Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Estudo de caso midiatizado: estratégia metodológica em pesquisas no contexto da midiatização[1]

Mediatized case study: methodological strategy in research in the context of mediatization

Aline Weschenfelder

Palavras-chave: estudo de caso; metodologia; midiatização.

Resumo expandido

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. Dificuldades já eram apontadas ao buscar respostas sobre as interações sociais antes do advento tecnológico e, conforme aponta Elise Verón (2012, p.14), as mutações que afetam a sociedade como um todo são marcadas a partir da chegada da internet e, com ela, se efetivam "transformações inéditas nas condições de circulação".

Partindo dessa premissa, este trabalho tem como propósito discorrer a respeito de processos metodológicos que possam contribuir com pesquisas no contexto dos

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

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

estudos em midiatização, principalmente em relação aos contornos dados a objetos e observáveis relativos ao campo de investigação. Para tanto, faremos a explanação de algumas distinções entre o que entendemos por "caso midiático" e "caso midiatizado", apontando este segundo enquanto uma possível abordagem para dar conta de problemas e objetivos que surgem nesse complexo cenário.

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 midiatização, 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 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

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

> 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 em vista ao novo cenário que se apresenta. Posto isto, na sequência, delinearemos alguns indicativos que consideramos distinguir os estudos de caso na esfera da comunicação que de "casos midiáticos" passam a se constituir em "casos midiatizados".

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.

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.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

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 "caso midiatizado", o qual engendra uma dinâmica interacional ainda mais complexificada do que aquela do "caso midiático", visto que na conjuntura da midiatização 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, se caracteriza por circuitos e fluxos que se complexificam na medida em que estes vão se desenvolvendo.

Partindo do princípio de que o método deriva – e está a serviço – do problema e objetivos da pesquisa, e as investigações inscritas na midiatização comportam complexos fluxos interacionais, consideramos pensar o caso midiatizado enquanto "uma dinâmica que é desencadeada por múltiplos processos" colocando em evidência e até mesmo constituindo coprodutores ou até mesmo novos protagonistas da ação comunicacional (Weschenfelder, 2019, p.85). Ademais, o caso midiatizado 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 complexidade inerente.

Segundo as noções descritas nesta proposta, e buscando acionar o "caso midiatizado" na prática, entendemos que, ainda que enquanto sugestão, preliminarmente

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

se faz necessário restringir o observável 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, em relação a um "caso midiático". Na sequência, pode-se procurar e apontar marcas de sua singularidade, assim como características inerentes aos processos de midiatização para então, através de um trabalho descritivo, refletir sobre o observável (Braga, 2016).

Com base nessas colocações, para o artigo completo, bem como na apresentação do "IV Seminário Internacional de Pesquisa em Midiatização e Processos Socais", buscaremos fazer uma articulação entre as ideias aqui expostas com referências empíricas que possam melhor representar a proposta aqui delineada.

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 apropriacion 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

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

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

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. 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 p.

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

WESCHENFELDER, Aline. **Manifestações da midiatização – transformação dos atores sociais em produção e recepção**: o caso Camila Coelho. 2019. 243f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2019.