HASHTAG COMO MECANISMO DE VOZ EM UMA SOCIEDADE MIDIATIZADA: MOVIMENTOS INFERENCIAIS NO CASO #PRIMEIROASSEDIO

HASHTAG AS A VOICE MECHANISM IN A MEDIATIZED SOCIETY: INFERENTIAL MOVEMENTS IN THE *#PRIMEIROASSEDIO'S* EPISODE

Gabriela Schuch Kastner[1]

Resumo: A proposta do presente artigo consiste em apresentar o levantamento empírico/teórico inicial do projeto de pesquisa de dissertação que visa investigar o papel de elementos da midiatização em um processo em que a utilização da hashtag deixa de ser apenas para indexação de conteúdo e passa a exercer função social como mecanismo de voz. Para tal problematização, será apresentado empiricamente o caso da menina Valentina Schultz, participante da primeira edição do Masterchef Brasil Jr, e sua relação com a hashtag feminista *#primeiroassedio.*

Palavras-chave: Circulação. Midiatização. Hashtags.

1. Mestranda em Comunicação Social – Midiatização e Processos Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Especialista em Televisão e Convergência Digital (2014) e Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo (2011), ambos pela mesma instituição. E-mail: schuch.gabriela@gmail.com

Abstract: The proposal presented below will present the initial empirical / theoretical survey of the dissertation research project that aims to investigate the role of elements of mediatization in a process that makes uses of hashtags is no longer just for indexing content and starts to working as a voice mechanism. For this scenario, the episode of the girl Valentina Schultz, a participant at the first edition of Masterchef Brasil Jr, and its relation with a feminist hashtag named #primeiroassedio will be presented empirically.

Keywords: Circulation. Mediatization. Hashtags.

1 Estrutura do caso

O programa de televisão Masterchef foi criado por Franc Roddam em julho de 1990 no Reino Unido com a proposta de promover uma disputa gastronômica entre participantes que têm seus pratos avaliados por chefs de cozinha renomados. Sua primeira versão circulou na TV inglesa até 2001, sendo redesenhado e re-lançado em fevereiro de 2005 pela BBC.

Desde o seu relançamento em 2005, o Masterchef vem se disseminando e conquistando territórios de exibição, consolidando-se como fenômeno global de audiência televisiva. Por exemplo, a primeira temporada americana – cujo episódio piloto foi exibido em 27 de julho de 2010 – foi indicado aos principais prêmios da televisão dos Estados Unidos: Teen Choice Award e People's Choice Award, faturando na categoria direção de reality show e programa de competição favorito.

No Brasil, o programa finalizou sua quarta temporada, é veiculado pela Rede Bandeirantes de Televisão e é apresentado pela jornalista Ana Paula Padrão tendo como jurados os chefes Henrique Fogaça, Érick Jacquin e Paola Carosella. O formato é uma distribuição da empresa Eyeworks, atualmente fundida com a Cuatro Cabezas, responsável por sucessos como CQC, A Liga e O mundo segundo os brasileiros – todos exibidos pela Band.

A versão Júnior do Masterchef Brasil foi apresentada ao público em 20 de outubro de 2015, exibido no mesmo dia e horário da versão adulta: terça-feira às 22h30. O programa segue o formato original da versão adulta e é igualmente apresentado pela jornalista Ana Paula Padrão, tendo os mesmos jurados. Entre os participantes, crianças entre 9 e 13 anos disputando o prêmio de uma viagem para a Disney com direito a cinco acompanhantes, um curso de culinária, um vale compras de R$ 1 mil por mês durante um ano e um kit de eletrodomésticos.

No programa de estreia, configura-se aquele que será o ponto chave da configuração do empírico: o caso Valentina. Ainda durante o primeiro programa, entre os comentários de segunda tela[2] via Twitter incentivados pela Rede Bandeirantes por meio da hashtag #masterchefBR, surgem comentários de cunho sexista relacionados à menina Valentina Schultz, de doze anos:

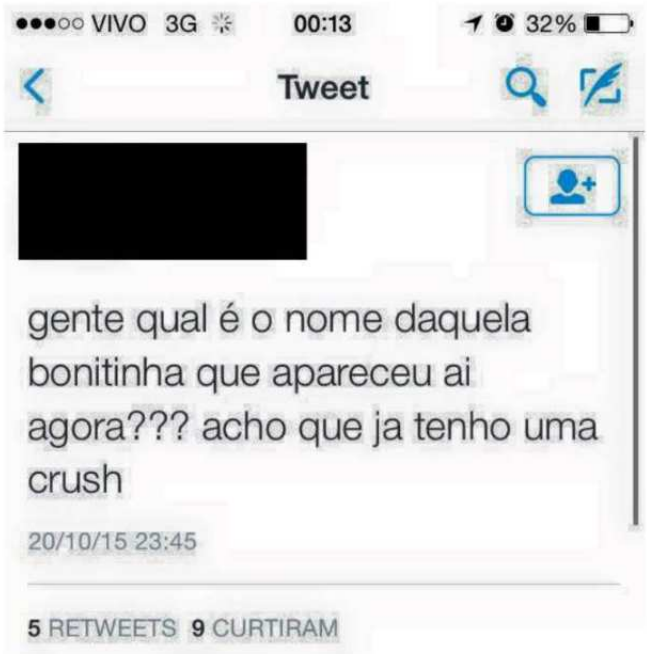


Imagem 1.
Fonte: Twitter

2. Aqui, faz-se apropriação do conceito de segunda tela proposto por Gleice Bernardini no artigo *SEGUNDA TELA OU TV SOCIAL: um debate sobre as diferenças e semelhanças das tecnologias*. Nele, O termo segunda tela é utilizado para descrever o uso de um dispositivo eletrônico adicional (como um smartphone ou tablet) que possibilita ao consumidor a interação simultânea com o conteúdo consumido.

Para entender o caso, foi feita a decupagem completa do primeiro episódio. Nele fica evidenciado que nos primeiros blocos, Valentina não tem nenhum enfoque especial. A partir do quarto bloco, onde aparecerá cozinhando, a menina passa a ser evidenciada em alguns momentos: ela é a primeira que aparece falando (2), tem a maior quantidade de imagens de cobertura (3) e é a que aparece por mais tempo conversando com os chefes (4). Além disso, a mãe de Valentina influencia e interfere no momento que deveria ser mais de sua filha do que seu (5).

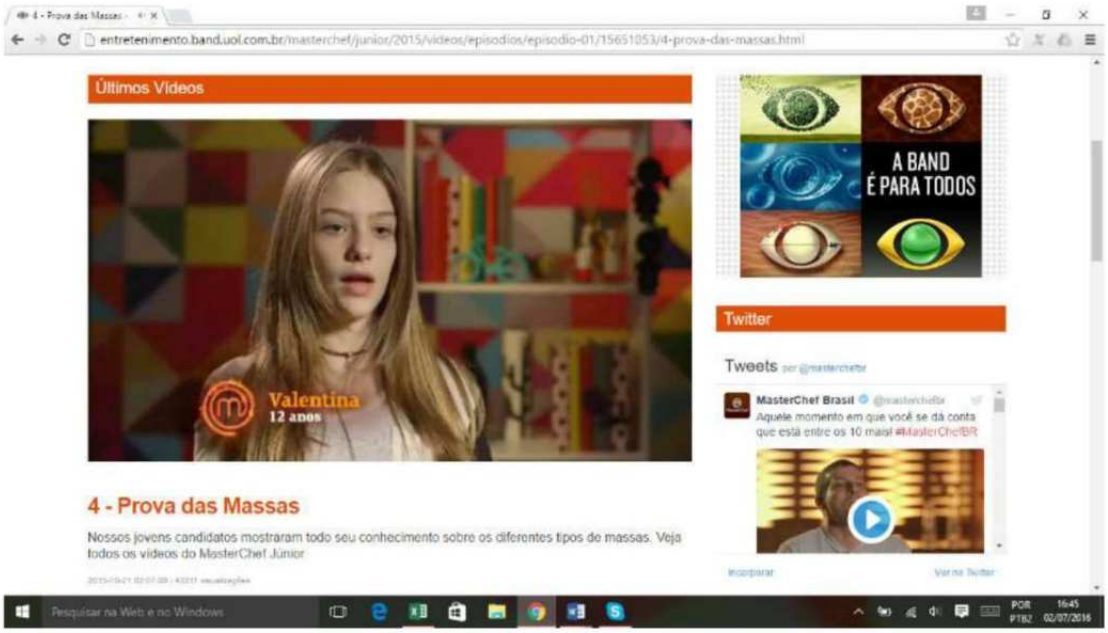


Imagem 2: Valentina falando na entrevista.
Fonte: Rede Bandeirantes

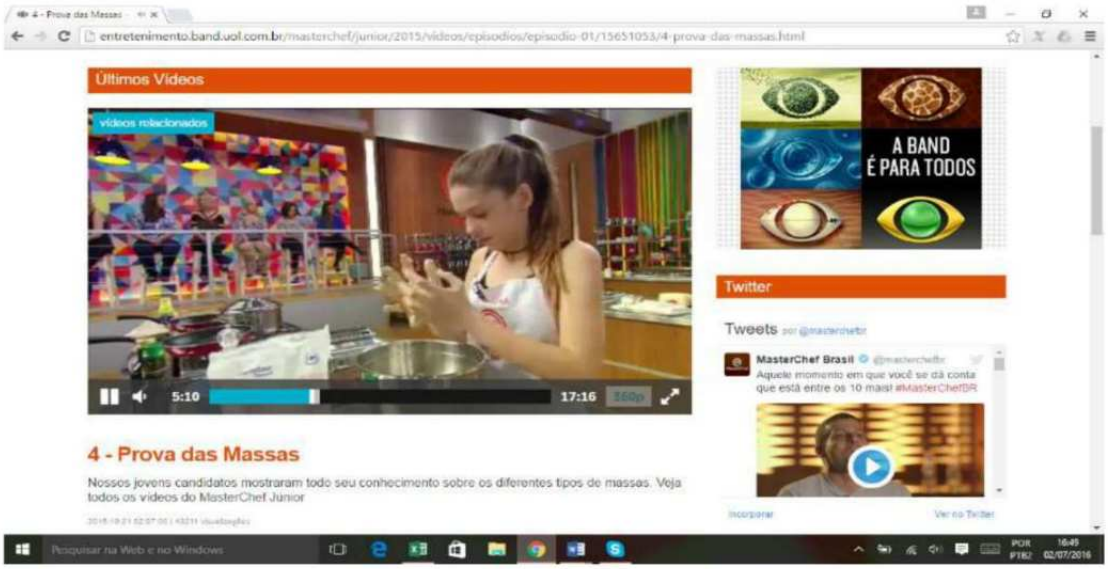


Imagem 3: Valentina como imagem de cobertura
Fonte: Rede Bandeirantes

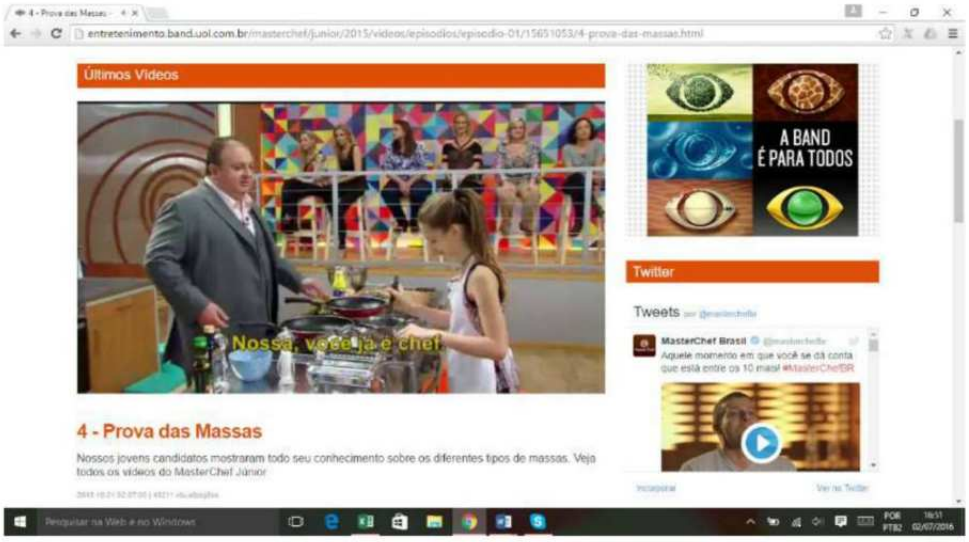


Imagem 4: Valentina conversando com os jurados
Fonte: Rede Bandeirantes

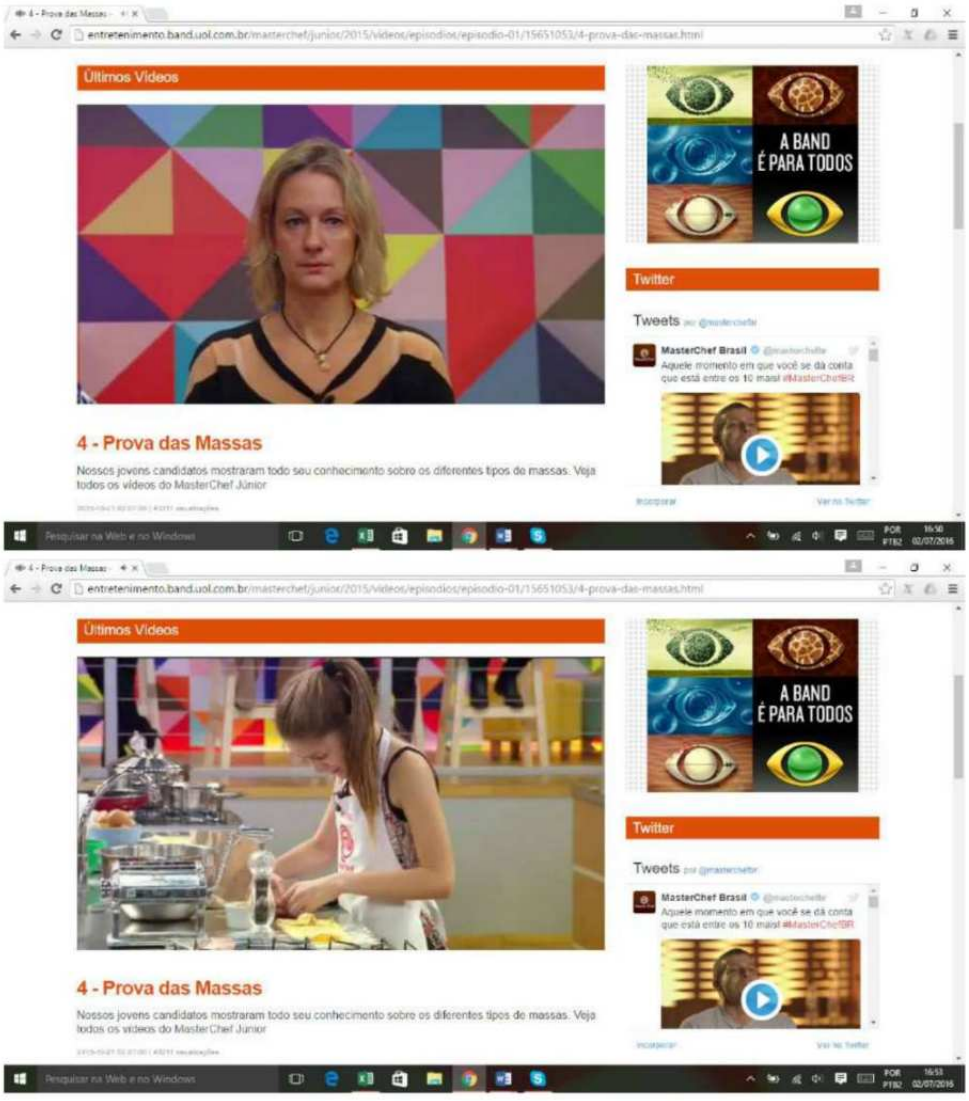


Imagem 5: Composição de imagens entre Mãe de Valentina interagindo com a filha
Fonte: Rede Bandeirantes

Essa sequência de movimentos que ocorre entre o quarto e o quinto bloco do programa, coincidem com o aparecimento das postagens que darão início ao empírico a ser analisado.

Como forma de defesa dessa movimentação de cunho sexista, surge a hashtag *meuprimeiroassedio* em que mulheres expunham situações sobre a primeira vez que foram s assediadas, tanto moral, quanto sexualmente a fim de alertar a sociedade como essa prática é comum, recorrente e precoce na vida da mulher:



Imagem 6: seleção de tuítes com a hashtag #primeiroassedio
Fonte: Twitter

Surge então a primeira percepção de como as hashtags se inter-relacionam. Lúcia Santaella em *O método anticartesiano de Pierce* expõe que, de acordo com o filósofo, tais intuições são percebidas pela soma de nossa bagagem emocional e de conhecimento a respeito dos elementos genéricos que nos permitem fazer deduções sobre determinado fato e que fazem parte de um processo não conscientemente suficiente para ser controlado (p. 108). Os elementos de uma hipótese estão em nossa mente antes mesmo que nos demos conta do que estamos contemplando. De forma resumida, a abdução nada mais é do que conjecturas. As próximas conjecturas se dão a partir do aprofundamento em torno das instituições não midiáticas por trás da hashtag *meuprimeiroassedio*.

A hashtag *primeiroassedio* foi criada por Juliana De Faria, fundadora do coletivo feminista Think Olga e criadora da campanha Chega de Fiu Fiu, com – de acordo com o site oficial da ONG[3] – "a intenção de incentivar mulheres a exporem a precocidade em que o problema de abusos físicos e morais ocorre e consequentemente alertar para o fato de que essas atitudes não são acontecimentos isolados ou que ficam restritos a uma troca de postagens ao longo de um programa de televisão".

A Think Olga é uma ONG que surgiu em abril de 2013, idealizada pela jornalista Juliana de Faria. De acordo com a cartilha do site da ONG, seu objetivo consiste em lutar pelo empoderamento feminino por meio de informação. Para que isso seja possível, suas participantes investem na criação de conteúdo que sirva para instigar a reflexão sobre a complexidade das mulheres.

Nos primeiros cinco dias, a hashtag #primeiroassedio, foi replicada mais de 82 mil vezes, entre tuítes e retuítes. Com base nas informações extraídas dos tuítes, o Think Olga descobriu dados sobre a pedofilia no Brasil, como de que a idade média é de 9,7 anos para o primeiro assédio e de que 65% das vezes o mesmo ocorre por meio de homens que fazem parte do círculo social da criança em questão.

O processo de circulação configurado pelo caso Valentina, foi ressignificada em forma de escárnio por parte de alguns internautas. O principal exemplo foi o caso do cantor Róger da banda Ultraje a Rigor, que ilustra um novo significado para a hashtag:



Imagem 7: replicação da replicação – o uso da hashtag meuprimeiroassedio com um novo significado
Fonte: Twitter

3. www.thinkolga.com/chega-de-fiu-fiu/. Acesso em 10/02/2017

As histórias levantadas pelo movimento *#primeiroassedio* foram além da hashtag, dando repercussão para o assunto tanto na internet, quanto na imprensa brasileira – inclusive contando com a versão nacional de veículos renomados como BBC e El Pais:



Imagem 8: matérias veiculadas com a pauta relacionada ao abuso infantil com ênfase no movimento #meuprimeiroassedio
Fonte: BBC e El País

Os resultados obtidos a partir da circulação que iniciou no final de outubro de 2015 seguiram gerando novos conteúdos. Um desses reflexos de uma sociedade midiatizada é o reflexo de conteúdos abordados na internet tomarem proporção para migrar para os meios de comunicação clássicos.

Em seis de dezembro, uma das criadoras da hashtag comparece ao programa Esquenta com Regina Casé para falar da campanha da *#primeiroassedio* e questões ligadas ao feminismo[4].

A participação ocorre a partir dos 4:45, com destaque a partir dos 6 minutos e 30 segundos quando Regina Casé questiona se "uma hashtag pode mudar a consciência de um

4. Disponível em <http://gshow.globo.com/programas/esquenta/episodio/2015/12/06/esquenta-recebe-daniela-mercury-e-paula-fernandes.html#video-4657648>. Acesso em: 08/09/2016

país e a responsável pelo Think Olga responde “a gente começou com uma discussão via hashtag e hoje estou aqui” (dando ênfase para o ganho de espaço por meio da força da circulação na internet).

A força de um processo de circulação em uma sociedade midiatizada fica evidente quando a cada nova oportunidade de abordagem sobre o tema, a hashtag e seus efeitos de debate reaparece e reacende os manifestos relacionados.

Um exemplo disso pode ser observado, passados seis meses do ocorrido inicial. Em abril de 2016 mulheres mexicanas fizeram circular a hashtag #miprimeracoso com exatamente a mesma finalidade proposta pelo movimento web brasileiro. Na matéria do El País internacional, inclusive o histórico do Brasil é resgatado pela reportagem:



Imagem 9: resgate do tema passados meses do evento inicial
Fonte:El País

Uma vez constituído o caso, passa-se para uma próxima etapa: encontrar e relacionar os traços da midiatização (e seus processos sociais) em empírico que seria facilmente abordado no campo da cibercultura.

2 Sobre midiatização e seus efeitos: atravessamento entre conceitos e caso

De forma breve, a dissertação que se desenvolve em torno desse caso consiste em analisar a circulação e a ressignificação do conteúdo veiculado por meio da hashtag. José Luiz Braga em seu artigo *Mediatização como processo interacional de referência* propõe que estágio atual, a mediatização[5] traz à tona algumas características que antes passavam despercebidas. A principal dessas características – e mais importante de ser aprofundada pelo projeto de pesquisa atual – está no desenvolvimento de lógicas próprias. Isso significa que atualmente mudou de forma e sentido a maneira não de produzir, mas também de transmitir mensagens. E é nesse ambiente de mudança que a hashtag como mecanismo de processo, dando origem a novas hashtags com novos significados se enquadra.

Dentro desse contexto, se faz importante referenciar também o pensamento de Jairo Ferreira em *Midiatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação* que sugere que uma "análise do dispositivo midiático se configura a partir de uma matriz primária triádica" (Ferreira, 2008, p. 8). O autor configura ainda essa matriz em forma de três sistemas, o social, o tecnológico e o de linguagem. De acordo com Ferreira, a midiatização é o que ocorre na intersecção entre os três. Ainda que essa seja uma leitura fora do plano de aula, o diagrama proposto pelo autor para pensar o processo midiático auxilia no entendimento do fenômeno da hashtag visto que a mesma deixa de ser um simples mecanismo de indexação

5. Grafia adotada pelo autor ao longo do texto e mantida ao referenciar o mesmo

(tecnológico) e passa a permear entre o social e a linguagem para gerar produção de novos sentidos.

Dentro dos conceitos midiáticos a serem abordados no desenrolar da pesquisa, tanto a noção de ambiência quanto a ideia de circulação foram imprescindíveis na estrutura atual do objeto de pesquisa sobre as hashtags e seu mecanismo de voz.

Ao propor a ideia de ambiência, Gomes resgata o conceito de mediação a partir da ideia da midiatização. A partir disso, o autor coloca a ambiência como uma nova forma de ser em um mundo midiatizado. Em entrevista para o Instituto Humanitas (2011) o autor afirma que:

> Aceitar a midiatização como um novo modo de ser no mundo coloca-nos numa nova ambiência que, se bem tenha fundamento no processo desenvolvido até aqui, significa um salto qualitativo no modo de construir sentido social e pessoal. Mesmo que as mediações, tanto materiais quanto simbólicas, estejam unidas no processo de midiatização, essa não é um passo a mais num processo evolutivo, mas um novo qualitativo (Gomes, 2011, retirado da web).

Essa noção de uma nova ambiência a qual se configura a sociedade midiatizada é de extrema importância para situar a pesquisa no momento histórico adequado. Além disso, auxilia na percepção do fenômeno não como algo isolado, mas sim, como um reflexo de um novo molde de comportamento.

Em *A circulação além das bordas*, o próprio Fausto Neto retoma noções importantes para entender o processo de circulação no que tange a recepção. A recepção como parte do modelo comunicacional clássico e o entendimento de que esse é um processo que sofreu mudanças ao longo dos anos encaixa-se na proposta de pesquisa em questão uma vez que é justamente a forma a qual a hashtag é recebida pelo internauta que inicia suas ressignificações e que delineia sua circulação em si. Isso, de acordo com Fausto Neto, se define da seguinte forma:

> (..)a ação tecnosimbólica organizada pelo lugar da produção de mensagens se efetivaria na instância da recepção de modo causal, segundo intencionalidade sobre a qual inexistiria qualquer outra ocorrência, que viesse a complexificar, ou mesmo a contrariar a natureza deste fluxo transmissional. A construção das relações entre produção e recepção repousava em torno da ocorrência de um ato cujas complexidade e indeterminação estavam colocadas fora de cena. Considerava-se a ênfase ao aspecto conscienCial dada por este processo, pondo também fora da cena o âmbito da circulação. A existência de uma "zona" no fluxo produção/recepção era naturalizada como uma "passagem" automática neste circuito – uma espécie de intervalo – sobre o qual diferentes tradições de pesquisa desconheceram a sua existência. (Fausto Neto, 2010, p. 56)

O autor frisa ainda a perda de força de um modelo exclusivamente tecnofuncional, uma vez em que há um reconhecimento da ação das mídias condicionadas a uma multiplicidade de fatores que tratavam de relativizar as condições que lhes eram atribuídas e segundo as quais os receptores recebiam as mensagens midiáticas de forma desprotegida. Fausto Neto alerta ainda que "novas percepções sobre a questão evoluem face às problemáticas que vão sendo eleitas em novos cenários nos quais as interações entre mídias e consumidores passam a ser rastreadas, sob o signo de novas interrogações" (Fausto Neto, 2010, p. 57). E é justamente nessas novas interrogações que é possível situar a circulação e ressignificação das hashtags.

Outro conceito importante proposto por Fausto Neto em *A circulação além das bordas* está no deslocamento do exame do ato comunicacional de uma problemática instrumental para aquela da enunciação, que vai oferecer os "insumos" desta perspectiva de complexidade (Fausto Neto, 2010, p. 60). Nessa passagem no texto, o autor alerta para o conceito utilizado sobre enunciação e o complexo trabalho em

que consiste o processo. Essa complexidade se dá uma vez que há uma apropriação por parte do sujeito para referir-se ao mundo. E novamente é possível enxergar a pesquisa em questão, de forma tímida e fundamental. Essa visualização se dá visto que o empírico só se configura uma vez que há essa apropriação.

> Essa construção evidencia a natureza da comunicação – interpessoal e complexa, (como a midiática) – como uma questão relacional, e não só de caráter transmissional. O sujeito lida com várias injunções, de modo voluntário, ou não, como a linguagem que age sobre ele produzindo surpresas e também dissabores. Nestas condições, o sujeito individual ou institucional, não é o mestre da atividade discursiva, mas efeito do seu funcionamento na medida em que se encontra "constrangido" ou "mobilizado" por uma ordem que o transcende, como algo complexo que é aquele da interdiscursividade. Defronta-se com uma "questão ternária", pois a possibilidade de enunciar, ou de se constituir na coenunciação, subentende à sua "submissão", uma ordem que o transcende e que remete seus pedidos e intenções, à dimensão interdiscursiva. (Fausto Neto, 2010, p. 60)

Ao dividir o empírico nos movimentos abordados anteriormente, fez-se fundamental entender o diagrama de produção de sentido proposto por Eliseo Verón em *Esquema para el análisis de la mediatización*, obra em que o autor entende a mediatização como processo e também como um operador para analisar a interação ininterrupta entre instituições sociais, meios de comunicação e indivíduos.

O aproveitamento das propostas de Verón se dá a partir da ideia de que a midiatização pode ser usada em uma via de mão dupla: tanto pelos próprios media para falar de si, quanto por "tecnocratas" e intelectuais. Esse ponto central traz à luz a reflexão de que uma vez que a midiatização evolui, se faz fundamental compreender a mesma dentro de um quadro sociológico que englobe de relações entre media,

indivíduos e instituições e que comporta uma dimensão coletiva. Verón identificou que faltava uma teoria da midiatização que oferecesse uma conceituação mais consistente, que abarcasse as "relações entre tecnologias de comunicação e sociedade e as maneiras com que aquelas afetam a esta" (Verón, 1997, p. 10).

Verón utiliza-se da definição de midiatização sob uma perspectiva sociológica, ou seja, enquanto dispositivo tecnológico de produção e circulação de mensagens associado a práticas e usos sociais da recepção. Tal definição se faz útil para perceber que o foco do autor naquele momento era o de entender as condições de acesso, pelos indivíduos, à pluralidade de mensagens transmitidas pelos *media (*Verón, 1997, p. 12).

O autor sugere ainda que o conceito de midiatização pode ser visto como um conjunto de múltiplos aspectos da mudança social das sociedades industriais que, segundo ele, historicamente tem sido analisado e discutido de forma dispersa. Verón salienta ainda que a midiatização tem se transformado pela forma como as instituições afetam e são afetadas umas pelas outras. Para exemplificar suas colocações, o autor cita a relação dos media com sistemas político ou escolar, as mudanças no comportamento dos indivíduos em relação ao consumo dos meios, as mudanças internas nas instituições por conta da existência de meios de comunicação, e a maneira como os media afetam a relação dos atores individuais com as próprias instituições sociais com as quais se relacionam.

Em *Circuitos versus campos sociais* José Luiz Braga (2012) acrescenta noções complementares e valiosas ao que já foi visto até então. A primeira a ser levada em consideração na pesquisa em questão está no surgimento de uma "mídia de massa" que muda a percepção de sociedade:

> Uma sociedade vista como massificada passava a ser mediada por processos informativos e de entretenimento não-habituais, subsumidos a setores sociais dominantes, não controlados pela sociedade em geral. Como consequência

> desse elemento mediador, implantado como um "corpo estranho", criava-se a impressão de uma exposição "direta" da sociedade à mídia, como entidade passiva diante de um potencial homogeneizador. (Braga, 2012, p. 32)

Levando tal premissa em conta, o autor sugere que se faça uma distinção entre midiatização e inovações tecnológicas em seu estado mais puro. "Certamente, a presença da indústria cultural é fato que não deve ser descurado. Entretanto, mesmo levando em conta essa presença, não entendemos que "midiatização" corresponda a uma ampliação ou predomínio da indústria cultural sobre a sociedade" (Braga, 2012, p. 35).

Um pouco mais adiante em seu texto, Braga traz relações do processo de midiatização com a mudança de função do Twitter. Essa noção conversa com o projeto de pesquisa uma vez que o mesmo se desenha justamente uma dessas intersecções de mudança da função: "desenvolvido para que os usuários respondessem à pergunta 'o que você está fazendo?, ele também desviou-se de seus usos originais, tornando-se uma das plataformas populares no Brasil ao longo de 2009" (Braga, 2012, p. 36).

Um dos pontos de maior importância nesse processo reflexivo é pensar que esse deslocamento se faz uma constante, a cada tecnologia produzida:

> Basta pensar que o rádio foi tecnologicamente desenvolvido para viabilizar comunicações ponto a ponto, como por exemplo entre navios, que não podiam utilizar a tecnologia do telégrafo (com fios). Até hoje, na França, o rádio é chamado de "t.s.f" (telégrafo sem fios) – sendo usado, evidentemente, para ações interacionais muito diferentes a partir de invenções sociais (Braga, 2012, p.37).

Em *Ombdusman: a interrupção de uma fala transversal,* Antônio Fausto Neto (2008) aborda fundamentalmente a noção de que "a emergência de circuitos que tratam de co-

locar produtores e receptores em condições simétricas de fluxos de intercâmbio de sentidos" (Fausto Neto, 2008, p. 3).

Levando isso em conta, pode-se entender melhor a ideia de interpenetração entre sistema e meio (Luhmann, 2009)). De acordo com Luhmann, a relação de interpenetração "não se trata de uma relação geral entre sistema e meio, mas sim de uma relação entre sistemas que pertencem reciprocamente um ao meio do outro" (2009, p. 267-268).

A partir desse conceito, faz-se importante pensar através da ideia de Fausto Neto sobre quais são os sistemas a serem penetrados na lógica da hashtag circulando e se ressignificando.

> Assim sendo, um sistema penetra com suas lógicas no meio e esse meio, simultaneamente, insere-se com suas lógicas no sistema fazendo com que ambos se influenciem, mutuamente. A formação das estruturas do sistema penetrador é co-determinada por aquelas formações que emanam do entorno, as quais, por sua vez, sofrem também manifestações do sistema penetrador. (Fausto Neto, 2008, p.4)

3 Diagramas iniciais

Para entender melhor que elementos da midiatização são acionados no caso *#primeiroassedio,* os movimentos foram dispostos em uma proposta inicial de dois diagramas. Um primeiro diagrama visa entender o surgimento da instituição Think Olga, que dará origem à hashtag #primeiroassedio. A proposta desse primeiro desenho é consolidar a ideia de que embora o processo de circulação se dê a partir da segunda hashtag, acionamentos iniciais fundamentais do processo iniciam ainda na relação entre internauta e chamamento da Rede Bandeirantes:

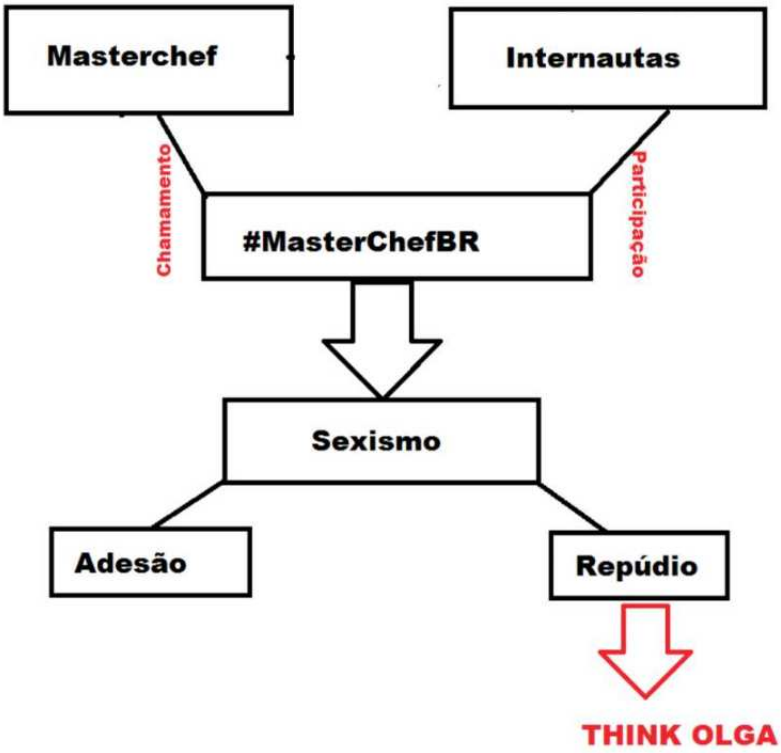


Diagrama 1: o ambiente irritável.
Fonte: autoria própria

A partir desse primeiro cenário é que se dá o surgimento da hashtag meuprimeiroassedio em que é possível perceber os fluxos e sua circulação:

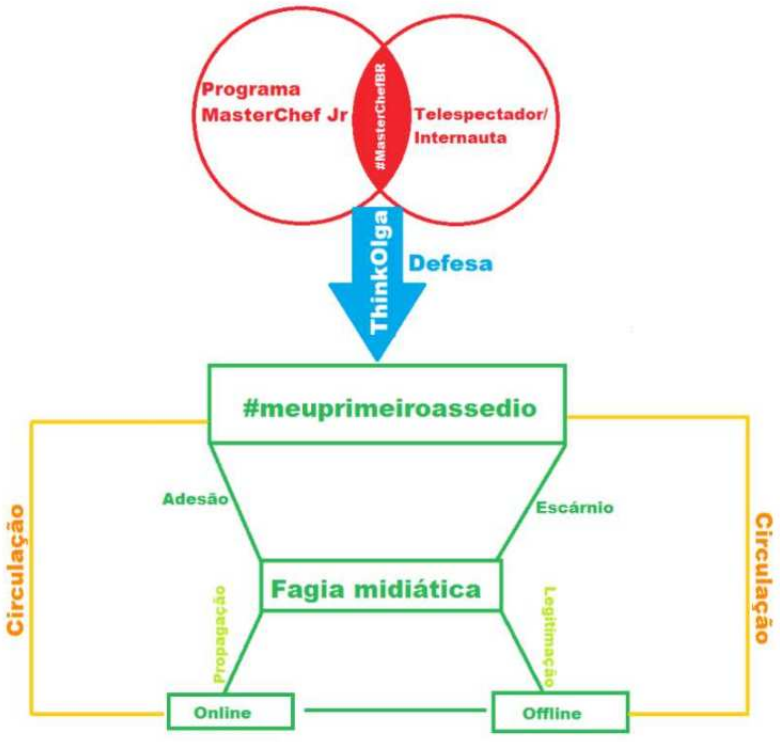


Diagrama 2: circulação da hashtag.
Fonte: autoria própria

4 Considerações finais

Com base nas inferências desenvolvidas até então, é possível perceber traços indicativos de que a hashtag pode se configurar como agente promotora de circuitos e em que medida as instituições não midiáticas desenvolvem uma prática de contágio social[6] por meio do uso de dispositivos múltiplos. Tal problematização se fundamenta uma vez que ainda que o cidadão seja imprescindível para o início do processo de circulação, a força do movimento aumenta exponencialmente quando há uma instituição midiática ou não midiática por trás da causa a ser explorada na rede (e potencialmente também fora dela).

Considera-se ainda que os meios de comunicação exercem um papel de legitimação do discurso sobre o assédio. Isso significa que a menina Valentina se torna símbolo de casos, mas só a hashtag não bastaria para dar voz aos acontecimentos, nem tampouco apenas as redes sociais. A midiatização se revela, exatamente, pela potência dos fluxos adiante, quando o tema passa a existir na mídia como um todo, jornais impressos, revistas de beleza, televisões, redes sociais, há uma uníssono sobre.

Como a pesquisa proposta faz parte de um projeto de dissertação ainda em construção, as colocações feitas até então são provenientes de um contato superficial com conceitos da midiatização somados a um processo de abdutivo do objeto empírico. O próximo passo a ser dado se inicia agora: refletir sobre o atual ponto da pesquisa e extrair o máximo do objeto em questão. Somente essa movimentação possibilita a adequação do objeto de forma que o mesmo se torne relevante ao campo comunicacional.

6. Essa ideia está proposta no livro *O poder das conexões - A importância do networking e como ele molda nossas vidas* e defende que não apenas agentes patogênicos são transmitidos de uma pessoa para outra, mas também comportamentos - seja o riso ou atos suicidas, decisões sobre compras ou costumes

Referências:

BRAGA, J.L., 2007. Mediatização como processo interacional de referência. *Revista Interamericana de comunicação midiática*. n. 2 p. 9-35.

_____. Os estudos de interface como espaços de construção do campo da comunicação. In: *Encontro Da Associação Nacional Dos Programas De Pós-Graduação Em Comunicação*, 13., 2004, São Bernardo do Campo, SP. [Anais...] São Bernardo do Campo, 2004. GT Epistemologia da Comunicação.

FERREIRA, J. 2008. *Midiatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação.* Paper, São Leopoldo: PPGCOM.

GOMES, P.G. 2016. **Midiatização: um conceito, múltiplas vozes.** *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia.* n.3. p. 88-108.

_____. A midiatização no processo social. In: GOMES, P. G.. *Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade.* São Leopoldo: Editora Unisinos, p. 112-129.

_____. 2011 *Um projeto para o nosso tempo.* Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/noticias/41520-um-projeto-para-o-nosso-tempo-artigo-de-pedro-gilberto-gomes>. Acesso em 15/10/2016.

FAUSTO NETO, A. 2010. As bordas da circulação. *Revista ALCEU* - **v. 10** - n.20 - p. 55-69.

_____. 2008. Ombudsman: a interrupção de uma fala transversal. *Intexto.* PPGCOM/UFRGS n. 19 p. 1-15.

VERÓN, E., 1997. Esquema para el análisis de la mediatización. *Revista diálogos de la comunicacion*, n.48 p. 9-16.