

MONTAGEM COMO CAMPO METODOLÓGICO NA COMUNICAÇÃO MULTIMODAL: POR UMA EPISTEMOLOGIA SITUADA DAS FORMAS

MONTAGE AS A METHODOLOGICAL FIELD IN MULTIMODAL
COMMUNICATION: TOWARDS A SITUATED EPISTEMOLOGY OF FORMS

EL MONTAJE COMO CAMPO METODOLÓGICO EN LA COMUNICACIÓN
MULTIMODAL: HACIA UNA EPISTEMOLOGÍA SITUADA DE LAS FORMAS

Rodrigo Daniel Levoti Portari

■ Doutor em Comunicação (UFMG) e professor da UEMG e do PPGCOM/UFMT. Coordena pesquisas financiadas por CNPq e FAPEMIG. Tem experiência profissional em redações e gestão acadêmica. Pesquisa jornalismo (popular, policial e político), produção de sentido, história da mídia e ética na IA. Atua em projetos de extensão sobre comunicação pública, memória do jornalismo e divulgação científica.

■ *Doctor en Comunicación (UFMG) y profesor en la UEMG y el PPGCOM/UFMT. Coordina investigaciones financiadas por CNPq y FAPEMIG. Posee experiencia profesional en redacciones y gestión académica. Investiga periodismo (popular, policial y político), producción de sentido, historia de los medios y ética en la IA. Actúa en proyectos de extensión sobre comunicación pública y memoria del periodismo.*

■ E-mail: rodrigo.portari@uemg.br

Pedro Pinto de Oliveira

■ Doutor em Comunicação (UFMG) com pós-doutorados em Portugal (UBI e IPC). Professor e pesquisador no ECCO e PPGCOM da UFMT. É vice-coordenador de GT na IAMCR e coordena o Grupo Multimundos (UFMT). Atua na interface entre Comunicação, Cultura e Política, com foco em acontecimentos, figuras públicas, ensaio audiovisual científico e jornalismo cinematográfico. Integra conselhos científicos na UBI.

■ *Doctor en Comunicación (UFMG) con posdoctorados en Portugal (UBI e IPC). Profesor e investigador en el ECCO y PPGCOM de la UFMT. Es vicecoordinador de GT en la IAMCR y coordina el Grupo Multimundos (UFMT). Investiga Comunicación, Cultura y Política, con foco en acontecimientos, figuras públicas, ensayo audiovisual científico y periodismo cinematográfico. Integra consejos científicos en la UBI..*

■ E-mail: ppo@terra.com.br

RESUMO

O presente estudo propõe compreender a montagem como campo metodológico da pesquisa em comunicação, destacando seu papel na articulação entre forma e pensamento em contextos multimodais na produção de conhecimento. Apoiado em autores como Aby Warburg, Georges Didi-Huberman e Vera França, discute-se a montagem como gesto interpretativo e epistemológico, capaz de integrar visualidades, discursos e temporalidades. Aponta-se sua relevância para uma metodologia comunicacional situada, simbólica e crítica, orientada por uma epistemologia do Sul.

PALAVRAS-CHAVE: MONTAGEM; COMUNICAÇÃO MULTIMODAL; METODOLOGIA; EPISTEMOLOGIA DO SUL.

ABSTRACT

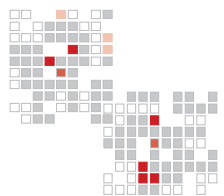
This article understands montage as a methodological field in communication research, emphasizing its role in articulating form and thought within multimodal contexts. Based on Aby Warburg, Georges Didi-Huberman, and Vera França, montage is discussed as an interpretative and epistemological gesture capable of integrating visualities, discourses, and temporalities. It highlights the potential of a situated, symbolic, and critical communicational methodology grounded in a Southern epistemology.

KEYWORDS: MONTAGE; MULTIMODAL COMMUNICATION; METHODOLOGY; SOUTHERN EPISTEMOLOGY.

RESUMEN

El artículo propone comprender el montaje como campo metodológico de la investigación en comunicación, destacando su papel en la articulación entre forma y pensamiento en contextos multimodales. Basado en autores como Warburg, Didi-Huberman y Vera França, se discute el montaje como gesto interpretativo y epistemológico capaz de integrar visualidades, discursos y temporalidades. Se resalta su relevancia para una metodología comunicacional situada, simbólica y crítica orientada por una epistemología del Sur.

PALABRAS CLAVE: MONTAJE; COMUNICACIÓN MULTIMODAL; METODOLOGÍA; EPISTEMOLOGÍA DEL SUR.



1 Introdução

A pesquisa em Comunicação na América Latina tem-se caracterizado por uma permanente tensão entre teoria, método e realidade. Desde as contribuições fundadoras de Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini, o campo comunicacional latino-americano tem insistido na necessidade de compreender as mediações culturais e históricas que configuram os processos comunicacionais. Essa ênfase na contextualização, nas matrizes culturais e nas práticas sociais situadas revela uma escolha epistemológica e, também, uma política de conhecimento que se opõe às abordagens universalistas e descontextualizadas. Nesse horizonte, a presente reflexão propõe pensar a montagem como um campo metodológico emergente, capaz de articular forma, tempo e sentido na pesquisa comunicacional contemporânea.

A montagem, historicamente associada à estética e às artes visuais, pode ser compreendida aqui como um princípio de pensamento e um gesto de conhecimento. Inspirada em autores como Aby Warburg e Georges Didi-Huberman, ela ultrapassa o domínio técnico da edição de imagens e se converte em uma operação interpretativa, na qual o conhecimento se constrói por meio da justaposição, da fricção e do entrelaçamento de formas e temporalidades. Na Comunicação, esse movimento adquire potência particular, uma vez que os objetos comunicacionais são, por natureza, híbridos, multimodais e atravessados por temporalidades dissonantes.

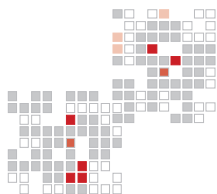
A escolha da montagem como método implica compreender que as formas comunicacionais são também formas de pensamento, definido aqui neste estudo como instrumento da inteligência ao modo *deweyano*. A visualidade, o som, a palavra, o corpo e o gesto não são meros suportes de conteúdo, mas modos de produção simbólica que participam ativamente da construção do

sentido. Assim, investigar a comunicação a partir da montagem é deslocar o olhar do conteúdo para o gesto criativo de junção e disjunção com as formas — o espaço relacional onde se inscrevem as tensões, os silêncios e as contradições que constituem o fenômeno comunicacional. Trata-se de uma epistemologia que valoriza o inacabamento, a polissemia e o anacronismo como dimensões produtivas do conhecimento.

Em diálogo com o pensamento latino-americano, a proposta aqui defendida insere-se em um projeto mais amplo de metodologia comunicacional situada, que reconhece a complexidade dos contextos históricos, políticos e culturais do continente. A montagem, ao promover o encontro entre elementos heterogêneos, ressoa com a própria condição mestiça e híbrida da comunicação latino-americana. Ela se torna, assim, um modo de pensar com as formas — uma metodologia que não busca reduzir a multiplicidade, mas colocá-la em relação, evidenciando as disputas de sentido que atravessam as práticas comunicacionais.

Do ponto de vista metodológico, este artigo propõe compreender a montagem como campo de pesquisa e reflexão sobre o lugar das formas na comunicação, tomando-a como princípio multimodal que articula teoria, método e estética. O percurso teórico-metodológico parte das contribuições de Vera França sobre temporalidade e comunicação, em diálogo com Warburg, Didi-Huberman e outros autores que exploram as relações entre imagem, tempo e memória. A partir dessa base, delineia-se uma proposta de metodologia comunicacional multimodal, interpretativa e simbólica, capaz de integrar elementos verbais, visuais e sonoros na construção do conhecimento.

Ao propor a montagem como método de pesquisa, pretende-se ampliar o horizonte epistemológico da Comunicação, oferecendo uma alternativa crítica e criativa à segmentação



entre teoria e prática, forma e conteúdo, arte e ciência. Mais do que um recurso técnico, a montagem é entendida aqui como um gesto epistemológico — um modo de olhar e de produzir conhecimento a partir das formas. Nessa direção, a reflexão metodológica torna-se também uma reflexão política: pensar por montagem é resistir às narrativas lineares e totalizadoras, afirmando a pluralidade, a fricção e o movimento como princípios de uma epistemologia do Sul.

2 Fundamentação teórico-metodológica

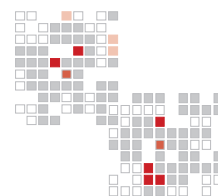
Pensar a montagem como campo metodológico exige compreender que a produção de conhecimento comunicacional é, antes de tudo, um processo de articulação entre formas, tempos e sentidos. Desde Aby Warburg, a montagem deixou de ser uma operação estética restrita à arte e ao cinema para tornar-se um modo de pensamento que trabalha por justaposição e deslocamento. Em seu *Atlas Mnemosyne*, Warburg propôs um método visual de pesquisa em que o conhecimento surge da fricção entre imagens e da tensão entre diferentes tempos históricos. O pensamento não se desenvolve por linearidade, mas por constelações: cada encontro de formas cria uma interpretação do passado e do presente. Georges Didi-Huberman (2015) retoma essa herança e a amplia ao afirmar que *montar é pensar* — porque todo gesto de organização visual é também um gesto de construção de mundo.

Na Comunicação, esse gesto se intensifica. Os objetos comunicacionais não se deixam capturar por uma única linguagem: são híbridos, multimodais e temporalmente complexos. A imagem, o som, a palavra, o corpo e a performance compõem ecologias simbólicas em permanente transformação. Assim, investigar a comunicação implica lidar com a materialidade e a temporalidade das formas, duas dimensões que a montagem permite aproximar criticamente. A pesquisa comunicacional contemporânea, ao

articular fragmentos de linguagens e tempos distintos, é sempre um ato de montagem — mesmo quando não o reconhece como tal.

É nesse ponto que se estabelece o diálogo com o pensamento de Vera França, cuja contribuição à teoria latino-americana da comunicação é decisiva para compreender o vínculo entre temporalidade e discurso. Inspirada em George Herbert Mead, França (2002, 2012) propõe que a comunicação é o processo por meio do qual o tempo social é narrado, disputado e tornado inteligível. A comunicação, para ela, não apenas acontece no tempo, mas *produz* o tempo — organiza experiências, medeia continuidades e rupturas, transforma memórias em presente narrável. Esse enfoque aproxima-se da noção *warburguiana* de *Nachleben* — a sobrevivência das formas —, segundo a qual as imagens e discursos ressurgem em novos contextos, carregando traços de temporalidades anteriores. Em ambos os casos, trata-se de compreender o tempo como espessura simbólica, e não como sucessão linear.

Ao articular Vera França com autores como Louis Quéré, Paul Ricoeur e Maurice Halbwachs, é possível ampliar essa compreensão. Quéré (1991) define a comunicação como experiência situada, em que o acontecimento é o ponto de condensação entre tempo vivido e tempo narrado. Ricoeur (2000), por sua vez, mostra que a narrativa é o dispositivo central da mediação temporal: narrar é dar forma à experiência, reconciliando o múltiplo e o descontínuo. Halbwachs (1990), ao formular o conceito de *memória coletiva*, reforça a dimensão social dessa operação: a lembrança nunca é individual, mas reconstruída comunicativamente em função do presente. Assim, a montagem, ao pôr em relação tempos e formas distintos, constitui uma prática de memória coletiva — um gesto de reorganização simbólica que transforma o passado em presença



e o presente em interpretação.

Dessa forma, a montagem pode ser compreendida como metodologia da temporalidade comunicacional. Ao reunir fragmentos de diferentes épocas e linguagens, ela explicita o caráter processual e disputado do tempo social. Cada escolha de justaposição ou corte revela uma hipótese sobre o modo como os sentidos circulam e se sedimentam. O pesquisador comunicacional, ao montar, participa ativamente dessa construção: organiza constelações de formas que permitem ver o invisível — aquilo que a continuidade linear das narrativas costuma apagar. Essa dimensão interpretativa aproxima a montagem da hermenêutica, mas preserva sua potência estética e política.

A multimodalidade, nesse horizonte, deve ser entendida não como mera coexistência de códigos, mas como campo epistemológico. Em nosso artigo apresentado no IAMCR (Portari;Oliveira, 2025), argumentamos que a multimodalidade é um princípio de conhecimento porque obriga o pesquisador a articular linguagens distintas em um mesmo gesto interpretativo. Cada modo — verbal, visual, sonoro, gestual — traz consigo uma forma de ver e de narrar o mundo. A montagem opera sobre essas diferenças, produzindo conhecimento a partir das relações que se estabelecem entre elas. Assim, o pensamento multimodal é inseparável do pensamento por montagem: ambos se fundam na articulação entre heterogêneos.

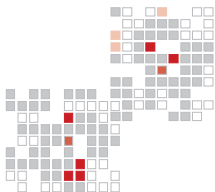
Essa concepção dialoga diretamente com as tradições latino-americanas de pesquisa em comunicação, que há décadas reivindicam metodologias abertas, críticas e situadas. Jesús Martín-Barbero (1987) e Néstor García Canclini (1990) mostraram que compreender a comunicação requer partir das mediações culturais e das práticas sociais concretas. Rossana Reguillo (2000) e Raquel Paiva (2003) ampliaram essa perspectiva ao propor uma metodologia

sensível às formas simbólicas e às estéticas populares, reconhecendo que o conhecimento comunicacional nasce do encontro entre corpos, afetos e linguagens. A montagem, nesse sentido, traduz metodologicamente esse gesto latino-americano: ela pensa com a diferença, com o fragmento e com a mestiçagem das formas.

O anacronismo, conceito central em Didi-Huberman, ganha aqui novo sentido. Longe de ser um resquício do passado, o anacrônico é o que reativa a memória e possibilita o novo. É o tempo em desordem que revela a potência da comunicação — o choque entre o que retorna e o que emerge. Revalorizar o anacronismo como princípio epistemológico significa compreender a pesquisa comunicacional como prática de invenção temporal: cada montagem é uma reescrita do tempo, uma forma de criar intervalos onde o pensamento pode respirar.

Por fim, compreender a montagem como campo metodológico implica reconhecer sua dimensão estética e política. A montagem estética — tal como se realiza nas artes visuais ou no cinema — organiza formas para provocar sensações e deslocamentos no espectador. A montagem metodológica, por sua vez, organiza formas para produzir conhecimento e crítica. Ambas, contudo, compartilham um mesmo gesto: criar relações. Seguindo a perspectiva de César Guimarães (1997), o pensamento suscitado pela imagem habita fundamentalmente o intervalo. Trata-se de um exercício dialético de aproximar e diferenciar, criando um entre-lugar onde o olhar comunicacional se forma: sensível ao tempo, atento à matéria e disposto ao múltiplo.

Em síntese, a fundamentação teórico-metodológica aqui delineada propõe compreender a montagem como método multimodal de apreensão do tempo e das formas comunicacionais. De Warburg a Vera França, de Didi-Huberman a Ricoeur, da filosofia da imagem à sociologia da comunicação, o que se delineia



é uma metodologia interpretativa e simbólica que pensa a comunicação como experiência temporal, relacional e estética. É a partir dessa concepção que, na próxima seção, delineamos os critérios e aplicações possíveis da montagem como método comunicacional multimodal.

3 Proposta Metodológica: a montagem como método comunicacional multimodal

Com base nas reflexões apresentadas, propõe-se compreender a montagem como um método comunicacional multimodal, interpretativo e simbólico, que articula forma e pensamento na produção do conhecimento. Diferente de um simples procedimento técnico ou de um recurso de linguagem, a montagem é aqui concebida como gesto epistemológico: ela organiza o olhar, define o modo de aproximação do objeto e condiciona as possibilidades de interpretação. Pensar metodologicamente por montagem é aceitar que a realidade comunicacional se manifesta em fragmentos, em tensões e em composições heterogêneas que não se deixam reduzir à linearidade narrativa ou à estabilidade conceitual.

A metodologia comunicacional multimodal que propomos parte do reconhecimento de que a pesquisa em Comunicação opera sobre objetos híbridos e interdisciplinares, em que coexistem discursos verbais, visuais, sonoros e corporais. Essa condição multimodal não deve ser vista como um desafio a ser superado, mas como a própria matéria epistemológica da comunicação. A montagem, nesse contexto, atua como um princípio organizador capaz de articular diferentes regimes de sentido, produzindo conhecimento a partir da fricção entre materiais, linguagens e temporalidades.

Trata-se, portanto, de um método que se constrói por relações e aproximações. Inspirada no gesto *warburgiano* do *Atlas Mnemosyne*, a montagem metodológica comunica não pela soma das partes, mas pelas tensões entre elas.

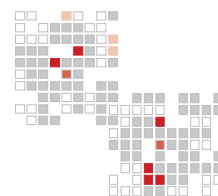
Como já observado em trabalho anterior,

a montagem ultrapassa o gesto estético: constitui-se como um procedimento metodológico potente, capaz de evidenciar relações inesperadas e produzir analogias que escapam à cronologia histórica. Ao tornar visíveis tensões e permanências ignoradas pelas narrativas hegemônicas, montar é ativar imagens — transformá-las em discurso, confronto e presença (Portari, 2025, p. 214).

Cada justaposição cria um campo de sentido que não existia anteriormente. O pesquisador, nesse processo, atua como um curador de relações — alguém que reconhece, seleciona e combina formas, discursos e afetos, buscando compreender o que emerge desses encontros. A operação metodológica é, portanto, interpretativa e criativa, mas também rigorosa: cada associação deve ser sustentada por fundamentos teóricos, contextuais e simbólicos.

Propõem-se, a partir disso, quatro critérios orientadores para a aplicação da montagem como método comunicacional multimodal:

1. Critério da forma – considerar as formas comunicacionais (textuais, visuais, sonoras, performáticas) como unidades de sentido autônomas e interdependentes. A forma é indissociável do conteúdo e deve ser analisada em sua materialidade e intencionalidade estética.
2. Critério da temporalidade – compreender os objetos comunicacionais como inscrições de tempo. Todo discurso carrega em si múltiplas temporalidades — memórias, repetições, rupturas — que se tornam visíveis pela montagem. A análise busca evidenciar o modo como o tempo é narrado, condensado e disputado nas formas.



3. Critério da relacionalidade – priorizar as conexões entre elementos aparentemente díspares. A montagem é o espaço do entre, e o rigor metodológico está na capacidade de articular fragmentos heterogêneos de forma significativa, sem buscar a totalidade, mas a coexistência de diferenças.
4. Critério da reflexividade – reconhecer o papel do pesquisador como parte da montagem. A operação metodológica não é neutra: ela envolve escolhas estéticas e políticas que determinam o modo de ver e representar o objeto. A reflexividade implica explicitar as mediações que o próprio olhar introduz no processo de pesquisa.

Esses critérios orientam uma metodologia aplicável a uma ampla gama de objetos comunicacionais. No campo das narrativas jornalísticas, a montagem permite compreender como a justaposição de imagens e discursos organiza a temporalidade do acontecimento e produz sentidos de verdade. Em memes e produtos de cultura digital, evidencia o cruzamento entre memória, humor e política, mostrando como a circulação de imagens ressignifica continuamente o passado. Nos ensaios audiovisuais científicos, atua como ferramenta de pensamento, articulando voz, som e imagem na construção de argumentos sensíveis. Já nas narrativas políticas, o método revela como se constroem visualmente imaginários coletivos e afetos de pertencimento.

Mais que um protocolo fixo, a montagem propõe uma ética da pesquisa comunicacional, baseada na convivência com a heterogeneidade dos objetos e contextos. Ela recusa o fechamento interpretativo e compreende o conhecimento como processo aberto a novos arranjos. Nesse sentido, é também modo de resistência simbólica: ao privilegiar fragmentos

e pluralidade, desafia discursos hegemônicos que tentam fixar sentidos totalizantes.

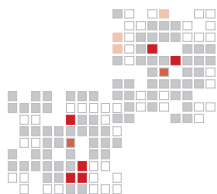
A aproximação entre arte e ciência é desdobramento natural da montagem como método acadêmico. Criar relações entre formas distintas é também pesquisar e imaginar. A metodologia comunicacional multimodal reconhece o valor cognitivo das estéticas — não como adorno, mas como condição de pensamento. Assim, a montagem reconfigura o estatuto do método científico, incorporando sensibilidade, imaginação e experimentação como dimensões legítimas da produção de conhecimento.

Por fim, o método da montagem se insere no horizonte de uma epistemologia do Sul. Essa perspectiva reivindica a diversidade epistêmica, reconhecendo saberes locais e estéticas periféricas como formas válidas de conhecimento. A montagem, ao reunir elementos heterogêneos sem hierarquizá-los, concretiza esse princípio e transforma o ato de pesquisar em gesto político: ao relacionar vozes, imagens e memórias, produz conhecimento sensível às desigualdades e aberto à invenção.

Em síntese, a montagem como método comunicacional multimodal propõe uma prática investigativa interpretativa, simbólica e situada, capaz de integrar teoria, estética e política em um mesmo gesto cognitivo. Sua força está em compreender a comunicação não como fluxo linear de mensagens, mas como constelação de formas em diálogo permanente.

4 Comunicação multimodal, Arte e Imagens

Se a montagem opera como um gesto epistemológico de articulação temporal, ela o faz justamente por mobilizar a dimensão estética da experiência humana. É nesse ponto de contato entre a sensibilidade da arte e o rigor da ciência que a imagem deixa de ser mera ilustração para se



tornar a própria matéria-prima do pensamento, exigindo uma compreensão que vá além da técnica e alcance a experiência estética.

A discussão metodológica apresentada encontra um desdobramento direto na relação entre arte, ciência e comunicação multimodal. Situamos aqui, neste estudo, o procedimento metodológico que parte da montagem das imagens em sua potência para comunicar. Com Alberto Manguel (2001,p.32), as imagens ocupam um lugar no pensamento humano e no nosso cotidiano, “são a matéria de que somos feitos”. As imagens, portanto, assim como as histórias, nos informam, nos constituem, enfatizando uma máxima do pensamento aristotélico que “todo processo de pensamento requer imagens”(idem).

Manguel destaca um aspecto relevante que aproxima a nossa compreensão do processo de montagem. Os significados são formados, ao contrário do utilizado na palavra escrita, após a imagem se constituir, ou seja, após o processo de montagem estabelecer um dado conhecimento.

“... o código que nos habilita a ler uma imagem, conquanto impregnado por novos conhecimentos anteriores é criado após a imagem se constituir – de um modo semelhante àquele com que criamos ou imaginamos significados para o mundo à nossa volta, construindo com audácia, a partir desses significados, um senso moral e ético, para vivermos (Manguel, 2001, p.33).

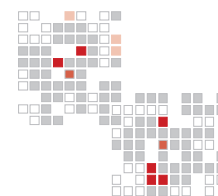
Outro aspecto que situa nossa ideia de procedimento metodológico multimodal é a relação entre arte e ciência. Trata-se de duas disciplinas que se diferenciam não por terem campos de aplicação distintos, mas porque expressam duas atitudes diferentes perante uma única experiência. Como destaca Calcaterra (2015), situando o pensamento *deweyano*, a experiência estética, como a produzida pela

comunicação multimodal, no entrelaçamento da arte e ciência, é o momento no qual se manifestam em toda a sua riqueza as interações entre sujeito e natureza, passado e presente, os resultados da inteligência humana e os valores da comunidade em cujo interior o indivíduo se formou.

E qual é o ponto deste entrelaçamento no processo de montagem? São as formas da arte aplicadas ao conteúdo da comunicação da produção do conhecimento científico. Os elementos significadores da edição, do som, da composição do cenário, da iluminação e do movimento de câmera, no caso dos princípios filmicos, ou da pintura, próprio da sua história, das suas composições artísticas.

Outro ponto a ser destacado no entrelaçamento da arte e ciência nos processos de montagem é o caráter moral, daquilo que ambas as disciplinas promovem instaurando e provocando uma nova experiência que transforma vidas. A experiência de novos valores e novos significados possibilitada pelo entrelaçamento da arte e ciência que interage com a imaginação, buscando mudança dos costumes sociais e que encontrou sentido e significado na expressão artística e científica. Conhecimento construído pela comunicação multimodal nascido na sociedade e que volta para a sociedade. Calcaterra aponta para o caráter criativo da arte, o que é, ao nosso ver, ponto de atração para o entrelaçamento com a ciência.

... a moralidade, na medida em que é um comportamento inteligente e teleologicamente orientado para a realização de um objetivo, não é de modo algum uma repetição mecânica de ações apreendidas no passado nem uma adesão a preceitos pré-constituídos que dirigem comportamento sempre idêntico, mas se configura como participação consciente e criativa na vida social. Agora pode concluir que “a arte é a mais moral de todas as



morais”, precisamente porque é a descoberta e comunicação de novos modos de ver as coisas e as relações entre elas. Ela é o instrumento e a mais completa fruição de realidades livremente criadas e vividas, de significados e valores que se emanciparam dos preconceitos da tradição (Calcaterra, 2015, p. 119).

É a partir dessa articulação entre formas sensíveis e inteligíveis que avançamos para as aplicações práticas da montagem no campo comunicacional.

5 Conhecimento por montagem: aplicações práticas

As aplicações a seguir não constituem estudos de caso, mas demonstrações teóricas do modo como a montagem reorganiza temporalidades, formas e disputas de sentido em distintos ecossistemas comunicacionais.

Apresentamos, até aqui, as potências do conceito de montagem como ferramenta metodológica acadêmico-científica para o campo da Comunicação. Considerando todo o arcabouço apresentado e sabendo que a montagem não é uma simples justaposição de elementos

selecionados, mas a articulação intencional dos corpora selecionados criteriosamente pelo pesquisador para que, a partir do conceito de temporalidades, possa articular tempos distintos e compreender narrativas que estão imbricadas na sociedade.

Para isso, é importante ressaltar a observação de Didi-Hubermann que o gesto de montar é intencional e, por isso, já traz consigo uma sobreinterpretação dos conteúdos selecionados, assim como Warburg o fez em seu *Atlas Mnemosyne*. É o que podemos observar, por exemplo, em 2024, ao propormos a análise das reverberações acerca da semifinal da Copa do Mundo de 2014, ocorrida no Brasil, onde a seleção nacional foi goleada por 7 a 1 pela Alemanha.

Em 2024, dez anos após a derrota considerada catastrófica em pleno estádio do Mineirão, o jornalismo resgatou esse acontecimento para rememorar o fato ocorrido em 8 de julho de 2014. Articulou-se, então, como algumas das publicações impressas retomaram o fato a partir da comparação entre a cobertura do dia seguinte à derrota com a reportagem articulada uma década depois. Apresentamos algumas das imagens selecionadas para as análises (Figura 1).

Figura 1 - Reprodução dos jornais *O Globo*, *Estado de Minas* e *O Estado de S. Paulo* datados de 9.7.2014 e 8.7.2024





Fonte: Reprodução

Ao acionarmos aqui duas temporalidades distintas, operamos não apenas uma análise cronológica, mas uma experiência estética de choque (como na arte) que nos permite compreender como a narrativa acerca daquela partida se solidificou na mídia. Como observa Didi-Hubermann, “Para além de qualquer procedimento, a montagem é um processo capaz de colocar em movimento novos ‘espaços de pensamento’: um modo de renomear e reconfigurar o gaio saber nietzschiano” (Didi-Huberman, 2021, p. 290-29)

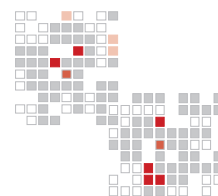
A partir do critério de escolha do fato, imagens e textos que serão analisados, é possível remontar esses novos espaços de pensamento e reconfigurar o saber daquela semifinal, observando como o jornalismo aciona a memória daquele tempo para reconfigurar a percepção sobre a Seleção Brasileira na atualidade. Como observado no trabalho:

Lado a lado, as páginas de 2014 e 2024 nos permitem compreender como o “fantasma” da goleada ainda permanece vivo na cultura futebolística brasileira, e como o jornalismo evoca essas imagens valendo-se de um marco comemorativo daquela derrota, aliado à recente eliminação da Copa América dos Estados Unidos. Tal como pretende Warburg,

ao dispormos páginas temporalmente tão distantes e, a partir das leituras dos textos das reportagens publicadas em 2024, temos o acionamento das temporalidades que nos permitem fazer uma releitura de mundo a partir da experiência do passado, o contexto do presente para, assim, tentar evocar o futuro (Portari, 2024).

Observa-se, nesse recorte uma potencialidade do princípio metodológico apresentado: a partir dele, é permitido compreender como esses três jornais reinterpretam aquele fato, acionam saberes e, ao longo de sua narrativa, levantam questionamentos acerca do futuro da seleção brasileira. Esse movimento é importante, por demonstrar que imagens sobrevivem ao tempo e passam a fazer parte da memória coletiva. Mesmo que estejam ‘esquecidas’, podem ser acionadas a qualquer tempo, permitindo reinterpretar não só o significado daquela derrota, mas também como base para compreender o presente e projetar o futuro, tal como propunha Warburg.

Demonstramos, aqui, como a narrativa jornalística permite-nos evidenciar interpretações de mundo a partir de sua lente, acionando os diversos tempos possíveis. Esse movimento, porém, pode ser ampliado para diversos outros



produtos do campo da comunicação.

Num universo onde as redes sociais se dedicam cada vez mais a narrativas fragmentárias, muitas vezes consolidadas na forma de memes ou vídeos curtos postados pelos usuários, a memória e a temporalidade são acionadas o tempo todo para a compreensão das narrativas propostas pelos usuários.

Em 2025, a jornalista Rosimeire Domingues dos Reis defendeu, junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Mato Grosso (PPGCOM-UFMT), uma tese que se propôs a compreender como o discurso da campanha publicitária criada pela Rede Globo de Televisão, intitulada “*Agro é Tech, Agro é Pop, Agro é Tudo*”, expandiu-se para o ambiente digital. Nesse sentido, a pesquisadora trouxe importantes colaborações ao realizar esse mesmo movimento metodológico que parte do princípio da montagem para a criação do conhecimento científico.

Em sua análise, articula o pragmatismo clássico de John Dewey — para quem a comunicação opera como investigação e construção de valores — com o conceito de acontecimento de Louis Quéré e com as “franjas de reverberação” propostas na tese, entendidas como os prolongamentos discursivos, afetivos e estéticos que persistem em outra temporalidade. Ao examinar um *corpus* de vídeos do TikTok, a autora demonstra como o acontecimento-publicitário deixa sua primeira vida — a experiência original do impacto — para tornar-se acontecimento-objeto, reconfigurado multimodalmente pelos usuários.

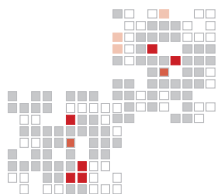
É nesse processo que a montagem se materializa: os vídeos operam como composições que reorganizam imagens, sons, performances e valores, disputando sentidos no espaço público digital. A tese evidencia como a multimodalidade das plataformas contribui para a generalização de valores, no sentido de Hans Joas, e para a produção de novos “lugares-comuns” comunicacionais,

onde diferentes temporalidades, memórias e narrativas se entrelaçam em constelações que só podem ser compreendidas pela via da montagem metodológica.

Outro campo em que a montagem mostra sua potência metodológica é o do ensaio audiovisual científico, forma de produção de conhecimento que articula voz, som, imagem e arquivo em uma mesma operação interpretativa. Como discutimos em trabalho apresentado (Portari, 2025), o ensaio audiovisual não funciona como simples ilustração, mas como gesto de pensamento multimodal: ele monta temporalidades, recortes de memória, fragmentos discursivos e regimes de visualidade, permitindo que a hipótese de pesquisa seja formulada também pela via das formas. Nessa perspectiva, o ensaio audiovisual científico demonstra que a montagem, além de instrumento analítico, é também modo de investigação e escrita acadêmica, ampliando as possibilidades epistemológicas da comunicação e aproximando arte e ciência em um mesmo processo cognitivo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A reflexão desenvolvida ao longo deste artigo evidenciou a montagem como princípio metodológico capaz de ampliar o horizonte epistemológico da pesquisa em Comunicação na América Latina. Ao articular temporalidades, formas e discursos, a montagem oferece uma via de análise sensível às heterogeneidades do campo, permitindo observar como imagens, narrativas, performances e afetos se entrelaçam na constituição de sentidos. A partir de Warburg e Didi-Huberman, compreendemos que o gesto de montar é um modo de pensar que lida com tensões e sobrevivências; em diálogo com Vera França, Ricoeur, Quéré e Halbwachs, reconhecemos a centralidade da temporalidade na produção social do sentido; e, aproximando esses autores da tradição latino-americana



inaugurada por Martín-Barbero, Canclini e Reguillo, reafirmamos a importância de metodologias situadas e críticas.

A montagem não apenas organiza materiais, mas produz conhecimento ao revelar relações e disputas simbólicas que atravessam o cotidiano midiático. Essa postura potencializa a análise multimodal, reconhecendo que os objetos da comunicação se apresentam de modo heterogêneo, articulando imagens, sons, gestos e textos que se chocam nos ambientes digitais e *offline*. Ao transitar entre essas materialidades, a montagem torna-se ferramenta para compreender expressões como memes, vídeos curtos, narrativas jornalísticas e ensaios audiovisuais, cuja potência interpretativa emerge da articulação entre modos semióticos distintos.

O gesto de montar também possui dimensão política. Ao evidenciar permanências e silenciamentos, confronta narrativas hegemônicas

e abre espaço para leituras plurais e decoloniais. Em um continente marcado por desigualdades, disputas de memória e tensões entre formas de vida, montar torna-se gesto de resistência, reorganizando o visível e propondo novas interpretações do passado e do futuro. Trata-se de inscrever a comunicação em um projeto de epistemologia do Sul que valoriza a diversidade epistêmica e os saberes locais.

Assim, ao propor a montagem como método comunicacional multimodal, defendemos uma abordagem interpretativa e simbólica, capaz de integrar estética, política e crítica em um mesmo gesto cognitivo. Este trabalho aponta caminhos para metodologias abertas, que dialoguem com as especificidades do campo comunicacional latino-americano e contribuam para o fortalecimento de uma teoria crítica comprometida com a pluralidade das formas e com a densidade das experiências sociais.

7 Referências

Calcaterra, R. M. (2015). *Ideias concretas: Percursos na filosofia de John Dewey*. Edições Loyola.

Didi-Huberman, G. (2015). *Diante do tempo: História da arte e anacronismo das imagens*. Editora UFMG.

Didi-Huberman, G. (2018). *Quando as imagens tocam o real*. Editora 34.

França, V. (2002). *Comunicação e temporalidade: A construção do tempo social*. Autêntica.

França, V. (2012). *O tempo e o acontecimento: Comunicação e experiência social*. Editora UFMG.

García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: Estratégias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.

Guimarães, C. (1997). *Imagens da memória: Entre o legível e o visível*. Editora UFMG.

Halbwachs, M. (1990). *A memória coletiva*. Vértice.

Manguel, A. (2001). *Lendo imagens*. Companhia das Letras.

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.

Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society*. University of Chicago Press.

Paiva, R. (2003). *O espírito comum: Comunidade, mídia e globalismo*. Mauad.

Portari, R. D. L. (2024, dezembro). Dez anos depois do 7 a 1: a reverberação do acontecimento. Trabalho apresentado nos Anais do 22º

Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (Vol. 22). SBPJor.

Portari, R. (2025). Montagem, anacronismo e comunicação: notas metodológicas a partir de Aby Warburg e Didi-Huberman. *Revista Mídia e Cotidiano*, 19(3), 199–224.

Portari, R., & Oliveira, P. P. (2025, julho). Montagem e multimodalidade: notas para uma metodologia interpretativa da comunicação. Comunicação apresentada no IAMCR 2025 – International Association for Media and Communication Research, Singapore.

Quéré, L. (1991). *Entre o facto e o sentido: A dualidade do acontecimento*. Instituto Piaget.

Reguillo, R. (2000). *Culturas juvenis: Formas de salir, entrar y estar en la modernidad*. Norma.

Ricoeur, P. (2000). *A memória, a história, o esquecimento*. Editora da Unicamp.

Santos, B. S. (2010). *Epistemologies of the South: Justice against epistemicide*. Paradigm Publishers.

Soto, M. (2018). *Epistemologías del Sur y comunicación: Imágenes, afectos y resistencias*. CLACSO.

Warburg, A. (2010). *Atlas Mnemosyne* (M. Warnke & C. Brink, Orgs.). Akal.

Artigo enviado em 27/11/2025 e aceito em 25/06/2026.

