COMUN. MÍDIA CONSUMO, SÃO PAULO, V. 23, E3267, JAN./DEZ. 2026
https://doi.org/10.18568/cmc.2026.e3267

ARTIGO

Quando o *feed* chega tarde: temporalidade algorítmica e pós-mediação de conteúdos sobre eventos esportivos no Instagram

When the *feed* arrives late: algorithmic temporality and post-mediation of sports events content on Instagram

Guilherme Pessina[1]
Tiago Salgado[2]
Bruno Aragão[1]

RESUMO: *O artigo investiga como a temporalidade algorítmica no Instagram afeta a visibilidade de conteúdos sobre eventos esportivos em Brasília. Emprega observação sistemática do perfil @candango_esportivo, com coleta automatizada das dez primeiras publicações do feed, duas vezes ao dia (19/01 a 19/03/2026). Das 1.150 publicações válidas, analisa o lapso entre publicação e exibição de 942. Constata que o feed não opera por cronologia simples, pois conteúdos de perfis seguidos, patrocinados e sugeridos obedecem a regimes temporais distintos. A análise evidencia a mediação radical no feed, a kairológica algorítmica na tensão entre chronos e kairós e a pós-mediação em aparições estatisticamente tardias. Conclui que a visibilidade de informações locais pode tornar-se intempestiva quando a mediação algorítmica prolonga, recupera ou reposiciona conteúdos após sua publicação.*

Palavras-chave: *comunicação digital; Instagram; mediação radical; pós-mediação; temporalidade algorítmica.*

[1]Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa – Brasília (DF), Brasil.
[2]Universidade Federal de Minas Gerais – Belo Horizonte (MG), Brasil.
Editoras: Eliza Casadei e Gabriela Almeida

ABSTRACT: *This article investigates how algorithmic temporality on Instagram affects the visibility of content regarding sports events in Brasília. It employs systematic observation of the profile @candango_esportivo, with automated collection of the first ten posts displayed in the feed twice daily from January 19 to March 19, 2026. Out of 1,150 valid posts, it analyzes the time lapse between publication and display for 942 items. Findings show that the feed does not operate on simple chronology, as content from followed profiles, sponsored and suggested media obey distinct temporal regimes. The analysis highlights radical mediation within the feed, algorithmic kairologics in the tension between chronos and kairos, and post-mediation in statistically delayed appearances. It concludes that the visibility of local information can become untimely when algorithmic mediation prolongs, retrieves, or repositions content after publication.*

Keywords: *algorithmic temporality; digital communication; Instagram; post-mediation; radical mediation.*

INTRODUÇÃO

A circulação de informações em plataformas digitais tornou-se uma questão central para a Comunicação porque a disponibilidade de um conteúdo já não equivale à sua visibilidade. Em plataformas de redes sociais *online*, como o Instagram, publicar, seguir perfis ou demonstrar interesse por um tema em específico não garante que a informação apareça no momento esperado, principalmente quando quem as utiliza adentra as dinâmicas de filtros-bolha (PARISER, 2012), impactando o consumo de conteúdos. Esse deslocamento é particularmente sensível quando se trata de conteúdos sobre eventos locais, como competições esportivas, cuja pertinência comunicacional depende de antecedência, recência e sincronização com a vida cotidiana de quem acessa e utiliza tais plataformas.

O Instagram pode ser compreendido como plataforma de rede social *online*, combinando infraestrutura técnica, modelo econômico, práticas culturais e mecanismos de interação entre usuários. A literatura sobre plataformização mostra que plataformas digitais não são apenas ambientes neutros de conexão, mas infraestruturas que penetram diferentes esferas da vida coletiva e organizam práticas culturais, fluxos econômicos e formas de governança (DIJCK; POELL; WAAL, 2018; POELL; NIEBORG; DIJCK, 2020). Nesse contexto, o *feed* do Instagram não é uma vitrine cronológica do que foi publicado por perfis seguidos, mas uma interface de ordenação e recomendação sociotécnica.

A datificação da vida constitui uma condição para a existência dessa dinâmica. As ações ordinárias de seguir, curtir, comentar, publicar, assistir, pausar, repetir, pesquisar e navegar convertem-se em rastros que alimentam sistemas de classificação e recomendação (BRUNO, 2013; LEMOS; PASTOR, 2020; LEMOS, 2021). Esses rastros participam da formação de perfis inferenciais e de modelos preditivos, pelos quais as plataformas calculam probabilidades de interesse e engajamento. Desse modo, a experiência infocomunicacional dos usuários é continuamente ajustada por sistemas que articulam dados, interfaces, modelos de negócio e objetivos comerciais (SRNICEK, 2017; ZUBOFF, 2021).

A noção de "mediação radical", proposta por Grusin (2015), é especialmente produtiva para analisar esse processo. Diferentemente de concepções que entendem a mediação como simples passagem entre emissor e receptor, a mediação radical a compreende como constitutiva da experiência e da própria realidade. A mediação não está "entre" pontos previamente dados; ela participa da produção das relações, dos objetos e dos ambientes que torna perceptíveis. A origem filosófica dessa formulação de "mediação radical" remete ao empirismo radical de William James (1912), para quem as relações também pertencem à experiência e não podem ser excluídas da análise.

No Instagram, a mediação radical indica que os algoritmos não apenas transportam publicações de produtores a receptores. Os algoritmos participam da construção do ambiente infocomunicacional vivido por cada usuário, definindo o que ganha visibilidade, em que posição aparece e em que momento é apresentado, afetando diretamente as possibilidades de consumo de conteúdo. O *feed* personalizado resulta de um agenciamento entre usuários, suas ações na plataforma, perfis seguidos, conteúdos, métricas de engajamento, dispositivos, interfaces, anúncios e sistemas de recomendação (PRODANOV *et al.*, 2023). Assim, mesmo uma publicação de perfil seguido não chega ao usuário como resultado direto de uma escolha individual, mas após atravessar uma rede de mediações sociotécnicas.

Em vista disso, este artigo busca investigar como a temporalidade algorítmica mediada radicalmente no Instagram impacta a visibilidade de conteúdos sobre eventos esportivos em Brasília. Nesse sentido, parte da premissa de que há situações no Instagram em que informações existentes, publicadas e potencialmente relevantes sobre eventos esportivos não chegam aos usuários interessados no tempo esperado por eles, ou seja, antes da data de realização do evento, conforme divulgada. O objetivo, portanto, é analisar de que modo o *feed* do Instagram organiza temporalmente a aparição de conteúdos esportivos para um usuário experimental interessado no tema, identificando evidências empíricas de mediação radical, de temporalidade kairológica algorítmica e de pós-mediação.

A hipótese é que a recomendação algorítmica não apenas seleciona conteúdos, mas também os inscreve em regimes temporais próprios, podendo produzir visibilidade tardia ou intempestiva em relação à data de publicação original. Essa dinâmica é hipoteticamente tratada como pós-mediação.

A relevância do artigo está em deslocar a análise da visibilidade algorítmica de uma pergunta apenas espacial — o que aparece no topo do *feed* — para uma pergunta temporal: como e quando a publicação se torna visível? Esse deslocamento possibilita discutir a mediação radical algorítmica como processo contínuo, que opera antes, durante e depois da publicação, modulando a temporalidade de informações locais. Para tanto, este artigo toma a temporalidade algorítmica como operador analítico e trabalha com quatro categorias analíticas: *chronos*, *kairós*, visibilidade algorítmica e tipo de conteúdo. Em termos empíricos, o método consiste em coletar automaticamente as dez primeiras publicações que aparecem no *feed* do perfil experimental @candango_esportivo, após a atualização automática do *feed* (*refresh*), duas vezes ao dia, entre 19 de janeiro e 19 de março de 2026, recuperar metadados públicos das postagens e analisar a diferença entre o tempo cronológico da publicação e o tempo de aparição no *feed*.

O artigo está organizado, a partir de então, em três momentos: uma seção conceitual, dedicada à temporalidade algorítmica como operador e às categorias analíticas; cinco seções analíticas que apresentam método, *corpus*, resultados e discussão; e as considerações finais.

O tempo como operador

No caso do Instagram, o *feed* deve ser entendido como uma interface de ordenação e recomendação sociotécnica. A plataforma combina relações declaradas pelo usuário, conteúdos de perfis seguidos, recomendações, publicidade, métricas de engajamento, *affordances* (possibilidades de ação) de interação e modelos de negócio baseados na captura da atenção. Gillespie (2010; 2013) observa que as plataformas frequentemente se apresentam como intermediárias abertas e neutras, embora realizem

operações decisivas de seleção, ranqueamento e organização da relevância. Nessa direção, a análise do *feed* não busca revelar a engenharia interna do algoritmo, mas observar empiricamente os efeitos de ordenação e de recomendação que se tornam visíveis para o usuário experimental. A temporalidade algorítmica, portanto, é tratada como efeito observável da mediação e não como descrição técnica do funcionamento interno da plataforma. Vale ressaltar que a noção de efeito utilizada aqui não implica uma relação causal de ação e reação ou causa e efeito, mas a dimensão performativa operada pela mediação radical, isto é, o que ela "faz fazer" em ação (AUSTIN, 1990; LATOUR, 2012).

A noção de "mediação radical" fornece a base conceitual para articular plataformas, dados, atenção e temporalidade. Ao dialogar com o empirismo radical de James (1912), Grusin (2015) propõe compreender a mediação como processo constitutivo da experiência, que opera materialmente como um objeto, evento ou processo no mundo, impactando tanto humanos como não-humanos, gerando e modulando estados afetivos, individuais e coletivos, ou estruturas de sentimentos em conjuntos de humanos e não-humanos. As relações, os meios, os afetos, os objetos e os ambientes não apenas são mediados; eles emergem por meio de mediações. Essa perspectiva possibilita aproximar a tradição comunicacional das mediações, na qual Martín-Barbero (2008) desloca o foco dos meios para os processos culturais e relacionais, de uma abordagem voltada às mediações algorítmicas contemporâneas.

A mediação radical é, portanto, decisiva para evitar uma leitura instrumental do algoritmo. O Instagram não é tomado como simples canal pelo qual publicações passam, nem o algoritmo como filtro externo que age depois de o processo comunicacional estar formado. A mediação constitui a própria experiência de consumo de conteúdos do e no *feed*: define quais conteúdos aparecem, quais são ocultados no recorte observado, quais são promovidos, quais são recuperados e em que sequência se tornam visíveis. Nessa chave, a temporalidade não é um atributo secundário da circulação, mas parte do próprio processo de mediação. Logo, o momento de aparição de uma publicação participa da produção de seu sentido comunicacional.

A formulação temporal do problema em investigação se apoia na distinção entre *chronos* e *kairós*, retomada por Bucher (2020) ao propor a kairológica dos meios algorítmicos. Para ela, os algoritmos das plataformas de redes sociais *online* extraem o conteúdo do tempo cronológico (*chronos*) e o reorganizam em uma recomendação algorítmica que segue o tempo oportuno (*kairós*), produzindo um regime temporal específico para cada usuário. O objetivo principal é encontrar as melhores oportunidades de engajamento do usuário em vez de privilegiar a simples transmissão instantânea cronológica, criando uma temporalidade algorítmica própria. Essa temporalidade específica ("kairológica") é calculada e produzida continuamente por meio de análises preditivas, *loops* de *feedback* e intenções comerciais das plataformas, considerando a infraestrutura técnica do algoritmo, os modelos de negócios, os interesses corporativos das plataformas e as atividades diárias dos próprios usuários, num processo contínuo de mediação radical.

É importante destacar que o tempo oportuno abordado por Bucher (2020) se refere à temporalidade que os algoritmos das plataformas consideram adequada para cada usuário, e não ao que cada usuário considera adequado para si mesmo. Essa distinção é importante porque, ao considerar *kairós* como categoria analítica, pode-se supor que o momento de aparição de uma publicação no *feed* do usuário experimental após um comando de atualização (*refresh*) do *feed*, como aplicado no método de coleta dos dados de postagens desta pesquisa, resulta do cálculo do tempo oportuno realizado pelos algoritmos da plataforma naquele momento. Com isso, a pesquisa considera que o tempo de aparição no *feed* corresponde ao tempo oportuno calculado pelo algoritmo, evidenciando a categoria analítica *kairós*.

Nesse sentido, *chronos* designa o tempo cronológico, sequencial e mensurável: no caso deste artigo, a data e a hora em que uma publicação foi originalmente postada. *Kairós* designa o tempo oportuno: o momento em que a publicação aparece no *feed* do usuário experimental após a execução do comando de atualização do *feed*. A diferença entre esses dois tempos possibilita operacionalizar o lapso temporal e observar

empiricamente como o *feed* reorganiza a cronologia das publicações em uma temporalidade específica, a kairológica. O ponto central é que o *kairós* algorítmico não coincide necessariamente com o *kairós* comunicacional do usuário. Bucher (2020) se refere a esse fenômeno como *bad timing*, ou tempo inoportuno, e o descreve como a desconexão entre o que os algoritmos consideram ser o tempo oportuno e o que o usuário de fato sente como apropriado. Uma publicação pode ser considerada pertinente pelo sistema em um determinado momento e, ainda assim, aparecer tarde demais para cumprir sua função informativa, perdendo sua pertinência e sua oportunidade comunicacional. É nesse cenário de desconexão presente na kairológica algorítmica produzida pela mediação radical que a pós-mediação pode emergir.

Assim, considerando *chronos* e *kairós* como categorias analíticas complementares, o operador "temporalidade algorítmica" advém da comparação entre essas categorias. Quando o intervalo entre o tempo da postagem e o tempo da aparição se amplia de modo relevante, torna-se possível discutir empiricamente a existência de visibilidade tardia e, em casos estatisticamente atípicos, de pós-mediação.

A noção de pós-mediação decorre dessa arquitetura analítica. Bolter e Grusin (1998) formularam a remediação para compreender como os meios se reconfiguram mutuamente; Grusin (2010) propôs a pré-mediação para pensar a antecipação de futuros possíveis. Posteriormente, Grusin (2015) ampliou o debate ao conceber a mediação como processo radicalmente constitutivo. A pós-mediação, neste artigo, não substitui essas formulações. Ela nomeia uma dimensão específica da mediação algorítmica: sua continuidade depois da publicação, constituindo uma visibilidade tardia que excede o limite temporal do regime no qual se insere e que pode perder sua pertinência comunicacional. O conteúdo já foi postado, já pertence ao passado cronológico da plataforma, mas pode ser recuperado, reposicionado e apresentado no presente do *feed*. Quando essa aparição ocorre de modo tardio em relação ao regime temporal do grupo analisado, a mediação não apenas distribui o conteúdo; ela pode alterar a sua oportunidade comunicacional.

Assim, a pós-mediação possibilita compreender por que o problema da visibilidade não se resume à ausência de informação. O conteúdo pode existir, estar disponível e até circular em alguns perfis, mas ainda assim não aparecer para o usuário interessado em tempo adequado para ele. Em eventos esportivos locais, essa diferença é central: uma publicação sobre competição, inscrição, programação ou alteração de trânsito pode perder valor comunicacional se aparecer depois do momento em que poderia orientar a ação do usuário. Por isso, a temporalidade algorítmica é o operador que organiza a análise; *chronos*, *kairós*, visibilidade algorítmica e tipos de conteúdo são as categorias que tornam essa análise empiricamente possível; e a pós-mediação é a formulação conceitual que emerge da comparação entre o tempo da publicação e o tempo de sua aparição no *feed*.

É importante destacar que a utilização do prefixo "pós" para propor a noção de pós-mediação não significa que a mediação terminou. Trata-se de um prefixo derivado da partícula latina *post*, cujos sentidos originais incluem "depois de (no espaço e no tempo)" e "após", entre outros (GANANÇA, 2017). Assim, a utilização do prefixo "pós" visa explicitar quando a aparição de conteúdos no *feed* acontece muito posteriormente em relação ao regime temporal no qual o conteúdo está inserido, bem como considerar a possibilidade de comprometimento da pertinência comunicacional e da oportunidade de conteúdo. No entanto, faz-se necessário considerar que a verificação da perda da pertinência comunicacional e da oportunidade do conteúdo carece da análise dos conteúdos das postagens coletadas, o que não foi o foco desta pesquisa.

Um perfil experimental para observar a experiência

Esta investigação foi desenhada como pesquisa quantitativa, descritiva e longitudinal (GIL, 1989). O procedimento principal foi a observação sistemática participante (MARCONI; LAKATOS, 2017) do *feed* do perfil experimental @candango_esportivo, criado em 12 de agosto de 2025 como conta pessoal, sem fins comerciais, para simular um usuário

localizado em Brasília e interessado em esportes. O perfil seguiu perfis de portais de notícias locais, de locais de prática esportiva, de federações, de confederações e de atletas brasileiros de alta visibilidade; curtiu publicações esportivas; aceitou solicitações de conexão; e não publicou conteúdo próprio. A operação do perfil não seguiu uma rotina rigorosa como a estabelecida para a coleta de dados. Ao contrário, ocorreu de forma esporádica e aleatória ao longo dos dias, e as ações executadas durante a operação não seguiram um padrão preestabelecido, simulando um usuário comum da plataforma, com interações e reciprocidade no ato de seguir e ser seguido.

A criação de um perfil experimental evitou a contaminação por um histórico pessoal prévio de navegação. A coleta ocorreu entre 19 de janeiro e 19 de março de 2026, quando o pico do período das férias de verão já havia passado e os eventos esportivos regulares começaram a ser realizados. Duas vezes ao dia, às 9 e às 21 h, um módulo de *software* automatizado atualizava o *feed* e, em seguida, registrava as dez primeiras publicações exibidas. Para cada publicação, foram coletados os seguintes dados: identificação, data e hora da coleta, posição no *feed*, perfil de origem, tipo de publicação, tipo de mídia, número de curtidas e comentários, data e hora da postagem original e *link* permanente do conteúdo. Como a pesquisa reconhece a opacidade dos sistemas de recomendação, sua unidade empírica não é o algoritmo em si, mas o *feed* efetivamente apresentado ao perfil experimental.

Em 19 de março de 2026, o perfil seguia 149 contas e era seguido por 19. Essa configuração delimita o alcance dos resultados: o artigo não pretende generalizar estatisticamente o comportamento do Instagram, mas analisar uma experiência situada, construída por um perfil específico, uma rede de conexões determinada e uma rotina observacional replicável. O *corpus* reuniu 1.150 publicações válidas. Para as análises temporais, foram excluídos 206 registros privados, cujos metadados completos não puderam ser recuperados, e dois registros com lapso negativo decorrente de inconsistência pontual de coleta. A análise de *chronos* e *kairós* foi realizada, portanto, sobre 942 publicações interpretáveis.

As técnicas incluíram estatística descritiva, análise por grupos, correlações de Pearson e Spearman e identificação de aparições tardias pelo limite superior de Tukey (TUKEY, 1977; KOMOROWSKI *et al.*, 2016).

Panorama geral do *corpus*

A primeira evidência empírica é que o *feed* observado não foi composto apenas por publicações de perfis seguidos. Das 1.150 publicações válidas, 824 foram classificadas como *following* (71,65%), 185 como *sponsored* (16,09%) e 141 como *suggested* (12,26%), como mostra o Quadro 1. Em outras palavras, quase um terço da experiência infocomunicacional decorreu de publicidade ou recomendação de perfis não seguidos. A presença desses três tipos de publicação já sinaliza que a mediação radical opera por camadas: vínculo declarado pelo usuário, conteúdo publicitário e recomendação algorítmica pura.

Quadro 1 – Panorama geral do *corpus* – Instagram – perfil @candango_esportivo, 2026.

Dimensão	Categoria	n	%
Tipo de publicação	*Following*	824	71,65
Tipo de publicação	*Sponsored*	185	16,09
Tipo de publicação	*Suggested*	141	12,26
Tipo de mídia	Foto	520	45,22
Tipo de mídia	Vídeo	360	31,30
Tipo de mídia	Desconhecido	206	17,91
Tipo de mídia	Carrossel	64	5,57

Fonte: dados de pesquisa, 2026.

Os tipos de conteúdo também ajudam a caracterizar o *corpus*. Foi possível identificar 520 fotos (45,22%), 360 vídeos (31,30%), 64 carrosséis (5,57%) e 206 registros cujo tipo de mídia não estava identificado (desconhecido) (17,91%). Essa distribuição confirma a centralidade visual

e audiovisual do *feed* observado, mas também introduz uma questão metodológica: parte expressiva dos registros visíveis para o usuário não pôde ser plenamente recuperada como metadado analisável. Por isso, as publicações privadas foram preservadas na caracterização do *corpus*, mas excluídas da análise do lapso temporal.

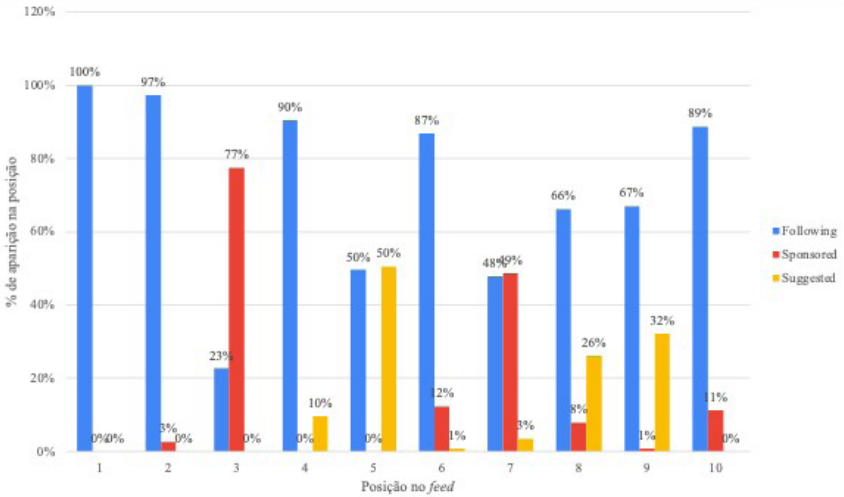
O espalhamento informacional foi evidenciado pela contagem complementar de *hashtags* e perfis relacionados a conteúdos esportivos em Brasília, executada em 19/03/2026, último dia da coleta de dados. O monitoramento recuperou 2.289 *hashtags* e marcadores; 56 apresentaram ocorrência, reunindo 697 postagens e 273 contas encontradas. As maiores ocorrências envolveram modalidades e marcadores distintos, como #futeboldf, #futsaldf, #judobrasilia, #corridaderuabrasilia, #muaythaibrasilia, #tenisdf e #eventobrasilia. O dado é relevante porque mostra que havia produção distribuída de conteúdo esportivo local. O problema, portanto, não era simplesmente a inexistência de informação, mas sua dispersão por comunidades, perfis e marcadores variados.

A posição como visibilidade e a mediação radical

A visibilidade algorítmica foi observada pela posição das publicações entre as dez primeiras exibidas no *feed*. A Figura 1 mostra que os conteúdos *following* apareceram em todas as posições, mas com distribuição desigual. Nas duas primeiras posições, a presença de publicações de perfis seguidos foi quase absoluta: 100% na primeira posição e 97% na segunda posição. A partir da terceira posição, entretanto, o *feed* se torna mais heterogêneo: a terceira posição foi ocupada majoritariamente por publicações *sponsored* (77%), enquanto a quinta posição apresentou 50% de publicações *suggested*. A sétima posição teve equilíbrio entre *sponsored* (49%) e *following* (48%).

Esse padrão possibilita observar empiricamente a mediação radical sem transformar a análise em especulação sobre a engenharia interna da plataforma. O *feed* não evidencia apenas a lista de perfis seguidos pelo usuário. Ele combina uma camada relacional, uma camada publicitária

Figura 1 – Frequência do tipo de publicação por posição no *feed* – Instagram – perfil @candango_esportivo, 2026.



Fonte: dados de pesquisa, 2026.

e uma camada de recomendações. Além disso, a mediação não opera apenas pela inclusão ou pela exclusão de conteúdos, mas pelo lugar em que eles aparecem. A posição, nesse sentido, é uma forma de priorização visível.

O lapso temporal e a kairológica algorítmica

A categoria *chronos* foi operacionalizada pela data e pela hora da publicação original; *kairós*, pela data e pela hora em que a publicação apareceu no *feed* observado, sendo considerada o momento oportuno calculado pelos algoritmos. A diferença entre essas duas dimensões constitui o lapso temporal. Entre as 942 publicações interpretáveis, a mediana geral do lapso temporal foi de 0,63 dias, enquanto a média chegou a 8,54 dias. A distância entre mediana e média indica distribuição fortemente assimétrica: a aparição típica ocorreu em menos de um dia, mas um conjunto relevante de publicações apareceu muitos dias ou semanas depois da postagem original.

A Tabela 1 mostra que os regimes temporais variam de acordo com o tipo de publicação. Conteúdos *following* apresentaram mediana de 0,39 dias e média de 4,00 dias, demonstrando maior proximidade com *chronos*. Publicações *sponsored* tiveram mediana de 10,17 dias e média de 18,69 dias, revelando temporalidade mais elástica. Conteúdos *suggested* ocuparam posição intermediária, com mediana de 5,54 dias e média de 15,41 dias. Esses valores sustentam a ideia de uma kairológica algorítmica: um momento de visibilidade considerado oportuno produzido pela mediação da plataforma.

Tabela 1 – Lapso temporal por tipo de publicação, em dias – Instagram – perfil @candango_esportivo, 2026.

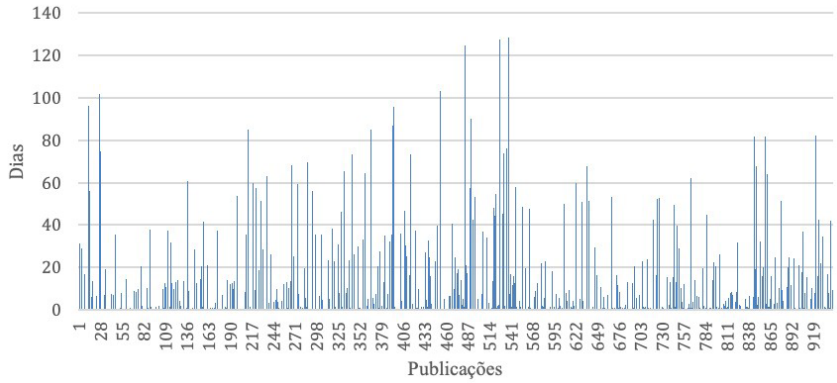
Tipo	n	Q1	Mediana	Média	Q3	Máximo	Desvio padrão
Geral	942	0,27	0,63	8,54	7,34	128,44	18,08
Following	620	0,15	0,39	4,00	0,81	90,00	12,58
Sponsored	183	2,82	10,17	18,69	24,56	128,44	24,28
Suggested	139	0,98	5,54	15,41	16,79	84,94	21,60

Fonte: dados de pesquisa, 2026.

O gráfico da Figura 2 torna visível a irregularidade dessa temporalidade, apresentando picos superiores a 40, 60, 80, 100 e 120 dias, distribuídos ao longo do *corpus*. Essa variação impede tratar a temporalidade do *feed* como simples decaimento cronológico. Em vez de uma linha contínua de recência, o que aparece é uma sucessão de reativações e deslocamentos, numa construção contínua da kairológica algorítmica específica. Para conteúdos sobre eventos locais, esse achado é decisivo: a aparição tardia pode prolongar a vida útil de uma publicação, mas também pode reduzir sua pertinência prática quando o valor da informação depende de antecedência.

Em função da observação de regimes temporais distintos e da irregularidade da temporalidade calculada, foi possível identificar publicações

Figura 2 – Lapso temporal por publicação, em dias – Instagram – perfil @candango_esportivo, 2026.



Fonte: dados de pesquisa, 2026.

com lapsos temporais atípicos em relação ao regime temporal no qual estão inseridas, configurando a existência de pós-mediação.

O limite superior de Tukey e a pós-mediação

A pós-mediação foi estatisticamente operacionalizada pelo limite superior de Tukey (TUKEY, 1977; KOMOROWSKI *et al*., 2016). No conjunto geral de 942 publicações interpretáveis, o limite superior foi de 17,94 dias. Acima desse limite, foram identificadas 140 publicações, equivalentes a 14,86% do *corpus* temporalmente analisável. A pós-mediação, portanto, não corresponde a um atraso ordinário, mas a uma aparição tardia em relação ao regime temporal do grupo analisado. A Tabela 2 apresenta o limite calculado para o conjunto geral e para os conjuntos de publicações do tipo *following*, *sponsored* e *suggested*.

O cálculo do limite superior de Tukey para os grupos de publicações *following*, *sponsored* e *suggested* identificou regimes temporais distintos. O resultado mais expressivo está nas publicações *following*. Como esse grupo é mais próximo da recência, seu limite superior foi de apenas 1,80 dias. Mesmo assim, 87 de 620 publicações de perfis seguidos

Tabela 2 – Limite superior de Tukey e pós-mediação por grupo, em dias – perfil @candango_esportivo, 2026.

Grupo	n	Q1	Q3	IQR	Limite superior	Pós-mediação	%
Geral	942	0,27	7,34	7,07	17,94	140	14,86
Following	620	0,15	0,81	0,66	1,80	87	14,03
Sponsored	183	2,82	24,56	21,73	57,16	11	6,01
Suggested	139	0,98	16,79	15,81	40,50	20	14,39

Fonte: dados de pesquisa, 2026.

ultrapassaram esse limite, correspondendo a 14,03%. Esse dado é particularmente relevante porque mostra que seguir um perfil não garante visibilidade tempestiva. O conteúdo pertence ao universo relacional escolhido pelo usuário, mas ainda pode aparecer tardiamente no *feed* observado.

Nas publicações *sponsored*, o limite superior foi de 57,16 dias, com 11 casos de pós-mediação (6,01%). O percentual menor não indica maior tempestividade; indica que o próprio regime patrocinado já é temporalmente mais elástico. Nas publicações *suggested*, o limite superior foi de 40,50 dias, com 20 casos (14,39%), evidenciando a possibilidade de recuperação tardia de conteúdos de perfis não seguidos. A pós-mediação, assim, descreve a continuidade da mediação depois da publicação: o conteúdo já existe, mas sua aparição no *feed* pode ser retardada ou reativada em um momento posterior em função do tempo oportuno calculado pelos algoritmos da plataforma, ultrapassando o limite superior para o regime temporal no qual está inserido.

A discussão resultante é menos técnica do que comunicacional. Uma publicação sobre evento esportivo, inscrição, programação ou alteração de trânsito pode continuar circulando depois de publicada. Todavia, quando sua visibilidade ocorre fora do tempo socialmente útil, a mediação algorítmica deixa de ser apenas uma questão de alcance e passa a ser uma questão de pertinência. O achado central é que a plataforma pode

tornar visível um conteúdo local relevante em um momento que excede o padrão normal do regime temporal em que está inserido, configurando a pós-mediação. Esse momento pode não corresponder mais àquele em que o conteúdo teria utilidade para o usuário, impactando sua experiência de consumo de conteúdos.

A pós-mediação complementa, portanto, a mediação radical e a kairológica algorítmica. Assim, a mediação radical possibilita compreender o *feed* como realidade infocomunicacional produzida por relações sociotécnicas. A kairológica algorítmica mostra a reorganização temporal da visibilidade de acordo com a noção algorítmica de momento oportuno, mesmo quando *chronos* e *kairós* se aproximam ou se equivalem. Por sua vez, a pós-mediação nomeia as aparições tardiamente produzidas por essa dinâmica, quando a pertinência comunicacional e a oportunidade do conteúdo poderiam ficar potencialmente comprometidas. Em suma, a invisibilidade não decorre apenas da ausência de conteúdo, mas pode resultar de uma presença atrasada, distribuída, reposicionada ou intempestiva.

Considerações finais

Este artigo investigou a visibilidade algorítmica em chave temporal. Em vez de tratar o *feed* apenas como espaço de ranqueamento, analisou-o como ambiente de produção de temporalidades. O operador analítico "temporalidade algorítmica" possibilitou articular as categorias *chronos*, *kairós*, visibilidade algorítmica e tipos de conteúdo para compreender como publicações sobre eventos esportivos em Brasília apareceram ao perfil experimental @candango_esportivo.

Os resultados mostram que o *feed* observado não operou como linha cronológica simples. A experiência de consumo de conteúdos no Instagram combinou publicações *following*, *sponsored* e *suggested*, com diferentes regimes de posição e de temporalidade. A visibilidade algorítmica apareceu na distribuição posicional dos conteúdos: as primeiras posições preservaram maior recência, enquanto posições como a terceira, a quinta e a sétima combinaram maior presença publicitária ou de recomendação e maior descolamento temporal. A produção de conteúdo esportivo local

estava distribuída por *hashtags*, modalidades e contas diversas. A informação existia, mas circulava de modo fragmentado. A comparação entre *chronos* e *kairós* evidenciou a kairológica algorítmica. Conteúdos *following* foram os mais próximos do *chronos*; *sponsored* e *suggested* apresentaram temporalidades mais elásticas. Esses achados indicam uma mediação multifatorial, na qual nenhuma categoria explica sozinha a temporalidade do *feed*.

A pós-mediação foi identificada em 140 publicações acima do limite superior geral de Tukey. O achado mais relevante está nas publicações de perfis seguidos: 87 conteúdos *following* foram classificados como pós-mediados. Assim, seguir um perfil não assegura que suas publicações apareçam na temporalidade esperada do regime em que estão inseridas. Para conteúdos esportivos locais, essa constatação pode ter uma implicação relevante, pois a eficácia comunicacional de conteúdos publicados no *feed* do Instagram depende da aparição em tempo hábil.

A contribuição teórica deste artigo está em propor a noção de pós-mediação como categoria capaz de nomear a continuidade temporal da mediação algorítmica depois da publicação, em especial em situações nas quais o lapso temporal excede estatisticamente o padrão do regime temporal identificado e nas quais a pertinência comunicacional e a oportunidade do conteúdo podem ficar temporalmente prejudicadas. Ademais, o artigo contribui para analisar experiências de consumo informacional no Instagram, uma vez que a temporalidade dos conteúdos observada no *feed* é bastante elástica e heterogênea.

A contribuição metodológica está na operacionalização do lapso temporal como diferença entre *chronos* e *kairós*, articulada com posição, tipo de publicação, mídia, engajamento e espalhamento informacional. Como limitação, os resultados correspondem a um único perfil experimental, observado em navegador e *notebook* em uma plataforma de rede social *online* específica, sem acesso a métricas internas da plataforma, como salvamentos, compartilhamentos privados, tempo de visualização e sinais inferidos. Outra limitação é que, para expandir a noção de pós-mediação de modo a considerar a perda da pertinência e da oportunidade

comunicacionais de um conteúdo, seria necessário analisar o conteúdo das publicações observadas e, a partir disso, relacioná-lo aos conteúdos pós-mediados identificados pelo limite superior de Tukey. No entanto, esta pesquisa não se dedicou a isso. Pesquisas futuras podem comparar múltiplos perfis, dispositivos móveis e *desktop*, outras localidades, outros temas e diferentes plataformas de recomendação, além de realizar a análise de conteúdo das publicações.

A principal conclusão é que a mediação algorítmica não termina quando a publicação é feita. Ela continua a operar depois, modulando quando, onde e em que condição o conteúdo reaparece. No caso de eventos esportivos locais, essa continuidade pode transformar a visibilidade em intempestividade. O problema comunicacional implicado na dinâmica investigada não é apenas não ver; é ver tarde demais.

Conflito de interesses: nada a declarar.

Fonte de financiamento: nenhuma.

Disponibilidade de dados da pesquisa: Os dados de pesquisa que sustentam os resultados são públicos e estão disponíveis online na pasta que se encontra na url https://drive.google.com/drive/folders/1tIfF3bS0_7duywUFuGCQnIcYSHOoDBWk.

Contribuições dos autores: Pessina, G.: conceituação, curadoria de dados, análise formal, investigação, metodologia, administração do projeto, software, validação, visualização, redação do manuscrito original e redação – revisão e edição. Salgado, T.: conceituação, metodologia, supervisão, revisão e edição. Aragão, B.: análise formal, supervisão, revisão e edição.

Uso de inteligência artificial generativa: a ferramenta ChatGPT (OpenAI) foi utilizada como apoio à revisão textual, conferência de requisitos editoriais e adequação formal do manuscrito. A responsabilidade integral pelo conteúdo permanece dos autores.

Referências

AUSTIN, J. L. *Quando dizer é fazer:* palavras e ação. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. *Remediation:* understanding new media. Cambridge: MIT Press, 1998.

BRUNO, F. *Máquinas de ver, modos de ser:* vigilância, tecnologia e subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2013.

BUCHER, T. The right-time web: theorizing the kairologic of algorithmic media. *New Media & Society*, v. 22, n. 9, p. 1699-1714, 2020. https://doi.org/10.1177/1461444820913560

DIJCK, J.; POELL, T.; WAAL, M. *The platform society*: public values in a connective world. Nova York: Oxford University Press, 2018.

GANANÇA, J. H. L. *Um estudo da prefixação em unidades lexicais neológicas coletadas de* blogs *da internet*. 2017. 276 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8142/tde-05072017-105742/publico/2017_JoaoHenriqueLaraGananca_VCorr.pdf. Acesso em: 10 set. 2026.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

GILLESPIE, T. The politics of platforms. *New Media & Society*, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010. https://doi.org/10.1177/1461444809342738

GILLESPIE, T. The relevance of algorithms. *In*: GILLESPIE, T.; BOCZKOWSKI, P.; FOOT, K. (org.). *Media technologies*. Cambridge: MIT Press, 2013. p. 185-193.

GRUSIN, R. *Premediation:* affect and mediality after 9/11. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010.

GRUSIN, R. Radical mediation. *Critical Inquiry*, Chicago, v. 42, n. 1, p. 124-148, 2015. https://doi.org/10.1086/682998

JAMES, W. *Essays in radical empiricism*. Edição: Ralph Barton Perry. Nova York: Longmans, Green, and Co., 1912.

KOMOROWSKI, M.; MARSHALL, D. C.; SALCICCIOLI, J. D.; CRUTAIN, Y. Exploratory data analysis. *In*: MIT LABORATORY FOR COMPUTATIONAL PHYSIOLOGY (org.). *Secondary analysis of electronic health records*. Cham: Springer, 2016. p. 185-203. https://doi.org/10.1007/978-3-319-43742-2_15

LATOUR, B. *Reagregando o social:* uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: Edufba; Bauru: Edusc, 2012.

LEMOS, A. Dataficação da vida. *Civitas: Revista de Ciências Sociais*, Porto Alegre, v. 21, n. 2, p. 193-202, maio/ago. 2021. https://doi.org/10.15448/1984-7289.2021.2.39638

LEMOS, A.; PASTOR, L. Experiência algorítmica: ação e prática de dado na plataforma Instagram. *Contracampo*, Niterói, v. 39, n. 2, p. 132-146, ago./nov. 2020. https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i0.40472

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. *Fundamentos de metodologia científica*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações:* comunicação, cultura e hegemonia. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

PARISER, E. *O filtro invisível:* o que a internet está escondendo de você. Tradução: Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.

POELL, T.; NIEBORG, D.; DIJCK, J. Plataformização. *Revista Fronteiras: Estudos Midiáticos*, São Leopoldo, v. 22, n. 1, p. 2-10, jan./abr. 2020. https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01

PRODANOV, L. S.; MONTARDO, S. P.; KARHAWI, I.; AMARAL, A. R.; GROHMANN, R. Autenticidade, carisma e engajamento em plataformas. *Lumina*, Juiz de Fora, v. 17, n. 2, p. 42-61, 2023. https://doi.org/10.34019/1981-4070.2023.v17.38698

SRNICEK, N. *Platform capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2017.

TUKEY, J. W. *Exploratory data analysis*. Reading: Addison-Wesley, 1977.

ZUBOFF, S. *A era do capitalismo de vigilância*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

Sobre os autores

Guilherme Pessina: Mestre em Comunicação Digital pelo Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP). Graduado em Análise e Desenvolvimento de Sistemas e pós-graduado em Banco de Dados pela Universidade Católica de Brasília. E-mail: gmpessinamail@gmail.com

Tiago Salgado: Professor assistente da graduação e da pós-graduação do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Líder do grupo de pesquisa Campo Comunicacional e suas Interfaces (CCI), cadastrado no CNPq. Vice-coordenador do GT de Epistemologia da Comunicação da Compós. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) com estágio doutoral pela EHESS (Paris, França). Mestre e especialista em Comunicação (UFMG). Graduado em Publicidade e Propaganda (PUC Minas). E-mail: tigubarcelos@gmail.com

Bruno Aragão: Doutor (2019) e Mestre (2016) em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Brasília (PPGA-UnB). Professor do corpo permanente do Mestrado em Comunicação Digital do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP). Gerente acadêmico e Professor da Graduação em Administração do Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais (Ibmec). E-mail: bruno.aragao@idp.edu.br

Recebido: 14/08/2026
Aceito: 15/09/2026