Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

Estudo de caso midiatizado: um estado da arte[1]

Mediatized case study: a literature review

Márcia Zanin Feliciani
Viviane Borelli

Palavras-chave: Estudo de caso midiatizado; Estudo de caso; Midiatização.

1 Introdução

Em nossa tese em andamento, utilizamos o estudo de caso midiatizado (Weschenfelder, 2019, 2021) para analisar as apropriações do filme *Barbie* por atores políticos, religiosos e feministas. Ele é tomado como "guarda-chuva" que contempla outras abordagens e procedimentos, como a pesquisa exploratória (Bonin, 2012), o paradigma indiciário (Ginzburg, 1989) e a sociossemiótica (Verón, 1993, 2004, 2013).

De forma a mapear sua utilização, realizamos uma pesquisa de estado da arte, a qual, conforme Barichello (2016, p. 134), serve para "situar a temática e a questão na bibliografia especializada". O objetivo deste resumo expandido é apresentá-la, em interlocução não só com nossa pesquisa de doutoramento, mas com os estudos em midiatização.

O texto está estruturado em distintas partes. Primeiramente, contextualizamos o estudo de caso na Sociologia (item 2) e nos estudos em midiatização (item 3) – os quais, em razão de particularidades empíricas, levaram a uma reconfiguração da estratégia

[1]Trabalho apresentado ao VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais.

metodológica. É a sua utilização que buscamos compreender com o estado da arte, apresentado no item 4 – seguido por considerações finais.

2 O estudo de caso pela Sociologia

Duas grandes referências em estudo de caso na Sociologia são Yin (2018) e Becker (1993). O primeiro dedica-se a uma tipologia dos estudos, organizada conforme o número de casos (único ou múltiplos) e a unidade de análise – o todo (holístico) ou suas partes (incorporado). Ou seja, possui uma perspectiva mais estruturada, voltada ao delineamento metodológico da estratégia.

Já Becker (1993) prioriza os problemas práticos do estudo de caso. Seu foco está nas observações participantes, em que o pesquisador se insere junto ao grupo estudado. Assim, elenca uma série de cuidados que o cientista deve ter ao executar as distintas etapas da pesquisa, dadas as relações (muitas vezes afetivas) que desenvolve com seu objeto. Por razões de afinidade teórica, aprofundamos o trabalho desse autor.

Becker (1993) comenta que são dois os principais objetivos do estudo de caso: compreender de forma abrangente o objeto em questão e tecer, a partir dele, considerações de cunho universal sobre outros objetos do tipo e a sociedade em geral. Esse segundo aspecto – a compreensão universal do caso que se estuda – parece ser um ponto-chave de seu texto, bem como das reflexões de Braga (2008).

Becker (1993) defende a flexibilização dos percursos metodológicos nas pesquisas em Ciências Sociais e, principalmente, uma concepção coletiva de ciência, em que os novos trabalhos complementam os existentes. Vem daí sua sugestão de que cada pesquisa tenha seus resultados apresentados como se fossem representativos do “todo”: assim, pesquisadores futuros, ao realizar investigações semelhantes em contextos diferentes, poderão avaliar em que medida seus resultados se assemelham aos anteriores.

Nos estudos de caso, autor recomenda analisar: conflitos ou problemas (expectativas e sua violação); mudanças de linguagem (de palavras, tom, em quais situações, com quem e por que); origens, experiências e opiniões (sobretudo em entrevistas individuais); comunicações correntes e o que se diz quando há mais gente junto (entrevistas coletivas); e documentos e estatísticas (quem os produziu e por que). Nas sugestões, fica evidente a já mencionada ênfase do autor nos trabalhos com grupos. Porém, é possível relacioná-las a objetos midiáticos, identificando-as nas materialidades discursivas em circulação.

A respeito das análises em estudos de caso, Becker (1993) considera importante efetuá-las em paralelo à coleta e, inclusive, usá-las como (re)direcionamento para as etapas seguintes da pesquisa. Ressalta ainda a necessidade de esquematizar os dados de todas as maneiras possíveis, a fim de desconstruir a "impressão de relevância" de determinados itens – a qual se intensifica em contextos de ingerência algorítmica, como as plataformas (van Dijck, Poell e de Waal, 2018; Sued, 2022).

O autor sugere também que se preze por uma abordagem "quase-estatística", em que importa mais a explicitação e a variedade de fenômenos que evidenciam um aspecto do que os números de ocorrência "à risca". Por fim, recomenda analisar o objeto em partes, gerar modelos delas e, então, relacioná-los na criação de um modelo do todo.

Mas Becker (1993) também alerta para vieses que podem emergir na constituição do estudo de caso. Destacamos a formação de vínculos com o objeto, levando a tentativas de "protegê-lo" – sobretudo quando se registra acontecimentos delicados, perigosos ou conflitantes. Em trabalhos com interlocutores, Becker (1993) alerta ainda para a possibilidade de que os próprios observados escondam "segredos" do pesquisador.

No caso das pesquisas em midiatização e circulação contemporâneas, muitas das limitações vêm dos próprios espaços em que os objetos se situam. Foi essa percepção que levou Weschenfelder (2019, 2021) à proposição do estudo de caso midiatizado, estratégia

metodológica enfocada neste resumo. Na sequência, discorremos sobre o seu delineamento.

3 Os estudos em midiatização

Cada vez mais, tem vigorado na Comunicação o que Bolin (2022, p. 107) chama de mentalidade metricalizada – "inclinação aumentada para a quantificação das relações humanas, do conhecimento, das amizades, ou seja, da vida social como tal". Ela deriva das chamadas "métricas de vaidade", as quais "indicam quão bem alguém está indo online e o vaidoso ato de exibi-lo" (Rogers, 2019, p. 73) – como visualizações, curtidas, comentários etc.

Mas estas, segundo Bolin (2022), são apenas uma parte das métricas existentes nas plataformas midiáticas: as *representacionais*, visíveis para usuários e analistas. Existem ainda as métricas *operacionais*, relativas a informações que as plataformas coletam de forma invisível e com fins imprecisos – caso do histórico de navegação. A estas, nem usuários nem pesquisadores têm acesso.

Dessa forma, a adesão às métricas representacionais acaba sendo a solução possível para pesquisas em Comunicação, mas tudo depende da magnitude do objeto. Isso porque, no caso de objetos com ampla circulação e, consequentemente, muitos dados, a coleta manual pode ser comprometida pelos limites de processamento do dispositivo utilizado – além, naturalmente, da capacidade humana de análise.

Nesse sentido, existem técnicas computadorizadas que facilitam o processo, como o *scraping* (Sued, 2021). Porém, mesmo estas exigem trabalho manual de limpeza, processamento, visualização e, sobretudo, interpretação. Além disso, geralmente dependem da autorização das plataformas analisadas – que decidem quais dados são compartilhados.

E, dado seu interesse em oferecer as informações dos usuários como *commodities* a anunciantes, além de convertê-las em novas entregas de conteúdo que garantem a sua permanência online (van Dijck, Poell e de Waal, 2018), é quase natural que as plataformas restrinjam o acesso a elas. Some-se a isso escândalos que tornaram públicos usos políticos das informações dos usuários, e tem-se um acesso via API cada vez mais dificultado – gerando o que alguns pesquisadores têm chamado de "APIcalipse", com impactos diretos nas pesquisas em Comunicação (D'Andréa, 2020).

Weschenfelder (2019) atribui tais desafios à emergência das sociedades em midiatização. Além deles, de cunho predominantemente metodológico, a autora identifica também implicações práticas do processo, como: a emergência de novos atores nos fluxos comunicacionais; a circulação hipermidiática, que ocorre entre diferentes sistemas de mídia (Carlón, 2022); processos como plataformização, datificação e assim por diante. Foi partindo desse cenário que Weschenfelder (2019) propôs uma atualização do estudo de caso, adequando-o às complexidades apontadas: o estudo de caso midiatizado. A seguir, detalhamos seu estado da arte.

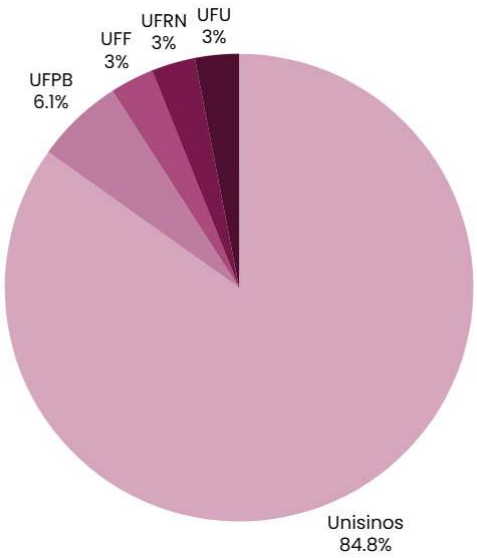
4 Pesquisa de estado da arte

Para a busca pelos estudos de caso midiatizados, elegemos o Google Acadêmico, plataforma de resultados mais variados e recentes. Na pesquisa, o primeiro trabalho identificado foi o da propositora da estratégia, Weschenfelder (2019). Estando a autora vinculada à Unisinos[2], é por autores de lá que a maioria dos trabalhos encontrados é assinada – 28 dos 33 encontrados (Figura 1), com destaque para orientandos dos professores Ana Paula da Rosa e Antônio Fausto Neto[3].

[2]Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

[3]Ambos atuaram como docentes da linha de pesquisa "Midiatização e Processos Sociais" do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, encerrado em 2022 – fato que causou consternação à área da Comunicação e levou à realocação de docentes e discentes para outras instituições.

Figura 1 - Textos por instituição.



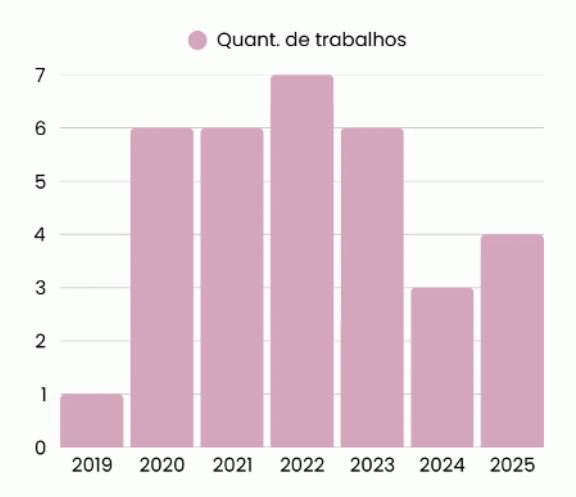
Fonte: elaborado pelas autoras (2025).

Como dito, trata-se de uma proposta metodológica recente, lançada em 2019. Mas, já no ano seguinte, percebe-se sua expansão: em 2020, foi acionada em seis trabalhos; em 2021, no mesmo número; em 2022, foram sete trabalhos a utilizá-la; em 2023, seis; em 2024, identificamos três trabalhos; e, até meados de 2025, quatro trabalhos mencionaram o estudo de caso midiatizado (Figura 2). Destes, três são teses de doutorado; seis são dissertações de mestrado; dois são trabalhos de conclusão de curso (TCCs); sete são artigos em periódicos; e 14 foram publicados em anais de eventos, com destaque para o presente Seminário (oito trabalhos) e o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação[4] (cinco textos) (Figura 3).

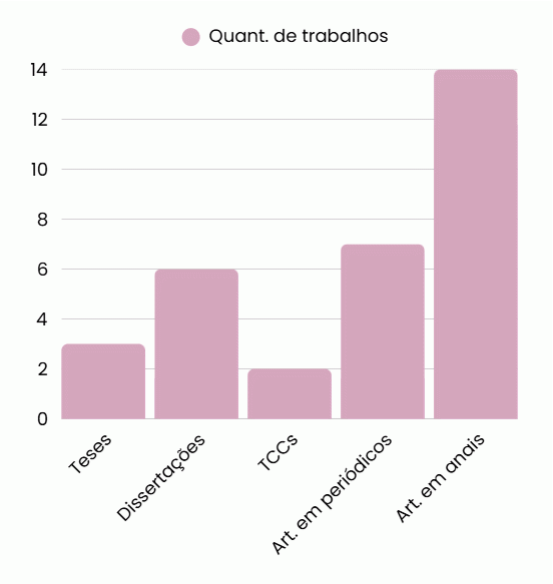
Figura 2 - Textos por ano.

Figura 3 - Textos por tipo.

[4]Promovido anualmente pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).



Fonte: elaborado pelas autoras (2025).



Fonte: elaborado pelas autoras (2025).

Em termos temáticos[5], sobressaem-se: o jornalismo e a religião, com seis trabalhos cada; a educação, com cinco; o olhar para plataformas, caracterizador de quatro textos; e temas ligados às mulheres, que aparecem em três trabalhos. Também com três textos cada, nos interessam, particularmente: as discussões sobre a estratégia, todas assinadas por sua propositora, Weschenfelder (2020a, 2020b, 2021); e as abordagens a personalidades da cultura pop, mais especificamente Camila Coelho (Weschenfelder, 2019) e Taylor Swift (Rosa, B., 2023, 2024).

Outros destaques são os estudos de cunho comparativo, que se voltam à circulação discursiva que ocorre *entre* um ponto e outro: B. Rosa (2020, 2021a, 2021b, 2025), que analisa a Lava e a Vaza Jato; Jorge (2020), que observa as disputas de sentido em torno do Escola Sem Partido; Carvalho e Rodrigues (2021), que discorrem sobre a emergência do ativismo a partir de um caso de assédio ocorrido na UFCG[6] em outubro de 2020; e

[5]Categorias não mutuamente exclusivas.
[6]Universidade Federal de Campina Grande.

Michaelsen (2023), que analisa distintos episódios desencadeados por falas do ex-presidente Jair Bolsonaro durante a pandemia de Covid-19.

Ressaltamos também os trabalhos de Marcellino (2022), Silva Neto (2022) e A. P. da Rosa (2022), que discutem a importância assumida pela circulação de imagens na contemporaneidade; e Fiorini, Patias e A. P. da Rosa (2022), Fiorini (2022), Bertoni (2023) e Worm (2024), que tratam de estratégias de comunicação[7]. Por fim, a pesquisa de Mattana (2020) reforça aspectos já mencionados, como o uso do paradigma indiciário, a atenção à circulação intersistêmica etc. Tais destaques serão aprofundados na continuidade de nossos estudos.

5 Considerações finais

Apesar de recente, a proposta metodológica do estudo de caso midiatizado vem ganhando espaço nos últimos anos, sobretudo junto aos pesquisadores da Unisinos – instituição de longa tradição na abordagem dos conceitos de midiatização e circulação. Os trabalhos encontrados têm em comum a complexidade comunicacional, a preocupação com aspectos políticos e a estruturação em polos em disputa, episódios sequenciais e/ou circuitos que se atravessam. Já no que tange a objeto, são bastante variados, o que coloca particularidades metodológicas para cada análise. Nesse sentido, cada estudo de caso midiatizado ajuda a reinventar e, assim, consolidar a estratégia – concretizando-se a construção coletiva imaginada por Becker (1993).

Por fim, julgamos interessante tecer uma relação entre os trabalhos encontrados e o texto que inspirou Aline Weschenfelder em sua proposição: *A Exasperação do Caso*, de Ford (1999). Isso porque, nele, o autor associa a ideia de caso à de acontecimento,

[7]Tais destaques se deram em função de que, anteriormente, nossa proposta de tese consistia em uma comparação entre as estratégias de produção e as apropriações em reconhecimento de *Barbie*. Posteriormente, restringimos a análise às apropriações.

mais especificamente à forma como ele é narrativizado pelos meios massivos. Em contrapartida, a concepção de caso adotada nos textos encontrados é mais ampla, englobando distintos atores, episódios, formatos e temporalidades de comunicação – cuja circulação não se restringe aos meios massivos, mas se dá, sobretudo, nas plataformas midiáticas. Isso ilustra, como bem enfatizado pela propositora da estratégia, a passagem para a (complexa) sociedade em midiatização.

Referências

FORD, Aníbal. La exasperación del caso: algunos problemas que plantea el creciente proceso de narrativización de la información de interés público. *In*: FORD, Aníbal. **La marca de la bestia**: identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 1999.

YIN, Robert K. **Case Study Research and Applications**: Design and Methods. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2018.

BECKER, Howard S. **Métodos de pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Hucitec, 1993.

BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, abr. 2008, p. 73-88.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The Platform Society**: Public Values in a Connective World. Londres: Oxford, 2018.

SUED, Gabriela Elisa. Culturas algorítmicas: conceptos y métodos para su estudio social. **Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales**, v. 67, n. 246, 2022.

BOLIN, Göran. A mentalidade métrica: a vida social em cenários midiáticos datificados. *In*: FERREIRA, Jairo *et al.* (Orgs.). **Sapiens midiatizado**: conhecimentos comunicacionais na constituição da espécie. Santa Maria: FACOS - UFSM, 2022, p. 105-119.

SUED, Gabriela Elisa. Repertorio de técnicas digitales para la investigación con contenidos generados en redes sociodigitales. **Paakat**, Guadalajara, v. 10, n. 19, p. 1-22, 2021.

D'ANDRÉA, Carlos. Para além dos "dados coletados": políticas das APIs e mediações algorítmicas nas plataformas de mídia social. *In*: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS), 30., 2020, São Paulo. **Anais** [...]. Brasília: Compós, 2020.

WESCHENFELDER, Aline. **Manifestações da midiatização – transformação dos atores sociais em produção e recepção: o caso Camila Coelho**. 2019. 243 p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, RS, 2019.

CARLÓN, Mario. A modo de glosario. **deSignis**, Rosário, v. 37, p. 255-262, jul./dez. 2022.

BYRNES, Alicia; LORECK, Janice; MAY, Nonie. "She's everything": feminism and the Barbie movie. **Feminist Media Studies**, p. 1-7, 2024.

BONIN, Jiani Adriana. Pesquisa exploratória: reflexões em torno do papel desta prática metodológica na concretização de um projeto investigativo. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 21., 2012, Juiz de Fora. **Anais** [...]. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2012.

GINZBURG, Carlo. Sinais: raízes de um paradigma indiciário. *In*: GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas, sinais**: morfologia e história. São Paulo: Companhia das Letras, 1989, p. 143-179.

VERÓN, Eliseo. **La semiosis social**: fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona: Gedisa, 1993.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.

VERÓN, Eliseo. **La semiosis social, 2**: ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós, 2013.

BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha. A autoria na elaboração de uma tese. *In*: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Orgs.). **Pesquisa em Comunicação**: metodologias e práticas acadêmicas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016, p. 129-150.

WESCHENFELDER, Aline. Estudo de caso midiatizado: estratégia metodológica em pesquisas no contexto da midiatização. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MIDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 4., 2020a, São Leopoldo. **Anais** [...]. São Leopoldo: Midiaticom, 2020a.

WESCHENFELDER, Aline. A transformação dos atores sociais em produção e recepção: trajeto empírico-metodológico de uma pesquisa. **Cadernos IHU Ideias**, São Leopoldo, v. 18, n. 305, 2020b.

WESCHENFELDER, Aline. Estudo de caso midiatizado: estratégia metodológica em pesquisas no contexto da midiatização. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MIDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 4., 2021, São Leopoldo. **Anais** [...]. São Leopoldo: Midiaticom, 2021.

ROSA, Bianca. Taylor Swift, a criadora de mundos: como a cantora adotou diferentes estratégias dentro das lógicas de midiatização para virar o jogo a seu favor. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 46., 2023, Belo Horizonte. **Anais** [...]. São Paulo: Intercom, 2023.

ROSA, Bianca. Taylor Swift, Ana Clara Benevides e o Cristo Redentor: a imprevisibilidade da comunicação em meio aos shows do The Eras Tour no Rio de Janeiro. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 47., 2024, Balneário Camboriú. **Anais** [...]. São Paulo: Intercom, 2024.

ROSA, Bianca. A complexidade do jornalismo midiatizado nas interpenetrações entre Vaza Jato e Lava Jato. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., 2020, Salvador. **Anais** [...]. São Paulo: Intercom, 2020.

ROSA, Bianca. A relação entre as dinâmicas de interpenetrações e circulação no jornalismo midiatizado da Vaza Jato. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MIDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 4., 2021a, São Leopoldo. **Anais** [...]. São Leopoldo: Midiaticom, 2021a.

ROSA, Bianca. Estratégias jornalísticas em disputa: a relação intersistêmica entre Lava Jato x Vaza Jato. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 19., 2021b, Salvador. **Anais** [...]. São Paulo: SBPJor, 2021b.

ROSA, Bianca. **Lava Jato x Vaza Jato**: enfrentamentos entre estratégias jornalísticas. Porto Alegre: Appris, 2025.

JORGE, Vivian Rodrigues. **Doutrinação versus liberdade de cátedra: midiatização e disputas de sentidos em torno do Escola sem Partido**. 2020. 178 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, RS, 2020.

CARVALHO, Zulmira Nóbrega Piva de; RODRIGUES, Suzy Anne Batista. Assédio sexista no ambiente acadêmico e o caso midiatizado da UFCG: as redes sociais como aliadas na militância online. **Cambiassu**, São Luís, v. 16, n. 28, p. 210-230, dez. 2021.

MICHAELSEN, Martina Belotto. **Entre-circuitos: a potência imaginal da atorização social na circulação de falas de Bolsonaro**. 2023. 201 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, RS, 2023.

MARCELLINO, Márcio Morrison Kaviski. A circulação de imagens e a reconfiguração das práticas jornalísticas: reverberações nas redes sociais e alterações de discursos na televisão brasileira. **Paradoxos**, Uberlândia, v. 10, n. 19, p. 1-17, 2022.

SILVA NETO, João Damasio da. **O caso dos museus espíritas: iconicidade do imaginário na midiatização**. 2022. 325 p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, RS, 2022.

ROSA, Ana Paula da. Conflitos midiatizados: das vidas perdidas à política das imagens em circulação. **Líbero**, São Paulo, v. 25, n. 52, p. 92-109, set./dez. 2022.

FIORINI, Bruno José. **Manifestações da midiatização na comunidade do saber: estratégias comunicacionais da UFSM diante dos ataques à educação superior no Brasil**. 2022. 201 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, RS, 2022.

BERTONI, Anaís Schüler. As estratégias de comunicação da Uber: a midiatização da inovação e a conjuntura de risco/Covid-19. **Dispositiva**, Belo Horizonte, v. 12, n. 21, p. 57-74, 2023.

WORM, Jéssica. **"Vou ficar em um Airbnb": marcas da midiatização da hospitalidade em estratégias comunicacionais da plataforma**. 2024. 158 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, RS, 2024.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

MATTANA, Bruna. **Os rastros em trânsito: disputas de sentido nos processos de apropriação e reapropriação de discursos do Papa Francisco**. 2020. 180 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, RS, 2020.