RCMOS – Revista Científica Multidisciplinar O Saber. ISSN: 2675-9128. São Paulo - SP.
Ano VII, v.1 2026 | submissão: 13/08/2026 | aceito: 16/08/2026 | publicação: 19/08/2026

Voces en disputa: un análisis del alcance y de las narrativas construidas sobre la Marcha de las Mujeres Negras de Río de Janeiro en 2025

Vozes em disputa: uma análise do alcance e das narrativas construídas sobre a Marcha das Mulheres Pretas do Rio de Janeiro em 2025

Contested voices: an analysis of the reach and narratives constructed around the 2025 Black Women's March in Rio de Janeiro

Inês Maria Azevedo do Nascimento – ines.anasc@gmail.com

Resumen: Este artículo investiga la producción discursiva y la participación digital en el perfil de Instagram de la Articulação de Mulheres Brasileiras (AMB—Articulación de Mujeres Brasileñas) durante el ciclo de la Marcha de las Mujeres Negras de Río de Janeiro. El objetivo principal es analizar cómo el movimiento utilizó la red social para construir narrativas autónomas de movilización, visibilidad y autodefinición política. La metodología adopta un enfoque cuantitativo, con el mapeo de las métricas de interacción de 10 publicaciones difundidas entre el 17 y el 28 de noviembre. El marco teórico se sustenta en la Comunicación Política, los Estudios Culturales y el Feminismo Negro. Los resultados revelan una evolución expresiva de la participación: las publicaciones pasaron de 17 “me gusta” en la fase de convocatoria a un pico de 168 el día de la Marcha (25/11) y mantuvieron 134 en la etapa de consolidación (28/11). Se concluye que el pico de adhesión a las imágenes del acto presencial refleja el éxito de una codificación oposicional basada en el protagonismo, la ancestralidad y el “Buen Vivir”, consolidando el perfil como un espacio de resistencia cultural y contranarrativa.
Palabras clave: Activismo digital; Feminismo Negro; Instagram; Marcha de las Mujeres Negras.

Resumo: Este artigo investiga a produção discursiva e o engajamento digital no perfil da Articulação de Mulheres Brasileiras (AMB) no Instagram durante o ciclo da Marcha das Mulheres Pretas do Rio de Janeiro. O objetivo principal é analisar como o movimento utilizou a rede social para construir narrativas autônomas de mobilização, visibilidade e autodefinição política. A metodologia adota uma abordagem quantitativa, com o mapeamento das métricas de interação de 10 publicações veiculadas entre 17 e 28 de novembro. A fundamentação teórica ancora-se na Comunicação Política, nos Estudos Culturais e no Feminismo Negro. Os resultados revelam uma evolução expressiva no engajamento: as postagens evoluíram de 17 curtidas na fase de convocatória para um pico de 168 curtidas no dia da Marcha (25/11) e sustentaram 134 curtidas na etapa de consolidação (28/11). Conclui-se que o pico de adesão às imagens do ato presencial reflete o sucesso de uma codificação oposicional baseada no protagonismo, na ancestralidade e no “Bem Viver”, consolidando o perfil como uma arena de resistência cultural e contranarrativa.
Palavras-chave: Ativismo digital; Feminismo Negro; Instagram; Marcha das Mulheres Pretas.

RCMOS – Revista Científica Multidisciplinar O
Saber. ISSN: 2675-9128. São Paulo - SP.
Ano VII, v.1 2026 | submissão: 13/08/2026 | aceito: 16/08/2026 | publicação: 19/08/2026

Abstract: This article investigates discursive production and digital engagement on the Instagram profile of the Articulação de Mulheres Brasileiras (AMB—Articulation of Brazilian Women) during the cycle of the Black Women's March in Rio de Janeiro. Its main objective is to analyze how the movement used the social network to construct autonomous narratives of mobilization, visibility, and political self-definition. The methodology adopts a quantitative approach by mapping interaction metrics for 10 posts published between November 17 and 28. The theoretical framework is grounded in Political Communication, Cultural Studies, and Black Feminism. The results reveal a significant rise in engagement: posts increased from 17 likes during the call-to-action phase to a peak of 168 likes on the day of the March (November 25) and maintained 134 likes during the consolidation stage (November 28). The study concludes that the peak response to images of the in-person event reflects the success of an oppositional encoding based on agency, ancestry, and the concept of “Bem Viver” (Good Living), establishing the profile as an arena of cultural resistance and counter-narrative.
Keywords: Digital activism; Black Feminism; Instagram; Black Women's March.

1. Introducción

La reconfiguración de la esfera pública contemporánea, impulsada por la mediación tecnológica y las plataformas digitales, alteró profundamente las dinámicas de visibilidad y las estrategias comunicacionales de los movimientos sociales. La Marcha de las Mujeres Negras, realizada en Río de Janeiro, trasciende la ocupación física del espacio urbano para desplegarse en un denso territorio de disputas culturales, simbólicas y narrativas en el entorno digital.

Desde la perspectiva de los Estudios Culturales, las redes sociales no actúan como simples canales neutrales de transmisión, sino como espacios vivos de producción, circulación y disputa de significados. En el ecosistema digital, las plataformas se convierten en espacios estratégicos de política cultural y autodefinición, donde el activismo produce sus propias representaciones, disputa la memoria colectiva y construye sentidos autónomos sobre la lucha contra el racismo estructural, la justicia reproductiva y la promoción del “Buen Vivir”.

Ante este escenario, este artículo investiga de qué manera el perfil institucional de la Articulação de Mulheres Brasileiras (AMB—Articulación de Mujeres Brasileñas) en Instagram funcionó como espacio de resistencia discursiva y construcción narrativa durante el ciclo de movilización de la Marcha de las Mujeres Negras de Río de Janeiro. El estudio busca comprender cómo el movimiento de mujeres negras se apropia de las herramientas digitales para ejercer el derecho a la autodefinición, orientando el debate público según sus propios lenguajes y referentes políticos.

Para alcanzar este objetivo, la investigación busca, de forma analítica:

Mapear y examinar el alcance, la participación y la repercusión de las publicaciones de la AMB en Instagram a lo largo del ciclo de movilización;

La relevancia del estudio radica en comprender cómo el activismo de las mujeres negras utiliza los medios digitales para afirmar sus agendas de forma autónoma, consolidando las redes sociales como espacios de resistencia cultural, disputa de la memoria y garantía del derecho al reconocimiento en la esfera pública contemporánea.

2. Marco teórico

Para analizar la producción discursiva, la movilización y la autorrepresentación construidas en el perfil de Instagram de la Articulação de Mulheres Brasileiras (AMB) con motivo de la Marcha de las Mujeres Negras, este estudio se sustenta en la intersección de tres campos conceptuales: la Comunicación Política, los Estudios Culturales y los Estudios Étnico-Raciales, con énfasis en el marco del Feminismo Negro.

2.1. Comunicación política y esfera pública digital: activismo en red y contrapúblicos

En el campo de la Comunicación Política, las transformaciones tecnológicas reconfiguraron las dinámicas de poder y los flujos de información en la esfera pública contemporánea. Como señala Manuel Castells, la emergencia de la "sociedad red" y de la "autocomunicación de masas" permitió que los movimientos sociales eludieran los canales institucionales y mediáticos tradicionales y construyeran redes de movilización basadas en la autonomía del discurso. Los medios digitales dejan de ser simples herramientas operativas para convertirse en territorios de acción política directa.

Esta reconfiguración posibilita la consolidación de lo que Nancy Fraser conceptualiza como contrapúblicos subalternos: espacios discursivos paralelos en los que grupos históricamente marginados formulan contradiscursos, redefinen sus identidades y articulan demandas que tensionan los consensos de la esfera pública hegemónica. En el ecosistema digital, las plataformas de redes sociales—como Instagram—funcionan como infraestructuras comunicacionales donde estos contrapúblicos ganan escala y visibilidad.

Además, el análisis del activismo en red se fundamenta en los aportes de Ilse Scherer-Warren y Maria da Glória Gohn, quienes demuestran cómo las redes de movimientos sociales operan mediante articulaciones multinivel. Las movilizaciones contemporáneas no terminan con la ocupación física de las calles; se despliegan en ecosistemas comunicativos continuos, donde la participación digital, el uso de hashtags y la acción de amplificadores forman una dimensión político-pedagógica de concienciación y presión social.

2.2. Estudios culturales: producción de sentido, codificación y disputas de representación

Mientras la Comunicación Política ilumina la estructuración de la esfera pública y la movilización, los Estudios Culturales proporcionan las bases para comprender los procesos de significación política. A partir de la tradición de la Escuela de Birmingham, especialmente de las formulaciones de Stuart Hall, la cultura se entiende como un terreno cambiante de disputa simbólica por la hegemonía.

En su modelo de Codificación/Decodificación, Hall sostiene que las prácticas comunicativas producen significados que nunca son fijos ni neutrales. La producción de contenidos por actores sociales implica la codificación de mensajes cargados de ideología, mientras que la recepción puede generar lecturas alineadas, negociadas o abiertamente oposicionales. La producción discursiva de un movimiento social en Instagram constituye una práctica política de codificación oposicional que desafía los sentidos dominantes producidos sobre la población negra.

Desde la perspectiva de los Estudios Culturales Latinoamericanos, autores como Jesús Martín-Barbero y Néstor García Canclini destacan que la comunicación debe analizarse a partir de las mediaciones culturales y de las apropiaciones populares de los medios técnicos. En el contexto digital, el perfil de la AMB actúa como un polo productor de política cultural: las publicaciones (textos, imágenes y videos) funcionan como artefactos culturales que disputan narrativas, construyen memorias colectivas y atribuyen nuevos significados a conceptos centrales como ciudadanía, derechos y “Buen Vivir”.

2.3. Estudios étnico-raciales y Feminismo Negro: interseccionalidad, autodefinición y matriz de dominación

La sustancia política y teórica de la Marcha de las Mujeres Negras se sustenta en los Estudios Étnico-Raciales y en la teoría del Feminismo Negro. La categoría analítica de la interseccionalidad, sistematizada por Kimberlé Crenshaw y ampliada en Brasil por autoras como Lélia Gonzalez y Sueli Carneiro, evidencia que los ejes de opresión de raza, género y clase no actúan de forma aislada, sino de manera superpuesta e indisociable.

En América Latina, Lélia Gonzalez formuló la noción de Amefricanidad y denunció el racismo y el sexismo como fuerzas que confinaron a las mujeres negras a posiciones subalternas en la estructura social y en los medios de comunicación. Para romper con este borramiento, la socióloga Patricia Hill Collins destaca el concepto de autodefinición: el acto político de rechazar las "imágenes de control" producidas por la cultura dominante y construir, de forma autónoma, una conciencia y una imagen propia basadas en la experiencia histórica y ancestral.

En el escenario de la comunicación digital, la búsqueda de la autodefinición se convierte en una práctica discursiva concreta. Como señala Silvio Almeida al conceptualizar el racismo estructural, las instituciones y los lenguajes sociales contienen sesgos raciales consolidados. Así, la ocupación de las redes por el feminismo negro funciona como un ejercicio de descolonización del pensamiento y del discurso. El Instagram de la AMB se consolida, por tanto, como un espacio de habla donde las mujeres negras pasan de ser objeto de la narrativa ajena a ser sujetos políticos y epistémicos de su propia historia.

3. Materiales y métodos

El estudio adopta un enfoque cuantitativo alineado con el paradigma de los Estudios Culturales y la Comunicación Política, combinando métricas de participación en red. La investigación se centra en la producción comunicacional del perfil oficial de Instagram de la Articulação de Mulheres Brasileiras (AMB), @ambfeminista, durante el ciclo de movilización de la Marcha de las Mujeres Negras de Río de Janeiro.

El recorte temporal comprende el período del 17 al 28 de noviembre, con un total de 12 días de observación continua. La delimitación de esta ventana se justifica por su densidad política y simbólica:

Ciclo de Convocatoria y Movilización (17–19 de noviembre): capta la efervescencia que precede al Día de la Conciencia Negra (20 de noviembre), hito crucial para intensificar las convocatorias, las orientaciones logísticas y la alineación política de la Marcha.

El Evento y la Repercusión Inmediata (20–28 de noviembre): acompaña la cobertura en tiempo real de la Marcha en las calles de Río de Janeiro y los ocho días posteriores, permitiendo analizar la sostenibilidad de las narrativas digitales, los picos de participación, los contenidos compartidos y la repercusión de las agendas en la red.

El corpus de investigación está constituido por la totalidad de las publicaciones difundidas en el feed del perfil de la AMB en Instagram (Reels, carruseles y publicaciones estáticas) a lo largo de esos 12 días, acompañadas de sus respectivas métricas de participación y de los comentarios de los usuarios.

4. Análisis y discusión de los datos

La sección de Análisis de los Datos se organiza en tres ejes que articulan los datos empíricos recopilados entre el 17 y el 28 de noviembre con los referentes teóricos adoptados:

4.1. Alcance, redes y amplificadores: el activismo en red de la AMB (17–28 de noviembre)

Este primer eje analiza la dimensión estructural y cuantitativa de la comunicación política de la AMB en Instagram durante el recorte de 12 días, demostrando cómo el movimiento actuó como polo articulador en la esfera pública digital.

Curva de Participación y Picos de Movilización: mapeo del flujo de interacciones en el período. Se observa un aumento de la participación entre el 17 y el 19 de noviembre (fase preparatoria), que alcanza su punto máximo el 20 de noviembre y mantiene un alto volumen de contenidos compartidos y guardados en las publicaciones posteriores (21–28 de noviembre).

Redes de Amplificación y Nodos Centrales: identificación de los principales agentes de retransmisión del contenido en la ventana investigada. El análisis demuestra que la repercusión de la Marcha conectó el perfil de la AMB con una red de movimientos sociales (Scherer-Warren; Gohn), que incluyó a influenciadoras negras, parlamentarias y colectivos periféricos.

4.3. Autodefinición e interseccionalidad en las narrativas de noviembre

El tercer eje investiga el contenido político-epistémico de las narrativas difundidas entre el 17 y el 28 de noviembre, evaluando la aplicación de los referentes del Feminismo Negro.

La Interseccionalidad como Eje Estructurante: el análisis de los pies de foto publicados en el período demuestra que cuestiones como la justicia ambiental, la lucha contra la violencia y los derechos reproductivos se presentaron de forma indisociable, evidenciando la superposición de raza, género y clase (Gonzalez; Crenshaw).

Deconstrucción de las “Imágenes de Control” y Ejercicio de la Autodefinición: las publicaciones difundidas durante el ciclo de la Conciencia Negra funcionaron como un acto de rechazo a las narrativas de subalternidad. Al destacar el “Buen Vivir”, los contenidos de la AMB reafirmaron a las mujeres negras como proponentes de un proyecto civilizatorio (Collins; Carneiro).

La Construcción del Sujeto Político: el acervo de publicaciones del 17 al 28 de noviembre se consolida como un registro de memoria y afirmación de derechos, en el que las mujeres negras ejercen su lugar de habla en la esfera pública digital.

4. Resultados y discusión

Convocatoria y activación de la base (17–21/11)

En las publicaciones exclusivamente institucionales difundidas por la AMB en los días anteriores a la Marcha, se observa un crecimiento gradual de la participación orgánica: de 17 “me gusta” (17/11) y 28 (18/11), a 51 (19/11), estabilizándose en 72 y 71 en las dos publicaciones del 21/11. Esta fase funcionó como una alineación política e informativa con la base histórica del perfil.

2. El pico del evento y la potencia de Collab (25/11—día de la Marcha)

El 25 de noviembre concentró el punto máximo de la movilización y registró los mayores volúmenes de “me gusta” del período:

Publicación 1 (Concentración): 76 “me gusta”

Publicación 2 (Ocupación/Acto): 168 “me gusta” (pico absoluto)—publicada en Collab con la Marcha de Mujeres Negras

Publicación 3 (Registros de la Calle): 132 “me gusta”—publicada en Collab con la Marcha de Mujeres Negras

El uso de la herramienta Collab (colaboración) con la página oficial @Marcha de Mulheres Negras resultó ser la principal estrategia táctica de amplificación en red (Gohn; Scherer-Warren). Al reunir los públicos de ambas páginas en una sola publicación, el movimiento amplió el alcance del mensaje, produciendo un aumento del 900% en la participación de la Publicación 2 con respecto a la publicación inicial (17/11).

3. Sostenibilidad narrativa posterior al evento (27 y 28/11)

Tras una caída el 27/11 (34 “me gusta”), el perfil registró el 28/11 un nuevo pico de 134 —publicación también difundida en colaboración con la Marcha de Mujeres Negras. La recuperación del formato Collab después del evento prolongó la vida de la narrativa y consolidó los desarrollos políticos de la Marcha en la red.

4.2. Estrategias discursivas y política cultural: la lectura pasiva de la audiencia

Al analizar los datos desde la perspectiva de los Estudios Culturales (Hall; Martín-Barbero), la combinación de altos picos de “me gusta” y la ausencia total de comentarios revela aspectos singulares de la recepción de la audiencia en el ecosistema digital:

El análisis del volumen de interacciones reveló una curva de participación basada en la lógica de la autocomunicación de masas (Castells) y del activismo en red (Gohn; Scherer-Warren). El flujo de participación a lo largo de las 10 publicaciones del período evidencia tres fases bien delimitadas:

1. Fase de convocatoria y movilización pedagógica (17–21/11)

En los días anteriores a la Marcha, la participación creció progresivamente: de 17 “me gusta” (17/11) a 28 (18/11), 51 (19/11), hasta culminar en dos publicaciones el 21/11 con 72 y 71.

Este crecimiento gradual demuestra la eficacia del perfil para activar la red, funcionando como un canal informativo y pedagógico que preparó a la audiencia para la ocupación del espacio público.

2. El pico del evento: la publicación-acontecimiento (25/11—día de la Marcha)

El 25 de noviembre concentró el mayor volumen de publicaciones (tres) y registró la mayor densidad de participación del período analizado:

Publicación 1: 76 “me gusta” (orientación/inicio de la concentración)

Publicación 2: 168 “me gusta” (pico absoluto del período)

Publicación 3: 132 “me gusta”

La segunda publicación del 25/11 representó un aumento de casi el 1.000% en la participación respecto del día inicial (17/11). Este fenómeno ilustra cómo la imagen de la ocupación de las calles por mujeres negras genera un efecto de contagio emocional y político en la red, transformando la publicación en un artefacto de afirmación identitaria inmediata.

3. Sostenibilidad narrativa y reverberación (27 y 28/11)

Después de un descenso técnico el 27/11 (34 “me gusta”), el perfil registró el 28/11 un nuevo pico expresivo con 134.

Esta recuperación demuestra que el impacto de la Marcha en el ecosistema digital no terminó el día del evento: el contenido de consolidación, síntesis o desarrollo político difundido el 28/11 mantuvo una altísima capacidad de atracción y difusión.

4.2. Estrategias discursivas y política cultural: la disputa de sentidos

La distribución de los “me gusta” en las 10 publicaciones del período permite aplicar el modelo de Codificación/Decodificación de Stuart Hall para comprender la aceptación de las estrategias discursivas de la AMB:

Adhesión al Código Oposicional: los picos de 168 “me gusta” (25/11) y 134 (28/11) reflejan el éxito de la codificación del evento bajo el signo del protagonismo, la ancestralidad y la celebración, en rechazo a los encuadres mediáticos tradicionales que priorizan el conflicto o el trastorno urbano.

La Imagen de la Calle como Vector de Participación: las publicaciones con mayor adhesión fueron precisamente las que registraron el acto presencial—el cuerpo negro en movimiento ocupando el espacio urbano. La política cultural (Martín-Barbero) operó aquí mediante la conversión de la estética de la calle en estética digital, generando identificación y un fuerte atractivo afectivo entre lectoras y simpatizantes.

4.3. Autodefinición e interseccionalidad: la práctica discursiva del Feminismo Negro

Desde el punto de vista de los Estudios Étnico-Raciales y del Feminismo Negro, la distribución de los datos de participación reafirma la centralidad de la autodefinición (Collins):

RCMOS – Revista Científica Multidisciplinar O
Saber. ISSN: 2675-9128. São Paulo - SP.
Ano VII, v.1 2026 | submissão: 13/08/2026 | aceito: 16/08/2026 | publicação: 19/08/2026

Sujeto de Habla y Reconocimiento: las 10 publicaciones de la AMB funcionaron como un diario político en el que el propio movimiento planteó sus reivindicaciones. Las publicaciones con más "me gusta" el día de la Marcha (25/11) y después del evento (28/11) muestran que la audiencia responde con mayor intensidad a los contenidos en los que el lenguaje de la interseccionalidad (Gonzalez; Crenshaw) se traduce en imágenes de fuerza, liderazgo y propuesta del "Buen Vivir".

De la Transmisión a la Validación Identitaria: la variación de la participación—de 17 "me gusta" en la convocatoria a más de 160 en el punto máximo de la Marcha—demuestra que la AMB no utilizó las redes sociales únicamente para transmitir avisos, sino para validar públicamente la existencia, la lucha y el proyecto político de las mujeres negras en el espacio público.

Tabla de síntesis del período (17–28 de noviembre)

Fecha	Publicación n.º	Me gusta	Fase del ciclo	Categoría de análisis dominante
17/11	Publicación 1	17	Convocatoria inicial	Preparación del terreno/Participación de la base
18/11	Publicación 2	28	Convocatoria	Construcción de repertorio y concienciación
19/11	Publicación 3	51	Convocatoria	Crecimiento continuo de la expectativa en la red
21/11	Publicación 4	72	Pre-evento inmediato	Movilización de víspera (redes de apoyo)
21/11	Publicación 5	71	Pre-evento inmediato	Refuerzo pedagógico y orientaciones
25/11	Publicación 6	76	Día de la Marcha	Concentración y convocatoria final
25/11	Publicación 7	168	Día de la Marcha (pico)	Codificación oposicional/Estética de la calle
25/11	Publicación 8	132	Día de la Marcha	Celebración, afecto y visibilidad política
27/11	Publicación 9	34	Después del evento	Balance intermedio/Pausa de la red
28/11	Publicación 10	134	Después del evento (consolidación)	Autodefinición/Memoria y desarrollos

5. Consideraciones finales

Este estudio investigó la actuación del perfil oficial de Instagram de la Articulação de Mulheres Brasileiras (AMB), @ambfeminista, durante el ciclo de movilización de la Marcha de las Mujeres Negras de Río de Janeiro, en el período del 17 al 28 de noviembre. A partir de la articulación entre la Comunicación Política, los Estudios Culturales y el Feminismo Negro, se buscó comprender cómo la apropiación de los medios digitales hizo posible la construcción de una narrativa autónoma de movilización, visibilidad y autodefinición política.

Los datos empíricos demostraron la eficacia del perfil como infraestructura de autocomunicación de masas (Castells) y como espacio para la emergencia de contrapúblicos subalternos (Fraser). La curva de participación—que pasó de 17 “me gusta” en la convocatoria inicial (17/11) a un pico absoluto de 168 el día de la Marcha (25/11) y mantuvo 134 después del evento (28/11)—evidencia un ciclo comunicacional planificado y con fuerte atractivo identitario. La red de apoyo se articuló progresivamente, transformando la plataforma en un espacio pedagógico de convocatoria y, posteriormente, en un archivo vivo de celebración de la ocupación del espacio público.

Ano VII, v.1 2026 | submissão: 13/08/2026 | aceito: 16/08/2026 | publicação: 19/08/2026

Referencias

ALMEIDA, Silvio Luiz de. Racismo estrutural. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019.

CARNEIRO, Sueli. Escritos de uma vida. São Paulo: Pólen Livros, 2019.

CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

COLLINS, Patricia Hill. Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento. Tradução de Jamille Pinheiro Dias. São Paulo: Boitempo, 2019.

CRENSHAW, Kimberlé. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. Estudos Feministas, Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 171-188, jan. 2002.

FRASER, Nancy. Repensando a esfera pública: uma contribuição para a crítica da democracia realmente existente. Revista Brasileira de Ciência Política, Brasília, n. 28, p. 227-275, jan./abr. 2019.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4. ed. São Paulo: EdUSP, 2008.

GOHN, Maria da Glória. Manifestações e lutas sociais: redes de mobilização por direitos no Brasil. São Paulo: Cortez, 2014.

GONZALEZ, Lélia. Por um feminismo afrolatinoamericano: ensaios, intervenções e diálogos. Organização de Flavia Rios e Márcia Lima. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

HALL, Stuart. Da diáspora: identidades e mediações culturais. Organização de Liv Sovik. 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

HALL, Stuart. Codificação/decodificação. In: HALL, Stuart. Cultura, mídia e linguagem: ensaios escolhidos. Tradução de Ana Luiza Dantas. Salvador: Editora UFBA, 2003. p. 387-404.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

SCHERER-WARREN, Ilse. Das redes sociais às redes de movimentos sociais. Política & Sociedade, Florianópolis, v. 5, n. 9, p. 129-142, out. 2006.