



Estudo de caso midiaticado: estratégia metodológica em pesquisas no contexto da mediação¹

Mediatized case study: Methodological strategy within the context of mediatization research

Aline Weschenfelder²

Resumo: O artigo tem como propósito discorrer a respeito de processos metodológicos que possam contribuir com pesquisas no contexto dos estudos em mediação, principalmente em relação aos contornos dados a objetos e observáveis relativos a esse campo de investigação. Para tanto, faremos a explanação de algumas distinções entre o que entendemos por “caso midiático” e “caso mediaticado”, apontando este segundo enquanto uma possível abordagem para dar conta de problemas e objetivos que surgem nesse complexo cenário.

Palavras-chave: caso mediaticado; mediação; metodologia

Abstract: The aim of this paper is to discuss methodological processes that may contribute to research within the context of mediatization studies, focusing on the outline of research objects and observables related to that field. For that purpose, the distinctions made between the meaning of “media case” and “mediaticated case” are explained, pointing out the latter as a possible approach to deal with problems and objectives arising in that complex scenario.

Keywords: mediaticated case; mediatization; methodology.

¹ Trabalho apresentado ao IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mediação e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.

² Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.



1. Introdução

Entre os desafios que se apresentam no desenvolvimento de uma pesquisa no âmbito da midiatização estão as operações metodológicas. Destas preocupações, podemos destacar aquelas que envolvem o recorte do corpus a ser pesquisado, uma vez que os insumos e circunstâncias que emergem dessa – e nessa – ambiência, além de serem abundantes, possuem especificidades e complexidades distintas. Antes do advento tecnológico, já eram apontadas dificuldades ao buscar respostas no tocante as interações sociais, sobretudo no que diz respeito a circulação discursiva que por muito tempo foi tratada enquanto como “uma modalidade de funcionamento automatizado” (Fausto Neto, 2018, p.15).

Com a chegada da internet mutações marcaram a sociedade, principalmente em relação aos aspectos interacionais, efetivando “transformações inéditas nas condições de circulação”, conforme aponta Elise Verón (2012, p.14). Na trilha dessas adversidades conceituais se encontram os aspectos operacionais das análises, pois deles dependem o rumo e os arranjos desenvolvidos em qualquer pesquisa. O quê e como observar determinados fenômenos se revelou um embate constante nos estudos referentes a midiatização, exigindo dos pesquisadores uma elaboração criativa, eficiente e adequada ao propósito da investigação, face a diversidade dos elementos que se apresentam nessa ambiência.

Partindo dessa premissa, temos como objetivo realizar um debate acerca de processo metodológico que venha a contribuir com pesquisas que se desenvolvem no contexto dos estudos em midiatização, principalmente em relação ao delineamento dos objetos relativos a esse campo de investigação. Além disso, trabalhar com materiais procedentes de complexos circuitos, sobretudo aqueles que são extraídos do ambiente digital, suscita a tomada de ações prognósticas (Ferreira, 2013, p.141), mas específicas de cada objeto e observável. Portanto, a partir esse ponto de vista, entendermos que são necessárias operações metodológicas procedentes do próprio objeto.



Para tanto, propomos uma nova experimentação acerca do que denominamos “caso midiático” em pesquisa realizada anteriormente (Weschenfelder, 2019), aqui trabalhando através de uma outra perspectiva empírica, mas que ocorre em cenário similar na ambiência da mídia. Sendo assim, primeiro faremos a explanação de algumas distinções entre o que entendemos por “caso midiático” e “caso midiático”, apontando este segundo como uma possível abordagem para dar conta de problemas e objetivos que surgem nesse complexo cenário que é o da sociedade midiática. Na sequência, buscaremos expor nossa compreensão sobre caso midiático, empiricamente, apresentando episódio que envolveu a influenciadora digital Gabriela Pugliesi no contexto da pandemia da Covid-19.

2. Caso Midiático

O “estudo de caso” pode ser uma boa opção para resolver questões que envolvem processos comunicacionais, principalmente aqueles que se referem a plataformas digitais, visto que o método possibilita ao pesquisador trabalhar variantes específicas, singularidades (Becker, 1999), levando em consideração um fenômeno mais amplo. Além disso, a diversidade crescente de perspectivas que se manifestam no campo da comunicação, inclusive as que enfatizam a mídia, é favorável a constituição de “diferentes questões, aportes teóricos e observáveis [que] ‘pedem’ diferentes decisões. Ao mesmo tempo, permitem refletir sobre as possibilidades de transferência entre casos, de cotejos e comparações elucidativas” (Braga, 2016, p.81).

Inspirado nos estudos da medicina e sociologia (Becker, 1999), o “estudo de caso” nos permite apurar de modo específico diferentes situações que se encontram num dado cenário, bem como trabalhar suas singularidades. Outrossim, além do estudo de caso contribuir no entendimento de circunstâncias abrangentes, facilita observar as transformações sociais (Braga, 2008) que cada vez mais estão em evidência, em razão de processos interacionais atravessados pela tecnologia. Sendo assim, o estudo de caso



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

pode ser uma opção bastante adequada para investigar fenômenos comunicacionais, visto que

se prestam particularmente à produção de conhecimento nas condições atuais de constituição da disciplina. Encontramos “uma variedade dinâmica de fenômenos” que claramente solicitam uma apreensão de seus aspectos propriamente comunicacionais; e “não dispomos de uma provisão suficiente de grandes regras” básicas próprias ao campo, com formalizações teóricas transversais à generalidade do objeto, nem suficientemente consensuais, que permitam fazer reduções preliminares (Braga, 2008, p.76).

De acordo com a asserção acima, e com base na evolução tecnológica que atravessa a sociedade como um todo, conforme já mencionado, podemos afirmar que, como consequência, o campo da comunicação passa por acelerada transição nos seus aportes teóricos e metodológicos. Sendo assim, a compreensão pelas técnicas e operações de pesquisa também precisam se adaptar aos observáveis, bem como às perguntas e objetivos de cada investigação. Por esse motivo depreende-se que a noção a respeito de “estudo de caso”, enquanto método, também necessita de adequações com vistas ao novo cenário que se apresenta.

O “caso midiático” se desenha a partir do foco nas instituições midiáticas – meios e seus profissionais – para compreender um determinado fenômeno. Tomemos como exemplo o trabalho de Aníbal Ford (1999) que faz esse exercício ao se debruçar sobre um “acontecimento [que] passa a ser explicado por diferentes conjuntos de atores sociais que vão sendo integrados pela cobertura dos meios e, assim, levando o caso adiante” (Weschenfelder, 2019, p.223). De outro modo, podemos dizer que o caso midiático se organiza a partir de um sistema midiático que, por sua vez, passa a incorporar novos elementos ao acontecimento através de suas próprias lógicas.

Desse modo, entendemos que o caso midiático está diretamente relacionado com o foco no protagonismo dos meios, naquilo que os meios fazem e como fazem – instituições midiáticas considerando, inclusive, seus profissionais. Porém, com a



emergência tecnológica voltada para os meios o destaque se propaga para as atividades desenvolvida pelo polo receptivo, bem como para outros campos, diferentes da comunicação, e instituições. Observar as ações de todos os envolvidos passa a ser primordial para compreender certos fenômenos. Posto isto, na sequência, delinearemos alguns indicativos do que entendemos por “caso midiático”, visto que o cenário da mediação exige novos *modus operandi* em razão dos fenômenos que dela emergem.

3. Caso Midiático

No entanto, como já aludimos, a sociedade cada vez mais é perpassada por uma reorganização tecno-comunicacional (Carlón, 2012), na qual plataformas midiáticas possibilitam aos atores sociais participarem efusivamente das construções midiáticas. E, desta feita, não realizam apenas atividades derivadas de um lugar como o da recepção, mas passam a interagir inclusive enquanto coprodutores.

Em vista disso, entendemos que para desenvolver um estudo de caso, que esteja inserido nessa nova organização socio-comunicacional, é necessário voltar o olhar para a totalidade do fenômeno, buscando compreendê-lo através de atividades interacionais, além do foco nas plataformas midiáticas, bem como dos meios. Diante disso, se estabelece o que chamamos de “caso midiático”, o qual exige operações específicas e relativas as suas características, pois sua organização parte de uma dinâmica interacional ainda mais complexificada do que aquela do “caso midiático”. Isto ocorre porque na conjuntura da mediação todos os envolvidos são colocados em evidência – meios, instituições, atores individuais e coletivos (Verón, 1997).

Podemos também pensar essa modalidade de observação como o recorte de uma realidade que apresenta, além dos indicativos, singularidades de um dado processo interacional, que também destaca as dinâmicas engendradas pela digitalização dos meios; surgimento de redes sociais digitais; atravessamento de campos sociais e instituições variadas; atores sociais em produção e recepção. Ou seja, o “caso



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

mediatizado” também se caracteriza por circuitos e fluxos que se complexificam na medida em que estes vão se desenvolvendo. Portanto,

Casos mediatizados emergem de fluxos interacionais – através de atividades tecno-discursivas – que reelaboram estatutos, sobretudo a partir de incursões dos atores (como coletivos, amadores, etc.), nos processos midiáticos entre diferentes campos sociais, traçando novos contextos e processos produtivos que se organizam da e na ambiência da mediatização (Weschenfelder, 2019, p.84-85).

Partindo do princípio de que o método deriva – e está a serviço – do problema e objetivos da pesquisa, e as investigações inscritas na mediatização comportam complexos fluxos interacionais, consideramos pensar o caso mediatizado enquanto “uma dinâmica que é desencadeada por múltiplos processos – de muitos para muitos – onde [todos os atores sociais] podem se constituir como protagonistas, ou pelo menos como coprodutores do trabalho de produção de sentidos” colocando-se em evidência na ação comunicacional (Weschenfelder, 2019, p.85). Ademais, o caso mediatizado pode ser verificado em movimentos discursivos ascendentes, descendentes e horizontais (Carlón, 2017), os quais se traduzem em circuitos onde a observação empírica muitas vezes – senão em sua maioria – causa estranhamento ao pesquisador devido a sua inerente complexidade. Entre os movimentos presentes podemos destacar idas e vindas de discursos que transitam entre meios digitais (internet) e meios considerados tradicionais (televisão, rádio, jornal impresso...). Desta forma, é importante lembrar que o caso mediatizado se desdobra em plenas condições de mediatização estando “em uma processualidade mais complexa, não podendo ser detido, a exemplo do que ocorria na sociedade dos meios, por ações específicas das mídias” (Weschenfelder, 2019, p.89).

Segundo as noções descritas nesta proposta, e buscando acionar o “caso mediatizado” na prática, entendemos que, preliminarmente é necessário restringir o observável, delinear o recorte, para tornar a análise efetivamente possível, mas sem perder de vista o fenômeno como um todo, uma vez que é a ambiência que o complexifica, diferenciando-o do que designamos como “caso midiático”.



Sucessivamente, podemos procurar e apontar marcas de sua singularidade, assim como características inerentes aos processos de mediação para então, através de um trabalho descritivo, refletir sobre o observável (Braga, 2016).

A seguir trataremos uma situação empírica como experimentação sobre o que propomos enquanto caso mediado. Para tanto, no próximo item falaremos a respeito do desencadeamento de polêmica envolvendo a influenciadora *fitness* Gabriela Pugliesi durante a pandemia da Covid-19. Conforme poderemos observar, o ocorrido acaba por resultar numa série de circuitos que irrompem em uma transformação do cenário habitual em que se encontra a influenciadora.

4. Contágio, afronta e penalidade: enunciações sobre a pandemia no Instagram de Gabriela Pugliesi

Para tratar de forma objetiva nosso entendimento sobre um estudo de caso mediado, vamos analisar cenário envolvendo a influenciadora digital Gabriela Pugliesi no contexto da pandemia da Covid-19. A situação ocorre em três “estágios” de enunciação através de seu perfil no Instagram onde: a) confirma teste positivo para coronavírus (em 12/03/2020); b) festeja em casa com amigos durante quarentena (25/04/2020); c) reativa a rede social após receber várias críticas (em 20/07/2020). Por conseguinte, daremos continuidade a esta análise descrevendo cada estágio mencionado buscando mostrar marcas discursivas nos circuitos que ali surgem, bem como afetam o status dos envolvidos. O material eleito como fonte de informações para a análise foi coletado a partir de matérias disponíveis no portal de notícias G1, para representar os estágios descritos acima.

a) Teste positivo para coronavírus: Pugliesi testa positivo para o coronavírus no dia 12/03/2020, cinco dias após o casamento de sua irmã, onde participou de festa que teria reunido cerca de 500 pessoas e, entre elas, aquele que pode ter sido “o primeiro



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

paciente a ter o diagnóstico positivo para o coronavírus”³ no país. Pugliesi confirma o resultado em seu perfil no Instagram, compartilha seu estado de saúde e conclui dizendo: “tenho que me cuidar, ficar aqui isolada, descansando”⁴.

b) Recebe amigos para festa: aproximadamente um mês após o acontecido, Pugliesi festeja com amigos em casa durante a quarentena. Na ocasião, divulga vídeos em seu Instagram aparentando estar alcoolizada e profere impropérios sobre a vida minimizando a magnitude da pandemia⁵. Como resultado disso se dá uma torrente de comentários com críticas, reclamações e xingamentos sobre a conduta de Pugliesi, inclusive seus seguidores fazendo cobranças às marcas com as quais ela mantinha parceria. Como consequência, Pugliesi perde um número expressivo de seguidores, tem contratos desfeitos e desativa a rede social. Segundo termos das redes digitais, ela é “cancelada”⁶.

c) O retorno ao Instagram: três meses após a realização da festa, Pugliesi reativa seu Instagram⁷ justificando o período de ausência das redes sociais. Na postagem que marca sua volta faz o seguinte relato: *Vivi dias extremamente necessários fora da internet que foram muito importantes pra mim, para o meu aprendizado. No início foi duro, porque veio acompanhado de um erro imaturo, inconsequente. Para quem não lembra, naquele dia que eu fui a quarentena reunindo uns amigos aqui em casa,*

³ Fonte da informação: Portal G1. Disponível em <https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2020/03/12/apos-presenca-em-casamento-da-irma-na-bahia-gabriela-pugliesi-confirma-resultado-positivo-para-coronavirus.ghtml> Acesso em 29 de ago/2020

⁴ Idem

⁵ Fonte da informação: Portal G1. Disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/04/26/gabriela-pugliesi-faz-festa-em-casa-publica-na-internet-e-pede-desculpa-a-quem-se-sentiu-ofendido.ghtml> Acesso em 29 de ago/2020

⁶ A prática do “cancelamento” é muito utilizada na internet, sobretudo em redes sociais, excluindo alguém (apontando maus comportamentos e deixando de seguir nas redes sociais) como forma de punição.

⁷ Fonte da informação: Portal G1. Disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/07/20/gabriela-pugliesi-volta-ao-instagram-apos-criticas-por-festa-durante-a-pandemia.ghtml> Acesso em 29 de ago/2020



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

fiquei bêbada, falei besteira, aquele diz eu tava muito feliz e esqueci do mundo (“Gabriela Pugliesi volta ao Instagram após críticas por festa durante a pandemia”, G1, 20/07/2020)

Os três momentos descritos representam o desenrolar de uma dinâmica sobre a qual os resultados não dependem exclusivamente das práticas realizadas pelo produtor de conteúdo, visto que a ambiência que compreende as redes sociais também coloca em evidência a recepção. Índícios disso são encontrados nos discursos da recepção que levam a influenciadora a perder contratos como, por exemplo, a cobrança de um posicionamento das marcas.

Como aqui tratamos de uma situação que se desenvolve no contexto da mediação, entendemos que a complexificação do caso diz respeito a todos os envolvidos, consoante ao que já apontamos e, sendo assim, podemos identificar diferentes coletivos promovendo seu engendramento. Para explicar essa reconfiguração dos atores sociais em recepção, recorremos a Verón (2009, p.14) quando diz que “Um coletivo é uma entidade semiótica que implica a identificação e a categorização de uma pluralidade de atores e determina os conjuntos de regras operatórias (de produção ou de interpretação) que o observador é levado a reconstruir” (VERÓN, 2009, p. 14). Isto significa que, na sociedade mediada, o polo receptivo também é protagonista das ações que concernem os processos produtivos, inclusive impactando na formação de vínculos, elaborações discursivas e fluxos interacionais que venham a se constituir nas relações empreendidas num determinado contexto comunicacional. Além disso, o fato de trabalharmos sobre a percepção de coletivos busca mostrar as singularidades existentes no polo receptivo, cuja homogeneidade é superada há muito tempo.

Dito isso, retomamos às marcas discursivas que apontam o caso Pugliesi como um “caso mediado” analisando aspectos específicos as suas complexidades. É possível observar que na passagem de um estágio para o outro há articulações evidentes entre a influenciadora e seus seguidores, uma vez que seu afastamento das redes sociais resulta de uma movimentação discursiva que evoca a confirmação da própria Pugliesi



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

sobre testar positivo para o coronavírus. Ou seja, os circuitos que envolvem os estágios discursivos acerca da “contaminação”, “desrespeito às regras” e “retorno ao Instagram” não são lineares, mas sucedem de múltiplos contatos, idas e vindas que dizem respeito tanto aos enunciados da influenciadora como da repercussão deles entre seus coletivos.

Evidências da complexificação do caso também podem ser percebidas na sua sequência narrativa. Pois, é importante destacar que, embora tenhamos indicado como primeiro estágio a enunciação sobre a confirmação do resultado positivo para o coronavírus, o desencadeamento do caso se dá na publicação sobre a festa que faz em plena pandemia. Quando Pugliesi descumpra orientações dos órgãos de saúde, contradiz sua própria declaração ao mencionar sintomas da doença e apontar a necessidade de cuidados e isolamento, mas comemora junto a amigos tornando alguns desses momentos públicos em seu perfil no Instagram.

O contrassenso provoca diferentes ações segundo particularidades dos coletivos que interagem com a influenciadora. Mas isso ocorre a partir de uma forma específica de entrelaçamento de relações, pois, como já dito, a exasperação do caso apenas ocorre em razão das publicações referentes a festa e não pela contaminação que havia acontecido meses antes. Ou seja, há uma desordem na temporalidade dos acontecimentos para que o caso venha a se constituir e, assim, revelar aspectos que passam a ter maior importância na medida em que novas situações emergem na ambiência midiática. Observando por essa perspectiva, o início do caso se dá com a ocorrência da festa, e não pela contaminação. Portanto, “o caso midiático evolui segundo estratégias de produção de sentidos em diferentes espaços/tempos da circulação, aspecto pertinente à ambiência da mídia visto sua complexidade” (Weschenfelder, 2019, pg.90)

À vista disso, o fato de já ter sido contaminada e conhecer os riscos da doença, está entre os argumentos utilizados pelos coletivos para “cancelar” Pugliesi pelos seus atos comemorativos. Tais reações ocorrem de acordo com especificidades provenientes dos coletivos que a acompanham, conforme mencionamos anteriormente. Coletivos de seguidores mostram o descontentamento através de comentários no próprio perfil da



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

influenciadora, bem como as denúncias que fazem sobre as postagens da festa nos perfis de marcas que a patrocinam e, para fechar o ciclo, abandonam o perfil deixando de segui-la. Por sua vez, marcas suspendem seus contratos com Pugliesi⁸, alegando não concordar com o desrespeito da influenciadora acerca do isolamento social. Isto é, os coletivos reagem segundo suas próprias lógicas e interesses – se transformam em críticos, delatores, juízes – mas, de modo adjacente, instituem uma nova condição à influenciadora, a de “cancelada”. Portanto, o cancelamento é consequência da circulação de discursos provenientes de diferentes fontes, produzindo novos sentidos e conferindo um novo status à influenciadora.

Na sequência dos fatos que estabelecem o caso, Pugliesi faz menção as razões que a afastaram da internet, na fala que marca seu retorno às redes sociais. Desse modo, as ocorrências anteriores se fundem a este último enunciado conectando circuitos discursivos das redes sociais e, com isso, alimentando sites informativos, algo que já vinha acontecendo na medida em que os fatos surgiam – os estágios que mencionamos. Mas, as declarações de retorno ao Instagram retomam os fatos anteriores agregando as especificidades que instauram o caso.

Tal cenário reúne uma série de peculiaridades que transformam todos os envolvidos, ao mesmo tempo que novas características são agregadas aos seus status, tanto de produtores como de coletivos. Isso é possível identificar, no caso aqui exposto, através dos discursos enunciados por Pugliesi, bem como nos resultados que deles derivam a partir de um trabalho proveniente da recepção. Ou seja, tais marcas se manifestam nas articulações que emanam entre produção e recepção incorporando sentidos, além de vínculos e desligamentos, situações imprevisíveis.

⁸ Disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/04/27/gabriela-pugliesi-tem-contratos-suspensos-apos-fazer-festa-durante-quarentena.ghtml> Acesso em 29 de ago/2020.



Considerações finais

Conforme a experimentação aqui apresentada, consideramos o caso midiático como uma estratégia que permite ajustes enquanto operação metodológica que visa trabalhar sobre objetos procedentes da mediação. Além disso, sugere a prática de diferentes táticas que venham possibilitar adequações relativas a complexidade dos observáveis, segundo processos interacionais que se manifestam nessa ambiência.

Assim sendo, entendemos que o caso midiático permite analisar processos não lineares a partir de fases e/ou etapas definindo as condições de um circuito, independentemente de seu início, uma vez que para pontuar o princípio de um fenômeno também dependemos dos objetivos da pesquisa. Sendo assim, tais delimitações permitem traçar a processualidade do fenômeno materializando-o, “em meio a convergências e assimetrias” (Weschenfelder, 2019, p. 223). Para tanto, também vale considerar o lugar em que as interações ocorrem, a zona de contato (Fausto Neto e Sgorla, 2013) na qual o caso se desenvolve, visto que suas lógicas podem interferir na experiência e nos vínculos que ali se instituem. Outrossim “coletivos engendram novas formas de conexão ao levar para dentro da zona de contato outros insumos midiáticos do contexto produtivo” (Weschenfelder, 2019, p.229). No caso aqui analisado, as reclamações dos seguidores nas redes sociais das marcas que tinham contrato firmado com Gabriela Pugliesi, ou mesmo as matérias jornalísticas que retomam um estágio anterior do caso agregando informações para contextualizar sua narrativa.



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

Referências

BECKER, Howard S. **Métodos de pesquisas em ciências sociais**. São Paulo: Hucitec, 1999.

BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. In: **Matrizes**, n.2, abril. USP, 2008.

BRAGA, José Luiz. Aprender metodologia ensinando pesquisa. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata (orgs). **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. p. 77-98. Disponível em <http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/Ebooks/Pdf/978-85-397-0803-1.pdf> Acesso em 23/05/2017.

CARLÓN, Mario. La cultura mediática contemporânea: otro motor, otra combustión (segunda apropiación de la Teoría de la Comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial). In: CASTRO, Paulo César (org.). **A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento**. Maceió: EDUFAL, 2017. p. 25-48.

CARLÓN, Mario. En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de *Facebook* durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario. In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antônio (orgs). **Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación**. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p.173-194.

FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: trajetos e conceitos. In: **Rizoma**, v.6, n.2, julho-dezembro/2018. Disponível em <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/13004> Acesso em 27/01/2019.

FAUSTO NETO, Antônio e SGORLA, Fabiane. Zona em construção: acesso e mobilidade da recepção na ambiência jornalística. Trabalho apresentado no “GT Recepção: processos de interpretação, uso e consumo midiáticos” do **XXII Encontro Anual da Compós**, na Universidade Federal da Bahia, Salvador, de 04 a 07 de junho de 2013.

FERREIRA, Jairo. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições. In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto (orgs). **10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2013. p.140-155

FORD, Aníbal. La exasperación del caso. In: FORD, Aníbal. **La marca de la bestia**. Identificación, desigualdades e infoentretenimento em la sociedad contemporânea. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 1999. p. 245-287

VERÓN, Eliseo. La mediatización, ayer y hoy (Prólogo). In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antônio (orgs). **Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación**. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p.9-15



Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas
em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

VERÓN, Eliseo. E fin de la historia de un mueble. In: CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos A. (orgs). **El fin de los medios massivos: el comienzo de un debate**. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. In: Publicado na **Revista Diálogos de La Comunicación**, n.48, Lima: Felafacs, Outubro/1997. Disponível em: https://comycult.files.wordpress.com/2014/04/veron_esquema_para_el_analisis_de_la_mediatizacion.pdf. Acesso em 25/03/2015. 10 pp.

WESCHENFELDER, Aline. **Manifestações da midiatização** – transformação dos atores sociais em produção e recepção: o caso Camila Coelho. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2019.