

HÁ nexo

Geração Conectada

Como o feed está transformando a
participação política do jovem brasileiro





HA nexo

é uma revista digital trianual feita pelos alunos de jornalismo da PUC-Campinas como atividade prática das disciplinas *Jornalismo em Revista* e *Design de Notícias*

CONSELHO EDITORIAL

é formado pelos professores Adauto Molck, Artur Araújo, Ciça Toledo, e Karla Ehrenberg

Edição número 23
Ano VII
Dezembro de 2025

Jornalista Responsável
Adauto Molck
(MTB: 22.242)



Bianca Freitas

Carta ao leitor

A força de uma geração

Em um mundo acelerado, cujas mudanças são mais rápidas do que as atualizações do feed, ser jovem é, ao mesmo tempo, estudar, trabalhar, lidar com os desafios, a autocobrança e às expectativas de “dar certo”. A vida exige pressa.

Nesta edição da revista digital Há Nexo - resultado da produção e edição dos alunos da Faculdade de Jornalismo da PUC-Campinas - convidamos você, leitor, a desacelerar um pouco frente a esse cenário agitado e complexo que vivemos.

Nossa geração Z carrega algo que poucas tiveram: a capacidade de transformar pequenas ideias em ação. E as redes sociais têm ajudado a ampliar essa característica, servindo de espaço para o debate, as mobilizações e as criações. Por isso, nas próximas páginas, você encontrará histórias de quem usa a tecnologia como aliada, desenvolve projetos sustentáveis, reinventa o mercado de trabalho e não têm medo de ser quem é. Também encontrará em nossas reportagens temas comuns à geração Z, como saúde mental, pressão estética e os desafios da era digital.

Ao explorar o universo da geração Z, esta edição busca aproximar você das inquietações, conquistas e perspectivas futuras. Esperamos que, ao folhear a revista, você consiga desligar o piloto automático e se conectar com os temas das reportagens.

Querido leitor, aproveite esta edição para se inspirar, ocupar lugares e tomar a palavra. Ocupe espaços na vida, crie, erre, refaça. E escreva a sua própria história. Esperamos que a revista o estimule a refletir sobre as diferentes formas de viver. Afinal, nenhuma juventude é igual a outra.

Boa leitura!

QUEM FEZ...



A revista **Há Nexo** é uma publicação bianual feita pelos alunos da Faculdade de Jornalismo da PUC-Campinas em 2025, como prática das disciplinas Jornalismo de Revista e Design de Notícia.

Conselho Editorial

Adauto Molck
Artur Araújo
Ciça Toledo
Karla Ehrenberg

Projeto gráfico

Adauto Molck

Reporteres & Fotógrafos

Ana Beatriz de Sousa Silveira
Anna Julia Vieira
Bianca de Freitas Silva
Bruno Luiz Gomes Dantas
Caique Tomás Ruela de Amorim
Diogo Setin Mosna
Erica Barbosa

Gabriela Belloto Baptista
Gustavo Justino Zuffo
Henrique Alves Felipe
Isabela da Silva Paula
Isabelly Godoy da Silva
João Francisco Praxedes Ferreira
João Vitor Viana Aguiar
Johnny Pereira de Lima Filho
Júlia Domingues de Araújo
Laura de Matos Penariol
Maria Eduarda Inácio Pereira
Maria Eduarda Matoso
Marília Silva Coimbra
Noemi Freitas da Silva
Pamela Leite de Sousa
Pedro Henrique Imbrunito
Rabetti
Thais Alves Ramalho
Washington da Silva Coutinho

Contato

Faculdade de Jornalismo
dir.jornalismo@puc-campinas.edu.br

ONDE ESTÁ...

O ego é o novo crusch

7

25

Geração conectada

Nada se cria, tudo se copia

38

45

Moda que viraliza

Em duas telas, o mesmo jogo

58

66

CLT versus pejotização

Paixão por rodeio

71

83

Flipando a cena

O som da resistência periférica

96

102

As lentes de Karina

Como perder um estágio

113

123

Videogames

QUEM FOI QUE DISSE...

**Dez perguntas para
a psicóloga**

Beatriz Machado - **17**



**Quando se esteticiza o debate,
mobilizam-se os afetos**

Tarcísio Torres Silva - **32**



**Estilo não é o
que você veste**

Heloísa Gomes - **52**



Revolte-se

Jéssica Golfeto - **90**

Casa do Sol se reinventa

Daniel Fuentes - **105**

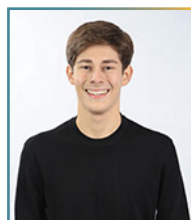


Ser ou viralizar

Bianca Freitas - **121**

**Um pensar sobre o mar,
bagagens e mãos**

Diego Mosna - **131**



MODOS

O EGO É O NOVO CRUSH



Isabela Reis acredita que a estrutura dos aplicativos incentiva o 'descarte' de pessoas

Perfis impecáveis, conversas que não levam a nada e uma rotina de validação instantânea. O amor moderno está se tornando um exercício de vaidade?

Sabe quando você está usando um app de paquera e percebe que nenhum match te chama? Isso tem nome: ego-scrolling. O termo faz parte do vocabulário dos usuários que usam aplicativos de relacionamento e redes sociais apenas pelas curtidas, e não pela validação. Ao invés de fazer conexões reais nos apps que podem se transformar em relacionamentos sérios, os adeptos do ego-scrolling preferem se sentir desejados e valorizados a partir da quantidade de curtidas e matches recebidos.

Nos últimos anos, usuários de aplicativos de relacionamento têm percebido esse comportamento em alguns matches – e relatado como ele influencia a maneira de se relacionar e se relacionam no mundo. Por outro lado, especialistas têm investigado os impactos desse fenômeno na saúde mental, tanto de quem o pratica quanto de quem se torna “vítima” do fenômeno.

A estudante de engenharia química, Letícia Melo da Rocha, de 22 anos, foi adepta do ego-scrolling antes de conhecer sua namorada, com quem está há três anos “Eu gostava de ver quem estava ali [nas redes e apps de relacionamento] e de passar o tempo”, conta. Mas quando conheceu sua namorada, ela diz que a história mudou. “Encontrei o amor da minha vida em um aplicativo de relacionamento”.

Mas nem todos os usuários de redes sociais e aplicativos de

*Reportagem e
Edição*

Maria Eduarda
Inácio Pereira
Pedro Henrique
Imbrunito Rabetti

Fotos

Maria Eduarda
Inácio Pereira

relacionamento compartilham da experiência de encontrar o amor pela internet. Para alguns, o uso constante dessas plataformas deixa de ser diversão e se torna motivo de frustração. Foi o caso do estudante de fisioterapia Daniel Arthur Menegaldo de Carvalho, de 21 anos, cuja história não teve um final feliz.

“Já me senti ansioso e inseguro por causa desses aplicativos, principalmente quando não ganhava like”, afirma. “Eu criava toda uma expectativa, e acredito que isso influencia a forma como passamos a enxergar os relacionamentos”, afirma.

Por mais contraditórios que pareçam, os dois relatos se encaixam no fenômeno do ego-scrolling. De acordo com especialistas, o risco não está simplesmente nos aplicativos de relacionamento, mas no uso compulsivo e sem objetivos claros, que pode afetar diretamente a autoestima dos jovens.

Segundo um levantamento do aplicativo Happn, mais de 50% dos usuários de apps de relacionamento afirmam utilizar essas plataformas apenas para inflar o próprio ego. Além disso, cerca de 47% dos usuários pertencem à Geração Z. Embora não seja possível afirmar que todos os jovens dessa geração sejam responsáveis pela parcela que usa os aplicativos com essa finalidade, eles aparecem como o grupo mais afetado pelo fenômeno analisado nesta reportagem.

Com base no relato de Carvalho, estudante de fisioterapia, o levantamento revela que o ego-scrolling não passa despercebido entre os entrevistados: 54% dos usuários disseram já ter notado esse comportamento em um crush, e 32% admitiram que se afastaram ao perceberem isso.

O psiquiatra Celso Garcia Junior explica que, do ponto de vista psiquiátrico, o ego-scrolling não é considerado uma doença, mas sim um comportamento observado em algumas pessoas. “Esse hábito de rolar compulsivamente o conteúdo digital, especialmente em aplicativos de relacionamento, pode se aproximar de outros padrões comportamentais, como o narcisismo”, comenta o médico.

Segundo o psiquiatra, o ego-scrolling pode ativar



Letícia e Alice se conheceram no Tinder e mostram que é possível encontrar o amor nos lugares mais inusitados



Psicóloga Luma Godoy
(Foto: Fernanda Campos)



Psicóloga Vanessa Morasco
(Foto: Stefanny Herodek)

circuitos cerebrais semelhantes aos do vício, liberando dopamina no circuito de recompensa. ‘Em tese, dizemos que poderia levar a uma tendência, pois ativaria circuitos cerebrais semelhantes a circuitos ativados no vício’, explica. Os mecanismos cerebrais desenvolvidos pelo ego-scrolling são teoricamente semelhantes aos do vício, caracterizados pelo reforço intermitente relacionado a recompensas imprevisíveis. “Isso pode levar a perda de controle sobre o tempo de uso e tolerância, com sintomas semelhantes à abstinência”, completa.

Relacionamentos presenciais são fundamentais para a saúde mental, na sua opinião. “Os relacionamentos online podem ser superficiais e falsos, o que pode afetar a capacidade de se relacionar presencialmente’, explica. Para um uso mais saudável dos aplicativos, o profissional aconselha que o usuário estabeleça um tempo limite e priorize encontros presenciais, não apenas com parceiros românticos, mas também com amigos e familiares.

Para o estudante de jornalismo Bruno Dantas, 30 anos, o ego-scrolling funciona como uma métrica para legitimar sua autoestima. “Houve momentos em que eu media minha autoestima pela quantidade de encontros que conseguia marcar em um curto período de tempo”, afirma. “Era uma forma de buscar validação e me sentir atraente, sociável e inteligente”.

Essa dinâmica, apesar de aparentemente lúdica, reforçava a sensação de que seu valor estava ligado à resposta que recebia dos outros. Com o tempo, porém, Bruno percebeu o desgaste emocional que essa lógica produzia e passou a questionar o quanto sua autoestima dependia da aprovação externa. A mudança veio com um processo consciente de autoconhecimento, no qual entendeu que a validação mais saudável e duradoura não viria de métricas digitais. “Hoje, a maior validação que eu busco está no autoconhecimento e no espelho, e não no olhar alheio sobre mim”, reflete. Hoje, a forma como ele se relaciona consigo mesmo e com as plataformas de relacionamento mudou, e agora as plataformas de relacionamento ocupam um espaço muito menos central em sua vida afetiva e emocional.

Excessos

O psiquiatra Celso Garcia Junior alerta que é preciso ficar atento aos sinais do uso excessivo dos aplicativos de relacionamento, que pode ser nocivo à saúde. “Quando o indivíduo não tem limite de tempo, não consegue parar de usar, prejudicando o sono, atividades acadêmicas e relacionamentos sociais, é hora de se preocupar”, afirma.

As psicólogas Vanessa Morasco e Luma Paola de Godoy explicam que o uso excessivo de aplicativos de relacionamento vai além de um vício digital, refletindo uma busca constante por validação. “Sob a ótica da Terapia Cognitivo-Comportamental é um padrão de comportamento reforçado por recompensas intermitentes”. Cada curtida, comentário ou notificação atua como reforço positivo, fortalecendo o ciclo de busca por aprovação e dopamina.

Na prática, os aplicativos de relacionamento podem estar alimentando um ciclo vicioso de busca por validação, afetando a autoestima e a saúde mental. “É importante entender esse padrão para poder quebrá-lo e desenvolver uma relação mais saudável com as redes sociais”, explica Luma.

O uso excessivo de aplicativos de relacionamento pode alimentar um ciclo vicioso de busca por validação, afetando a autoestima e a saúde mental. “A autoestima passa a ser condicional, baseada na resposta do outro e não em um senso interno de valor”, explicam. Isso pode levar a sentimentos de inadequação, inferioridade e instabilidade emocional.

Segundo estudos realizados pelo aplicativo de relacionamento Happn, 35% dos usuários dos apps de relacionamento acreditam que esse tipo de comportamento prejudica a experiência dos relacionamentos online, criando falsas expectativas e interações superficiais. Para Vanessa, é fundamental entender esse padrão e buscar uma relação mais saudável com as redes sociais, priorizando a autoestima e o bem-estar emocional.

Outro problema decorrente do ego-scrolling é o risco da distorção da autoimagem, que pode resultar em constantes comparações sociais e dependência de feedbacks externos. “As redes sociais intensificam distorções cognitivas,

**Lucas e Bruno dividem
a vida juntos há três
anos e meio após se
conhecerem no Tinder**



especialmente a ‘comparação injusta’, onde o indivíduo se avalia por padrões irreais de beleza e sucesso”, afirma Luma.

Para ela, a dinâmica pode gerar insatisfação corporal, busca por aprovação estética e até comportamentos autocríticos e disfuncionais, como a autodepreciação. “A autoestima passa a ser condicional, baseada na resposta do outro e não em um senso interno de valor”, explica.

Vanessa também critica a responsabilidade das plataformas, que deveriam repensar seus mecanismos de recompensa e estímulos de engajamento. “Embora a responsabilidade pelo uso seja individual, é ético reconhecer que as plataformas utilizam mecanismos de reforço psicológico projetados para manter o engajamento”, afirma. Ela defende que o design digital deve considerar princípios de bem-estar e saúde mental, promovendo o uso consciente e menos dependente de reforços externos.

Vanessa e Luma deixam um conselho para a Geração Z: as conexões mais valiosas são aquelas construídas presencialmente, com reciprocidade e verdade. “As redes podem até nos aproximar, mas jamais substituirão o vínculo humano”, diz Luma. “Buscar aprovação é natural, mas o desafio é aprender a se aprovar, a reconhecer o próprio valor mesmo quando o silêncio das notificações predomina. O equilíbrio não está em desligar-se do mundo digital, mas em não permitir que ele defina quem você é”, conclui Vanessa.

Descarte

A estudante Isabela Reis, de 22 anos, acredita que a própria estrutura dos aplicativos de relacionamentos incentiva a cultura de “descarte” de pessoas. “Você olha para o rosto de alguém através de uma foto na tela e desliza para o lado, descartando qualquer interação possível com ela. É uma lógica de aprovação e descarte imediato baseado na aparência”, analisa. Para ela, esse processo repetitivo pode, sim, criar uma espécie de automatização das relações, já que tudo acontece de forma rápida e sem contexto, dificultando conexões mais profundas.

Ela lembra de momentos em que usou os aplicativos mais para “passar o tempo” ou para alimentar seu ego,

buscando validação através de matches, especialmente após o término de um relacionamento em 2024. “Eu não estava afim de sair com ninguém, mas o app ajudava com a questão do ego através do flerte casual nas redes”, diz Isa. Mesmo assim, ela conta que essa dinâmica não chegou a afetá-la emocionalmente de forma significativa. “De certa forma, no mesmo nível que era descartado, eu descartava também, então não era algo que afetava muito o emocional”, explica.

Daniel concorda com essa percepção e amplia a reflexão. “São curtidas, são coisas muito fáceis que não criam conexões profundas e verdadeiras. Na maioria dos casos, a gente não chega a estabelecer um vínculo real”, afirma. Para ele, a dinâmica de excesso também pesa: “Como recebemos muitas curtidas, você pode começar uma conversa mais duradoura com várias pessoas. Mas, quando uma delas passa a avançar mais, você acaba descartando as outras.”

Outros usuários, como Bruno Dantas, acrescentam: “A gente percebe que, no fim, está todo mundo ali como uma peça de quebra cabeça à procura de outra peça que se encaixe em nós”, diz. Ele explica que a facilidade de simplesmente bloquear alguém se não gostar de algo que não se encaixe em alguns dos filtros, como aparência física, gostos pessoais, condição financeira ou profissão, etc, reforça a ideia do descartável. “Isso só fortalece o pensamento torto de que as pessoas precisam se encaixar umas. E que, para isso, precisam passar pelos filtros de outra pessoa”.

O uso intenso dessas plataformas reforça uma exposição seletiva e artificial da vida alheia, o que pode levar a pensamentos distorcidos e disfuncionais, como a sensação de que “todo mundo é mais feliz do que eu”. Esse tipo de comparação afeta a forma como o indivíduo percebe a própria vida. A distorção cognitiva tende a intensificar a ansiedade social e o isolamento, já que muitos passam a temer o julgamento real e preferem interações mediadas pelas telas, onde têm maior controle sobre a própria imagem.

Daniel Menegaldo
(Foto: Arquivo Pessoal)



Médico Celso Garcia Jr.
(Foto: Divulgação)

Ambiente saudável

Para o psiquiatra Celso Garcia Junior, aconselhar a Geração Z sobre o uso descontrolado de telas e aplicativos de relacionamento tem se tornado um desafio crescente. Ele defende que controlar o tempo de tela e promover a conscientização sobre os prejuízos do uso excessivo podem estimular os usuários a criarem seus próprios limites. “É importante desenvolver filtros pessoais, relacionados ao tempo e às pausas necessárias”, afirma.

Embora muitos utilizem os apps por diversão, validação ou busca de gratificação social, essa dinâmica pode se tornar tóxica para quem procura relacionamentos mais sérios.

Seja qual for o motivo - diversão, curiosidade ou busca por companhia - o fenômeno do ego-scrolling revela um comportamento cada vez mais comum entre os jovens, que é o desejo de ser visto. E embora o número de matches continue a crescer, estudos apontam os impactos que o fenômeno acarreta à forma como a Geração Z se relaciona no meio digital.

ENTREVISTA

Dez perguntas para a psicóloga **Beatriz Machado**



Problemas relacionados à saúde mental consomem o universo juvenil à medida que as redes sociais invadem o íntimo de adolescentes



As turbulências relacionadas à saúde mental abalam o universo juvenil cada vez mais. Casos de depressão, ansiedade, síndrome de Burnout e outros transtornos mentais crescem em ritmo alarmante entre os jovens mundo afora. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), um em cada sete adolescentes entre 10 e 19 anos enfrenta algum problema de saúde mental. A maioria, no entanto, permanece sem receber diagnóstico ou tratamento adequado.

Fora pressão acadêmica, sexualidade, relacionamentos abusivos, desgastes na relação familiar e dificuldades socioeconômicas, o papel que as redes sociais passaram a ocupar na dinâmica relacional dos jovens está entre os principais fatores de risco que desencadeiam doenças psíquicas nessa fase da vida. E o corpo, cada vez mais, expressa as dores que a mente não consegue resolver.

*Entrevista,
Edição e Fotos*
Diogo Mosna

Aos 31 anos, a psicóloga psicanalítica Beatriz Machado dedica-se a ouvir as dores e os silêncios dessa geração. Lacaniana desde que se formou pelas Faculdades Integradas Einstein de Limeira, ela mergulha em questões como transtornos alimentares e sofrimentos psíquicos que assolam jovens que ainda estão aprendendo a desenhar seus próprios horizontes. Nesta entrevista, a psicóloga analisa como as redes sociais podem representar um risco para crianças e adolescentes.

Problemas de saúde mental entre jovens estão cada vez mais comuns, nos últimos anos. Há uma única explicação para isso?

Não. A gente precisa entender que são muitos fatores relacionados, como mudanças sociais muito rápidas, o excesso de estímulos, a pressão por desempenho, as crises profissionais e de identidade, além das transformações nas relações. Hoje, com tanto acesso à informação, os jovens acabam se identificando intensamente com outras pessoas, mas, ao mesmo tempo, se afastando do que é real. Muitas vezes os estímulos digitais funcionam como pequenos gatilhos construídos ao longo da vida e que não foram tratados. Um trauma na infância, uma relação difícil com os pais ou a dificuldade de expressar sentimentos podem gerar microtraumas que se acumulam com o tempo. Quando esse acúmulo aumenta, com a exposição às redes, os transtornos mentais acabam transbordando o “copo”.

A exposição prolongada às redes sociais pode influenciar estes gatilhos?

Sem sombra de dúvida. As redes sociais dão espaço para que as pessoas tenham muita certeza de algo, muito controle daquilo, mas, na verdade, o que vemos é só um recorte, um fragmento da exposição da vida real. Um influencer de saúde, por exemplo, que compartilha rotinas de alimentação saudável e treinos mostra apenas pedaços recortes do seu dia a dia, mas nosso cérebro não tem a cognição para perceber que aquilo é só um recorte. A gente toma como verdade absoluta e traz para a realidade, como se aquela pessoa fosse perfeita, sem dias ruins e perrengues.

Por que as redes sociais podem ser perigosas para os adolescentes e jovens?

O psiquismo dos jovens ainda está em formação e isso influencia diretamente na forma como lidam com frustrações e, principalmente, com a autoimagem. Há também a questão da exposição constante, da

comparação, da crítica e da busca por validação externa, algo surreal nos dias de hoje. Muitos jovens têm dificuldade de lidar com os próprios sentimentos e, quando saem do ambiente das redes, essa realidade se torna insustentável. Somos seres sociais e nascemos para ter interação. Quanto mais nos afastamos, mais desabitados e intolerantes nos tornamos, porque tudo passa a existir apenas na mente e nada no real.

Mesmo com tanta informação por aí, ainda existem jovens com vergonha ou medo de buscar ajuda psicológica?

Eu diria que sim e que não. Sim, porque muita gente ainda tem fragilidades emocionais e medo de ser vista como fracas ou dependente de ajuda. Há também quem tenha dificuldade em falar sobre suas angústias, por ter um ego frágil e não saber lidar com os altos e baixos que a terapia normalmente traz. A nossa vida não é um processo linear nem exponencial. Ela é feita de altos e baixos. Ao mesmo tempo, há também quem, por meio das redes sociais e de pesquisas, consegue construir um vínculo interessante com um terapeuta, psicólogo ou psicanalista. Esse processo vai gerando mudanças internas e pertencimento aquele lugar, fazendo com que a pessoa comece a se sentir acolhida e, pouco a pouco, amadureça e cresça suas ideias. Mas há ainda quem venha de realidades mais difíceis, que não vai aceitar passar por processo terapêutico. Cabe a nós, profissionais da área da saúde, ter uma união e mostrar que a saúde mental é importante.

Que sinais de sofrimento emocional indicam que um jovem pode estar precisando de apoio psicológico?

Na adolescência e início da vida adulta existem sinais de alerta, como o isolamento repentino, queda no rendimento escolar, irritabilidade constante, alterações de sono ou apetite, falta de motivação e de interesse por atividades fora do mundo online. Quando o jovem

‘O psiquismo dos jovens ainda está em formação e isso influencia diretamente na forma como lidam com frustrações e, principalmente, com a autoimagem.’

Beatriz Machado



passa a maior parte do tempo com o celular, dentro do “mundinho” das redes sociais, também é preciso prestar muita atenção. Mas há outros tipos de indícios, como mudanças nas amizades, no comportamento escolar e situações de bullying que podem indicar problemas enfrentados pelo jovem. Há casos em que surgem sinais mais visíveis, como o uso de roupas demasiadamente largas para esconder o corpo, automutilação, mudanças bruscas de aparência e de alimentação ou hábitos autodestrutivos, como consumo de álcool e de cigarro. Mesmo o jovem de 20 e poucos anos que passa a chegar em casa sempre muito alterado porque bebeu demais ou está de ressaca é um alerta, que deve ser observado pela família, porque ele pode estar descontando a frustração em lugares sociais.

Os distúrbios emocionais também podem se expressar como doenças psicossomáticas. O que são e como acontece essa ligação entre o corpo e a mente?

As doenças psicossomáticas surgem quando emoções e conflitos internos não são resolvidos e acabam se manifestando no corpo do indivíduo. Por exemplo, situações de estresse muito grande, ansiedade ou algum tipo de trauma podem desencadear sintomas físicos, como dores, alterações gastrointestinais, problemas de pele, mesmo sem uma causa orgânica evidente. Na psicanálise se fala muito que, “quando a palavra falha, o corpo fala”. Freud já dizia que os sintomas físicos são uma forma inconsciente de expressar conflitos emocionais reprimidos. A ligação entre o corpo e a mente acontece por aquilo que não é elaborado psiquicamente e, assim, o sintoma vem como forma de alerta. É preciso tomar cuidado com os sintomas, porque às vezes é como o sujeito consegue se expressar. Não podemos sair simplesmente diagnosticando medicação. Precisamos entender primeiro de onde vem a questão para podermos lidar com ela, ajudando o paciente a chegar ao trauma.

Grande parte dos usuários acabam se comparando com os corpos idealizados exibidos nas redes sociais. O consumo desse conteúdo pode aumentar a ocorrência de transtornos alimentares entre os jovens?

Sem sombra de dúvida. No viés psicanalítico a gente fala que corpos idealizados nas redes sociais funcionam como um modelo de identificação. Quanto mais magro, com mais photoshop, mais pertencente a um padrão irreal, mais a construção e a constituição desses sujeitos vão se igualando. O jovem está em um processo de construção subjetiva, do “eu”, do que ele entende de bonito e de interessante para a vida. Muitas vezes, isso acaba correspondendo a alguns ideais. Por exemplo, tal influencer digital falou que isso é bonito e eu gosto dele, então eu preciso atingir aquele padrão que ele falou que é bonito. Cada vez mais as coisas vão ficando inalcançáveis.

A magreza extrema voltou a aparecer nas passarelas e redes sociais. Quais os riscos disso à saúde física e emocional dos jovens?

A magreza extrema tem vindo com uma força absurda entre os jovens, principalmente entre as mulheres. O dilema entre o corpo real e o ideal vai reforçando nas jovens a inadequação e a baixa estima. Muitas vezes esse ideal nem existe, porque grande parte do que se idealiza é inatingível. E, quando ele acontece, são de formas totalmente diferentes do que se esperava. Os transtornos alimentares - como anorexia, bulimia ou mesmo a distorção de autoimagem - entram nesse contexto. Até mesmo a obesidade pode funcionar como uma forma simbólica de controlar o corpo para mascarar o sofrimento psíquico.

Como a psicanálise pode ajudar na prevenção e tratamento dos transtornos relacionados à saúde mental?

Nós, psicanalistas, enxergamos o sujeito e não apenas a doença. A gente quer entender o que tem além da

doença mental, pois é a partir disso que começamos o tratamento, uma possibilidade para que a pessoa reconheça e elabore seus conflitos. Muitas vezes um transtorno mental não está ligado somente a algo fixo, mas a conflitos internos maiores. O inconsciente fala muito mais do que o consciente. Uma compulsão alimentar, por exemplo, normalmente costuma refletir um padrão de comportamento compulsivo em outras áreas da vida, além da comida. Nós queremos que o paciente entenda e reduza a repetição dos padrões de sofrimento, fortalecendo o “eu” e permitindo que ele comece a lidar melhor com as angústias. Queremos ajudar o indivíduo a se reconhecer, a dar contorno para seu sofrimento, a dar sentido para a experiência e encontrar formas para se expressar além da dor. A psicanálise vai muito além do diagnóstico: ela busca entender o que cada sofrimento representa para nós. Isso nos ajuda a construir um psiquismo mais equilibrado, mesmo vivendo em um mundo adoecido.

Quais hábitos os jovens podem adotar para levaram uma vida mais equilibrada e saudável?

Do ponto de vista psicanalítico, hábitos que promovem equilíbrio e saúde mental envolvem mais do que rotina e disciplina. Precisamos cuidar do nosso mundo interno, retomar hobbies e prazeres da infância, que ajudam a ter uma vida mais equilibrada e saudável. É preciso reconhecer sentimentos, conflitos, angústias e dar espaço para as emoções. Mas é importante desenvolver alguns limites saudáveis para aprender a lidar com as influências externas, evitando comparações constantes. O autoconhecimento e a escuta ajudam a construir uma relação mais consciente das emoções, promovendo também mais resiliência e bem-estar. Estar em terapia não é falar sobre qualquer coisa. É falar sobre nossas dores para conseguirmos lidar com elas em momentos de ansiedade e tristeza.



DIGITAIS

GERAÇÃO Conectada

Plataformas digitais já influenciam escolhas, comportamentos e debates que podem alterar os resultados das próximas disputas nas urnas



De memes a movimentos globais, as novas gerações transformaram as redes sociais em espaço de aprendizado, expressão e disputa política. Mas nesse ambiente marcado por algoritmos, bolhas e influenciadores, surge também o risco da manipulação e da radicalização – o famoso “8 ou 80”.

As redes sociais já não são apenas espaço de lazer. Para muitos jovens, elas se tornaram porta de entrada para a política, seja por meio de memes, vídeos curtos ou campanhas digitais que viralizam em segundos. Essa estética, aparentemente leve, passou a ocupar o lugar que antes cabia a panfletos e comícios, aproximando a juventude de temas que vão do meio ambiente às eleições.

O Brasil vive um momento de reconfiguração política. Desde que o ex-presidente Jair Bolsonaro foi declarado inelegível pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) em 2023 – após ser condenado por abuso de poder político e uso indevido dos meios de comunicação, ao realizar uma reunião com embaixadores no Palácio da Alvorada para desacreditar, sem provas, o sistema eleitoral brasileiro – o cenário político do país começou a se reorganizar de olho nas eleições presidenciais de 2026. E, neste ambiente, um grupo ganha cada vez mais protagonismo: o voto jovem.

Reportagem
Noemi Silva
Isabela da Silva

Edição
Noemi Silva

Fotos
Isabela da Silva

Peso do voto jovem

Em 2022, mais de 2,1 milhões de adolescentes entre 16 e 18 anos estavam aptos a votar – um salto significativo em relação a 2018, quando esse número era de cerca de 1,4 milhão, representando um aumento de aproximadamente 51%. Na eleição anterior à vitória de Jair Bolsonaro, o presidente eleito havia sido Michel Temer, que assumiu o cargo após o impeachment de Dilma Rousseff.

O crescimento do eleitorado jovem em 2022

praticamente se igualou à margem de votos que definiu o resultado final das eleições, o que reforça um ponto essencial: a coincidência indica que o voto jovem pode ter peso decisivo nas próximas eleições.

E se engana quem pensa que essa mobilização acontece em comícios ou reuniões partidárias. Hoje, o centro da disputa política entre jovens está no celular, no scroll infinito, nos vídeos de 30 segundos do TikTok, nos memes que viralizam no Instagram e nas threads acaloradas do X (antigo Twitter). As redes sociais se tornaram palanques digitais onde se formam opiniões, se constroem narrativas e se disputam preferências políticas.

Do meme engraçado ao discurso inflamado, as redes sociais são o espaço onde boa parte da juventude aprende, comenta e até escolhe em quem votar. Entre os mais engajados, é comum ouvir que a internet funciona como porta de entrada para a vida política, oferecendo conteúdos rápidos, acessíveis e capazes de despertar entanto, especialistas apontam que essa mobilização inicial não pode ficar restrita ao ambiente digital.

Para os especialistas, o entusiasmo gerado por curtidas, seguidores e compartilhamentos só se sustenta quando se transforma em participação organizada, seja em coletivos, movimentos estudantis, partidos ou ações comunitárias. A lógica do engajamento instantâneo pode até impulsionar debates, mas não substitui o envolvimento contínuo e estruturado, necessário para transformar indignação ou apoio momentâneo em impacto político real.

Em busca de espaço

Como lembra o militante Paulo Diniz Contrucci, 24 anos, presidente da Juventude da Articulação de Esquerda (JAE) do PT de Campinas – segmento juvenil ligado à tendência nacional Articulação de Esquerda, corrente interna do PT presente em 26 estados e com forte atuação em movimentos sociais, estudantis e sindicais – a organização da juventude precisa ir além do debate online.

A AE, que defende a democracia participativa e a construção de projetos de base, inspira também a atuação da JAE nos municípios, estimulando a formação política e a



**“A juventude
de hoje está
reinventando
a militância,
menos na
rua mais no
feed.”**

Vitor Barletta

participação direta em decisões partidárias.

“Não podemos criar apenas uma rede de youtubers e tiktokers surfando no engajamento político como autopromoção”, afirma Contrucci. “É preciso transformar isso em filiação, em participação organizada, em campanhas que tragam resultados reais.”

Contrucci critica a pouca renovação dentro dos partidos. “As juventudes partidárias ficam isoladas em núcleos estudantis, enquanto as lideranças seguem nas mãos dos mais velhos”, analisa. “Somos vistos como o coração da militância, mas raramente ocupamos cargos de decisão.” Para ele, as redes sociais funcionam como um espaço que amplia a voz dos jovens, permitindo discutir meio ambiente, educação, saúde, trabalho e direitos LGBTQIAPN+, que muitas vezes não encontram abertura nas legendas.

Essa visão se complementa à análise do professor Vitor Barletta Machado, da Faculdade de Ciências Sociais, da PUC-Campinas, que questiona a ideia de que a juventude de hoje é mais engajada do que a de outras épocas. “Existe uma idealização do passado. Durante a ditadura, muitos sabiam o que estava acontecendo e preferiram ficar alheios”, explica. Segundo ele, o que muda hoje não é a proporção de envolvidos nas discussões políticas, mas os canais e linguagens usados para se manifestar.

Para Barletta, a apatia com relação à política sempre existiu entre a população brasileira, mas hoje ela ganha novas justificativas, muitas vezes sob a forma do discurso de descrença. Além disso, segundo ele, o ambiente de mobilização também mudou. “As igrejas exercem hoje grande influência na juventude no processo de entrada no mundo da política”, diz.

Com menos filiados e poder de pressão, os sindicatos perderam parte da influência que já tiveram no cenário político e social do país. O movimento estudantil também enfraqueceu nos últimos anos. Em contrapartida, a polarização ganhou força no ambiente digital e passou a ter papel central na mobilização da juventude. “A polarização é uma força contraditória: afasta alguns pela hostilidade, mas atrai outros justamente pelo clima de disputa intensa”, avalia o professor

**“Somos vistos como o
coração da militância, mas
raramente ocupamos cargos
de decisão.”**

Paulo Contrucci



Geração 8 ou 80

Este é o retrato de uma geração que oscila entre extremos. Para uns, a política virou espaço de ativismo radical; para outros, sinônimo de descrença e afastamento. É o “8 ou 80” que marca essa juventude.

Ao mesmo tempo, nunca houve tanto acesso à informação – mas nem sempre de qualidade. “Há uma diferença enorme entre quem se aprofunda e quem só consome memes e vídeos curtos”, afirma Barletta. “Muitas vezes quem pensa que sabe, sem de fato compreender, pode ser mais prejudicial ao debate político do que quem assume que não sabe nada”, completa.

Esse quadro ajuda a entender por que o voto jovem tem peso tão decisivo. Em 2022, a adesão de mais de dois milhões de novos eleitores praticamente decidiu a eleição, que levou Luiz Inácio Lula da Silva à presidência da República. Para 2026, espera-se que esse papel seja ainda maior. “O engajamento digital é importante, mas precisa se transformar em militância física, concreta. Seja na filiação a um partido, na atuação em movimentos sociais ou mesmo na organização de campanhas”, afirma Contrucci.

Já o professor da PUC-Campinas acredita que o legado dessa geração não será medido pelo número de militantes, mas pela inovação nas formas de participação. “A juventude de hoje está reinventando a militância – menos na rua, mais no feed. O impacto disso ainda estamos descobrindo”, avalia.

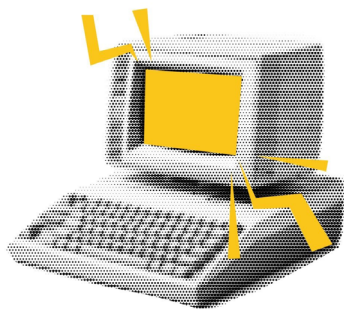
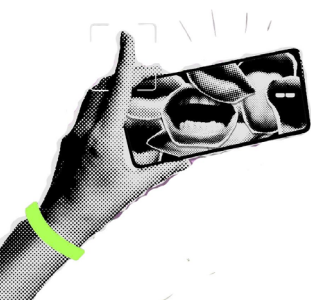
No fim das contas, tanto a visão prática de Contrucci quanto a análise histórica de Barletta mostram que a juventude está no centro das transformações políticas brasileiras. Se as redes sociais abriram espaço para a expressão, também trouxeram desafios: superficialidade, manipulação, bolhas e radicalização.

Resta saber se essa energia vai se traduzir em participação concreta. Afinal, democracia não se constrói apenas em posts ou curtidas, mas em votos, organização e debate real. O peso das eleições de 2026 – e talvez da própria política brasileira – pode depender justamente disso: se a geração conectada seguirá presa ao scroll infinito ou se será capaz de ocupar, de fato, o espaço público.

“Quando se esteticiza o debate, mobilizam-se os afetos”

Professor e pesquisador da PUC-Campinas, Tarcísio Torres Silva investiga como a comunicação, as artes visuais e as ciências sociais se entrelaçam no universo digital.

Doutor pela Unicamp, com passagens acadêmicas por Londres e Portugal, ele pesquisa a relação entre imagens, redes sociais e política – especialmente o papel dos memes, vídeos e estéticas digitais na formação do engajamento juvenil. Autor do livro *Ativismo digital e imagem*, o professor analisa como o ambiente virtual pode tanto aproximar os jovens da política quanto reforçar bolhas e polarização. Nesta conversa, ele comenta os riscos e potenciais desse cenário e reflete sobre o papel da juventude nas eleições e na democracia contemporânea.



**“O risco é ter
uma formação
rasa, simplificada,
ou até engraçada
sobre coisas
sérias como
desigualdade
social.”**

Tarcísio Torres



Como imagens, memes e vídeos curtos se transformam em ferramentas de engajamento político entre os jovens?

A gente tem que entender primeiro o conceito de memes. Para Richard Dawkins, autor do livro *O Gene Egoísta*, o fundamento é biológico, ou seja, assim como os genes transmitem características biológicas de geração em geração, os memes seriam unidades de transmissão cultural. Quando você transporta esse conceito para o universo dos memes, de um pequeno fragmento de conteúdo, a gente entende que ele por si só já carrega uma potência, um certo valor, que faz com que seja transmitido. Todo meme tem um significado universal ou de fácil compreensão e por isso não se limita aos jovens, atravessa gerações. E o universo político é um dos focos justamente por conseguir sintetizar coisas complexas em uma imagem ou frase curta.

Até que ponto a forma estética do conteúdo digital influencia mais do que a própria mensagem política?

Acho que a coisa está ficando cada vez mais estetizada. Existe uma estetização da política. Como vivemos em um mundo cada vez mais imagético e audiovisual, a política também caminha nesse sentido. E como é um espaço de poder que precisa de atenção, mobilização e engajamento, essa estetização chega por um viés interessante para quem produz conteúdo político. Mas a estética envolve emoção, e isso é mais complicado, porque o debate político deveria ser racional, democrático. Quando se esteticiza o debate, mobilizam-se os afetos. Isso é histórico. Na Segunda Guerra Mundial vimos muito isso. Ao longo do século XX, com a presença das imagens de massa, isso foi explorado e, no digital, ganharam novas frentes.

Os jovens aprendem sobre política tanto pelos memes e conteúdos audiovisuais quanto pelos canais jornalísticos tradicionais?

Os memes são um gatilho inicial. Eles despertam curiosidade: se você não entende nada de política e vê um meme, pode querer buscar o que está por trás. Isso é

bom. Mas a compreensão exige outros meios: audiovisual, jornalismo tradicional, informação aprofundada. O desafio é que os veículos enfrentam dificuldade em manter a audiência jovem.

Quais são os riscos de uma geração formar sua visão política principalmente a partir de conteúdos digitais curtos e visualmente atraentes?

O risco é ter uma formação rasa, simplificada, ou até engraçada sobre coisas sérias como desigualdade social, educação, segurança, violência. Além disso, existe a bolha: os conteúdos alimentam uma mesma perspectiva político-social, reforçando visões limitadas.

Esse tipo de comunicação política pode acabar simplificando demais questões complexas e, com isso, comprometer o debate democrático?

Sim. E não só na política. Várias frentes do conhecimento enfrentam esse problema de simplificação, com pouco espaço para debate. Isso compromete o debate democrático.

Como aproveitar o potencial criativo dessa estética digital para incentivar engajamento crítico e informado entre os jovens?

Já se entendeu que é a linguagem necessária para chegar perto dos jovens. Se você quer que eles reflitam, precisa usar humor, música, audiovisual, TikTok. Os políticos – tanto da direita quanto da esquerda – têm testado isso com diferentes estratégias.

Sua pesquisa transita entre comunicação, artes visuais e ciências humanas. Como essa formação interdisciplinar ajuda a compreender fenômenos como a linguagem das redes?

Minha formação em Comunicação e Artes Visuais me traz interesse em ler imagens, entender o que elas mobilizam. Como o mundo digital é cada vez mais imagético, isso é fundamental. Já as Ciências Sociais me ajudam a ter uma visão crítica: a sociologia me permite

ler apagamentos, desequilíbrios e disputas de poder que aparecem no digital.

A polarização política também se expressa em memes e vídeos. Eles reforçam ou desafiam a polarização?

Não há como escapar: eles reforçam. O meme funciona pelo sarcasmo, pela ironia, pelo duplo sentido – e isso já o coloca dentro de uma disputa simbólica. Ele carrega sempre um valor ideológico, mesmo quando parece só uma piada inocente. Além disso, memes e vídeos curtos se espalham muito rápido e tendem a simplificar temas complexos, o que alimenta visões já existentes em vez de abrir espaço para reflexão. Eles reforçam estereótipos e ajudam a consolidar comunidades que pensam parecido. Isso não significa que não possam provocar críticas ou gerar desconforto, mas, no geral, sua lógica de circulação acaba fortalecendo os polos, porque cada lado compartilha aquilo que confirma sua própria narrativa.

A circulação massiva de imagens políticas nas redes tem aproximado ou afastado os jovens de uma reflexão crítica?

No início, acreditávamos que imagens poderiam provocar revoluções digitais. A Primavera Árabe, o antigo Twitter, o Facebook, as Jornadas de Junho no Brasil mostraram essa potência. Mas depois vimos que os algoritmos passaram a entregar mais do mesmo, reforçando desigualdades e disputas de poder.

Quais tendências o senhor enxerga para os próximos anos no engajamento político digital dos jovens?

Enquanto o algoritmo seguir a lógica comercial, não vejo saída. Jovens têm menos contato com veículos tradicionais, que ainda tentam mostrar pluralidade. Nas redes, cada um vive sua bolha e cria ilusões de verdade. Isso o afasta da convivência democrática. Mas acredito que veremos também um movimento paralelo: jovens mais atentos à curadoria de informação, buscando fontes diversas e criando seus próprios espaços de diálogo. A fadiga das redes pode estimular novas formas de participação –

mais descentralizadas, comunitárias e voltadas a causas específicas.

Qual é o impacto das fake news e deepfakes na disputa simbólica das redes?

Acho que os jovens têm mais letramento digital, conseguem desconfiar de conteúdos absurdos, inclusive suspeitar de imagens feitas por IA. Para os mais velhos, é mais delicado, mas todos são suscetíveis.

Pensando nas eleições de 2026, que peso o senhor acredita que as redes sociais terão no comportamento político dos eleitores?

As eleições já começaram. Quando um player sai, outros entram. As redes mobilizam, levam às ruas, geram imagens. O perigo é cair de novo em armadilhas: acreditar em verdades únicas, sem buscar compreender o outro lado. O ideal seria pensar que todos querem melhorar a sociedade, mas não vejo isso acontecendo. Precisamos nos policiar para não vivermos excitados o tempo todo. Existe até um livro chamado Sociedade Excitada, que fala sobre essa lógica dos afetos.

Desde o lançamento de Ativismo digital e imagem, o que mudou no engajamento político da juventude?

Mudou a escala. Antes, com menos imagens, era possível construir narrativas a partir de registros amadores. Hoje, com smartphones, há muito mais imagens. Isso potencializou o ativismo, mas a polarização atrapalha. Em vez de várias histórias, vemos uma narrativa dominante. A pluralidade diminuiu, mesmo com mais conteúdo. Além disso, a velocidade com que as imagens circulam cria uma sensação de urgência permanente. A juventude reage rápido, mas nem sempre com profundidade. O engajamento aumentou, porém muitas vezes é fragmentado, impulsivo. Ainda assim, vejo um potencial enorme: quando conseguem ir além da disputa de versões e usar as imagens para investigação, memória e mobilização, produzem impactos reais. abundante em reflexão crítica e ação consistente.



VINTAGE

*A nostalgia é o
motor da cultura
contemporânea*



***Nada se cria, tudo se
copia e se repagina***

O passado nunca pareceu tão presente. Entre filmes, séries, músicas e roupas que revistam velhas fórmulas, nossa cultura atual parece viver em um constante eco do que já conhecemos. É como se o ontem estivesse se infiltrado no hoje, moldando o que assistimos, ouvimos e consumimos.

Patrícia Camarim, psicóloga e pesquisadora da UFSJ (Universidade Federal de São João del Rei), diz que revisitar lembranças funciona como uma bússola emocional. Segundo ela, essa sensação pode gerar um “estado nostálgico”, cuja intensidade, em alguns casos, interfere diretamente no humor e nas ações de uma pessoa. “Quando consumimos algo nostálgico, estamos explorando nossa própria história, refletindo sobre quem somos e sobre o que realmente importa em nossa vida”, explica.

*Reportagem,
Edição e Fotos*
Caique Amorim

O resultado? Uma sensação reconfortante, que prende atenção, envolve emoções e ao mesmo tempo, faz a pergunta inevitável: estamos criando coisas novas ou apenas repetindo o que já amamos?



Esse processo da nostalgia tem se mostrado uma ferramenta poderosa também sendo capaz de movimentar bilhões de dólares em indústrias como o entretenimento e o marketing. As marcas sabem disso e têm explorado esse sentimento para atrair consumidores, muitas vezes oferecendo produtos e experiências que prometem nos transportar para uma época mais simples e “feliz”.

Mas a nostalgia não se limita ao consumo. Compreender esse fenômeno é entender por que tantos jovens redescobrem os anos 60, 70, 80 e 90 como se fossem a “melhor era de todas”. Carina Kocsis, 29 anos, é veterinária, mas poderia facilmente ter saído de uma foto de 1965 por conta de seu estilo. Ao falar, porém com clareza, revela que apropriação ao passado não é fuga, mas construção de identidade.

Para muitos jovens, vestir roupas inspiradas em décadas anteriores ou ouvir músicas de outra geração não significa recusar o presente.

Ela sempre gostou de história. O pai era apaixonado por antiguidades, e a mãe vivia contando memórias da juventude. Cresceu ouvindo rádio, clássicos dos anos 60, especialmente os Beatles, e se apaixonou por esse universo. Até a zoavam por gostar de “coisa de gente velha”, mas ela deixa claro que sentia conforto nisso.

A paixão virou quase pesquisa pessoal. Aos 12 anos, ela devorou uma biografia de quase 900 páginas sobre John Lennon e mergulhou aos poucos no contexto do pós-guerra, das primeiras rebeldias do rock, das censuras e da explosão criativa dos anos 60. “Para mim, essa década é uma coisa à parte, à parte da história geral. Ela está no futuro e no passado. Por isso essa década me fascina especialmente”, resume.

Essa postura conecta-se com a análise dos historiadores, que entendem a moda e o comportamento como reflexos dos ciclos sociais. Na década de 60, os minivestidos que hoje circulam no Tik Tok, eram símbolos de rebeldia e modernidade. Nos anos 70, a calça boca de sino acompanhava a juventude que questionava sistemas políticos e buscava liberdade. Hoje, esses mesmos elementos retornam reinterpretados, muitas vezes

“Esteticamente e musicalmente talvez eu tenha nascido em outra época. Mas, eu estou muito feliz vivendo na atualidade de 2025. E muito bem, obrigada. Eu não romantizo o passado”

Carina Kocssis



misturados com peças contemporâneas de fast fashion ou brechós virtuais do Instagram.

Essa liberdade de resgatar estéticas passadas com os recursos e direitos do presente é uma das chaves do comportamento vintage e nostálgico como estilo de vida e não como moda passageira. “Há uma diferença fundamental entre viver vintage e consumir vintage”, aponta. A frase que Carina repete várias vezes sintetiza o fenômeno. “Nada se cria, tudo se copia, porém, se repagina. Sempre tem uma leitura do presente sobre aquilo que é resgatado. E isso é o mais legal.”

A fala não é apenas uma observação casual, ela traduz com precisão como a nostalgia atua como uma lente criativa e crítica, que reinterpreta o passado ao invés de apenas reproduzi-lo no comportamento. Ela cita a maquiagem icônica de Twiggy, ícone marcante dos anos 60, como um exemplo claro dessa reciclagem estilística. Os olhos marcados com cílios exagerados e traços gráficos, remetem diretamente às produções visuais dos anos 20.

No entanto, o contexto dos anos 60 transformou essa referência. Agora ela vinha acompanhada de minissaias ousadas, estampas psicodélicas e o espírito rebelde da juventude em efervescência.

Para outros, como Marcelo Américo de 25 anos, o vinil é a parte essencial da experiência. Estudante de música e produtor audiovisual, Marcelo cresceu cercado por discos, capas e histórias que giravam em 33 rotações por minuto. O interesse começou cedo: seu primeiro vinil foi um álbum de Michael Jackson, presente do pai quando ele tinha apenas 9 anos.

“Lembro de ficar olhando para a capa, para as letras, tentando entender como tudo aquilo era feito. A partir dali, comecei a ver a música de outro jeito”, recorda. O gesto simples acabou se tornando o ponto de partida de uma paixão que atravessa gerações.

Hoje, Marcelo não apenas coleciona vinis, ele trabalha com música, produz sons e cria trilhas que muitas vezes nascem do mesmo espírito analógico que marcou a infância. “A música sempre esteve na minha rotina. Cresci

vendo meu pai colocar um disco no toca-discos, e isso se tornou quase um ritual. O vinil tem alma, e é isso que me encanta”, afirma.

Segundo ele, o retorno dos discos vai muito além de uma tendência passageira. Há mais de um motivo para a volta da popularidade dos vinis. Além do valor nostálgico, a pandemia e o lockdown fizeram as pessoas buscarem novas formas de se conectar com o tempo, com a casa e consigo mesmas. “Muita gente redescobriu o prazer de ouvir música sem pressa, de colocar um disco e deixar a agulha percorrer o som inteiro”, explica.

Nos últimos anos, o mercado fonográfico comprovou essa retomada. De acordo com relatórios da IFPI (Federação Internacional da Indústria Fonográfica), as vendas de vinis cresceram de forma constante na última década, superando inclusive as de CDs em vários países.

“É muito mais envolvente ter em mãos um encarte grande, com fotos bonitas, cores vibrantes e um material diferenciado. Isso faz parte da magia do vinil”, diz Marcelo.

A psicóloga Patrícia afirma que a conexão entre nostalgia e discos de vinil vai muito além da simples saudade de um tempo que parecia não voltar mais. Para a juventude atual, revisitar o passado trata-se de memória, identidade e, em muitos casos, de encontrar conforto em momentos acelerados.

“Através dos sistemas neurológicos de acesso à memória, o indivíduo pode, ao olhar a capa ou contracapa de um vinil, ou ao ouvir suas faixas, acionar estímulos visuais e sonoros que despertam um emaranhado de lembranças”. Essas memórias podem vir carregadas de afeto e significado, acrescenta a psicóloga.

“Essa camada de reinvenção demonstra que a nostalgia é um reprocessamento simbólico. Cada geração, ao revistar estéticas anteriores, reinterpreta a luz de seus próprios dilemas, desejos e linguagens. É uma dinâmica que diferencia o consumo nostálgico superficial do uso consciente criativo do passado como ferramenta identitária”, finaliza Patrícia.

E quando jovens como Carina e Marcelo escolhem viver dessa forma, propõem leituras afetivas e estéticas

Marcelo Américo,
coleccionador, estudante de
música e produtor musical
(Foto: Arquivo Pessoal)



sobre o tempo. Ao revisitar décadas que não viveram, eles constroem pontes entre memórias herdadas e experiências contemporâneas, transformando referências antigas em matéria viva do agora. Nesse gesto, revelam que a nostalgia não é um retorno, mas um movimento: uma maneira de entender o mundo, de se posicionar nele e de imaginar futuros possíveis a partir das histórias que nos formaram. Estão dizendo que o passado ainda tem algo a dizer, e que o presente ainda tem algo a perguntar.

TENDÊNCIAS

MODA QUE VIRALIZA

Entre teoria e prática, o consumo consciente e o autoconhecimento são formas de desacelerar as escolhas impulsivas na moda pelas redes sociais



A frase **I want it, I got it** (Eu quero, eu compro), da música **7 rings** de Ariana Grande, nunca fez tanto sentido. Para 55% dos brasileiros, o **feed** das redes sociais já virou uma vitrine virtual, segundo o Relatório de Varejo 2025 da Adyen.

Com as compras migrando das lojas físicas para o digital, o TikTok Shop, lançado no Brasil em maio de 2025, movimentou US\$ 46 milhões nos primeiros meses, de acordo com dados do Itaú BBA. A cada cinco vídeos no feed infinito da plataforma, três são anúncios que podem durar de cinco segundos a dez minutos. O fenômeno, que atinge da geração Z à X, acende um alerta sobre como os brasileiros têm consumido moda.

TENDÊNCIA NA TEORIA

Na era digital, o funcionamento da indústria da moda se transformou, e o fator estético nunca esteve tão uniformizado. Para viralizar no TikTok ou no Instagram, basta que algo novo comece a fazer sentido, levando o usuário a desejar algo que, antes, talvez, nunca fosse desejável.

Para a jornalista Raíssa Zogbi, coordenadora de conteúdo da revista Z Magazine, formada em consultoria de imagem e personal shopper, o celular é o ponto central dessa dinâmica. “Estamos o tempo inteiro com o celular na mão. Procuramos um momento de entretenimento, e a compra acontece quase que inconscientemente,” inicia a profissional.

No passado, as tendências nasciam nas passarelas de Paris e Nova Iorque. Hoje, o fluxo se inverteu: o que bomba na internet se torna produto em questão de dias. Segundo Raíssa, “muitas marcas querem surfar na onda do que está bombando para vender mais. Mas isso reduz a originalidade e limita a criatividade, porque todo mundo segue a mesma coisa para fazer sucesso.” Esse movimento reforça a lógica do fast fashion: aquilo que é rápido, barato e descartável. Ou seja, o que é desejado por todos virou combustível do mercado.

**Reportagem
e Edição**

**Isabelly Godoy e
Gabriela Belloto**

Fotos

João Fortunato

Entretanto, se o consumo está acelerado, como manter personalidade ao vestir? Para Raíssa, a resposta está no equilíbrio. “Sempre vai existir um guarda-roupa cápsula em que 80–85% são do seu estilo, e 5–10% são tendências. Você pode testar modas, mas sem perder quem você é,” explica.

Assim, a identidade de quem usa “seu próprio estilo” continua sendo o diferencial, a essência. Mesmo diante de algoritmos que impulsionam tais tendências o tempo todo.

CONSUMO NA PRÁTICA

Mas o que transforma desejo em compra? Para a jornalista Helô Gomes, que há mais de 20 anos estuda moda, a resposta está no formato do conteúdo, pois “o vídeo é mais fácil do que o texto. No vídeo você está com outra pessoa. O ser humano precisa de sociabilidade. Tem mais emoção”, inicia a jornalista.

No TikTok Shop isso se intensifica. Com as reviews, proximidade com influenciadores, demonstrações do produto, tudo está ao alcance do usuário apenas por um clique. E o poder dessa estratégia consiste em “o vendedor mostra o produto, os problemas e as soluções. Isso influencia a compra”, explica.

E para o consumidor, isso não é mais teoria e, sim, uma prática no dia a dia. Rafaela Azevedo, de 18 anos, estudante do último ano do ensino médio em Campinas, faz suas compras online em média uma a duas vezes por mês. E o feed costuma ser um gatilho. “Sempre aparece vídeos de meninas mostrando roupas com o ID, e eu acabo sendo bastante influenciada por isso,” conta a estudante.

Portanto, entre vídeos de “look do dia” e publis disfarçadas, a linha entre o entretenimento e a publicidade nunca esteve tão tênue. E o algoritmo trabalha para que ela se mantenha assim, pois quanto mais o usuário vê o produto, mais ele deseja. Rafaela admite que já chegou a comprar peças apenas por saber que estava “em alta”, viralizado pelas redes sociais, mas hoje, muitas delas estão paradas em seu guarda-roupa. “Já aconteceu de eu comprar peças que estavam em alta, mas nem combinavam com meu estilo. Usei umas três vezes e agora estão jogadas no meu armário”, conta.

No entanto, é importante destacar que: isso não é

“Vejo vídeos
de meninas
mostrando
roupas com o ID,
e acabo sendo
influenciada por
isso”

Rafaela Azevedo



uma experiência isolada. Segundo o Relatório do Varejo 2025 da Adyen, Millennials e geração X somam 65% dos consumidores pelas redes sociais, enquanto a geração Z representa 24%.

O comportamento é coletivo, mas o controle precisa ser aprendido a ser individual. Helô reforça que plataformas como o TikTok Shop não são as vilãs, mas o maior ato de resistência de alguém na internet hoje, é o unfollow. “A internet não é boa nem má. Ela é uma ferramenta. Você decide quem seguir. Não gostou? Pare de seguir quem só faz propaganda. Vai seguir literatura”, finaliza a especialista. Então, compreender os limites do consumo e ter um autoconhecimento são detalhes que não podem ser esquecidos.

Por fim, moda é comunicação. Estilo traduz a identidade de quem veste. Entre o que somos e o que queremos ser, o consumo consciente exige em seguir menos “o que está em alta” e, sim, o que compõe cada ser humano.

DICAS PARA UM GUARDA-ROUPA INTELIGENTE

Estar em uma era digital, que é totalmente conectada, não é fácil. Principalmente quando surge aquela dúvida constante em frente ao espelho de “qual é o meu estilo?” ou “comprei uma blusinha e ela já saiu de moda?”. A verdade é que a velocidade das tendências é tanta que até o algoritmo se perde.

Mas calma! É aqui que as nossas divas da moda entram: Raíssa Zogbi e Helô Gomes. Enquanto uma traduz a moda na teoria, a outra, explica a prática no dia a dia. Juntas, mostram que o estilo se constrói. E, não, o estilo não se compra.

RAÍSSA ZOGBI UM BOM BLAZER VAI COM TUDO!

Para Raíssa, que entende de moda no mundo das passarelas, mas também entende de consultoria de imagem, o guarda-roupa ideal é aquele que reflete o que você é e não o que o algoritmo te diz para vestir. “Durante muito

“Muitas marcas
querem surfar
na onda do que
está bombando,
mas isso reduz
a originalidade
e limita a
criatividade”

Raíssa Zogbi



tempo se falava em construir um guarda-roupa inteligente com cinco peças. Mas isso é muito relativo”, inicia, “o que é essencial para mim pode não fazer sentido para você.”

Ela lembra que o clássico “pretinho básico” nem sempre combina com algumas paletas e estilos. “O seu básico pode ser marrom, azul-marinho, ou até uma estampa. O importante é ter peças versáteis, que acompanhem por mais tempo”, finaliza.

Segundo Raíssa, as seguintes peças são sempre uma boa aposta para o guarda-roupa: camisa branca (“vai do escritório ao happy hour”), calça jeans (“com tênis e camiseta de manhã, com blazer à noite”), tênis branco (“conforto e estilo em qualquer ocasião”) e acessórios inteligentes (“um cinto, lenço, bolsa, são esses detalhes que transformam o seu look!”).

HELÔ GOMES

ONCINHA É O POZINHO DE PIRLIMPIMPIM!

Especialista quando o assunto é moda, Helô Gomes é direta: gostar de moda não é ter uma lista infinita de compras. “É ter informação e autoconhecimento. Moda é expressão, não estoque”, inicia.

Para a fashionista, o segredo está em treinar o próprio olhar e até o feed da rede social. “Eu mesma estou treinando o algoritmo para me mostrar só coisas criativas. A internet é uma biblioteca infinita. O que muda é o livro que você escolhe”, continua.

E o que vestir, afinal? Helô acredita em misturar referências, algo como o estilo Agostinho Carrara. A brincadeira de estampas que o personagem faz na série de comédia da TV Globo é a mesma quando o assunto é brincar com o que já tem e fugir da culpa. “A roupa tem que fazer você se sentir você. Se o look te dá prazer e conforto, é moda também”, finaliza.

Para Helô, as seguintes dicas são sempre uma boa aposta para o guarda-roupa: peças com história (“aquelas que atravessam as diversas fases da vida”), mix de textura e estampa (“oncinha com alfaiataria? Pode”) e menos ego, mais valor (“não é sobre mostrar o que você tem, e sim o que você é”).

! **ESTILO NÃO** É O QUE VOCÊ VESTE, É O QUE VOCÊ **ATRAVESSA** QUANDO VOCÊ VESTE!

Para a
jornalista e
influenciadora
Heloísa
Gomes, a
internet pode
ser uma aliada
quando o
assunto é
moda

*Entrevista,
Edição e
Fotos
Isabelly
Godoy*



Faça um teste rápido: abra sua rede social favorita e percorra dez publicações. O que aparece com mais frequência? Dicas de moda, beleza, humor, curiosidades, fofocas? A linha do tempo diz muito sobre o que consumimos – e sobre o que tem moldado nossas conversas.

Com as constantes atualizações tecnológicas, é difícil entender como realmente funcionam os algoritmos e isso se tornou um desafio até mesmo para especialistas. Embora cada rede social funcione com critérios próprios, todas seguem a mesma lógica: organizar conteúdos a partir do comportamento do usuário – como se fosse uma receita de bolo que combina preferências e tempo de visualização na tela.

Diante disso, vem a pergunta: no dia a dia, o algoritmo é nosso aliado ou vilão? Para entender melhor essa relação, conversamos com a jornalista e influenciadora Heloísa Gomes – conhecida como Helô Gomes. Com passagem pela RG Vogue e vencedora de premiações do Intercom, Helô construiu uma carreira sólida na comunicação de moda e, hoje, dedica-se integralmente à produção de conteúdo digital. A seguir, ela compartilha sua visão tanto como profissional da internet quanto como consumidora.

Por que, na sua avaliação, as pessoas têm preferido consumir vídeos em vez de textos?

Porque o texto é muito solitário. No livro “What We See When We Read” – o que a gente vê quando a gente lê –, que é maravilhoso, o autor explica que quando lemos, primeiro decodificamos as letras e, depois, criamos uma imagem mental do que aquela palavra significa. São dois processos significados: primeiro entender o significado da palavra e, depois, visualizar a imagem.

O que há de tão humano no formato do vídeo que faz com que ele engaje mais do que o texto?

O vídeo tem alma humana. É a oralidade. O texto, bom ou mal, ainda passa pelas regras gramaticais e pela linha editorial de quem escreve. Já a oralidade é a raiz da nossa comunicação.

Na sua opinião, você acredita que as pessoas confiam mais no que veem nos vídeos do que no que leem nos textos? Por quê?

As pessoas acreditam mais nos vídeos do que nos textos porque o vídeo é mais rápido. É velocidade. É como duas pessoas subindo uma escada para te contar uma história: uma corre e a outra vai devagar. Você ouve primeiro a mais rápida e, quando a segunda chega, você já foi impactado por uma versão. Não é sobre credibilidade, mas sobre a rapidez com que a informação chega.

Você acha que o TikTok compreender o que a gente quer ou nos ensina a desejar? Como você interpreta essa relação entre usuário e algoritmo?

Acho que é uma construção conjunta. É como fazer esporte e se alimentar bem. Cada combinação te leva a um lugar diferente. Com a internet é igual – você consome, e ela vai caminhando com você. Não sei se o TikTok entende o que a gente quer ou se nos ensina a desejar, mas acredito que o algoritmo não blefa. A gente não engana o algoritmo. Ele sabe exatamente o que você está fazendo, tanto como um criador [de conteúdo] ou como consumidor.

Até que ponto o algoritmo funciona como ferramenta e em que momento ele pode se tornar um mecanismo de manipulação?

Eu acho que o algoritmo é uma ferramenta que manipula. É como um martelo e um prego: o martelo manipula o prego até ele entrar. A gente precisa parar com essa ilusão de que não sabemos como o algoritmo funciona e, por isso, ele seria inocente. Não é. É capitalismo. Algoritmos são construídos por empresas privadas – e esse é o jogo. O Muro de Berlim caiu em 1989

Os feeds personalizados aproximam ou aprisionam os usuários em bolhas de conteúdo? De que forma isso acontece?

Eu lido com o Instagram como o Fernando Pessoa lidava com os heterônimos: ele tinha vários, eu também. Tenho várias contas. Cada uma atende a um lado meu, e entro na

**‘As pessoas
acreditam mais
nos vídeos do
que nos textos
porque o vídeo
é mais rápido.
É velocidade.’**

Heloísa Gomes



que faz sentido para o que estou sentindo naquela hora. É como um self-service, você vai modulando o tempo todo. Acho que é assim que a gente tem que lidar com o Instagram. Por isso, quando alguém diz: 'A internet está tóxica', eu penso: fale por você. Você constrói a comunidade ao seu redor. Se ela está te fazendo mal, reveja a sua vida.

Você acredita que o consumo consciente depende necessariamente de autoconhecimento? Como esse processo começa?

O consumo consciente é consumo sustentável, e para sustentar algo, você precisa entender o processo. Como vou saber o que é sustentável para mim, até em algo simples como água? Para uns pode ser beber cinco litros por dia; para outros, menos. Com moda o consumo sustentável é igual. Comprar por impulso pode ser maravilhoso se você se conhece. Porque aí você usa tanto aquela peça que ela se paga. O problema é comprar por impulso sem autoconhecimento. Depois você nem consegue aproveitar. No fim, autoconhecimento é tudo na vida. A gente sabe quanto custa viver, emocionalmente, afetivamente e financeiramente.

Como a gente pode identificar quando está comprando por um desejo genuíno e não moldado por uma influência digital?

Acho que o desejo real vem da influência. O ser humano é sociável, e a sociabilidade é maravilhosa. Quando o blog 'Sanduíche de Algodão' explodiu, eu estava numa fase em que não queria que ninguém usasse nada parecido comigo. Me copiaram muito nas estampas. Eu entendo a frase da Gabrielle Chanel – 'o maior elogio é a cópia' – mas dói quando alguém passa por cima de você, sabe? Pode até produzir melhor, mas a ideia era minha. Aí assisti **Quatro Amigas e um Jeans Viajante** e pensei: estilo não é só o que você veste, é o que te atravessa quando você veste.

O que significa para você ter uma identidade bem definida no meio digital? Como ela se constrói?

Identidade não nasce no rompante; nasce na disciplina,

na repetição. Van Gogh pintou sete girassóis e todos são perfeitos. Monet fez 27 versões da ponte japonesa – e todas têm identidade. Uma pessoa, para ter identidade, tem que causar emoção nos outros. Se não provocar nada, ninguém olha. Lembro do professor Pasquale [o professor de língua portuguesa Pasquale Cipro Neto] que dizia que o gerúndio era errado, que veio das empresas de telefonia, do inglês. Eu discordo: amo o gerúndio porque ele junta passado, presente e futuro. Quem é da moda tem que viver a moda para poder falar dela. Precisa viver a notação para falar de notação.

‘Você constrói a comunidade ao seu redor. Se ela está te fazendo mal, reveja a sua vida.’

Heloísa Gomes



FORA DO CAMPO

Em DUAS telas, o MESMO jogo

Do sofá ao celular, a disputa pelas transmissões mostra que a partida pela TV aberta ou *streaming* acontece também fora de campo

Gritar um gol com a família reunida na sala, diante da TV ligada no canal aberto, sempre foi um ritual sagrado para o torcedor brasileiro. Mas esse hábito vem sendo desafiado por uma nova cena: jovens conectados em seus celulares, acompanhando a mesma partida, com cortes rápidos no TikTok ou transmissões ao vivo no YouTube. Se antes a pergunta era em qual canal ver o jogo, hoje a questão é em qual tela e experiência o torcedor quer viver.

A disputa entre a tradição da televisão aberta e a flexibilidade do streaming não é apenas tecnológica. Ela mexe com identidade, gerações e até com a maneira como entendemos o espetáculo esportivo. É nesse cenário que canais digitais, como o GOAT, ganham espaço e desafiam gigantes históricos. O canal, nascido em 2019, ganhou força com a chegada de Cristiano Ronaldo à Arábia Saudita e se consolidou como uma alternativa para quem busca algo além do eixo tradicional, como o futebol brasileiro.

Para a jornalista **Ingrid Serafim**, produtora do canal, o diferencial do GOAT está na acessibilidade e na diversidade de programação. O canal transmite gratuitamente jogos como os da série A2, do Campeonato Paulista e até a WNBA, liga profissional de basquete feminino dos Estados Unidos, ampliando a visibilidade de ligas pouco exploradas pela TV. “Além de ser gratuito, as plataformas digitais dão espaço para esportes e campeonatos que não têm tanta visibilidade em canais abertos. Apostamos em narrativas diferentes, no feminino, no alternativo, no que foge do óbvio”, explica.

Reportagem

Bianca Freitas,
Júlia Domingues e
Marília Coimbra

Edição

Bianca Freitas e
Júlia Domingues

Fotos

Marília Coimbra

Transição

O digital descentralizou o espetáculo. Clubes menores e atletas de modalidades menos populares agora têm chance de aparecer para públicos que jamais teriam acesso a eles

**“As plataformas digitais
dão espaço para esportes
e campeonatos que não
têm tanta visibilidade em
canais abertos”**

Ingrid Serafim



pela TV tradicional. No caso do futebol feminino, esse movimento é especialmente simbólico: com o aumento de transmissões online, as jogadoras ganham mais visibilidade, marcas passam a se interessar e a cadeia de investimento no esporte começa a se fortalecer.

A mudança no modelo de transmissão tem impacto direto no acesso. **Victor Della Noce**, 20 anos, vê essa migração como parte de uma lógica comercial. “Antigamente a TV aberta era o produto principal. Hoje, o produto é o streaming. Eles querem você logado no aplicativo, porque assim têm seus dados e conseguem vender mais caro.” Para ele, a transição das emissoras para plataformas fechadas “dificultou demais o acesso” aos jogos e programas esportivos, especialmente para quem não pode pagar por múltiplas assinaturas.

Enquanto isso, a TV aberta, com a programação fixa e gratuita, sempre ditou o que o público ia consumir, mas a chegada das plataformas digitais abriu o leque de opções e mostrou que há interesse real em esportes que não tem grande visibilidade e narrativas diferenciadas. Essa é talvez a mudança mais revolucionária dos últimos anos, porque não só acompanha novos hábitos de consumo, mas redefine quem pode fazer parte do espetáculo. De acordo com uma pesquisa realizada pela Samsung Ads e divulgada em março de 2025, cerca de 93% dos fãs de futebol e automobilismo preferem consumir conteúdos esportivos via streaming, mas nem todo jovem se identifica com essa migração.

O Fórum SBTVD (Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre), entidade sem fins lucrativos que contribui para o desenvolvimento da TV digital no Brasil, mostra que a televisão aberta resiste com sua força histórica, sustentada pela acessibilidade, gratuidade e pelo peso cultural. Segundo o Fórum SBTVD, a televisão é responsável por disponibilizar conteúdo em alta definição sem custo para a população, por isso mesmo com o crescimento das plataformas, nunca será deixada de lado.

Para **Alexandre Azank**, coordenador do Globo Esporte EPTV, o desafio na busca por audiência é equilibrar tradição e inovação. “Não adianta a gente querer chegar no Globo Esporte, que já é um produto muito consolidado, e querer

“Quando tudo vira brincadeira, você perde profundidade. A resenha tem espaço, mas não pode substituir a informação”

Alexandre Azank



mudá-lo 100% de uma hora para outra. O Globo Esporte é um programa que tem décadas e décadas, mas que está em constante movimento, mudando, mas, ao mesmo tempo, mantendo a sua essência”, explica.

Essa adaptação passa pela disputa de atenção com as telas paralelas, como celular e televisão. “Atualmente é difícil você dividir a televisão aberta com as telas. A pessoa está consumindo o produto na televisão aberta, mas ao mesmo tempo está com o celular na mão. Então como se tornar relevante diante desse público que está se dispersando na forma de consumir?”, analisa Azank. “O diferencial está em trazer histórias que a pessoa não vai consumir ali na tela. Isso sim vai prender atenção”.

Para Antonio Neto, 17 anos, torcedor do Corinthians, essa fragmentação das transmissões prejudica a experiência. “É complicado assistir futebol hoje. Cada jogo passa em um lugar, e agora ainda colocam em streaming para você pagar. Acho que o futebol devia ser um direito”, afirma. Para ele, a falta de padrão nas

transmissões e a percepção de parcialidade em alguns canais também afastam o torcedor. “Às vezes você quer ver uma coisa mais profissional, sem resenha e piadas.”

Azank ressalta os limites dessa adaptação. Segundo ele, a linguagem das transmissões digitais, mais leves e recheadas de piadas, como na Cazé TV, nem sempre funciona quando é transportada para a televisão. “Quando tudo vira brincadeira, você perde profundidade. A resenha tem espaço, mas não pode substituir a informação”.

Para ele, a credibilidade da televisão aberta exige equilíbrio: é preciso entreter, mas também informar, sem subestimar o público. A mesma preocupação aparece no discurso de **Gustavo Henrique**, produtor e roteirista da Cazé TV.

Gustavo afirma que o desafio está em manter o tom descontraído que atrai o público jovem, sem abrir mão da responsabilidade jornalística. “A Cazé TV tem um público mais jovem, muitas vezes em formação de opinião, então precisamos ter cuidado com o tom que usamos. A conversa pode ser

“O desafio é equilibrar a resenha com a responsabilidade, sem deixar o conteúdo ficar quadrado”

Gustavo Henrique



leve, natural, mas sempre respeitosa. O desafio é equilibrar a resenha com a responsabilidade, sem deixar o conteúdo ficar quadrado, sem perder o respeito”, explica.

Essa atenção à linguagem e a forma de comunicar reflete uma mudança ampla no consumo esportivo. Para Ingrid Serafim, produtora do canal GOAT, a força das plataformas digitais está justamente em oferecer novos espaços e perspectivas. “As pessoas não querem só o jogo pelo jogo, querem resenha, interação e autenticidade. Querem ver cortes engraçados depois, e isso as plataformas digitais promovem de um jeito que a TV aberta ainda não consegue”.

“O torcedor ganha opções, os profissionais ganham espaço e as empresas crescem. Não é sobre substituir a TV, é sobre se complementar”

Fernando Ribeiro



Expansão

No meio desse campo, a ESPN ocupa um lugar estratégico: uma TV por assinatura, mas que investe pesado em conteúdos digitais. Para o narrador **Fernando Ribeiro**, que já viveu os dois mundos, a pluralidade de transmissões é positiva para todos. “O torcedor ganha opções, os profissionais ganham espaço e as empresas crescem. Não é sobre substituir a TV, é sobre se complementar”, afirma o jornalista.

Essa complementaridade aparece em práticas concretas. A ESPN transmite jogos ao vivo, mas também oferece vídeos compactos de 10 minutos no YouTube e cortes rápidos para o TikTok e o Instagram. “Quem quer ver tudo, pode. Quem só quer highlights, também. É possível ser profundo e dinâmico ao mesmo tempo”, explica Ribeiro. Para ele, a chave está em se adaptar à linguagem jovem sem abandonar a qualidade que construiu a marca.

O futuro ainda reserva novidades, como a TV 3.0, destacada por Azank, que promete interatividade inédita ao permitir que o torcedor troque narradores, escolha câmeras e até compre produtos pela tela. Mas enquanto essa revolução não chega de vez, o presente já é claro: o esporte deixou de ser monopólio de uma tela só.

Entre a tradição da televisão aberta, a liberdade dos streamings gratuitos e a profundidade da TV por assinatura, quem define o rumo do jogo hoje é o torcedor, uma geração que não espera pelo apito final para comentar, prefere cortes curtos ao jogo inteiro e se conecta tanto pela resenha quanto pela análise.

Se antes o estádio era a arquibancada do futebol, hoje é múltipla, feita de celulares, smart TVs, memes e transmissões simultâneas. E neste novo campeonato, não basta transmitir: é preciso conquistar a atenção de um público que não tem paciência para esperar, mas exige autenticidade em cada lance.

CLT versus Pejotização

Com um aumento de 25% no número de jovens empreendedores nos últimos 12 anos, uma nova definição de trabalho tem surgido, fazendo com que os registros em carteira e suas normas, percam espaço, diante do tempo de qualidade de vida e independência financeira.

Reportagem
Edição e
Fotos

Bruno Dantas

**As irmãs Ana Flávia
Silva e Ana Carolina
Silva - uma tem
carteira assinada,
enquanto a outra
trabalha como
pessoa
jurídica**





despertador toca às 4h30 na casa da família Silva. Uma hora depois, outro alarme dispara. É a rotina das irmãs **Ana Carolina Silva**, 30 anos, e **Ana Flávia Silva**, 27 anos, que acordam cedo para seguir rotinas de trabalho completamente diferentes. Uma tem carteira assinada, enquanto a outra vive o processo da **pejotização**, ou seja, é uma PJ (pessoa jurídica).

Enquanto Ana Flávia se divide entre montadora de carro de dia e estudante a noite, um de seus maiores desafios, é equilibrar o curto período de folga entre “os trabalhos da facul e a limpeza da casa”. Já sua irmã e social media Ana Carolina, atuando como pj de forma híbrida admite que entre ser CLT e uma pessoa jurídica surge uma grande responsabilidade, que inclui gestão de: tempo, finanças e demandas.

De acordo com a pesquisa de 2024 do instituto Data Folha, 59% dos jovens ouvidos, preferiam trabalhar como autônomos, enquanto apenas 38% preferia trabalhar registrado em uma empresa. Entre jovens com 16 até 24 anos, 68% preferem a autonomia, enquanto 29% preferiam o trabalho registrado. Os 3% restantes não quiseram ou não souberam opinar.

Assim como eles, Ana Flávia pensa em deixar o regime CLT para trabalhar como PJ. “É bom ter férias, décimo terceiro e convênio, mas o salário é muito pouco; então, ganhar mais como PJ, se for ver, compensa.” Segundo a Programa Nacional de Amostras a Domicílios divulgada neste ano, 39,8 milhões de trabalhadores do setor privado têm carteira assinada – um recorde em relação ao ano anterior. Nesse cenário, a pejotização tem chamado a atenção das empresas por ser uma via de mão dupla, na qual os ganhos financeiros são bem maiores para os empregadores.

Para o advogado trabalhista **Lucas Daniel Cândido Yari**, 30, as empresas preferem contratar um PJ, pois não há o recolhimento de nenhuma contribuição, como INSS e FGTS. “O PJ divide o ônus e o bônus com a empresa”

Mas a sonhada ‘flexibilidade’ de ser PJ tem custos. De acordo com a PNAD, 70,3% dos jovens empreendedores não contribuem para a previdência privada. Para o professor de economia da PUC-Campinas e consultor de empresas **Celso Pedroso de Campos Filho**, o dado acende um alerta. “A

**Advogado
trabalhista
Lucas Daniel
Cândido Yari**



falta de planejamento financeiro e a não contribuição [para a previdência privada] podem trazer sérias consequências aos jovens empreendedores e PJs, a longo prazo”.

Segundo ele, a contribuição pode ser feita, mas, na média, o valor recolhido é menor. “Entre um contratado e um PJ, as arrecadações são muito diferentes e isso pode impactar diretamente as aposentadorias futuras.”



Professor de economia Celso Pedroso de Campos Filho

Por dentro da lei

Com o tema atualmente em debate no Supremo tribunal federal (STF), será decidido se legalizarão ou não a contratação via pessoa jurídica ou se o regime celetista deve prevalecer. Segundo relatório da Fundação Getúlio Vargas (FGV), a pejetização pode provocar uma queda de até R\$ 89 bilhões na arrecadação da Previdência, um rombo capaz de comprometer o pagamento de aposentadorias nas próximas décadas.

Desta forma muitos jovens como as irmãs Ana Carolina e Ana Flávia seguem lutando por seus sonhos, enquanto sua vida profissional, se adapta a realidade do mercado de trabalho que mesmo trazendo muitas oportunidades, todas elas conduzem a um futuro incerto.



A photograph of a rodeo event. A rider in a blue shirt and protective vest is on a dark bull that is bucking. The rider's right arm is raised. In the background, a crowd is visible behind a fence, and a man in a green shirt and cowboy hat stands in the foreground. A sign with the word 'PILAO' is partially visible on the left.

SEGURA, PEÃO

Paixão por Rodeio

Em 2025, a Festa do Peão de Barretos comemorou a sua 70ª edição e reuniu quase 1 milhão de pessoas. Vamos descobrir por que tantos sertanejos, *cowboys* e *cowgirls* investem tempo e dinheiro neste tipo de evento.

Você sabia que o primeiro rodeio no Brasil, realizado em Barretos, no interior de São Paulo, em 1947, se tornou a maior festa de peão da América Latina? Hoje, são realizadas festas de peão em centenas de cidades por todo o país, que reúnem amantes de música sertaneja e provas de arena com touros e cavalos.

A paixão do fotógrafo e publicitário **Felipe Calicchio**, de Americana, pelas festas de peão vai além dos shows e o clima do evento. Para ele, “O principal atrativo da festa é o rodeio, especialmente as montarias, que considera emocionante e envolvente, com a torcida vibrando para o peão conseguir permanecer os oito segundos exigidos pelo regulamento, sentado no animal”.

Para Calicchio, festas como a do rodeio de Americana, com montarias da PBR - liga mundial de montaria em touros - e shows sertanejos são a essência do evento. “Essa é a verdadeira combinação que faz tudo valer a pena”, afirma. Fã do sertanejo universitário, ele prefere ouvir e cantar com as duplas e cantores da nova geração aos modões antigos.

Na sua opinião, quando o gênero se mistura com outros estilos, como o funk, ele ajuda a atrair públicos diferentes e renovar o interesse pelo evento. Mas também reconhece que a diversidade musical pode fazer o rodeio perder um pouco da sua identidade original. “É como um restaurante que muda seu prato principal e perde sua especialidade”, diz.

Se o repertório musical não o atrai, Calicchio prefere ficar em casa e acompanhar as montarias pela internet. Mas se está presente à festa, gosta de se acomodar nos camarotes, principalmente os que têm open bar. Na sua opinião, as festas de peão vão além do rodeio. “É um encontro de emoção, cultura e oportunidades profissionais para quem vai assistir, trabalhar, estudar ou simplesmente aproveitar a música e a comida.”

No rodeio de Americana deste ano, ele teve a oportunidade

**Reportagem
e Edição**

Erica Barbosa e
Pamela Sousa

Fotos

Felipe Calicchio e
Arquivo Pessoal

de fotografar a cantora Ana Castela. A experiência enriqueceu seu portfólio e tornou o rodeio ainda mais especial, especialmente com a abertura marcada por um show de fogos. “Quando vou trabalhar, costumo ir sozinho ao rodeio, mas se a ideia é só curtir, levo minha esposa”, finaliza.

A auxiliar de veterinária **Gabrielly Marzin** é apaixonada pelo universo dos rodeios, montarias e shows que alegam as festas. Das modalidades, ela prefere a dos três tambores, na categoria feminina, que sonha em praticar um dia. “Não é só a emoção das montarias, mas também a sensação única de participar ao vivo dos shows”, conta.

O que leva Gabrielly às festas é justamente a experiência de estar em um ambiente diferenciado, prestigiando artistas que acompanha no dia a dia e assistindo de perto o espetáculo. “Não faço questão de ficar em um lugar diferenciado, porque o essencial é estar presente e viver o momento”, diz.

As festas funcionam como um verdadeiro refúgio para ela. “A adrenalina está nas competições, na alegria compartilhada e no encontro com amigos. Eu esqueço os problemas do dia a dia”, afirma.

Gabrielly defende a presença da música sertanejo raiz nas festas de peão por ser o gênero que traduz a verdadeira identidade do rodeio. Mas reconhece que a mistura do sertanejo com funk ou eletrônico ajuda a atrair novos públicos e ampliar o interesse pelos eventos. Por outro lado, segundo ela, há uma perda da essência tradicional do rodeio, que é sinônimo da música sertaneja mais autêntica.

As atrações musicais têm peso na hora de decidir ir ao evento. Ela não pensou duas vezes, por exemplo, para assistir o show de Bruno & Marrone no rodeio de Jaguariúna. Mas ela desistiu de ver a artista Ana Castella por dois motivos: a presença de crianças e a dificuldade de enxergar o palco.

Entre os rodeios que marcaram sua trajetória, o mais especial foi o de Bruno Barreto, em Monte Mor, em 2024. “Foi um evento pequeno, mas inesquecível pela conexão dos artistas com o público e pela chance de viver tudo isso ao lado da família”, diz ela.

Quando vai às festas de peão, Gabrielly prefere estar acompanhada da família e amigos. Para ela, esses momentos de companhia e diversão tornam a experiência ainda mais

Gabrielly Marzin defende
a presença da música
sertanejo raiz nas festas
de peão



significativa, fortalecendo laços enquanto curte o rodeio.

O estudante de Jornalismo **Murilo Sacardi** carrega desde cedo uma paixão pelas festas de peão. Para ele, o evento representa uma expressão cultural profundamente ligada às raízes de sua cidade, Santa Bárbara d'Oeste, e de outras do interior paulista. Para ele, o rodeio vai além do espetáculo: é uma forma de manter vivas tradições herdadas dos antepassados, influenciadas, inclusive, pelos imigrantes do sul dos Estados Unidos.

Ele gosta tanto das provas como dos shows musicais. Sua rotina é sempre a mesma: procura chegar cedo à festa para acompanhar as modalidades, como os três tambores, cutiano – o rodeio em cavalos – e as montarias em touros, muitas delas disputadas em etapas internacionais da PBR. A combinação de adrenalina e música é, para ele, a essência das festas de peão.

“Prefiro participar do evento no camarote, que oferece mais conforto para enfrentar as longas horas de programação”, diz ele. Fiel ao sertanejo e à música country, Sacardi defende os gêneros que acredita serem essenciais para manter a identidade e a tradição das festas de peão.

“Não gosto da mistura com outros estilos, como funk ou eletrônico. Acho que esses ritmos têm seu espaço em outras festas”, afirma. Ele já chegou, inclusive, a deixar de ir à Festa do Peão de Americana por não se identificar com a grade musical da festa, naquele ano.

Entre os eventos mais marcantes está justamente a tradicional festa de Americana, que frequenta desde a infância. Nas lembranças estão os shows de Chitãozinho & Xororó e César Menotti & Fabiano, que, segundo ele, representam a força da música sertaneja.

Murilo costuma ir aos rodeios acompanhado da família ou dos amigos, e vê nesses eventos um espaço democrático, que reúne diferentes perfis de público em torno da mesma paixão pelo universo sertanejo. “É surreal a conexão que esses artistas conseguem criar com o público”, finaliza.

A paixão pelas festas de rodeio começou na infância da administradora financeira **Ana Carolyne Souza**. Desde criança, ela sempre se encantou com as montarias, tanto de touros quanto de cavalos. “Essa adrenalina é a alma do rodeio e o que acelera meu coração a cada prova”, afirma. Os shows também



Ana Carolyn Souza acredita que cada gênero tem seu espaço e que o rodeio deve preservar sua identidade tradicional, a música sertaneja

têm peso, admite, mas nada supera o momento em que os animais entram na arena.

Ana reconhece que os preços dos ingressos das festas de rodeio variam conforme a estrutura e o local, mas isso não diminui sua vontade de participar, especialmente quando o evento oferece uma “experiência completa”. Ela já circulou por todos os espaços, da pista, camarote à área premium, mas é a pista que conquistou seu coração. “Na pista a energia é diferente... é o calor humano, a vibração coletiva, a emoção compartilhada”, afirma.

Para Ana, ir a um rodeio é viver um “frioquinho na barriga” único. “Só quem vive o rodeio sabe como é”, afirma, reforçando o quanto essa cultura faz parte de sua história.

Nos rodeios, Ana é fiel ao sertanejo raiz e às modas de viola, estilos que considera cada vez mais raros nas festas de peão. “Não gosto da mistura com outros ritmos, como funk e eletrônico”, diz ela. “Cada gênero tem seu espaço e o rodeio deve preservar sua identidade tradicional”.

Sua defesa é tão forte que ela já deixou de ir a eventos cuja programação musical não a representava. Mas quando ela gosta dos artistas, não pensa duas vezes em assistir o show. Foi assim com Henrique & Juliano, que ela assistiu três vezes.

Um dos rodeios que mais marcaram a sua vida foi o de Hortolândia, em 2024. Além dos shows de Henrique & Juliano e Gustavo Lima, a homenagem a Nossa Senhora Aparecida a emocionou muito. “A atmosfera de fé e a presença de um padre me fizeram chorar de emoção. Guardo aquele dia para sempre”, diz ela.

Para a estudante **Heloisa Araújo**, as festas de peão vão além do entretenimento. Vinda do interior do Paraná, ela cresceu em uma família rodeada pela cultura rural. “Meus pais viviam entre fazendas, cavalos e colheita de café”, conta. Hoje, mesmo morando na cidade, ela procura manter a conexão com o campo. “Para mim, rodeio é sinônimo de tradição e raízes familiares”, diz ela.

Para Heloisa, o valor do ingresso da festa do rodeio se justifica pelo conjunto de atrações. A Festa do Peão de Americana, considerada a segunda maior do país, reúne todos esses fatores e é uma de suas preferidas. “Em 2023, em uma das noites mais frias da cidade, assisti o show da dupla Hugo &

**Heloisa Araújo é defensora do sertanejo raiz,
ela não gosta da presença de DJs e estilos
eletrônicos nas festas de peão**



Guilherme. Foi uma experiência memorável”, diz ela.

Ela escolhe os dias da festa pela programação musical e as provas da PBR (Professional Bull Riders), suas favoritas. “Mas não perco a abertura do rodeio, na arena, que é um dos momentos mais emocionantes”, diz.

O valor do ingresso, segundo ela, se justifica pelo conjunto de atrações e a infraestrutura do local. Ela costuma assistir aos shows na pista, principalmente por causa dos altos preços dos camarotes. “Mas nos dias muito disputados, o camarote pode ser a opção mais confortável”, avalia.

Para Heloisa, a emoção das festas está diretamente ligada ao clima de celebração e a força da tradição. “Monto meu look para ir ao rodeio, porque isso também faz parte da experiência de entrar no universo country”, afirma.

Defensora do sertanejo raiz, ela não gosta da presença de DJs e estilos eletrônicos nas festas de peão, embora acredite que esses ritmos possam surgir em momentos alternativos da festa. “O rodeio perde parte da sua identidade quando há uma variação excessiva de gêneros musicais, já que suas raízes estão na música sertaneja, nas rodas de viola e na tradição caipira”, avalia.

Shows de artistas como Luan Santana e Henrique & Juliano são os meus favoritos”, diz ela, que costuma ir às festas acompanhada dos pais e amigos. Embora reconheça a importância do rodeio como esporte, ela admite que sua principal motivação é ver de perto os artistas e cantores que tanto admira.

Para ela, o sertanejo é o gênero que melhor identifica e caracteriza as festas de peão – mesmo não se considerando uma grande fã do estilo. Ainda assim, afirma que o ritmo é indispensável e acaba sendo sua preferência nesses eventos.

Escolher entre pista e camarote vai depender do artista e da lotação do evento, segundo ela. “A pista pode ficar desconfortável quando está muito cheia, mas o camarote nem sempre compensa”, diz. “Decido onde ficar conforme a ocasião”.

Para **Fernanda Souza**, a emoção das festas de peão é única, porque o evento une o esporte do rodeio à animação dos shows, criando um ambiente em que as pessoas cantam,



Segundo Fernanda Souza a emoção das festas de peão é única, porque une o esporte do rodeio à animação dos shows musicais

comem e se divertem intensamente.

“Essa é uma festa que pode e deve agregar outros gêneros musicais, além do sertanejo”, avalia. “A mistura com o funk, por exemplo, traz variedade e anima o público, especialmente os mais jovens”. Para Fernanda, essa diversidade não compromete a identidade do rodeio, desde que o sertanejo continue sendo o ritmo predominante.

Ela conta que já escolheu um evento exclusivamente por causa de uma atração musical: a cantora Manu Batidão, que se apresentou em Hortolândia, em 2024. “Esse rodeio se tornou o mais inesquecível para mim não apenas pelos shows, mas também pela companhia de amigos especiais”, diz ela.

Nas festas de peão, ela costuma estar sempre acompanhada do grupo de amigos, aproveitando o clima descontraído e animado que esses eventos proporcionam.

Moda country e tradição

No coração da estética western brasileira, entre franjas, couro ecológico e estampas que remetem à vida no campo, **Thays Monaro** encontrou seu caminho. Influenciadora e artesã de moda, ela é a mente criativa por trás da La Boutique Rodeo, marca que nasceu quase por acaso - de uma necessidade pessoal de vestir peças que dialogassem com seu estilo - e hoje movimenta um público fiel, que vai de competidores a influenciadores e apaixonados pelo lifestyle sertanejo.

“Country não é só moda. É movimento, identidade e jeito de viver”, afirma Thays, que mistura a linguagem do campo com a estética urbana para criar o que define como “cowgirl contemporânea”.



No dia a dia, a influenciadora mistura o estilo country com elementos urbanos, criando looks que carregam a autenticidade do campo sem perder a praticidade da cidade. “Me considero uma cowgirl urbana”, afirma. Thays ressalta que seu estilo é uma homenagem às raízes da roça mineira - ela nasceu e cresceu na cidade - e ao universo urbano do agro. “Não pode existir preconceito com quem é da cidade mas admira

o lifestyle country. A moda tem justamente essa força de aproximar universos”.

A assinatura de Thays está no trabalho manual: pinturas, aplicações feitas à mão, recortes e mistura de materiais. Segundo ela, esse método confere exclusividade e personali-

de às peças. Entre seus projetos mais desafiadores está uma chaparreira rosa – calça de couro para proteger os cavaleiros em matos fechados - que mistura cow print, couro ecológico, tecido metalizado e franjas. “É um figurino que une o streetwear ao western. Divertido, experimental, pensado para gravações e momentos especiais”, revela.

A trajetória de Thays no universo country ultrapassa o ateliê. Sua presença em eventos já ganhou reconhecimento internacional: no Peru, recebeu o título de Embaixadora Country Internacional durante o Oxapampa Country Fest. No Brasil, foi responsável pelo desenvolvimento do show de abertura do ABQM Awards – o “Oscar” do cavalo quarto de milha – no Espaço das Américas, em São Paulo. Para esse tipo de evento, a estilista cria figurinos exclusivos que reforçam a tradição e a alma do rodeio.

Thays diferencia bem a moda country do dia a dia daquela que é feita para brilhar nas arenas e festas de peão. Segundo ela, as roupas “de gala” para o rodeio permitem abusar de franjas, brilhos e recortes, enquanto o look cotidiano reflete a essência country de forma mais comedida e funcional, respeitando o estilo pessoal de cada mulher. “Não existe certo ou errado, mas o estilo de cada mulher. Essa é a beleza da coisa”, diz ela.

A La Boutique Rodeo reúne um público diverso, que vai da clientela da loja física aos pedidos realizados pelas plataformas digitais da marca. Thays conta que já se habituou aos desejos mais inusitados, afinal, suas peças são, por essência, “fora da caixinha”. O processo, segundo ela, é sempre uma co-criação que valoriza a personalidade de cada cliente.

Ver suas peças desfilando em festas de peão e grandes eventos é, para Thays, a realização de um sonho de infância, inspirado no avô violeiro e catireiro - dançarino de Cateretê, uma dança tradicional do folclore brasileiro, parte da cultura sertaneja -, que lhe legou a paixão pelo universo sertanejo.

Na visão de Thays, moda não é só estética: é identidade, cultura e tradição viva. É, também, a forma como ela escolheu contar sua história com a cultura sertaneja - a base de sua vida. “O que me aproxima do agro é a minha família. Não é sobre fazendas luxuosas, mas sobre a roça mineira mais simples. Sobre origem”, afirma.



SKATE

Flipando a cena

O país ultrapassa 8,5 milhões de praticantes e ganha milhões de novos fãs desde 2019



Proibido em 1988, hoje o esporte acumula mais de oito milhões de praticantes e domina as ruas do Brasil



A criação dos shapes, trucks e rodas surgiu em outro esporte, o surfe. Lá na década de 1960, quando o mar não ajudava, a molecada se reunia, aparafusava rodinhas de patins em tábuas de madeira e surfava o asfalto da Califórnia, nos EUA. Dez anos depois, o salto tecnológico transformou a brincadeira em cultura. Em 1972, rodas de poliuretano criadas por Frank Nasworthy deram tração e controle à prancha, abrindo o caminho para a modernidade do skate.

No Brasil, relatos indicam que o “esqueite” chegou ao país ainda nos anos 60, trazido por filhos de norte-americanos e brasileiros influenciados pela famosa revista Surfer. Mas, foi somente no ano de 1976, na cidade de Nova Iguaçu, no Rio de Janeiro, que o país inaugurou sua primeira pista de skate, também a primeira da América Latina. A pista foi criada para a disputa do Primeiro Clube Cultural. A cidade foi escolhida por conta das praias e da popularidade do surfe, esperando atrair curiosos para a nova moda do momento.

Em 1977, a Califórnia “secou” e transformou Dogtown, região entre Santa Mônica e Venice, em um laboratório para um dos esportes mais populares do mundo. Faltou água, mas sobrou concreto. A partir daí, os Z-Boys, equipe de skatistas da Califórnia, criaram uma nova vertente, o Skate Vertical. A gangue trocou a maré pela borda da piscina e ensinou o skate a falar alto. Dali também saíram os aéreos e a mistura do estilo com o

Reportagem

Gustavo Zuffo,
Henrique Alves e
João Viana

Edição

Gustavo Zuffo e
João Viana

Fotos

Henrique Alves

esporte.

Pouco tempo depois, a gangue criou um vocabulário que colocou o esporte nos holofotes do mundo, através de uma rebeldia cultural. O resto veio em efeito dominó: revistas, vídeos, marcas, campeonatos, transformando as ruas em palcos e a indústria cultural na sua casa. O skate deixou de ser apenas “surfe no chão” e virou cultura com gíria, estética e roupa própria.

Marginalização

O skate bombou no Brasil na década de 80, invadindo às ruas, praças e cada canto do país, principalmente em São Paulo e no Rio de Janeiro, onde a modalidade ganhou mais projeção. Pistas foram construídas e campeonatos começaram a ser disputados, mas a resistência e o preconceito de uma ala da sociedade dificultou a ascensão do esporte.

Em 1988, o então prefeito de São Paulo, Jânio Quadros, proibiu a prática na cidade, alegando que o “vai e vem” dos skatistas atrapalhava os frequentadores do Parque Ibirapuera, onde se localizava a prefeitura e era um dos locais mais procurados para o lazer. Esta foi apenas uma medida para oficializar a repressão sofrida pelos skatistas.

Bruno Rinaldi, presidente da Federação Paulista de Skate, viveu a repressão da época. “O preconceito era velado”, conta. “Tomávamos enquadro com frequência e até ligavam pra polícia quando nos aproximávamos de alguma rua residencial com um skate”.

A medida motivou os skatistas a organizarem uma passeata, na qual mais de 200 pessoas se reuniram no Parque Ibirapuera, armados com faixas e cartazes reivindicando apenas a liberdade para andar de skate.

Mesmo assim, o skate resistiu e hoje segue mais forte do que nunca, ocupando ruas, praças, pistas oficiais, palcos e holofotes ao redor do mundo. Mas, justamente pela natureza livre e rebelde do esporte, muitos skatistas foram contra sua entrada nos Jogos Olímpicos. Para eles, a modalidade sempre nasceu da ausência de regras e limitações, elementos que precisariam ser incorporados para que o skate coubesse no formato olímpico.

Ainda assim, a maior conquista da comunidade foi ver a prática consolidada em competições nacionais e internacionais. Nas Olimpíadas de Tóquio, em 2021, o pódio representou mais do que vitórias: celebrou uma geração moldada pela resistência, pela criatividade e pela liberdade que sempre definiram a cultura sobre quatro rodas.

Vale lembrar...

- Anos **1950** - Nascimento

Surfistas californianos transformam o asfalto em mar. Nasce o “surfe de rua”, embrião do skate moderno

- **1963-1965** - Popularização

O skate começa a criar identidade com os primeiros campeonatos e uma revista sobre o esporte

- **1972** – A virada técnica

Frank Nasworthy apresenta as rodas de uretano “Cadillac”, que dão velocidade e aderência. O skate decola

- **1975–1978** – Skate moderno

Os Z-Boys (Zephyr Boys) adaptaram as manobras do surf para o skate, criaram um estilo urbano único e inventaram manobras famosas como o ollie

- **1980** - Criminalização

O skate é proibido em São Paulo, mas a cultura de rua resiste e cresce

- **BRASIL** – pioneiros e consolidação

Primeiras pistas e campeonatos locais na década de **1970**

- Bob Burnquist (maior medalhista dos X Games), Sandro Dias (hexacampeão mundial no vertical), Lincoln Ueda (referência dos aéreos), Og de Souza (pioneiro do paraskate, ícone de superação).
- Surgem as primeiras pistas, campeonatos e nomes lendários, como Bob Burnquist, Sandro Dias, Lincoln Ueda e Og de Souza.
- Charlie Brown Jr transforma o skate em poesia e protesto em suas músicas.

- **2000–2010** – Profissionalização: criação da Street League; Skateboarding (SLS)
Nasce a Street League Skateboarding (SLS), primeira competição profissional de skate, na modalidade street. Com ela, o skate ganha estrutura global e vira profissão.

- **2016** – O Comitê Olímpico Internacional (COI) aprova o skate para os Jogos de Tóquio 2020.

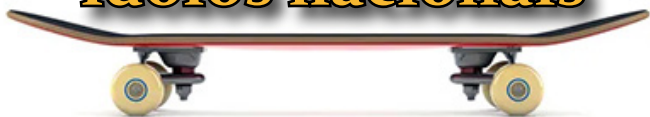
- Tóquio **2020 (2021)** – O skate brilha nos Jogos Olímpicos e o Brasil conquista três medalhas de prata.

- Paris **2024** – Consolidação e popularização. Nos Jogos Olímpicos de Paris, o skate se consolida e ganha popularidade.

Hoje, no Brasil:

O país ultrapassa 8,5 milhões de praticantes e ganha milhões de novos fãs desde **2019**; Cidades anunciam mais pistas e eventos de grande porte, como a SLS Super Crown em São Paulo.

Ídolos nacionais



Sérgio Negão

é uma verdadeira lenda viva do skate nacional. Um dos primeiros representantes do skate no Brasil a competir fora do país, lá nos anos 1970, abrindo caminho quando o esporte ainda engatinhava. Se porventura hoje o skate é respeitado, foi por causa de caras como ele.



Bob Burnquist

é o maior nome do skate brasileiro e um dos ícones mundiais do esporte. Dono de 14 ouros nos X Games e bicampeão mundial, Bob redefiniu o limite do vertical e levou o Brasil ao topo do skate global.

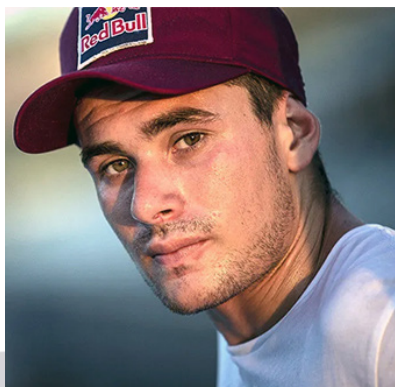


Mineirinho

Na vertical, ele sempre foi o rei. Conhecido pelo estilo veloz e técnico, Mineirinho conquistou o mundo com suas manobras e coragem. Hexacampeão mundial, ele ajudou a consolidar o Brasil como potência no skate profissional e colecionador de recordes.

Pedro Barros

é o cara do bowl. Por ser uma referência da nova geração, Pedro mostra como dá para encarar o mundo com garra e o estilo good vibes. Aos 30 anos, soma 10 participações nos X Games e já é medalhista olímpico.



Letícia Buffoni

é um furacão nas pistas por sua força, atitude e inspiração. Uma das maiores skatistas da história, ela quebrou barreiras e conquistou o cenário mundial com talento e presença marcante. Hoje, representa uma geração de meninas que provaram: o skate também é delas.



Rayssa Leal

já era um fenômeno com apenas 7 anos quando encantou o mundo ao surgir na internet fazendo manobras vestida de fada. A cena viralizou e a 'fadinha' encantou Tony Hawk - skatista profissional norte-americano e uma das figuras mais reconhecidas do esporte – que previu o que todos veriam depois: uma estrela nascendo.





ENTREVISTA

Revolte-se

“Nossa geração até agora é uma das que mais será afetadas. A gente é que vai experienciar o mundo como ele vai ser.”

Jéssica Golfeto

A juventude é vital para a preservação do nosso planeta, *Jéssica Golfeto* explica e demonstra isso na prática

C Com 20 anos a ativista ambiental Jéssica Golfeto, já participou de uma simulação da ONU na Universidade de Harvard, então moradora de Paulínia, ela foi homenageada por um vereador de sua cidade pelo feito, também fundou a Juventudes para o Desenvolvimento Sustentável (JDS) e hoje estuda gestão ambiental na ESALQ, em Piracicaba. Jéssica esteve em Belém do Pará no começo de novembro para participar da COY 20 (Conferência Global de Crianças e Jovens sobre a Mudança do Clima), que antecede a COP30. Ela conta como surgiu seu interesse pelas questões ambientais e climáticas, sua participação na COY 20 e os projetos futuros.

Quando você percebeu que queria atuar com a questão ambiental?

Meu pai sempre teve o hábito sagrado de todas as noites assistir o jornal e eu cresci vendo pela televisão questões ambientais e todo tipo de crise, da climática ou econômica, até a social e política. Acho que isso gerou uma revolta em mim. Então, meu interesse pela questão ambiental começou com um sentimento de revolta: o mundo está acabando.

*Entrevista,
Edição e
Fotos
Johnny
Lima*

Como você lidou com esse sentimento?

Apesar do sentimento de revolta, por muito tempo me senti impotente. Foi na pandemia que resolvi parar tudo e começar a agir. Nesse período descobri algumas oportunidades na internet, como comunidades climáticas de jovens, e vi uma chance para trabalhar com educação ambiental. Quando percebi que não estava sozinha, comecei a me sentir menos impotente. Naquele momento, vi que, só no Brasil, a comunidade ClimateScience tinha 100 voluntários.

Em 2023, você recebeu ajuda financeira de seu colégio para participar da simulação Harvard Model United Nations da ONU, em Havard. Como foi a experiência?

Foi top, principalmente por viajar para os Estados Unidos e conhecer pessoas. Mas a simulação em si não foi a melhor que já participei. A da Facamp em Campinas, foi mais organizada, por exemplo.

Como surgiu o projeto Juventude para o Desenvolvimento Sustentável?

A JDS começou quando conheci a Laura, uma menina que fazia direito na PUC, ela comentou sobre um grupo que queria fazer conferências climáticas na cidade, eu logo me interessei, sempre ouvi que as ações locais que impactam as ações globais, essa era uma oportunidade se conectar com a comunidade. A Laura me conectou com o Yusuke Sakai que é Cofundador da JDS junto comigo, passamos a coletar as demandas da juventude a partir das escutas – os “esquentas” – e as mesas redondas que acontecem antes dos eventos que organizamos, levamos as pautas para ouvir as pessoas.

E quais os resultados desses encontros?

A cada conferência que realizamos o trabalho culmina em uma carta recomendatória - uma espécie de “declaração da juventude de Campinas” - que é dirigida ao setor público e para tomadores de decisão da cidade. Também influenciamos diretamente a cidade de Campinas na criação do PlaC, que é o Plano Local de Ação Climática. O governo da cidade chegou a dizer que nós fomos ‘essenciais nessa construção’.

Que ações futuras a JDS pretende desenvolver em Campinas e RMC?

A principal é reestruturar o projeto. Depois de três anos de escuta, sentimos que já compreendemos melhor a realidade e a hora é de avançar. Queremos sistematizar a “tecnologia social” que desenvolvemos e um dos projetos é lançar um guia metodológico para replicar a JDS em outras cidades. Não queremos que o trabalho fique restrito a Campinas.

“Esteticamente e musicalmente talvez eu tenha nascido em outra época. Mas eu estou muito feliz vivendo na atualidade de 2025. E muito bem, obrigada. Eu não romantizo o passado.”

Jéssica Golfeto



Como será esse guia?

A ideia é que o guia ensine como realizar os “esquentas”, fazer a escuta, trazer especialistas e, assim, criar um movimento local. Também focaremos na gestão do conhecimento para desenvolver guias destinados ao setor público, sociedade civil e empresas. Queremos ajudá-las a interpretar e aplicar a Agenda 2030 da ONU.

Qual foi o papel da Juventude para o Desenvolvimento Sustentável na COY 20, em Belém do Pará?

Digo com toda certeza que a JDS foi quem mais fez, era o que mais tinha o cargo de liderança, era o que mais se doou. E isso foi dito por outras pessoas também. É legal saber que a gente é um time bom aqui na região, tem muito potencial. Agora é colher os frutos também disso e trazer o global para o local

A ansiedade climática é um assunto recente quando falamos em crise ambiental. Na sua opinião, as novas gerações estão sendo vitimadas por este sentimento?

A ansiedade climática é uma realidade e, para mim, ela é necessária. É através dela que você reconhece o problema. Eu mesma tive ansiedade climática ao assistir o noticiário e me sentir impotente, não sou eu diminuindo minha energia elétrica que vai salvar o mundo. No entanto, se você não procura métodos para agir sobre esse sentimento, ele permanece. É preciso ter a ansiedade climática para, então, correr atrás da ação climática.

Como você observa o engajamento da juventude nas discussões climáticas?

Vejo como uma bolha. As pessoas que estão dentro se engajam muito. Fora dela há muito desinteresse e um público. O problema é que a juventude não consegue trazer a problemática para sua realidade e isso gera uma ignorância.

Você acha que a falta de informação é um problema que afeta esse engajamento da juventude?

O problema não é a falta de informação – que tem em todo lugar –, mas sim a abordagem. É preciso uma abordagem

diferente, por exemplo, que mostre ao jovem que a causa climática pode ser um caminho financeiro para o futuro, com a oportunidade de trabalhar com empregos verdes.

Quais são os principais desafios que enfrentaremos nos próximos dez anos em relação à crise climática?

Todos os setores da sociedade e da economia serão afetados, mas as parcelas mais vulneráveis (mulheres, crianças, idosos, populações em áreas de risco) serão as mais atingidas. A tendência é o aumento dos eventos climáticos extremos, que aumentarão o número de refugiados. Nossa geração, no Brasil, será a mais afetada em função do calor. E, com as altas temperatura e baixa umidade, o corpo não vai conseguir transpirar, levando a doenças e mortes. Outro ponto crucial é que o desmatamento levará o ser humano a ter contato com animais silvestres e vírus diferentes nas cidades, que podem causar novas pandemias.

FAÇA A DIFERENÇA

Quer agir pelo planeta frente às crises que nos ameaçam? Veja as dicas

- >> Revolte e se indigne com a crise climática. Entenda a situação e veja como pode ajudar.
- >> Procure pessoas que se interessem pela causa ambiental. Faça conexões e una forças.
- >> Seja protagonista e crie seus projetos. Busque autonomia, mesmo começando pequeno.
- >> Use a sua profissão - seja ela qual for - para ajudar no desenvolvimento sustentável. Todas as áreas serão impactadas pelas crises climáticas.
- >> Pressione os setores que mais impactam - do público ao privado - e cobre soluções. Não deixe de criticar, mas também busque soluções e ações práticas.
- >> Repense seu consumo é essencial. Priorize produtores locais e evite os excessos, de qualquer natureza.



CLICK

1M2
808

808

o som da resistência periférica

808 é um coletivo cultural de eventos que atua em Campinas, promovendo e fortalecendo a movimentação cultural da cidade



Tresk, Kenan e Kel, DJs e produtores e fundadores da Submundo 808



Criada em 2022 por quatro jovens moradores do CDHU San Martin, em Campinas, a 808 Produções nasceu como um espaço de resistência e celebração da cultura periférica. O que começou como um corre entre amigos logo se transformou em um ponto de encontro cultural na cidade, onde diferentes estilos musicais e públicos se cruzam.

Com a força da vivência da quebrada e o desejo de criar algo próprio, a 808 foi ganhando corpo e visibilidade até ultrapassar os limites da comunidade. Hoje, atrai não só moradores da periferia, mas também público de outros perfis sociais sem perder de vista a sua essência: valorizar o som produzido nas ruas e abrir espaço para artistas independentes.

A cada edição, a 808 reafirma que a cultura da periferia não só resiste, como dita caminhos. É mais do que um rolê, é identidade, é movimento, é voz coletiva.

**Fotos
Texto e Edição
Maria Eduarda
Matoso**



FLUX

A casa lotada,
para prestigiar a
cena underground
de São Paulo

A photograph of DJ Gab, a Black man with glasses and a goatee, wearing a black hoodie with a red and white graphic. He is focused on his DJ equipment, which includes a turntable and various mixers. The background is dark with some stage lighting visible.

Dj Gab, DJ
residente da
cidade de
Campinas

A carreira do DJ GAB ganhou um impulso significativo através do coletivo 808, especialmente pela Submundo e Fluxo 808. Tocar na Submundo é visto como uma realização pessoal e um ato de relevância cultural, pois permite ocupar um espaço até então não acessado e traz visibilidade para a cultura periférica e preta. A 808 tem sido crucial, proporcionando oportunidades de tocar em grandes festas e horários bons, além de ter agenciado DJ Gabi pela Undersoil, impulsionando sua carreira.



MÚSICA
PERIFÉRICA

808

FUN

808

A cada edição, a 808
reafirma que a cultura
da periferia resiste e
dita caminhos



ILUSTRÍSSIMA



Ao longo dos seus 27 anos de carreira, **Karina Fusco** foi juntando dois interesses: a comunicação e o trabalho social

As lentes de Karina

Seja em redações, hospitais ou projetos sociais, a transformação da jornalista Karina Fusco a partir da comunicação social

Viagens, carros, hospitais, redações. A vida profissional da jornalista Karina Fusco já contou com muitos planos de fundo. Sempre atenta aos detalhes e aberta ao desconhecido, ela foi colecionando lentes e várias formas de ver o mundo.

Natural de Cambú-MG, Karina viveu em Bragança Paulista durante toda a sua juventude. Se mudou para Campinas em busca da graduação, foi quando iniciou o curso de Jornalismo na PUC-Campinas, em 1995.

Por gostar de turismo, Karina fez do tema uma presença constante em seus trabalhos de faculdade, inclusive no TCC. Esse interesse também fez parte do início de sua carreira no jornalismo. Seu primeiro emprego foi no Bragança Jornal Diário, onde era repórter dos mais variados assuntos. Entre essas coberturas, havia um espaço especial para as matérias de turismo, que era o que fazia seus olhos brilharem.

Depois de um ano, decidiu se mudar para a capital paulista buscando melhores oportunidades, onde arranhou um emprego de assessoria de imprensa. “Eu sofria muito. Não recebia o salário em dia, era um stress, tinha assalto, enchente, foi uma prova”, diz.

Segundo Karina, a área de assessoria de imprensa não

Fotos
Texto e Edição
Washington
Coutinho

era exatamente o que queria para a carreira, e com todos as dificuldades que vivia decidiu procurar oportunidades melhores. “Eu tinha 10 reais na carteira, fui em uma banca e comprei um monte de revista para pegar os contatos das redações e mandar meu currículo.

Não tinha LinkedIn, WhatsApp, nada disso. Para os dias de hoje isso é impensável.”

Foi chamada para compor o time da revista Ana Maria, onde cobria vários assuntos, em especial as editorias de Saúde e Social, temas que se tornariam centrais em sua carreira um pouco mais a frente.

Em 2002, quando trabalhava na editora Abril, decidiu iniciar uma pós-graduação em Jornalismo Social, na PUC-São Paulo. “Se eu olhar para trás, não vou dizer que a pós em Jornalismo Social me abriu portas imediatas, mas me deu uma visão de mundo que eu não tinha e nós precisamos ter essa visão no Jornalismo. Me tornei mais humana e melhor profissional depois desse curso.”

“Como jornalista
nosso dever é
tentar mudar
alguma coisa, dar
voz, conectar os
mundos, contar
as histórias que
merecem ser
contadas”

Karina Fusco

A virada

Depois da pós-graduação, a jornalista foi circulando por diferentes áreas da comunicação, quando em 2017, desanimada com o mercado profissional, começou uma especialização em hotelaria hospitalar no Hospital Albert Einstein, em São Paulo. A área não era onde estava acostumada, mas uma experiência no nascimento de seu segundo filho a fez despertar um certo interesse por esse campo.

Em 2008, seu segundo filho foi levado à UTI logo após o parto. Depois de um longo período sem nenhuma notícia do bebê, Karina soube que seu filho tinha Pneumotórax, que é o desenvolvimento de bolhas de ar em uma parte

do pulmão. Ela só foi ver e ter notícias sobre seu filho um dia depois do parto. “Eu estava em uma maternidade de ponta e assim que meu filho nasceu já o levaram sem dar nenhuma notícia. Foi uma experiência terrível, uma sensação horrorosa e por isso eu queria trabalhar a comunicação dentro do ambiente hospitalar.”

Se especializar em Comunicação Hospitalar foi para ela uma forma de entender todo esse contexto e estudar melhorias na rotina de médicos e pacientes.

Em maio de 2024, ela entrou para o time de comunicação da Fundação FEAC, instituição que incentiva iniciativas sociais em Campinas. Segundo Karina, foi ali que ela finalmente encontrou a chance de trabalhar de fato com o jornalismo social. “Visitas em projetos, parcerias do terceiro setor, de fato entrei nesse universo e pensei: eu gosto mesmo disso.”

“Não vou dizer que a pós em Jornalismo Social me abriu portas imediatas, mas me deu uma visão de mundo que eu não tinha e nós precisamos ter essa visão no Jornalismo”

Karina Fusco

Conhecer lugares e realidades que pouco conhecia, e principalmente, ver projetos e iniciativas populares transformando vidas é a realização que ela sempre buscou.

“Você ver as coisas darem certo é muito motivador, aquela família que teria poucas perspectivas se não fosse determinado projeto... Enche o coração poder mostrar essas histórias,” diz.

Ao longo dos seus 27 anos de carreira, Karina Fusco foi juntando dois interesses: a comunicação e o trabalho social. “Como pessoas temos uma função social e como jornalista mais ainda. Nosso dever é tentar mudar alguma coisa, dar voz, conectar os mundos, contar as histórias que merecem ser contadas”.



LITERATURA

A nova geração de **Hilstianos**



A Casa do Sol, legado de
Hilda Hilst em Campinas,
se reinventa nas mãos de
Daniel Fuentes, herdeiro
da escritora

Nascido em São Paulo e criado no berço da Casa do Sol, em Campinas, onde morou Hilda Hilst, uma das mais importantes escritoras brasileiras do modernismo, Daniel Fuentes é herdeiro da escritora, que deixou um legado na literatura, tanto na prosa como na poesia.

Sociólogo e presidente do Instituto Hilda Hilst (IHH), Daniel é filho de Olga Bilenky e José Mora Fuentes, que tinham uma relação de “irmãos de alma” com a autora. Fuentes tinha 21 anos quando Hilda faleceu, em 2004.

Sua relação com a Casa do Sol - como Hilda chamava sua chácara, localizada no Parque Xangrilá, em Campinas (SP) - começou quando ainda era criança. Pela proximidade de seus pais com a escritora, Fuentes passou a maior parte da infância ao lado de Hilda, na Casa do Sol.

Depois da morte de Hilda, o local fechou suas portas por cinco anos e só foi reaberto com a primeira edição da feira de livros, a Hilstianas, em agosto de 2025. O autor da façanha foi ele, Daniel Fuentes. Nesta entrevista, ele conta sobre a nova geração de leitores de Hilda e o reencontro do espírito ousado da autora na reabertura da Casa do Sol.

Fotos
Texto e Edição
Gabriela
Belloto



Portão da entrada para a Casa do Sol, atual Instituto Hilda Hilst, localizado no Parque Xangrilá, em Campinas

Daniel Fuentes é herdeiro da escritora Hilda Hilst, que deixou um legado na literatura em prosa e verso



O que significa reabrir a Casa do Sol depois de 5 anos fechada?

Representa muitas coisas. Primeiro, representa a felicidade de uma luta que durou muitos anos: o restauro da casa, necessário e sonhado há mais de uma década. Desde o tombamento em 2012, buscamos caminhos para viabilizar a restauração, e hoje ver o espaço vivo novamente é a coroação de um esforço coletivo. Além disso, a reabertura devolve à cidade um espaço singular, com enorme potencial para a economia, cultura e para a convivência, além de carregar um valor simbólico vinculado ao nosso acervo e à memória de Hilda.

Qual foi o maior desafio para manter vivo o legado de Hilda Hilst?

A Hilda tem dois legados: a obra literária e a Casa do Sol. A obra se sustenta por si, e temos orgulho da gestão que fazemos. Hilda continua ganhando leitores e ampliando seu público, mesmo sem concessões ao mercado. O grande desafio é a casa em si, que exige constante cuidado e dinâmica para não desmoronar. Criar sustentabilidade e manter a programação viva é um trabalho contínuo, mas gratificante. Além de também buscamos democratizar o



A arquitetura da casa mistura o espírito das casas interioranas com um pátio interno que lembra um claustro conventual

acesso à vida e à obra da Hilda, trazendo escolas, fazendo eventos e mantendo o espírito provocador dela sempre presente. E isso tem funcionado, porque as pessoas querem se aproximar desse universo.

O que a feira Hilstianas traz de diferente para Campinas?

A Hilstianas devolve a Casa do Sol à cidade, recuperando o espírito de “receber” que a casa sempre teve. O evento valoriza editoras da região, estimula a economia da literatura e cria um ambiente de encontro, arte e convivência. A casa, que sempre foi um ponto de partida criativo, agora se torna também um destino. Recebemos pelo menos uns 30 contatos que vieram de outros estados. Desperta curiosidade e oferece um espaço agradável onde é possível comprar livros, fazer um piquenique e simplesmente estar em um lugar vivo, flexível e inspirador.

Hilda era provocadora. Como vocês conseguiram traduzir esse espírito no Instituto e, principalmente, na Casa do Sol?

Mantendo a casa aberta ao inusitado. Aqui, tudo pode acontecer. De uma aula sobre Leituras transviadas do Caderno Rosa de Lori Lamby a um baile de funk no pátio, que foram nossas programações. A casa é sempre um personagem, e as ocupações que acontecem nela carregam esse espírito de liberdade e experimentação que Hilda tanto defendia. Damos total abertura para o absurdo e para o encontro, e acredito que ela amaria ver essa vitalidade pulsando em cada canto.

Por que Hilda Hilst batizou sua chácara de Casa do Sol?

Então, a Casa do Sol é uma coisa que não existe uma resposta óbvia. Provavelmente Hilda escolheu porque gostou do nome ou algo do tipo. Antes, a casa não tinha tanta árvore, era um pasto, então talvez deveria ter muito sol na cabeça dela. Tanto que, mais tarde, ela teria uma casa de praia chamada Casa da Lua. Talvez fosse só uma forma que ela gostasse de dar nome.

Exposição **Borde como quem Luta II**, fruto da oficina *Transbordar Versos*, conduzida por Naia Pratta



Canil Cultural, inaugurado no antigo canil da Casa do Sol.
Ao fundo, **A Crionça e seus cães**, obra de Estela Luz



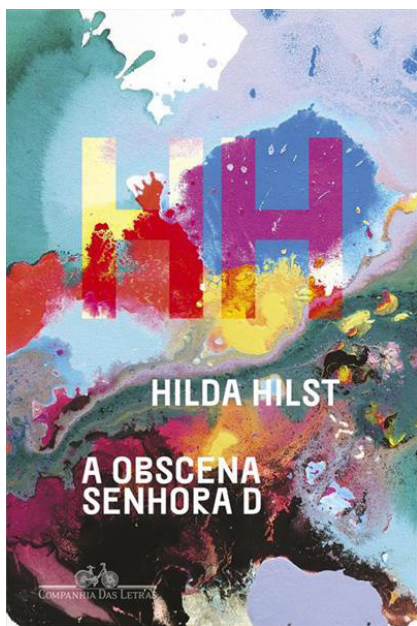
Literatura comentada

por Gabriela Belloto

Hilda Hilst foi uma escritora intensa que ousou escrever livros para quem gosta de pensar e sentir a plenitude da vida. Ela desafiou as convenções literárias da época sem nunca perder o tom poético em seus livros. Ousada e original ela foi uma das escritoras brasileiras que mais desafiou o leitor a refletir sobre a vida, o amor, o misticismo e a morte. Até hoje, 20 anos após sua morte, ela é lembrada como uma voz provocadora na literatura brasileira. E para entender a grandeza da sua obra, é preciso mergulhar nas páginas de seus livros. Aqui estão algumas recomendações imperdíveis de Hilda Hilst:

A obscena senhora D

(Editora Globo, 2001)



Marcada pela morte do marido, Hillé – a senhora D – sente a solidão aos 70 anos. Durante o seu luto, ela decide viver no vão da escada da casa e experimentar o mais profundo isolamento. Do desamparo à condição humana, do apodrecimento da carne à alma conturbada, a obra é uma procura lúcida e hipnótica das razões da existência, onde tudo pode acontecer, desde uma facada pelas costas até um apaixonado beijo de amor. “A Obscena Senhora D” é

uma das obras mais cultuadas e transgressoras de Hilda Hilst. Não espere algo leve.

Nota: 4/5 - Fonte: Skoob

Cartas de um sedutor

(Editora Globo, 2002)

Esta talvez seja a obra mais provocante e brilhante de Hilda Hilst pela sua complexidade. Na história, Karl é um homem culto e amoral que escreve 20 cartas provocativas para sua irmã Cordélia. Karl busca um sentido para vida através do desejo. Em algum momento as cartas se confundem com a história de Stamatius, um poeta que encontra os manuscritos no lixo – e que talvez seja o próprio Karl em outro tempo. Essa obra compõe a trilogia erótico-pornográfica de Hilda Hilst.



Nota: 4.1/5 - Fonte: Skoob



Nota: 4.5/5 – Fonte: Skoob

Fico besta quando me entendem

(Editora Globo, 2013)

“Qual a razão do silêncio em torno de minha obra?” Essa foi uma das perguntas que acompanharam Hilda Hilst por toda a sua vida. O livro reúne vinte entrevistas realizadas de 1952 até 2002. Nessas conversas, Hilda fala sobre a vida, a literatura, os amigos, o amor e a morte, que revela uma mulher sensível, bem-humorada e totalmente consciente do que tinha a dizer. É uma leitura imersiva que, de uma das formas mais sinceras, consegue aproximar o leitor da mente inquieta e brilhante de Hilda Hilst.

Como PERDER um ESTÁGIO em 10 dias

Os
estudantes

João Pedro
Simões
Serra e
Wallace
Luiz



Pequenas
atitudes
no dia a
dia podem
transformar a
tão sonhada
oportunidade
em despedida.
Não caia
na cilada e
fique atento
às dicas de
profissionais

Você fez tudo certinho para conquistar o tão sonhado estágio: caprichou no currículo, foi bem na entrevista e finalmente foi admitido no time. Mas, alguns meses depois, pede demissão ou é desligado da empresa. Onde foi que a coisa desandou? Para a psicóloga e professora Helena Duarte, especialista em comportamento humano, a resposta passa pelo choque de expectativas entre as empresas e a geração Z. “Nem todos os jovens têm dificuldade de adaptação, mas muitos esperam que o ambiente também se adapte a eles”, afirma.

Na sua opinião, os jovens da geração Z - nascidos entre 1995 e 2010 - têm valores mais flexíveis, hábitos digitais arraigados e uma expectativa imediata por resultados. Eles chegam ao mercado de trabalho com novas demandas, entre elas, o diálogo, propósito e flexibilidade no dia a dia.

Fotos
Texto e Edição
Guilherme
Tomesanni

Choque de valores

“O emprego ideal pra mim é aquele em que você é ouvido, aprende de verdade e sente que faz parte de algo”, diz o estudante do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas Wallace Luiz, de 22 anos. Para ele, um bom ambiente de trabalho é leve, colaborativo e com liderança que ensina, e não apenas cobra. Ex-estagiário na área de análise comercial da Vivo, ele foi desligado da empresa após quatro meses, que justificou falta de “fit cultural”, ou seja, ausência de sintonia entre os valores do funcionário com os da organização.

“Na hora, senti o que era ser descartável”, diz Wallace. “Você pode estar indo bem, mas ser demitido do nada. Hoje reconheço que faltou socialização e talvez eu tenha sido introvertido demais. Mas também acho que as empresas ainda não sabem lidar com a gente”.

Ele não é exceção. Em um estudo de 2024 da Intelligent. com - site dedicado ao desenvolvimento profissional de jovens e a ajudá-los a navegar o mundo do trabalho - mostra que mais de 60% dos gestores afirmam já ter demitido jovens da geração Z nos primeiros meses de contrato, principalmente por falta de preparo, sensibilidade a



Wallace Luiz
ex-estagiário na
área de análise
comercial da Vivo

feedbacks e baixa maturidade emocional.

Mas a mesma geração que sofre com a cobrança por desempenho também se vê frustrada pelo peso das estruturas rígidas. Wallace afirma que não deseja apenas cumprir tarefas, prefere perceber propósito no que faz. “Caso contrário, será desanimador na hora de fazer as tarefas do trabalho”, diz.

A falta de comunicação e relacionamento com os colegas no escritório de investimentos Priority Capital foi o motivo do desligamento do estudante do curso de Sistemas de informação João Pedro Simões Serra, de 28 anos. “Esse é um problema comum entre estagiários da área de tecnologia”, admite.

“Pediam para eu atualizar o site, mas não me entregavam o código. Eu sabia o que precisava fazer, mas não tinha as ferramentas para trabalhar e quando eu alertava sobre e-mails suspeitos, ninguém dava atenção”, afirma. A situação ficou insustentável, segundo ele, que decidiu ficar quieto, sem conversar com os colegas da equipe. “Já que ninguém me escutava, não falava mais nada, mesmo quando o escritório sofreu um ataque de ransomware [crime cibernético] e eu só fiquei olhando.”

O relato reforça como a ausência de diálogo e de um suporte adequado vindo de empresas para com seus estagiários. Mesmo quando eles têm conhecimento técnico para evitar problemas sérios, são ignorados por serem apenas os novatos da área.

O relato do estudante evidencia como a falta de diálogo e de suporte adequado das empresas junto aos estagiários ainda é recorrente. Na opinião de Serra, mesmo quando o estagiário tem domínio técnico para evitar erros ou propor melhorias, ele acaba sendo ignorado simplesmente por ser um novato na equipe.

Desafio

Para Edna Rocha, diretora de RH com mais de 30 anos de experiência, o desafio está na falta de preparo básico: “Muitos jovens chegam à entrevista sem saber o que a empresa faz, usam gírias, atrasam, e ainda acham normal”, afirma. “Falta comprometimento e noção do ambiente em que estão entrando.”

**João Pedro
Simões Serra, 28
anos, estudante
de Sistemas de
Informação na PUC**



Para a diretora de Recursos Humanos Edna Rocha, com mais de 30 anos de experiência, o desafio dos estagiários está na falta de preparo básico: “Muitos jovens chegam à entrevista sem saber o que a empresa faz”, diz ela. “Eles usam gírias, atrasam nas entrevistas e ainda acham normal.” Na sua opinião, falta comprometimento do estagiário e noção do ambiente em que está entrando.

Segundo ela, a principal causa de desligamento precoce é a falta de compromisso do estagiário com horários, entregas e aprendizado. A empresa, porém, tenta contornar o problema com orientação e acompanhamento.

“Quando vemos um jovem com dificuldade, procuramos entender se é questão pessoal ou desalinhamento de função. Às vezes, realocar resolve. Outras, não”, explica.

Apesar das críticas com relação ao comportamento dos jovens, Edna vê potencial na geração Z. “Eles têm energia, criatividade e coragem em demasia. Mas precisam entender até onde vai o limite da liberdade dentro do trabalho”, diz ela.

Na empresa onde atua – a Sonepar, uma distribuição B2B de materiais elétricos – iniciativas como a mentoria reversa têm aproximado gerações. Jovens orientam gestores em temas como tecnologia e inovação. Segundo a diretora de RH, é importante o convívio e a compreensão mútua entre gestores e jovens colaboradores para um ambiente profissional equilibrado e saudável.

Para a professora e psicóloga Helena Duarte, o problema é mais profundo e social do que comportamental. Ela lembra que a geração Z atravessou a pandemia em plena formação emocional, o que impactou o desenvolvimento de habilidades como resiliência e comunicação. “Eles cresceram conectados, mas isolados. Faltou a convivência presencial, que é essencial para aprender a lidar com conflito, autoridade e frustração”, explica.

Ela também aponta o imediatismo como um traço marcante destes jovens. “Vivemos em uma época em que a pressa prevalece, mas a carreira se constrói com pequenos passos, ou seja paciência, coisa que os jovens ainda estão aprendendo”, explica.

A professora destaca que tanto universidades quanto empresas devem investir na formação integral

dos jovens, que vai além da técnica e contemple também o desenvolvimento socioemocional. Segundo ela, “não se trata de culpabilizar os jovens, e sim de criar condições para que eles aprendam a lidar com suas emoções e com as exigências do mundo profissional”.

Lições

Para a psicóloga e professora Helena Rocha, o equilíbrio está no meio-termo. “As empresas precisam compreender que esses jovens não são preguiçosos, mas diferentes. E os jovens, por sua vez, devem entender que o mundo corporativo não vai mudar na mesma velocidade das redes sociais”, afirma.

No caso de Wallace, o aprendizado veio após a demissão. “Hoje eu sei que preciso me comunicar mais e buscar feedback antes que ele venha como surpresa.”

João também reconhece a negligência de comunicação no processo da sua demissão.

“Gostaria que tivessem melhorado a comunicação e o entendimento do pessoal para que eu pudesse fazer meu trabalho”, conta.

Já Edna encerra com um conselho atemporal: “Respeitar regras, ser pontual e demonstrar gratidão ainda fazem diferença. Isso nunca sai de moda.”

Entre o imediatismo dos jovens e a rigidez das empresas, há um espaço fértil de aprendizado mútuo. É nele que a próxima geração de profissionais e de líderes está sendo formada.



**Psicóloga e professora
Helena Duarte**



**Edna Rocha diretora de RH
da Sonepar América do Sul**

Erros que (ainda) derrubam jovens no estágio

1 - Falta de proatividade e iniciativa

3 - Desconhecimento sobre a empresa ou a função

4 - Dificuldade em lidar com críticas e feedbacks

5 - Alta rotatividade e pouca visão de longo prazo

2 - Excesso de informalidade e falta de maturidade profissional



6 - Baixa resiliência diante de pressão e frustração

7 - Expectativa irreal de liberdade e propósito imediato

8 - Falhas na comunicação com colegas e gestores

10 - Desalinhamento entre expectativas pessoais e a cultura da empresa

9 - Pouco investimento em habilidades socioemocionais





Bianca Freitas

Ser ou viralizar

É impossível falar de juventude hoje sem mencionar as redes sociais. Elas deixaram de ser apenas uma ferramenta de comunicação e se tornaram um espelho, às vezes distorcido, do que os jovens consomem, desejam e acreditam ser. Cada clique é uma cena. Cada curtida, um aplauso. O que antes funcionava como ponte virou palco; e, nesse palco, o lifestyle jovem passa a ser menos uma expressão genuína e mais um projeto constantemente avaliado, comparado e performado.

O número de seguidores virou uma referência de sucesso, aceitação, pertencimento e felicidade. Mas, por trás dos filtros e das trends, é preciso se questionar: até que ponto essa conexão é verdadeira? Ela define quem nós somos? Ou estamos apenas sendo quem o algoritmo diz para ser, performando nossa própria existência.

As redes sociais criam uma nova lógica: se não postou, não aconteceu. O ritmo acelerado das tendências e o anseio pela rotina aesthetic e a “vida perfeita” faz com que os jovens se sintam pressionados a seguir um padrão, serem cada vez mais produtivos e transformarem coisas simples em performance, algo que viralize.

O problema é que essa busca incessante por validação digital tem um custo emocional muito alto. O Panorama da Saúde Mental 2024, realizado pelo Instituto Cactus em parceria com a AtlasIntel, constatou que o uso excessivo de redes sociais tem ligação direta com o estado da saúde mental de milhões de brasileiros, e os mais afetados são os jovens de 15 a 29 anos.

O levantamento mostra que 45% dos casos de ansiedade em jovens estão relacionados ao uso excessivo

das redes, e revela que 65% dos entrevistados enfrentam dificuldades emocionais. Na era das redes, cada curtida funciona como uma dose de aprovação e, quando falta, abala o senso de valor pessoal.

Além da aparência, o consumo também é influenciado. As redes sociais transformaram o marketing: o influenciador exibe uma rotina “espontânea”, mas cada objeto, roupa ou local frequentado carrega intenções comerciais. O desejo coletivo nasce daí. Não é sobre o produto em si, mas sobre o estilo de vida que ele promete.

Ninguém nasce gostando de matcha latte, mas o TikTok convence a beber para se sentir mais saudável. As marcas entenderam o mecanismo e passaram a vender identidade. O perigo começa quando a identidade passa a ser sobre o que se consome e não sobre o que se é.

As marcas entenderam o mecanismo e passaram a vender identidade. Os jovens, por sua vez, compram para se encaixar. O perigo começa quando a personalidade se resume ao que se consome, e não ao que se é.

Ao mesmo tempo, é preciso reconhecer o outro lado. As redes sociais abriram espaço para vozes antes invisíveis, criadores independentes e novas formas de expressão. Muitos jovens encontraram ali trabalho, visibilidade e conexão com realidades e grupos que dificilmente conheceriam fora da tela.

Ou seja: a internet não é inimiga. O desafio está no uso. A tecnologia pode ser ferramenta desde que não vire bússola existencial, e aí está o equilíbrio.

A questão é: o lifestyle jovem pode ser digital, mas não precisa ser superficial. Reconhecer que a vida fora das telas também tem valor é o primeiro passo para uma relação mais saudável com o mundo virtual. Afinal, se tudo gira em torno de se mostrar, talvez o gesto mais revolucionário seja apenas existir – sem performance, sem filtro, sem algoritmo definindo quem você deve ser.



ALÉM DO LIDE

Videogames e a nova maneira de contar histórias

A full-page background image featuring Geralt of Rivia from the video game The Witcher III: Wild Hunt. He is shown from behind, standing on the calm surface of a lake. He is wearing his iconic silver and black armor, with two swords (one silver, one steel) visible on his back. The background consists of misty, snow-capped mountains and a dense forest of evergreen trees under a soft, hazy sky, suggesting a sunset or sunrise scene.

The Witcher III:
Wild Hunt: Geralt
de Rívia, pronto
para ação em
um dos mundos
abertos mais
aclamados dos
videogames



Na era das narrativas interativas, o jogador participa e até muda o rumo da história

Desde que chegaram ao mercado, ainda na década de 1980, os videogames passaram por uma profunda transformação. Com os avanços tecnológicos, deixaram de ser apenas pixels em movimento e inauguraram a era das narrativas interativas, nas quais o jogador não só acompanha a história, mas a influencia. Hoje, não basta derrotar inimigos ou avançar fases: é preciso participar da construção da trama e, em muitos casos, mudá-la.

Segundo Renato Lopes, professor da PUC-Campinas e doutor em Teoria e História Literária, os jogos já funcionam como obras narrativas complexas. “São textos multimodais, em que o jogador não só acompanha passivamente, mas também intervém nos acontecimentos”, afirma.

Exemplos como *The Last of Us*, que gerou uma série de sucesso no streaming - *Until Dawn*, adaptado para os cinemas em 2025, e a franquia japonesa *NieR* - mostram o novo padrão. Nos dois últimos casos, os jogos usam múltiplas linhas narrativas, permitindo que o jogador reveja a história a cada vez novo final e descubra camadas, caminhos e significados inéditos.

Reportagem

João Praxedes e
Laura Penariol

Edição

Laura Penariol

Fotos

Luma Coelho e
João Praxedes

Arte e interação

O videogame moderno não se limita a repetir elementos de outras mídias: ele combina narrativa literária, direção cinematográfica, composição musical e artes visuais em diálogo direto com a interatividade. É o que defende o escritor Ricardo Maciel dos Anjos, autor do romance *Saga de um Mundo Despedaçado*, que usa videogames e cultura pop como referência.

“Através de uma boa narrativa, o leitor ou jogador alcança uma catarse própria do meio”, afirma. Para ele, a possibilidade de escolher caminhos e vivenciar desfechos diferentes amplia o envolvimento emocional.

O exemplo de *The Last of Us* ilustra bem essa força narrativa. O game explora temas como sobrevivência, perda e a complexidade das relações humanas em um mundo pós-apocalíptico. A relação quase paternal construída entre Joel e Ellie ganha ainda mais impacto quando o jogador é confrontado com escolhas que podem alterar o rumo da trama, para melhor ou para pior.

Outro exemplo é a saga *The Witcher*, que deve ganhar seu quarto jogo em 2026. Adaptada dos livros do autor polonês Andrzej Sapkowski, a série da CD Projekt RED leva o jogador ao universo do bruxo Geralt de Rívia. Além de revisitar personagens consagrados da obra original, o jogador assume o papel de continuar o legado de Geralt, explorando um vasto mundo de fantasia, cumprindo novas missões e tomando decisões que carregam consequências éticas e políticas no campo da fantasia.



Impasse

Apesar dos avanços narrativos e visuais, os videogames ainda enfrentam



Jogos digitais
reúnem
narrativa,
imagem, som
e interação em
uma mesma
experiência



resistência da crítica e grande mídia para serem reconhecidos como arte. O argumento mais comum é que, por fazerem parte de uma indústria bilionária e manterem um caráter lúdico, eles seriam apenas produtos de entretenimento, e não obras artísticas.

O crítico de cinema Roger Ebert foi, por muitos anos, a voz mais influente na negação dos videogames como forma de arte. Para ele, os jogos jamais poderiam

alcançar esse status porque, ao contrário das mídias tradicionais, eles são construídos sobre a lógica de serem “vencidos”. E, com essa possibilidade de vitória, os games não se identificariam como uma obra artística.

No meio acadêmico e entre profissionais que estudam narrativas digitais, a arte é essencialmente uma forma de comunicação humana, e os videogames se encaixam nessa definição. A diferença central é que, ao contrário do cinema ou da literatura, cuja recepção é passiva, os jogos exigem participação ativa do jogador, que interfere diretamente nos rumos da história.

Uma defesa comum feita por especialistas em narrativas digitais é que, antes de excluírem os videogames do campo artístico, os críticos deveriam apresentar uma definição de arte capaz de contemplar cinema, literatura e música e que justificasse a exclusão dos jogos.

Para esses estudiosos, os games reúnem elementos já reconhecidos como artísticos em outras mídias, como o roteiro e os diálogos, as trilhas sonoras, o design visual, a arquitetura de mundos e até a atuação dos personagens - em seus movimentos e interpretação. Essa convergência torna o videogame





**Desde os consoles
de mesa até PCs,
os jogos podem ser
aproveitados em
diversas plataformas**

*(Imagem produzida por IA /
Chat GPT)*

uma das expressões culturais mais complexas da atualidade, que reúne múltiplas manifestações artísticas.

As equipes de desenvolvimento reúnem profissionais de diversas áreas, o que enfraquece a ideia de que os games carecem de valor estético. A crítica de que a autoria se dilui em produções industriais, frequentemente atribuída a Hollywood, também perde força pela presença dos desenvolvedores autorais. As franquias Metal Gear Solid e Death Stranding, do diretor e produtor de videogames japonês Hideo Kojima, carregam a identidade artística de seu criador.

Modo narrativo

Jogos como Final Fantasy VII, lançado para o PlayStation em 1997, ajudam a ilustrar o impacto cultural e artístico dos videogames. A trama acompanha Cloud Strife, um ex-militar que se une a um grupo de eco-ativistas para enfrentar a corporação Shinra, responsável por explorar recursos naturais e controlar a energia nas grandes cidades.

Mais do que popularizar o gênero JRPG com temas maduros, como ecologia, identidade e capitalismo, Final Fantasy VII deu origem a um amplo universo multimídia. Filmes, remakes e jogos derivados foram produzidos para expandir a mitologia e aprofundar os personagens criados pelo autor japonês Hironobu Sakaguchi e pela equipe da

Square.

Final Fantasy VII foi um sucesso de vendas no mundo todo, vendendo mais de 14 milhões de cópias e ajudou a levar o gênero dos RPGs japoneses para além de sua base tradicional. O sucesso abriu caminho para uma nova geração de fãs e consolidou o jogo como uma das obras mais influentes da história dos videogames.

Segundo o escritor e entusiasta de videogames, Ricardo Maciel dos Anjos, o papel do jogador na narrativa dos games se aproxima do leitor na literatura. “A presença do jogador no mundo virtual funciona como uma ‘máscara’. Ele assume o papel que lhe é dado e vivencia a história a partir daquela perspectiva, assim como o leitor acompanha os acontecimentos pelo ponto de vista do personagem”, explica.

Para ele, a chamada “máscara do jogador” é um conceito desenvolvido na sua tese de doutorado e relaciona as

estruturas narrativas da literatura e dos videogames. Essa “máscara” representa o avatar do jogador, que é a identidade assumida dentro do jogo e por meio da qual ele vivencia a história.

“Assim como acontece no papel do avatar, o leitor é convidado a vivenciar todas as experiências relevantes da narrativa. O jogador se envolve no papel do personagem – seja ele humano, alienígena, robô ou animal – da mesma forma que o leitor se envolve na história, seja qual for seu

ponto de vista”, explica Maciel.

O escritor conta que sua própria série de fantasia - Saga de um Mundo Despedaçado - nasceu de uma campanha de RPG de mesa de Dungeons & Dragons. Ele explica que criou o universo para mestrear, mas depois que os jogadores “arruinaram” seus planos originais, decidiu aproveitar o



cenário e as ideias. A partir daí, tratou a história como se as sessões nunca tivessem ocorrido e transformou o material no romance que veio a publicar.

Logos e linguagem

O professor Paulo Costa, da Faculdade de Mídias Digitais da PUC-Campinas, destaca que, diferente da literatura e do cinema – mídias que, de certa forma, compartilham raízes históricas –, os games pertencem a uma era marcada essencialmente pela interatividade. “O diferencial do jogo é a conexão homem-máquina”, explica.

Ele observa que até jogos simples, como o clássico Tetris, podem carregar alguma forma de narrativa. Costa acrescenta que o conceito de gameplay – o processo de interatividade – vai além da história: envolve regras, mecânicas e a experiência de ação do jogador. “Uma boa mecânica não depende necessariamente de uma grande história. Ela exige equilíbrio e contexto”, afirma.

Ao comparar os games com outras mídias, Costa destaca que cada uma oferece uma forma distinta de experiência: no livro, o leitor imagina o personagem; no cinema, ele apenas o observa; no jogo, ele o controla. Segundo o professor, essa possibilidade de ação direta dá ao jogador a sensação de liberdade para “fazer o que quiser”.

Costa também diferencia arte e design, explicando que o game design – o processo de conceber um jogo – pode ser entendido como uma forma de arte. Não no sentido tradicional de museu, mas como uma prática criativa que envolve técnica. “A cultura não está na mídia em si, seja ela o jogo ou o cinema, mas na experiência que permanece no público, a impressão que o jogo deixa”, finaliza.





Diogo Mosna

Um pensar sobre mar, bagagens e mãos

Aos sete anos, eu já reconhecia os primeiros sinais que indicavam o encontro com o mar. O estalar do ventilador em meados de dezembro era diferente, assim como o cheiro da poeira dispersada pelas hélices enquanto arrancávamos mala a mala do armário. Ah, o formigamento de entusiasmo que sentia só de observar o desarranjo do quarto.

O amontoado de bagagens sobre os móveis me manteve aflito ao longo da semana. Insone, eu esperava aflitamente o dia, como quem desperta antes do alarme pela madrugada e, angustiado, aguarda o barulho do relógio. Com dentes e poucas unhas, eu digladiava os dias que seguiram até a viagem. Cada dia parecia desdobrar-se sobre si mesmo e cada uma de suas 24 horas ganhava acréscimos e acréscimos de pura antecipação.

Quando, finalmente, o dia da viagem chegou, senti como se tivesse vencido uma batalha contra o tempo. Depois de fazer as malas, faltava, então, somente tomar os rumos da estrada.

O caminho, hoje, já está embaçado na mente, bem como as delicadezas da brisa do ar quando chegamos, enfim, à pousada. Dos dias de beira-mar, restam mínimas reminiscências para consolo. Recordo-me do golfinho inflável que quase sempre era arrastado pela maré. Lembro-me, ainda, da textura da areia grudada à pele corada, ardida pela água salgada a cada mergulho.

Mesmo com a dermatite, eu fazia morada no encontro do mar com a areia durante a viagem. Após um desses incontáveis mergulhos, em uma das visitas à praia no raiar



Ilustração: Larissa Idem

do ano, enquanto enxaguamos o salobro do mar do corpo, meu pai colocou suas mãos ao lado das minhas, enrugadas, e disse que pareciam mais velhas do que as dele.

Isso me espantou. Se, com aquela idade, já estavam assim, com o passar dos anos como ficariam, então? Não deixaria isso acontecer. Prometi a mim mesmo não envelhecer. Mas, como qualquer promessa de criança, sua durabilidade se mostrou curta. Visita após visita, em finais de ano, as mãos que afundam no mar vão ficando mais envelhecidas.

Vejo que a maturação do corpo ainda me assusta. Vejo também que a empolgação a cada mês de dezembro some um pouco, assim como as pessoas que faziam dele o que ele era. Mas me recuso a encarar isso, por via de regra, do mesmo modo como cismo com o que me cobre por fora para não encarar o que me incomoda por dentro.

O que penso – percebo agora – diz mais sobre como carrego a vida do que sobre o tempo em si.

Enfim, esse é um pensamento que pretendo guardar para uma ruminação futura. Por enquanto, isto me basta: permanecer caminhando por aí como uma relíquia desses dias de mar.



MELHOR UNIVERSIDADE

★ PRIVADA DO ESTADO DE SÃO PAULO ★

Referência em qualidade de ensino e reputação acadêmica.



Latin America
University
Rankings 2024

Saiba mais em
www.puc-campinas.edu.br