más mujeres que hombres, pero la cifra de estas cambia cuando actúa en colaboración, pues desciende de 7 a 4. Rosalía, que también presenta más mujeres que hombres, mantiene promedios semejantes en solitario y en colaboración.

#### 4.1.2. Actividades

Otro de los indicadores que define Monedero-Morales (2020) es la representación de actividades que realizan hombres y mujeres en los videoclips. Al respecto, propone categorizar estas como típicamente masculinas, típicamente femeninas u otro tipo de actividades. Dentro de las primeras, propone trabajo fuera de casa, deportes de fuerza, acción, dominio; en las típicamente femeninas sugiere labores de cuidado, seducción y consumo.

Figure 3: Gráfico de Marimekko, actividades hombres y mujeres



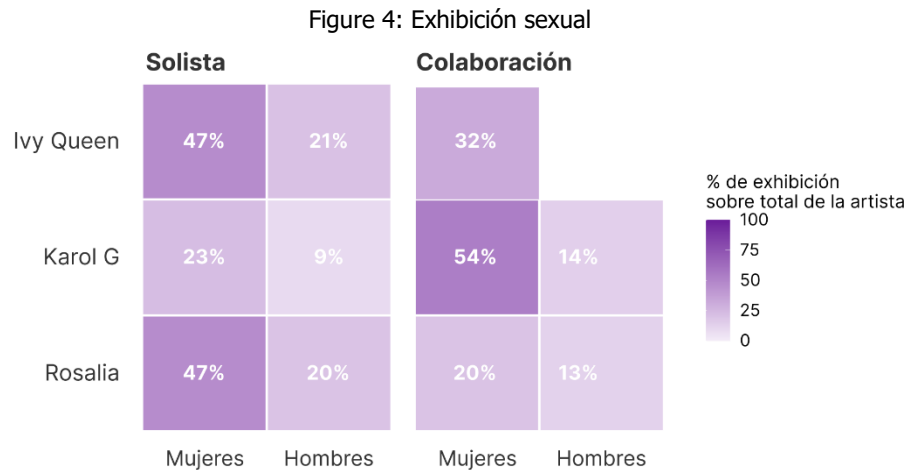
Fuente: Elaboración propia

El hallazgo transversal es que otro tipo de actividades es la categoría con mayor presencia, lo cual sugiere una representación de hombres y mujeres que no se ciñe monóticamente a las actividades socialmente asignadas a su género. La comparación entre paneles muestra una asimetría relevante: en hombres, lo típicamente masculino tiende a ser bajo, y la variación se concentra en actividades de otro tipo o directamente femeninas. En mujeres, en cambio, emerge con mayor claridad un componente típicamente masculino en ciertos segmentos, de forma que lo masculino no domina el panel de hombres, sino que aparece con más fuerza como recurso de acción en el panel de mujeres. En conjunto, las artistas de este estudio privilegian a hombres que realizan otro tipo de actividades, y mujeres que se empoderan de actividades típicamente masculinas. En Ivy Queen y Karol G las actividades típicamente masculinas son realizadas mayormente por mujeres, mientras que otro tipo de actividades es la zona más grande en hombres y mujeres. Similar ocurre con Rosalía, salvo en el caso de las colaboraciones, donde ni hombres ni mujeres realizan actividades de este tipo.

#### 4.1.3. Exhibición

Un aspecto crucial es verificar el grado en que los cuerpos son expuestos como recurso de seducción visual dentro del videoclip (Monedero-Morales, 2020). No se limita al vestuario: incluye encuadres privilegiados, planos detalle, movimientos de cámara, cuidado del maquillaje, iluminación sobre zonas específicas y, en general, todo uso del cuerpo como soporte del sentido estético o narrativo vinculado a lo sexual.

Los resultados muestran un patrón consistente: en las tres artistas la exhibición femenina es considerablemente mayor que la masculina, con intensidades que varían. Mientras los hombres tienden a registrar niveles bajos o medios según artista y modalidad, las mujeres aparecen en rangos medios a altos, especialmente en contextos colaborativos. Las zonas más densas del mapa corresponden casi siempre a cuerpos femeninos; las más frías, a cuerpos masculinos (figura 4). Esto confirma que, incluso en el reggaetón hecho por mujeres, la economía visual del género aún enfatiza la centralidad del cuerpo femenino como superficie de exhibición.



Fuente: Elaboración propia

Las tres artistas presentan más exhibición sexual en hombres que en mujeres. En Ivy Queen y Rosalía esto ocurre más en solitario que en colaboración; en Karol G es en colaboración cuando esta cifra aumenta. Pionera en el reggaetón clásico, el cuerpo femenino en los videos de Ivy aparece como componente visual esperado, que se remarca en el hecho de no presentar hombres exhibiéndose sexualmente cuando actúa en colaboración.

Así, Ivy y Rosalía mantienen una exhibición femenina inscrita en las lógicas clásicas del reggaetón, como las describieron Bas-Peña y Pastor-Bravo (2024). Por tanto, estas cifras derivan de la mayor aparición de mujeres en los videoclips analizados, y recuerdan la preponderancia simbólica de la figura masculina en estos videos, donde a cada uno lo acompañan varias mujeres, tal como sentaron Dixon-Román y Gómez (2012) y Pereira y Soares (2019).

Si bien estos resultados ratifican al reggaetón como un género centrado en el cuerpo y que, en efecto, acude más al recurso del cuerpo masculino que el del femenino, no permiten afirmar que la exhibición sexual sea el único modo de aparición de las mujeres en los videoclips; las actividades muestran un reparto un tanto más alternativo a los roles tradicionales, al presentar una franja amplia de hombres y mujeres realizando otro tipo de actividades. Además, aunque es apreciable la cantidad de mujeres que realizan actividades típicamente femeninas en contraposición a los pocos hombres que se ubican en ese lugar, la franja que las muestra realizando actividades masculinas es notable. Así que sí hay mujeres en actividades tradicionales, y muchas cuyo cuerpo es plataforma de exhibición: pero hay muchas otras en actividades masculinas u otro tipo de actividades.

Pero, más allá de eso, conviene advertir la ingenuidad que opera bajo la premisa de que la única forma en que las mujeres artistas pueden reivindicar su lugar es anular toda forma de presentar su cuerpo, realizar actividades

convencionales y/o exhibirlo sexualmente (Liska, 2024). Mientras en los estudios que analizan letras y videos acusan la exhibición como objetualización, con una suerte de correspondencia automática entre una y otra, en las investigaciones que abordan historias de vida de las mujeres artistas emergen otras consideraciones. Entre estos documentos destacan Báez (2006), en su trabajo sobre Ivy Queen; Liska (2024), en su investigación con las cantantes femeninas cuyas canciones —sexualizadas y no, explícitas y no— ayudaron a forjar la lucha feminista de mediados de la década anterior en Argentina; y Ligia Lavielle-Pullés Paolo junto a S. H. Favero, con su acercamiento a raperas cubanas (2024). Esas otras miradas también se aprecian en libros de mujeres cercanas a la cultura mediática latinoamericana —Andrea Yepes (2025) en Colombia, Camila Gutiérrez (2025) en Chile— y en los contenidos reflexivos que las propias artistas producen —sea el caso del libro de Cazzu (2024)—.

En tales materiales se accede a testimonios directos de cómo muchas mujeres conciben su lugar en la industria, dominada por la lógica masculina. De ellos se deriva que no hay por qué asumir, automáticamente, que se incluyen mujeres moviendo la cadera únicamente para la complacencia del ojo masculino. El twerking no es una práctica que solo produce placer en el lado masculino de la historia. La agencia también implica un posicionamiento crítico frente a los mandatos narrativos y visuales; pero no anula la posibilidad de decidir mostrar el cuerpo, permitirle movimientos sexuales ante cámara o realizar actividades de cuidado (Arias Salvado, 2019; Cazzu, 2024; Liska, 2024).

## 4.2. Entramado verbal

El segundo objetivo es examinar las palabras en las letras de las tres artistas mediante análisis léxico y semántico, para determinar sus núcleos de significado. En tanto que en los videoclips importa lo que se muestra, en el análisis de las letras importa identificar lo que se dice y con qué palabras se dice. Al respecto, vale notar que una parte de la animadversión que generó el reggaetón en sus inicios fue el uso vulgar del lenguaje (Pereira & Soares, 2019), el tratamiento insistente de lo sexual (Díez-Gutiérrez, 2021) y las representaciones estereotipadas de género (Pontrandolfo, 2020). En efecto, desde los inicios de la expansión del reggaetón, el lenguaje ha sido una de las unidades de observación más frecuentes en los estudios (Ramírez-Espinal et al., 2024). En ese contexto, conviene revisar cuáles son los universos significantes que movilizan estas artistas en sus letras.

### 4.2.1. Núcleos semánticos

Reconocer las palabras más frecuentes es una vía para asir las tramas significantes. A continuación, se muestran las nubes de palabras extraídas por conteo de frecuencias desde las letras de las artistas (figura 5). Para cada artista se juntaron todas sus canciones, se tokenizaron los textos y se realizó el conteo. No se aplicó lematización para favorecer la expresividad en las palabras elegidas en las letras.

Figure 5: Nubes de palabras



Fuente: Elaboración propia

En Ivvy Queen las palabras que más aparecen son saber, querer y queen, esta última habla de la autoafirmación de su identidad, pues ella misma se ratifica como la reina, como encontró Báez (2006) en su trabajo sobre la artista. Por su parte, reggaetón, cuerpo, calle y gyal se identifican como palabras propias del léxico reggaetonero. La nube de Karol G presenta el protagonismo de formas como querer, saber, decir y hacer, verbos próximos a dar, amar, beber y tomar. Rosalía resalta palabras como noche, querer, ver, morir, cerca de términos como cielo, alma y tiempo, de un corte más trascendental o espiritual, en un lenguaje nocturno cargado de imágenes sensoriales, lo cual se aprecia en palé, palabra cargada con resonancias gitanas y lorquianas. Además de la coincidencia en los verbos de mayor tamaño, estas nubes juntas muestran ciertas orientaciones semánticas en las artistas: Ivvy desde la corporalidad reggaetonera y el poder de la voz propia; Karol desde el amor, el deseo y la verbalización de lo íntimo; Rosalía desde una imaginaria nocturna y afectiva más teatralizada.

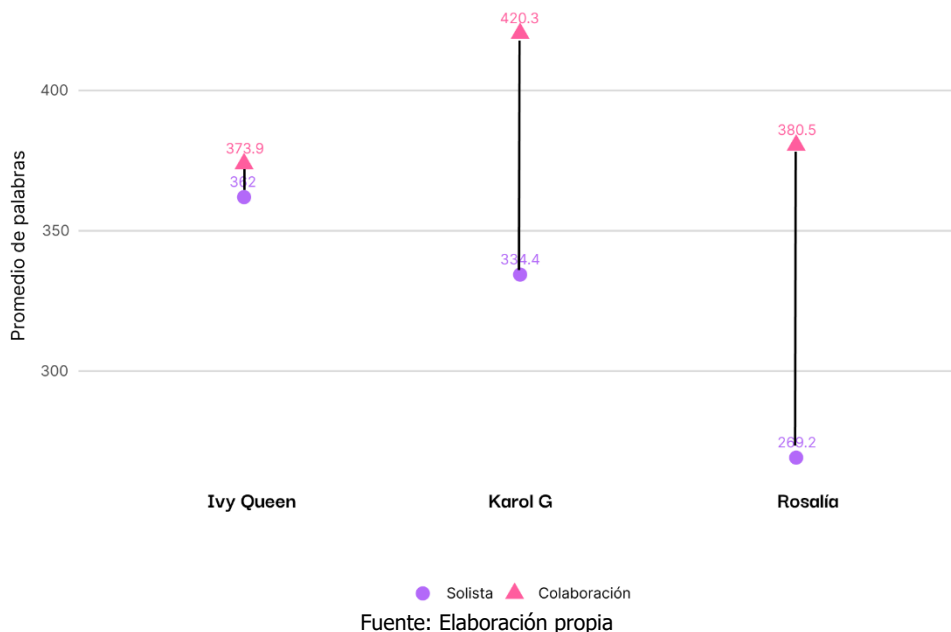
La centralidad de los verbos —saber, querer, decir, hacer— en las tres artistas ratifica al reggaetón como un género performático (Amaro Castro et al., 2022). Pero, aunque esta orientación a la acción recaiga primordialmente sobre la fiesta (Díez-Gutiérrez, 2021; Dinzey-Flores, 2008; Gallucci, 2008), también admite, como encontraron Escobar Fuentes y Peregrín (2021), Amaro-Castro et al. (2022), y la misma Gallucci (2008), espacios para la reflexión íntima sobre las propias emociones. Así, verbos como beber y tomar funcionan tanto como marcadores de celebración nocturna como puertas a zonas de introspección; noche en Rosalía no solo habilita el exceso sino la pausa, el romance o el repliegue emocional. Este doble registro muestra que, en las tres artistas, la acción no excluye la sensibilidad: la fiesta coexiste con la reflexión y la performatividad convive con formas de autoindagación afectiva, algo que ya se anunciaba en los trabajos de Castro et al. (2022) y Betania-Agüero (2021).

#### 4.2.2. Extensiones líricas

Si bien la aparición las palabras ofrecen acercamiento al contenido lírico, indagar las extensiones de los textos permite otras lecturas. Al mirar este dato, se advierte, aunque en grados diferentes, que todas las artistas incrementan la cantidad de palabras en las canciones en colaboración (figura 6). El caso más radical es el de Rosalía, quien pasa de un promedio de 262.2 palabras en solitario a 380.5 en colaboración, en parte por la contención del lenguaje de la artista que, a pesar de no extenderse mucho en sus letras, logra crear símbolos e

historias en sus líricas (Segura, 2021). Karol G también presenta dicha diferencia, aunque en menor grado. En cuanto a Ivy Queen, la diferencia es mínima (de 362 a 373.9), parcialmente explicada en que ella presenta el menor número de colaboraciones en el corpus (72.4% canciones en solitario).

Figure 6: Promedio de palabras por canción



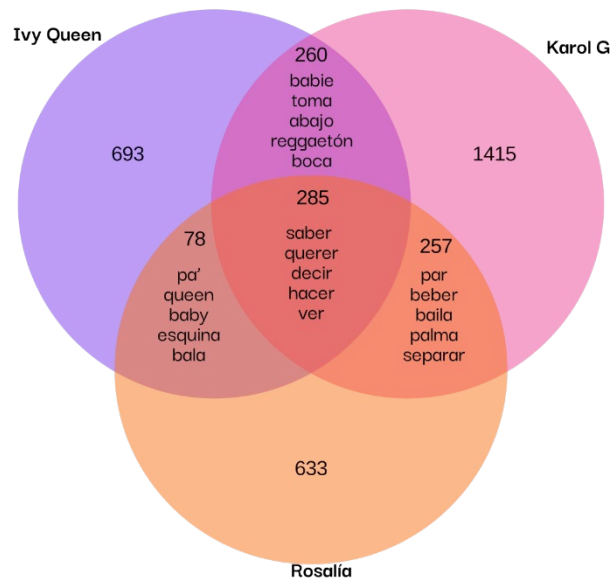
Hay que advertir el matiz de negociación que muestran estos datos. En el seno de la industria, muchas decisiones que definen la identidad de una artista surgen en el contexto de las tensiones propias del encuentro entre proyectos, identidades, apuestas y tendencias estilísticas, impulsadas por intérpretes, managers, productores, ejecutivos y los A&R de las compañías. La diferencia entre las palabras que se emplean en solitario y en colaboración muestran también cuánta tensión puede surgir entre el proyecto propio de las creadoras y los códigos de la industria, en dirección a lo documentado por Báez (2006) y la artista Cazzu (2024).

#### 4.2.3. Vocabularios compartidos

La persistencia del verbo saber en las tres artistas hace pensar en los vocabularios únicos en contraposición y complemento con los compartidos, lo cual permitiría encontrar líneas de convergencia y vectores de identidad. Para los efectos, se generó un diagrama de Venn que muestra esos campos semánticos de convergencia y diferenciación (figura 7). Para construirlo, se definió el tamaño del vocabulario de cada artista: se tomaron todas las letras ya tokenizadas, y se contó cuántas palabras diferentes aparecen al menos una vez en cada corpus. Así se obtuvo, por ejemplo, que el vocabulario de Karol G tiene 1415 palabras, el de Ivy Queen 693 y el de Rosalía 633. Luego, para cada palabra se comprobó si aparece en las demás artistas del estudio, desde lo cual se construyó una matriz de presencia (1 si la usa, 0 si no). Con esa matriz se clasificó cada palabra en una zona del Venn: exclusiva de una artista, compartida por dos, o compartida por las tres. Posteriormente, para cada palabra se calculó su frecuencia total y, dentro de cada intersección del diagrama, se ordenaron las palabras por esa frecuencia para escoger el top 5 más representativo de cada zona.

El gráfico ilustra que Karol dispone de un tamaño de vocabulario significativamente mayor (1415 palabras únicas) que Ivy Queen (693) y Rosalía (633), lo que se deriva del mayor número de canciones incluidas en el corpus (51% de las canciones analizadas), por lo cual no debe presumirse en ella un vocabulario más amplio o complejo (esto se analiza en la figura 8). Sin embargo, el interés no está solo en quién tiene más palabras, sino en cómo se cruzan esos vocabularios.

Figure 7: Palabras únicas y compartidas



Fuente: Elaboración propia

El área central del Venn, donde coinciden las tres artistas, reúne un conjunto de palabras compartidas que funcionan como un núcleo de lenguaje común del género: allí aparecen términos que estructuran la trama de relaciones, deseo y agencia (por ejemplo, verbos como querer, saber, decir, hacer), esqueleto discursivo desde el que se narran las historias afectivas y corporales en el reggaetón. No es menor que en esa área de convergencia aparezcan verbos: las tres artistas coinciden en darle prevalencia a la acción. Debido al no uso de la lematización en este procedimiento, dos palabras que se presentan como diferentes —baby y babie— son en realidad dos grafías alternativas para el mismo vocablo, y estaría en las tres cantantes como un sujeto sobre el que recaen esas acciones que los verbos movilizan.

Las intersecciones de a dos permiten matizar estas tramas: el cruce entre Ivy y Karol concentra un vocabulario que sostiene la continuidad entre el reggaetón clásico y su versión mainstream actual: toma, abajo, reggaetón y boca, ratifican la presencia del género dentro de sus letras, atravesados por el hasta abajo y la boca como presencia del decir y del besar. Entre tanto, el cruce entre Karol y Rosalía marca la zona de convergencia del pop urbano global, donde se negocian fiesta, consumo y dramatización del amor/desamor: beber, palma y separar dan cuenta de eso, palabras que inscriben menos el matiz de la fiesta reggaetonera, y más su incursión en el campo sentimental, reflexivo e introspectivo. A su vez, el encuentro entre Rosalía e Ivy, resalta vocablos del imaginario clásico —esquina— y la contracción pa', que une el argot puertorriqueño y español, una de las particularidades del reggaetón en el sentido de fusionar argots de diferente proveniencia, tal como anunciara Vankova (2022).

El número de palabras compartidas insinúa a Karol como puente discursivo —comparte 260 términos con Ivy y 257 con Rosalía—, articulando pasado y vanguardia; en contraste, Ivy y Rosalía apenas comparten 78 palabras, lo que evidencia la transición histórica desde el reggaetón fundacional hacia una experimentación lírica contemporánea.

Las tramas verbales estudiadas exhiben un lenguaje de acción, que, en todo caso, surge en el proceso de negociación de tensiones propio de la industria, lugar donde convergen dinámicas e intereses cambiantes, atravesados por la lógica comercial que empuja a la expansión del mercado. Pese a esto, queda espacio para sondear tres estratos diferentes de lo significativo que movilizan las tres artistas: Ivy, pionera, desarrolla un vocabulario que se mueve entre ratificar los códigos del género y buscar allí un lugar propio (Báez, 2006), compartiendo amplio vocabulario con Karol G, quien hereda buena parte de ese léxico pero lo adosa con expresiones más intimistas —algo que, acorde a Arias-Salvado (2019) es uno de sus aportes en el género— y menos con Rosalía, quien comparte con la primera vocablos clásicos, pero los lleva a otro terreno de expresión. Hablando la jerga clásica del género, sin embargo, Ivy intenta pergeñar palabras que le permitan abrirse su espacio; Karol, introduce el licor como símbolo de conjunción entre lo público de la disco y lo privado de las emociones —consistente con lo que encontró Betania-Agüero (2021)—, y Rosalía experimenta con los términos emblemáticos del género pero los recontextualiza en el ámbito de la reflexión espiritual, a veces en clave gitana (Blánquez, 2021).

### 4.3. Mapas de continuidades, tensiones y desplazamientos

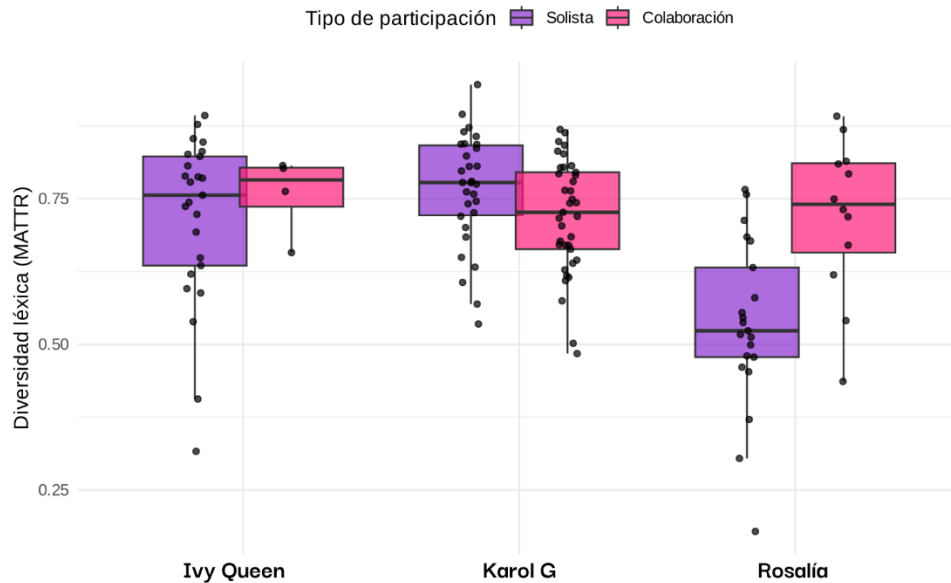
#### 4.3.1. Diversidad léxica

Como espacio de representación, las letras y los videoclips de reggaetón testimonian lo posicionamientos discursivos de sus autoras. El análisis de diversidad léxica por canción revela patrones diferenciados entre las tres artistas. Para estimarla se partió de las letras completas, a partir de cuyos textos se calculó el índice MATTR Moving-Average Type-Token Ratio—. Este utiliza una ventana deslizante de tamaño fijo: se toma un tramo de 50 palabras consecutivas, se calcula el TTR local (types/tokens en esa ventana), luego la ventana se desplaza una palabra y se repite el cálculo hasta cubrir todo el texto. En cada letra, los types son las palabras únicas, y los tokens las palabras totales. Las ventanas del MATTR corrigen uno de los principales problemas de las medidas clásicas de diversidad, como el TTR, cuyos resultados varían mucho según la longitud del texto. Dado que las canciones tienen características de repetición (los coros), la cantidad de palabras únicas —types— se reduce, lo cual arroja una falsa imagen de baja diversidad. Al trabajar con ventanas de tamaño constante (tramos de 50 palabras), MATTR controla este sesgo y permite comparar canciones de distinta extensión de manera más confiable (Bestgen, 2025).

El resultado lo proyectamos en una gráfica de bigotes (figura 8). Esta resume la distribución de las canciones según el tipo de participación, en solitario y en colaboración. Cada punto representa el valor individual de diversidad léxica (MATTR) de cada canción. Cada caja muestra el 50% central de los datos. La línea dentro de la caja es la mediana, el valor central que sintetiza la tendencia de cada grupo. Las líneas verticales indican el rango habitual de los datos sin considerar valores atípicos. Se muestra que para Karol G las colaboraciones disminuyen la diversidad lingüística, mientras para Ivy Queen y Rosalía la elevan considerablemente. Las cajas

que muestran el rango de actividad de las artistas en solitario guardan cierta semejanza, no así el de sus desempeños en colaboración, donde el de Ivy es más acotado.

Figure 8: Diversidad léxica



Fuente: Elaboración propia

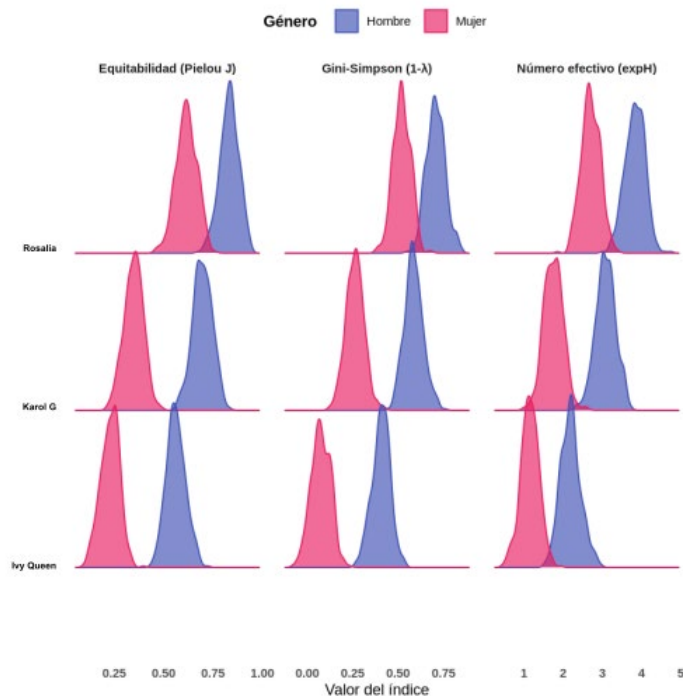
Este dato de la reducción o aumento de la diversidad léxica en colaboración aporta otros matices si se lee en relación con los promedios de palabras, que aumentaron en todos los casos (figura 6). Para Ivy y Karol ese aumento, no obstante, no implica enriquecimiento del vocabulario usado, lo que sí ocurre en el caso de Rosalía. Si se tiene en consideración que las colaboraciones tienen una alta participación masculina, esto va en dirección a lo señalado por Navarro-Amador y Pastor Comín (2021) y Piñón-Lora y Pulido-Moreno (2020), en el sentido de que las letras masculinas suelen más repetitivas en su estructura y contener menos amplitud conceptual.

#### 4.3.2. Diversidad étnica

En la propuesta de Monedero-Morales (2020), la categoría de raza aparece como un descriptor para analizar cómo los videoclips distribuyen visualmente cuerpos asociados a distintos grupos racializados. Aunque la autora problematiza explícitamente la noción —por su carga biológica, colonial y reductora—, la utiliza como indicador para señalar asimetrías de representación que atraviesan el reggaetón. En este estudio optamos por abandonar la noción de raza y abordar la de grupos étnicos, más adecuada desde una perspectiva comunicativa y cultural, pues desplaza la idea de esencia biológica hacia una de pertenencia sociocultural, visibilidad simbólica y marcadores fenotípicos construidos. El indicador surge del conteo de grupos étnicos que se representan en los videos (latino, europeo, africano y asiático) (Monedero-Morales, 2020). Pero, en lugar de realizar un conteo simple de frecuencias, como la investigadora, aplicamos tres métricas de diversidad que permiten observar cuántos grupos están presentes y cómo se distribuyen: Equitabilidad de Pielou (J), mide el equilibrio entre categorías; Gini-Simpson ( $1-\lambda$ ), estima la probabilidad de encuentro entre categorías distintas; Número efectivo (expH), traduce la diversidad total en un equivalente intuitivo.

La Equitabilidad de Pielou (J), indica qué tan equilibradas están las proporciones entre los grupos: valores cercanos a 1 reflejan una distribución uniforme, mientras que valores próximos a 0 señalan fuerte predominio de un solo grupo. En segundo lugar, el índice Gini-Simpson ( $1-\lambda$ ), mide la probabilidad de que dos cuerpos seleccionados al azar pertenezcan a grupos distintos; cuanto mayor es este valor, mayor es la mezcla y menor la concentración en una sola categoría. En tercer lugar, el Número efectivo ( $\exp H$ ) convierte la diversidad observada en un equivalente intuitivo: expresa cuántos grupos igualmente frecuentes habría si la distribución fuera perfectamente uniforme. Las montañas que se presentan en las figuras visualizan distribuciones simuladas alrededor de estos valores para cada artista. Desplazamientos hacia la derecha y curvas más altas o más separadas indican mayor diversidad y equilibrio entre los grupos representados (figura 9).

Figure 9: Diversidad étnica



Fuente: Elaboración propia

Las gráficas contienen un patrón claro: la diversidad étnica representada en los videoclips aumenta progresivamente entre artistas, pasando de un modelo fuertemente concentrado —característico del reggaetón clásico en Ivy Queen— hacia una distribución más multicultural en Rosalía. En las montañas correspondientes a hombres y mujeres, los valores de Ivy se ubican en el extremo izquierdo del gráfico, con curvas estrechas y bajas, lo que indica poca diversidad efectiva y predominio de un único grupo étnico, que para el caso es el latino. Karol G ocupa un punto intermedio: sus curvas se desplazan hacia valores medios y muestran mayor amplitud, señal de una mezcla moderada y mayor balance. Rosalía, en contraste, presenta montañas más altas, más amplias y más hacia la derecha, lo que evidencia la mayor diversidad étnica y menor concentración en categorías únicas. Pero la separación entre montañas, también muestra que la diversidad es mayor en los hombres que en las mujeres en Ivy y Karol, con una diferencia menor en Rosalía (que en los tres índices muestran leve solapamiento).



En la figura 10 se revelan patrones estéticos distintivos en las tres artistas. En Ivy Queen, los videos se concentran en calle, discoteca y espectáculos, asociadas a elementos clásicos del género urbano: autos deportivos, joyería, alcohol, barras y luces, lo que produce un entramado visual coherente con el reggaetón fundacional, donde lo callejero y lo nocturno sostienen la narrativa, según lo documentado por Dixon-Román (2012) y Pereira y Soares (2019). En Karol G, las intensidades son mayores y más distribuidas: habitaciones, casa, bar y calle se mezclan con elementos de glamur (maquillaje, joyas) y de movilidad (motos, autos), lo que evidencia un régimen visual híbrido que combina intimidad pop, lujo estilizado y códigos urbanos. En Rosalía, las tramas son menos densas, pero más específicas: espectáculo, habitación y calle se vinculan a elementos minimalistas o conceptuales, lo cual genera atmósferas que no reproducen el imaginario tradicional del reggaetón, sino que lo intervienen mediante una estética experimental. Las texturas del mapa de calor hacen pensar en tres gramáticas visuales: lo urbano clásico —Ivy—, lo urbano-pop expansivo —Karol— y lo híbrido-conceptual —Rosalía—.

## 5. Conclusiones: continuidades, tensiones y desplazamientos

**Cuerpo.** Respecto a la exhibición del cuerpo, se identifica una continuidad en las tres artistas, para quienes sobresale la exposición de la mujer sobre la del hombre. Por lo que se muestra un patrón de representación que coloca la corporalidad de la mujer en el centro de la estética visual. Sin embargo, esta continuidad coexiste con tensiones significativas, especialmente en torno al cuerpo masculino: Ivy Queen se distancia notablemente de Karol G y Rosalía al presentar los niveles más altos de exposición de cuerpos de hombres. Cabe mencionar que esta exposición se presenta en solitario, pues cuando participa en colaboraciones disminuye drásticamente. Este comportamiento evidencia un desplazamiento entre Ivy y Karol, y de esta a Rosalía: disminución gradual de la exposición del hombre entre las artistas.

**Actividades.** Las tres artistas presentan continuidad en hombres y mujeres significativamente realizando otros tipos de actividades, especialmente en participaciones con colaboración. Esto muestra que, más allá de sus diferencias estilísticas o generacionales, las narrativas que proponen comparten una representación femenina que se aleja parcialmente de los de roles tradicionalmente marcados. Las tensiones, sin embargo, se presentan en las actividades masculinas. En este aspecto Ivy incorpora mujeres en actividades típicamente masculinas, en línea con narrativas asociadas al poder, el empoderamiento y el dominio. Rosalía evita posicionar a las mujeres en estas actividades, lo que muestra un desplazamiento hacia una representación en la que se transgreden los roles.

**Exhibición.** Se encontró continuidad entre las tres artistas al privilegiar el cuerpo de la mujer en la representación en planos vinculados a lo sexual, tanto en sus participaciones en solitario como en colaboración. Esto refuerza la sexualización de la mujer como un recurso visual central en el género. Pero hay un desplazamiento: progresivamente, de Ivy (33%) a Karol (23%) y de Karol a Rosalía (21%), se encuentra un descenso del porcentaje de hombres con exhibición sexual, mientras el porcentaje de mujeres en la misma situación aumenta: 67%, 77% y 79%, respectivamente.

Núcleos semánticos. Hay una continuidad lingüística estructural en las tres artistas, quienes presentan alto grado de uso de verbos en sus letras, lo cual alude acciones cognitivas, afectivas y existenciales. Este repertorio compartido incluye verbos de autodefinición —ser, saber—, de movimiento y cambio —ir—, de acción —hacer— y de vínculo emocional —querer—. La presencia constante de estos núcleos verbales evidencia que el género mantiene una columna vertebral discursiva común a lo largo de las tres generaciones consideradas.

Los desplazamientos se notan al analizar la intensidad del verbo dominante en cada artista: Ivy construye su narrativa desde la autoridad del conocimiento y la experiencia: saber; Karol, en cambio, organiza su discurso alrededor de tener, lo que enfatiza deseo, acción, poder simbólico y material. Rosalía adopta un estilo más minimalista y emocional, centrado en ser, con un énfasis en la subjetividad y la autoexpresión.

Extensiones líricas. En términos del promedio de palabras, se observa una continuidad: las tres artistas aumentan la cantidad de palabras utilizadas en las canciones en colaboración. En solitario, hay una continuidad: progresivamente, de Ivy (362) a Karol (334.4) y Rosalía (269.2) el número de palabras por canción disminuye. Esto guarda relación con la menor inclusión de secciones repeadas y el ajuste de la extensión de las canciones a formatos más comerciales y, por tanto, más cortos. Esto muestra cómo el uso lenguaje proyecta el estilo de cada artista, al tiempo que manifiesta las transformaciones culturales, pasando del discurso estable de Ivy, basado en la autoridad y el conocimiento, al expansivo de Karol enmarcado en la pluralidad, hasta llegar a Rosalía, con un estilo lírico más contenido.

Vocabularios compartidos. Las continuidades entre los conjuntos de palabras permiten observar que las tres convergen en una estructura narrativa centrada en la agencia femenina, es decir, mujeres que piensan —saber—, sienten —querer—, expresan —decir— y actúan —hacer—. Esta base común constituye la columna discursiva del género urbano femenino, y se mantiene estable a través del tiempo. Las continuidades específicas entre Karol y Rosalía (257 palabras) evidencian la afinidad generacional en un discurso marcado por la corporalidad, el movimiento y las experiencias colectivas. En contraste, las coincidencias entre Ivy y Karol (206 palabras) permiten identificar la persistencia de los códigos lingüísticos que caracterizaron al reggaetón clásico, especialmente aquellos vinculados a la sensualidad y a la estética inicial del género. La zona compartida por Ivy y Rosalía es menor (78 palabras), pero resalta cómo algunos elementos simbólicos clásicos siguen vigentes, aunque reinterpretados bajo sensibilidades más recientes. Karol actúa como puente intermedio: comparte amplio vocabulario con ambas.

Diversidad léxica. Se observa continuidad en el uso de un léxico relativamente amplio y consistente entre las tres artistas. Desde la mirada de autoría femenina dentro del reggaetón, esta estabilidad léxica sugiere la consolidación de un repertorio verbal robusto y característico del género. Los rangos de diversidad se mantienen tanto en las producciones solistas como en las colaborativas (salvo para Rosalía, lo que marca una tensión). Otra tensión aparece en el comportamiento de Karol: a diferencia de Ivy y Rosalía, diversidad en el vocabulario tiende a incrementarse en colaboraciones, Karol muestra un patrón inverso: su espectro léxico es mayor en solitario que en las colaborativas. Así, el efecto de las colaboraciones no es homogéneo y depende de las dinámicas creativas particulares de cada figura. También hay una tensión interna en cada artista, si se mira la amplitud de su diversidad léxica, con canciones que oscilan entre niveles altos y bajos de diversidad, lo que sugiere el uso de registros lingüísticos heterogéneos.

Diversidad étnica. Resalta una continuidad clara: hay mayor diversidad étnica en los hombres que en las mujeres que aparecen en los videos. Las representaciones femeninas tienden a concentrarse en un ideal étnico más homogéneo y hegemónico: cuerpos latinos. Los picos de las distribuciones (montañas) son similares, lo que indica que la intensidad de representación es comparable entre ambos géneros, aunque con bases más diversas en el caso masculino. Sin embargo, hay un aumento progresivo de la diversidad étnica que se debe a la inclusión de otros grupos étnicos, diferentes al latino, preponderante en Ivy como representante del reggaetón clásico. Karol vuelve a posicionarse como bisagra generacional, punto intermedio entre Ivy y Rosalía, lo que articula el paso entre el imaginario étnico tradicional y la apertura hacia un repertorio más diverso.

Escenarios y objetos. A pesar de las diferencias en estilo, trayectoria y generación, las tres artistas muestran una continuidad en los escenarios que eligen para narrar y performar su identidad. Espacios como la casa, la calle, el bar o discoteca y la habitación funcionan como marcos comunes que anclan sus relatos en la cotidianidad, ya sea desde lo íntimo o desde la sociabilidad urbana. En el plano corporal y performativo también se observan coincidencias: el uso recurrente de ropa llamativa, maquillaje, uñas decoradas y lentes de sol configura una estética compartida de feminidad y seducción. Otra continuidad es la calle, elemento presente en las tres artistas. Pero sobre esa base común de escenarios y elementos, Ivy resalta los espacios públicos, mientras Karol y Rosalía combinan la calle y la discoteca con la habitación como resguardo de intimidad y reflexión. En Karol la espacialidad se reduce y se vuelve más focalizada, con menos escenarios, pero usados de forma más intensa dentro de la narrativa. Finalmente, en Rosalía la presencia de espacios es reducida, lo que produce una escritura más abstracta, donde el lugar deja de ser un referente concreto y se convierte en un trasfondo apenas sugerido.

El estudio presenta algunas limitaciones clave. En primer lugar, la selección de las artistas, que si bien son representativas del género, no necesariamente condensan el grueso del componente femenino del reggaetón. En particular, Rosalía no actúa completamente dentro de las convenciones estéticas de este, pero su utilidad en el estudio es precisamente mostrar cómo estas convenciones sirven de base para la expansión y la experimentación sonora y lírica. En segundo lugar, el inevitable sesgo que aparece en los análisis visuales, particularmente en videoclips en los que aparece un número alto de hombres y mujeres que desempeñan diferentes roles en la narración. En tercer lugar, es importante mencionar que las métricas léxicas no agotan el amplio espectro de análisis que cabe en el tema de las letras de las canciones. Finalmente, el estudio se apoya en letras obtenidas de fuentes disponibles en línea, cuya fidelidad fue contrastada, aunque sin sustituir ediciones oficiales publicadas por las discográficas.

### **Acknowledgements / Funding**

This research was supported by Vicerrectoría de Investigación y Creación, Universidad de Medellín.

### **Conflict of interest**

The author(s) declare no conflict of interest.

### **Ethical statement**

This study was conducted in accordance with the principles of scientific research and did not require additional ethics committee approval.

### Declaration of AI usage

Julius.ai was used for data cleaning procedures, descriptive statistics, and exploration of visualization options. ChatGPT was used for verification of analysis code and review of figures.

### Data availability

The data supporting the findings of this study are available upon request to [caarango@udemedellin.edu.co](mailto:caarango@udemedellin.edu.co).

### Author contributions

	Carlos Andrés Arango-Lopera	Sandra Milena Palacio-López
Conceptualization	X	
Data curation	X	
Formal analysis	X	X
Investigation	X	X
Methodology	X	
Project administration		X
Software	X	
Supervision	X	X
Validation		X
Visualization	X	
Writing - original draft	X	X
Writing - review & editing	X	X

### Referencias

- Amaro Castro, L., Stipo Lara, C., Marquez Thomas, S., Ocampo Cea, A., & Beyer Díaz, D. (2022). Reggaetón y academia: Apropiaciones, desapropiaciones y estéticas de resistencia (Chile, 2016-2021). *Atenea*, (526), 135–154. <http://dx.doi.org/10.29393/At526-6RACB50006>
- Arango-Lopera, C. A. (2025). El reggaetón como problema científico. Revisión bibliométrica y estado del arte sobre reggaetón en Scopus. *Resonancias*, 29(56), 103–133. <http://dx.doi.org/10.7764/res.2025.56.5>
- Arango-Lopera, C. A., Escobar-Sierra, M., & Cardona-Cano, C. A. (2024). Sonority and Popularity of Reggaeton: from the Ghetto to the Mass. *SCIRES-IT-SCientific REsearch and Information Technology*, 14(2), 169–184. <http://dx.doi.org/10.2423/i22394303v14n2p169>
- Arias Salvado, M. (2019). Neoperreo, ¿Cambiando las reglas de (l) género? La escena transnacional online del “reggaeton del futuro.” *Cuadernos de Etnomusicología*, 14, 44–65.
- Arias Salvado, M. (2020). Rasgos estilísticos del reggaetón mainstream, una aproximación desde la producción musical. *Etno: Cuadernos de Etnomusicología*, 15(2), 130–156.
- Báez, J. M. (2006). “En mi imperio”: Competing Discourses of Agency in Ivy Queen’s Reggaeton. *Centro Journal*, 18(2), 63–81.
- Bas-Pena, E., & Pastor-Bravo, C. (2024). Violencia de género y violencia sexual en las canciones de reggaetón. Estudio cualitativo. *Pedagogía Social: Revista Interuniversitaria*, (45), 91–97.

[https://doi.org/10.7179/PSRI\\_2024.45.04](https://doi.org/10.7179/PSRI_2024.45.04)

- Benavides-Murillo, C. (2007). Los estereotipos femeninos en los videos musicales del género reggaetón: una cuestión de género. *Estudios*, (20), 187–200.
- Bestgen, Y. (2025). Estimating lexical diversity using the moving average type-token ratio (MATTR): Pros and cons. *Research Methods in Applied Linguistics*, 4(1), 100168. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2024.100168>
- Betania-Agüero, I. (2021). *Sentirse bichota sin salir del bloque. Una aproximación a la escucha femenida de reggaetón y sus efectos en la construcción de narrativas identitarias* [Pontificia Universidad Javeriana]. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/59499>
- Blánquez, J. (2021). Nada es verdad, todo está permitido: sobre la mezcla libre de estilos en El Mal Querer. In J. Carrión (Ed.), *La Rosalía. Ensayos sobre el buen querer* (pp. 53–68). Errata Naturae.
- Cárdenas, J. D. (2024). El reggaetón como síntoma: consideraciones sobre la modernidad tardía. *Ideas y Valores*, 72(182), 221–249. <https://doi.org/10.15446/ideasyvalores.v72n182.93621>
- Cazzu. (2024). *Perreo*. Reservoir Books.
- Díez-Gutiérrez, E. J. (2021). Moral Values and Educational Socialization through Reggaeton Music. *Resonancias*, 25(48), 109–133. <https://doi.org/10.7764/res.2021.48.6>
- Díez-Gutiérrez, E. J., Palomo-Cermeño, E., & Mallo-Rodríguez, B. (2023). Education and the reggaetón genre: does reggaetón socialize in traditional masculine stereotypes? *Music Education Research*, 25(2), 136–146. <https://doi.org/10.1080/14613808.2023.2193209>
- Dinzey-Flores, Z. Z. (2008). De la disco al caserío: Urban spatial aesthetics and policy to the beat of reggaetón. *Centro Journal*, 20(2), 35–69.
- Dixon-Román, E., & Gomez, W. (2012). Cuban youth culture and receding futures: hip hop, reggaetón and pedagogías marginal. *Pedagogies: An International Journal*, 7(4), 364–379. <https://doi.org/10.1080/1554480X.2012.716212>
- Donovan, M. K. (2023). Rosalía, Feminine Fantasy and Japan as Décor. *Romance Notes*, 62(2), 335–350. <https://doi.org/10.1353/rmc.2023.a919726>
- Escobar Fuentes, S., & Montalbán Peregrín, M. (2021). Relaciones de género en el discurso del reggaetón entre adolescentes. *Athenea Digital*, 21(3), 1–20. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2960>
- Foucault, M. (2002). *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Siglo XXI.
- Gallucci, M. J. (2008). Análisis de la imagen de la mujer en el discurso del reggaetón. *Opción*, 24(55), 84–100.
- Gómez Arrieta, N., & Miller, T. (2023). Reggaetoneras: undermining or embracing male fantasy? *Feminist Media Studies*, 23(8), 3832–3847. <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2140357>
- Gutiérrez, C. (2025). *Reggaetón religión. Las historias y las estrellas del género más caliente del siglo XXI*. Planeta.
- Lavielle-Pullés, L. (2014). Entre el disgusto y la gozadera: un estudio del consumo musical del reguetón y las identidades juveniles. *Cadernos de Estudios Sociales*, 1(29), 1–20.
- Lavielle-Pullés, L., & Favero, P. S. H. (2024). Voces y cuerpos disruptivos: Hacia una comprensión de la escena repa-reguetonera cubana. *Revista Musical Chilena*, 78(242), 149–172. <https://doi.org/10.4067/s0716-27902024000200149>

- Liska, M. (2024). *Mi culo es mío. Mujeres que bailan como se les canta*. Gourmet Musical.
- McDonald, G. (2025). *You Have Not Yet Heard Your Favourite Song: Music in the Age of Streaming*. Canbury Press.
- Monedero-Morales, C. del R. (2020). Una propuesta para el análisis de los estereotipos femeninos en los videoclips de reggaeton: Caso práctico de los cuatro vídeos más vistos en 2018 en YouTube. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review*, 7(1), 13–26. <https://doi.org/10.37467/gka-revvisual.v7.2280>
- Morillo Cano, J. R., Guepud Guapaz, A. R., Castro Moscoso, N. P., & Morillo Chamorro, M. B. (2024). Impact of reggaeton and modern music on adolescent sexual behavior: Bibliometric analysis and literature review. *Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias*, 3, 114. <https://doi.org/10.56294/SCTCONF2024.114>
- Navarro-Amador, M. T., & Pastor Comín, J. J. (2021). Sesgos de género en las músicas de consumo: percepción lectura y musical de mensajes sexistas en estudiantes de magisterio. *Revista Complutense de Educación*, 32(1), 113–125. <https://doi.org/10.5209/rced.68063>
- Nwankwo, I. (2009). The Panamanian Origins of Reggae en Español: Seeing History through 'Los Ojos Café' of Renato. In R. Z. Rivera, W. Marshall, & D. Pacini Hernandez (Eds.), *Reggaeton* (pp. 89–99). Duke University Press.
- Pereira, S. L., & Soares, T. (2019). Reguetón en Cuba: censura, ostentación y grietas en las políticas mediáticas. *Palabra Clave*, 22(1), 254–287. <https://doi.org/10.5294/pacla.2019.22.1.7>
- Piñón-Lora, M., & Pulido-Moreno, A. (2020). La imagen de la mujer en el reggaetón: Un análisis crítico del discurso. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, (38), 45–77.
- Pontrandolfo, G. (2020). De tu cuerpo me hago dueño / Tú eres el mío y yo soy tu sueño. The discursive construction of women in Maluma's lyrics: a corpus-assisted critical discourse study. *Discurso y Sociedad*, 14(4), 930–969. <https://doi.org/10.14198/dissoc.14.4.8>
- Powell, D. (2024). 'No' Dimo' par de Botella' y Ahora Etamo' Al Garete': Exploring the Intersections of Coda /s/, Place, and the Reggaetón Voice. *Languages*, 9(9), 292. <https://doi.org/10.3390/languages9090292>
- Ramírez-Espinal, L. F., Díaz-Fernández, S., & Orejuela, J. (2024). Tendencias investigativas sobre el reggaetón y horizontes de conocimiento futuro de un fenómeno sociocultural en expansión. *Cuadernos de Música de Iberoamérica*, 37, 415–444. <https://doi.org/10.5209/cmib.99810>
- Rivera-Rideau, P. (2013). 'Cocolos Modernos': Salsa, Reggaetón, and Puerto Rico's Cultural Politics of Blackness. *Latin American and Caribbean Ethnic Studies*, 8(1), 1–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/17442222.2013.768459>
- Roncallo-Dow, S., & Uribe-Jongbloed, E. (2017). La estética de los videoclips: propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales. *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 12(1), 79–109. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.mavae12-1.evpm>
- Saldarriaga, L., Richter-Sotero, A., & Bohner, G. (2023). Voy a tocarte toa: preferences for sexist music and sexist attitudes predict unwanted sexual attention harassment (Voy a tocarte toa: las preferencias para la música sexista y las actitudes sexistas predicen atención sexual no deseada). *International Journal of Social Psychology*, 38(1), 1–34. <https://doi.org/10.1080/02134748.2022.2140547>
- Segura, C. (2021). Rosalía, el mapa de las referencias. In J. Carrión (Ed.), *La Rosalía. Ensayos sobre el buen querer* (pp. 183–194). Errata Naturae.
- Solís-Miranda, A. R. (2020). *Aquí nos encontramos, ahí nos imaginan: el reggaetón como espacio de negociación*

*identitaria*. [University of Sheffield]. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30759.98726>

Torres-Toukourmidis, Á., Coronel-Quezada, C., Pontón, J., & Marín-Gutiérrez, I. (2022). Computational Analysis of Latin Music Songs Through Tokenization. Case of Female Artists and Reggaeton. In P. C. López-López (Ed.), *Centro Journal* (Vol. 25, Issue 1, pp. 84–100). Springer Nature. [https://doi.org/10.1007/978-981-19-6347-6\\_47](https://doi.org/10.1007/978-981-19-6347-6_47)

Vankova, P. (2022). Studying the vocabulary of reggaeton song lyrics. *Topics in Linguistics*, 23(2), 63–88. <https://doi.org/10.2478/topling-2022-0012>

Yepes Cuartas, A. (2025). *Reggaetón. Lo que siempre quisiste saber: perreo, dembow, Bad Bunny y más*. Penguin Random House