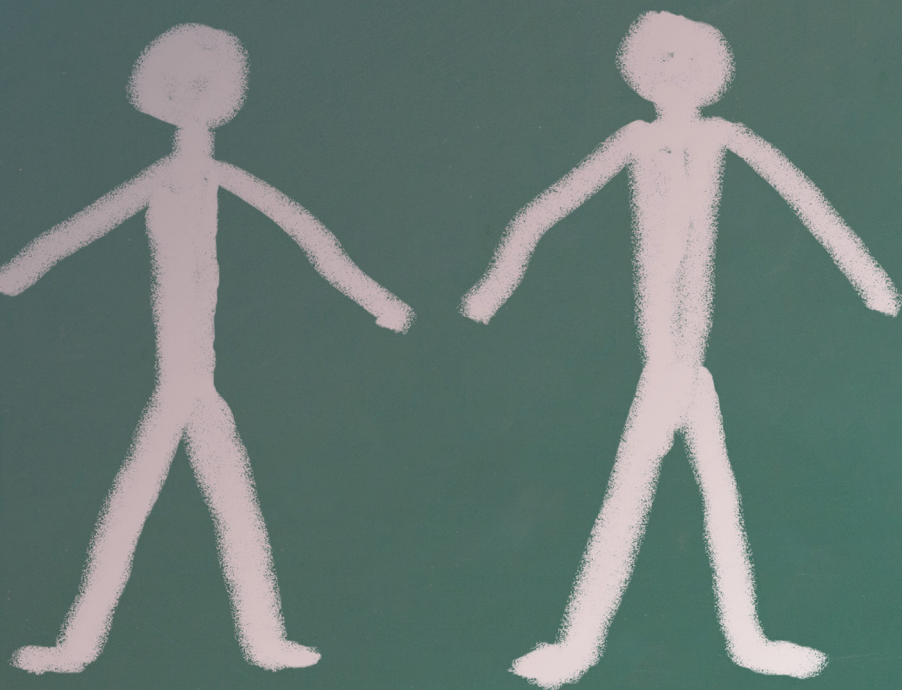


# **Impactos das Tecnologias nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas 5**

---

**Marcos William Kaspchak Machado  
(Organizador)**

**Atena**  
Editora  
Ano 2019



Marcos William Kaspchak Machado

(Organizador)

# Impactos das Tecnologias nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas 5

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Natália Sandrini

Revisão: Os autores

### Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

I34 Impactos das tecnologias nas ciências humanas e sociais aplicadas  
5 [recurso eletrônico] / Organizador Marcos William Kaspchak  
Machado. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. –  
(Impactos das Tecnologias nas Ciências Humanas e Sociais  
Aplicadas; v. 5)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-165-7

DOI 10.22533/at.ed.657191103

1. Ciências sociais aplicadas. 2. Humanidades. 3. Tecnologia.  
I.Machado, Marcos William Kaspchak. II. Série.

CDD 370.1

**Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de  
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos  
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

## APRESENTAÇÃO

O livro “*Impactos das Tecnologias nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas 6*” aborda uma série de capítulos de publicação da Atena Editora, subdivididos em 4 volumes. O volume V apresenta, em seus 36 capítulos os estudos mais recentes sobre as aplicações jurídicas, da psicologia, da ética e da comunicação na sociedade contemporânea.

A áreas temáticas deste livro mostram as aplicações dos estudos jurídicos sobre o cotidiano e o impacto de políticas inclusivas na construção dos espaços sociais modernos. Além disso a obra ressalta a importância das abordagens da ética e sociologia.

No segundo momentos são agrupados os estudos emergentes na área da psicologia e dos processos de comunicação e sua contribuição na construção de um ambiente pautado na educação, inclusão e participação ativa dos grupos sociais.

Por estes motivos, o organizador e a Atena Editora registram aqui seu agradecimento aos autores dos capítulos, pela dedicação e empenho sem limites que tornaram realidade esta obra que retrata os recentes avanços inerentes ao tema.

Por fim, espero que esta obra venha a corroborar no desenvolvimento de conhecimentos e novos questionamentos a respeito do papel transformador da educação, e auxilie os estudantes e pesquisadores na imersão em novas reflexões acerca dos tópicos relevantes na área social.

Boa leitura!

Marcos William Kaspchak Machado

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
A INTERDISCIPLINARIDADE NO DIREITO	
Elizabeth Alves Brito	
Rafaela da Cunha Cavalcanti	
Ranulfo Barbosa Santos Filho	
<b>DOI 10.22533/at.ed.6571911031</b>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>8</b>
A APLICAÇÃO DA TEORIA DO INADIMPLEMENTO MÍNIMO, OU ADIMPLEMENTO SUBSTANCIAL, AO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO: CONCEITUAÇÃO E CONCRETIZAÇÃO	
Luiz Mesquita de Almeida Neto	
<b>DOI 10.22533/at.ed.6571911032</b>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>17</b>
A CONCENTRAÇÃO DAS ATIVIDADES DE ACUSAR E INVESTIGAR: “PODERES” INVESTIGATÓRIOS DO MINISTÉRIO PÚBLICO	
Luiza Reiniger Severo	
<b>DOI 10.22533/at.ed.6571911033</b>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>26</b>
NOVAS LEIS PARA RESOLVER VELHOS PROBLEMAS - A EFETIVIDADE DA LEI E SUAS IMPLICAÇÕES COM O ADVENTO DO NOVO CÓDIGO DE PROCESSO CIVIL	
Gisele Beran Medella D’Almeida	
<b>DOI 10.22533/at.ed.6571911034</b>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>40</b>
NEGÓCIOS PROCESSUAIS A PARTIR DO CPC/15: ALCANCES E LIMITES SOB A PERSPECTIVA DA BOA-FÉ E DA SEGURANÇA JURÍDICA	
Nathally Bianque Lopes Pereira	
Luciano Souto Dias	
<b>DOI 10.22533/at.ed.6571911035</b>	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>61</b>
EXECUÇÃO PENAL NO BRASIL E DIREITOS HUMANOS: UMA RELAÇÃO ANTAGÔNICA NA PRÁXIS	
Gabriel Pereira de Carvalho	
Gustavo de Assis Souza	
<b>DOI 10.22533/at.ed.6571911036</b>	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>63</b>
O INSTITUTO DA FEDERALIZAÇÃO DAS GRAVES VIOLAÇÕES AOS DIREITOS HUMANOS	
Denis Roberto Peçanha de Sant’Anna Almeida	
Luiz Felipe Barboza Domingues	
<b>DOI 10.22533/at.ed.6571911037</b>	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>74</b>
A SITUAÇÃO CARCERÁRIA E A JUSTICIABILIDADE DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DAS PESSOAS PRIVADAS DE LIBERDADE	
Karla Tayumi Ishiy	
<b>DOI 10.22533/at.ed.6571911038</b>	

**CAPÍTULO 9 ..... 90**

A FUNÇÃO SOCIAL E O EQUILÍBRIO CONTRATUAL NAS RELAÇÕES MASSIFICADAS DE CONSUMO

Marcelly Alves Araújo  
Marina Arantes de Souza  
Vitor Lemes Castro

**DOI 10.22533/at.ed.6571911039**

**CAPÍTULO 10 ..... 100**

A CONSTITUCIONALIDADE DAS NOVAS BIOTECNOLOGIAS AO SISTEMA AGROALIMENTAR BRASILEIRO

Ana Carolina de Moraes Garcia

**DOI 10.22533/at.ed.65719110310**

**CAPÍTULO 11 ..... 115**

SEGURANÇA E SAÚDE NO TRABALHO NA INDÚSTRIA SALINEIRA: ESTUDO DE CASO EM UMA SALINA DO MUNICÍPIO DE MACAU/RN

Brenno Dayano Azevedo da Silveira  
Priscylla Cinthya Alves Gondim  
Rogerio Taygra Fernandes Vasconcelos  
Almir Mariano de Sousa Junior

**DOI 10.22533/at.ed.65719110311**

**CAPÍTULO 12 ..... 130**

O FORO POR PRERROGATIVA DE FUNÇÃO E SUA (DES)HARMONIA COM O SISTEMA CONSTITUCIONAL PÁTRIO

Guilherme Giovane Alves Taets  
Raissa Dias Timóteo  
Ana Cristina Magalhães Araújo Gorgulho

**DOI 10.22533/at.ed.65719110312**

**CAPÍTULO 13 ..... 139**

O IMPACTO DO CASO “A ÚLTIMA TENTAÇÃO DE CRISTO (OLMEDO JUSTO E OUTROS) VS. CHILE” COMO MARCO DA INFLUÊNCIA DA JURISPRUDÊNCIA INTERNACIONAL EM PAÍSES DA AMÉRICA LATINA

Beatriz Mendes Niyama  
Gabriel Luís Massutti de Toledo Leme

**DOI 10.22533/at.ed.65719110313**

**CAPÍTULO 14 ..... 143**

PRECONCEITOS DE GÊNERO E SUA MANIFESTAÇÃO NAS DECISÕES JUDICIAIS BRASILEIRAS

Natália de Souza e Mello Araújo

**DOI 10.22533/at.ed.65719110314**

**CAPÍTULO 15 ..... 145**

O RECONHECIMENTO DO CASAMENTO DE CASAIS COM SEXUALIDADES FORA DA NORMA: DO PROJETO DE LEI Nº 1.151 DE 1995 À RESOLUÇÃO Nº 175 DE 2013

José Aélson Pereira de Araújo  
Carolina Quarteu Rivera

**DOI 10.22533/at.ed.65719110315**

**CAPÍTULO 16 ..... 153**

O PRINCÍPIO DA DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA APLICADO NA LEI MARIA DA PENHA

Antônia Alice Soares Araújo  
Iáscaro Alves Campelo  
Milton Sávio Melo Souto do Monte

**DOI 10.22533/at.ed.65719110316**

**CAPÍTULO 17 ..... 165**

BILHETES/*BEREUS* COMO AGENCIAMENTO PARA COMUNICAR NECESSIDADES DE SAÚDE EM PENITENCIÁRIA, MATO GROSSO

Reni Aparecida Barsaglini  
Emília Carvalho Leitão Biato

**DOI 10.22533/at.ed.65719110317**

**CAPÍTULO 18 ..... 177**

REDE: UMA CATEGORIA EM ANÁLISE

Edjavane da Rocha Rodrigues de Andrade  
Maria de Fátima Leite Gomes

**DOI 10.22533/at.ed.65719110318**

**CAPÍTULO 19 ..... 188**

A EFETIVIDADE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DO ESTATUTO DO IDOSO COMO GARANTIA AOS DIREITOS SOCIAIS

Priscilla Roberta Alves Diniz  
Andrea Silvana Fernandes de Oliveira

**DOI 10.22533/at.ed.65719110319**

**CAPÍTULO 20 ..... 199**

GESTÃO DE MOBILIDADE E AS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA TRECHEIROS EM CIDADES PEQUENAS

Cledione Jacinto de Freitas.  
José Sterza Justo

**DOI 10.22533/at.ed.65719110320**

**CAPÍTULO 21 ..... 214**

PERFIL DE ACESSIBILIDADE NOS RESTAURANTES E HOTEIS DA ORLA MARITIMA DE JOÃO PESSOA: VERIFICAÇÃO DA IMPLANTAÇÃO DE MEDIDAS DE ACESSIBILIDADE

Yakey Santos da Silva  
Francielly Sales da Silva  
Paula Dutra Leão de Menezes  
Patrícia Pinheiro Fernandes Vieira

**DOI 10.22533/at.ed.65719110321**

**CAPÍTULO 22 ..... 229**

O PROTAGONISMO DE IDOSAS FRENTE A CATÁSTROFES NATURAIS: A RESILIÊNCIA EM QUESTÃO

Leda Nardi  
Marluce Auxiliadora Borges Glaus Leão

**DOI 10.22533/at.ed.65719110322**

**CAPÍTULO 23 ..... 238**

OMÉDICOVETERINÁRIONONASF: SUA IMPORTÂNCIA NA PREVENÇÃO DE ANTROPOZOONOSES E A ATUAL SITUAÇÃO DO MUNICÍPIO DE PETROLINA (PE) – REVISÃO DE LITERATURA

Lorena Maria Souza Rosas  
Larissa de Sá Carvalho  
Raisa Maria Souza Rosas  
Vanessa Souza Inoue  
Ana Caroline dos Santos  
Lucas da Silva Coutinho

**DOI 10.22533/at.ed.65719110323**

**CAPÍTULO 24 ..... 246**

SOBRE O LUTO: CONTRIBUIÇÕES DA PSICOPATOLOGIA FUNDAMENTAL

André Victor Machado  
Camila da Silva Ferrão  
Giovanna Silva Segalla  
Maria Virginia Filomena Cremasco

**DOI 10.22533/at.ed.65719110324**

**CAPÍTULO 25 ..... 262**

O PREÇO PELA EXPANSÃO DOS HORIZONTES FEMININOS: UMA ANÁLISE DIFERENCIADA DO ESTRESSE, OS MÚLTIPLOS PAPÉIS E A SOMATIZAÇÃO

Paula Beatriz Viana  
Cristiane Camargo de Oliveira Brito

**DOI 10.22533/at.ed.65719110325**

**CAPÍTULO 26 ..... 270**

A RESSIGNIFICAÇÃO DA VIDA COTIDIANA: AS MULHERES IDOSAS NA CIDADE CONTEMPORÂNEA

Nádia Cristina Moraes Sampaio Gobira

**DOI 10.22533/at.ed.65719110326**

**CAPÍTULO 27 ..... 283**

A ORGANIZAÇÃO DE MULHERES RURAIS ATRAVÉS DE GRUPOS DE PRODUÇÃO NO MUNICÍPIO DE HELIÓPOLIS/BA

Vanderleia Alves de Oliveira  
Acácia Batista Dias  
Ildes Ferreira de Oliveira

**DOI 10.22533/at.ed.65719110327**

**CAPÍTULO 28 ..... 296**

PARTICIPAÇÃO FEMININA NAS MANIFESTAÇÕES CULTURAIS DO MUNICÍPIO DE VALENTE

Diana Paula Nunes do Carmo  
Acácia Batista Dias  
Ildes Ferreira de Oliveira

**DOI 10.22533/at.ed.65719110328**

**CAPÍTULO 29 ..... 310**

A IMPORTÂNCIA DA PREVENÇÃO E RESOLUÇÃO NÃO VIOLENTA DE CONFLITOS: CULTURA DE PAZ NO AMBIENTE ESCOLAR

Alan Willian Leonio da Silva  
Lúcio Mauro da Cruz Tunice

**DOI 10.22533/at.ed.65719110329**



<b>CAPÍTULO 30</b> .....	<b>317</b>
A DIDÁTICA E SEUS DESDOBRAMENTOS NAS ABORDAGENS DE ENSINO HUMANISTA E SOCIOCULTURAL	
Nilsen Aparecida Vieira Marcondes Edna Maria Querido de Oliveira Chamon Maria Aparecida Campos Diniz de Castro	
<b>DOI 10.22533/at.ed.65719110330</b>	
<b>CAPÍTULO 31</b> .....	<b>323</b>
FUNDAMENTOS FILOSÓFICOS DA TEMÁTICA AMBIENTAL E SUAS CONTRIBUIÇÕES PARA A EDUCAÇÃO AMBIENTAL	
Victor Hugo de Oliveira Henrique	
<b>DOI 10.22533/at.ed.65719110331</b>	
<b>CAPÍTULO 32</b> .....	<b>334</b>
A CONSTRUÇÃO IMAGÉTICA DA MÍDIA: UMA ANÁLISE DO PODER DE INFLUÊNCIA DA MÍDIA BRASILEIRA, EM UM DEBATE COMPARATIVO ENTRE A REFORMA TRABALHISTA E A CONDENAÇÃO DE LULA	
Hellen Cristina Silva de Oliveira Raphael dos Santos Freitas Victor Pimenta Bueno	
<b>DOI 10.22533/at.ed.65719110332</b>	
<b>CAPÍTULO 33</b> .....	<b>348</b>
A DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO: A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL	
Márcio de Oliveira Guerra Vitor Pereira de Almeida	
<b>DOI 10.22533/at.ed.65719110333</b>	
<b>CAPÍTULO 34</b> .....	<b>357</b>
PUBLICIDADE E MUDIATIZAÇÃO: UMA REVISÃO BIBLIOMÉTRICA	
Diogo Rógora Kawano Leandro Batista	
<b>DOI 10.22533/at.ed.65719110334</b>	
<b>CAPÍTULO 35</b> .....	<b>371</b>
SE EU TEMO, ENTÃO VOCÊ TAMBÉM VAI TER MEDO DE PERDER: OS BENS DE FORTUNA E A “PUBLICIDADE DE CHOQUE”	
Danielle Cândido Maria Virgínia Borges Amaral	
<b>DOI 10.22533/at.ed.65719110335</b>	
<b>CAPÍTULO 36</b> .....	<b>384</b>
UMA PITADA DE RÁDIO NA POLÍTICA BRASILEIRA	
Luciana Antunes Renato Teixeira Elvis W Santos	
<b>DOI 10.22533/at.ed.65719110336</b>	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR</b> .....	<b>392</b>

## PUBLICIDADE E MUDIATIZAÇÃO: UMA REVISÃO BIBLIOMÉTRICA

### Diogo Rógora Kawano

Professor do Instituto Federal do Sul de Minas  
Gerais - IFSULDEMINAS  
Passos - MG

### Leandro Batista

Professor da Escola de Comunicações e Artes da  
Universidade de São Paulo – ECA USP  
São Paulo - SP

Trabalho apresentado no VI Pró-Pesq PP – Encontro de  
Pesquisadores em Publicidade e Propaganda.

**RESUMO:** Nos últimos anos, o cenário da comunicação tem sido permeado por reflexões que impactam diretamente na forma como os pesquisadores do campo, incluindo os de publicidade, lidam com seus objetos de pesquisa, sendo que o conceito de midiatização tem exercido um dos papéis centrais nesta discussão. Este trabalho tem como objetivo realizar uma revisão bibliométrica sobre a temática da midiatização, de forma a mapear as principais instituições, periódicos, autores e espaço temporal em que se tem discutido o assunto com maior impacto no cenário global. Para tanto, foi realizada uma análise a partir da bases de dados ISI *Web of Science* e *Scopus*, e sua posterior discussão. Como principais resultados e conclusão, nota-se uma clara hegemonia da “escola nórdica” a

respeito do tema, bem como uma visibilidade ainda incipiente da produção brasileira neste contexto.

**PALAVRAS-CHAVE:** Midiatização; Publicidade; Revisão bibliométrica; Mediação.

**ABSTRACT:** In recent years, the communication landscape has been permeated by reflections that have a direct impact on the way researchers in the communication field, including advertising researchers, deal with their research objects, and the concept of mediatization has played a central role in this discussion. This paper aims to perform a bibliometric review on the topic of mediatization, in order to map the main institutions, periodicals, authors and temporal space in which the subject has been discussed with greater impact in the global scenario. To do so, an analysis was carried out from the ISI *Web of Science* and *Scopus* databases, and its subsequent discussion. As main results and conclusion, there is a clear hegemony of the “Nordic school” on the subject, as well as a still incipient visibility of the Brazilian production in this context.

**KEYWORDS:** Mediatization; advertising; Bibliometric review; Mediation.

## 1 | INTRODUÇÃO

O conceito de mediação e suas consequências para a comunicação enquanto campo científico têm assumido lugar de destaque na produção científica não somente local (BRAGA, 2007; BASTOS, 2012; FASUTO NETO, 2006) como também em termos regionais e globais (COULDRY, 2008; HEPP, 2014, HJARVARD, 2014).

Entretanto, o tema já tem sido constantemente debatido por mais de dez anos, e as discussões ainda apresentam distintos pontos de vista, tanto em termos conceituais como metodológicos.

Tais aspectos impactam diretamente a esfera da publicidade e suas novas formas de relação e interface com a sociedade, fazendo com que os pesquisadores que articulem esses dois âmbitos tenham que ter uma clareza bastante definida acerca das principais vertentes, pressuposições e posicionamentos acerca da temática da mediação para, então, poderem delinear seus projetos de pesquisa junto às universidades.

Nesse sentido, este artigo busca realizar uma revisão bibliométrica contemplando a mediação, de modo que se possa, ao fim desta pesquisa, subsidiar os pesquisadores em publicidade com um *overview* claro e conciso dos principais autores, instituições, países e periódicos que debatem o tema no cenário mundial.

Apesar de ser um método assaz profícuo para um mapeamento destas questões e poder orientar as leituras de revisão bibliográfica, essa metodologia ainda é pouco utilizada no campo (ver KAWANO, 2014), de modo que espera-se que este trabalho seja tanto um pequeno contributo para os estudos em mediação quanto um incentivo aos pesquisadores do campo a se utilizarem dessa ferramenta.

## 2 | PUBLICIDADE E CONSUMO: MEDIAÇÕES OU MEDIATIZAÇÕES NAS PRÁTICAS SOCIAIS?

Esta seção tem um objetivo muito mais modesto, na tentativa de abordar as principais vertentes teóricas e suas consequências para o âmbito da publicidade, do que propriamente responder à pergunta feita de modo assertivo.

A questão, contudo, é assaz pertinente. Se a delimitação do conceito de mediação ainda parece porosa, as reflexões sobre o tema ganham ainda mais complexidade quando analisadas à luz do conceito de mediação (MARTÍN-BARBERO, 2003).

Nesse sentido, Lopes (2014) faz uma importante discussão, ao evidenciar como a produção latino-americana (MARTÍN-BARBERO, 2003), ainda nos anos de 1980, deu seu contributo ao entender a comunicação como pertencente a um domínio privilegiado de estudo, em sua interface com a cultura e a política. Disso resulta que a comunicação não passa a ser mais vista como algo fragmentado, mas sim dentro de

uma dinâmica muito mais complexa, calcada em processos de apropriação de conteúdo menos controlados do a perspectiva crítica poderia supor, acerca da hegemonia dos meios de produção (WOLF, 2004).

Deste modo, o estudos propostos há praticamente 30 anos por Martín-Barbero (2009) abriram caminho para uma visão da comunicação que abarcasse interações no processo de produção e recepção dos conteúdos, reflexões estas que nortearam as bases dos estudos de recepção em publicidade e que ainda promovem relações em sua interface com o processo de midiatização.

O conceito de midiatização, por outro lado, tem ganhado mais força nos últimos anos (BRAGA, 2006; COULDRY, 2008), com especial destaque para a segunda metade desse período (como se verá mais à frente, na revisão bibliométrica).

Apesar de se notar com uma considerável clareza a existência de dois pilares que sustentam as discussões sobre midiatização em nível global, a vertente institucionalista e a socioconstrutivista, Hepp (2014) sustenta que elas têm e comum o fato de compreenderem a comunicação em um processo fulcral de relação com a cultura e a sociedade.

Disso resulta que, independente da abordagem teórica a ser considerada, os estudos em comunicação devem considerar a relação dos *media* em função de aspectos de interação e apropriação de sentido, feitos a partir de um dado contexto cultural, como como afirma Bastos (2012, p. 69).

[...] Esse metaprocessos assume que os meios de comunicação não apenas modificam as estruturas sociais, culturais e políticas. De maneira mais radical, o programa de pesquisa baseado na midiatização argumenta que os processos sociais não podem ser entendidos sem a função ativa dos *media*, uma vez que as ações sociais, os produtos culturais e os programas políticos tornaram-se todos eles mediais.

Como se pode notar, a midiatização tal como a mediação, tende a dar lugar de destaque à comunicação e um papel central na articulação social. Assim, se a ideia de mediação explorada por Martín-Barbero (2009) vislumbra um processo contínuo entre produção, recepção, de natureza culturalista e imbuída de conflitos na negociação de sentido, há autores que veem a mediação como uma etapa antecedente ao processo de midiatização (STROMBACK, 2008), de forma que ambos deslocam um foco de observação na recepção, com desdobramentos relacionados à apropriações de sentido imprevisíveis na circulação e discussão dos tópicos fora do contato imediato com os media, sendo a midiatização invariavelmente processual e mais dinâmica (STROMBACK, 2008) e incluindo os efeitos dos meios de comunicação (SCHULZ, 2004).

Entretanto, embora essas considerações pareçam ter sido apropriadas pelos diferentes âmbitos da comunicação, a midiatização do consumo e sua relação de expressividade de marcas no sistema publicitário ainda precisam ser discutidas com maior profundidade e extensão, tanto do ponto de vista de teórico quanto metodológico, como assinala Trindade e Perez (2014, p.03).

Diante disso, a revisão bibliométrica sobre midiatização vem a auxiliar e fomentar as reflexões no campo, uma vez que ela permite um mapeamento dos autores, temas, universidades, países, periódicos e períodos mais relevantes a respeito de um determinado tema de interesse.

O método constitui, portanto, uma valiosa ferramenta para nortear um projeto de pesquisa e sua revisão bibliográfica, sem o risco de ignorar importantes aspectos de pensamento teórico que permeiam a produção científica global.

### 3 | METODOLOGIA

Para o levantamento dos metadados a partir da revisão bibliométrica, foram utilizadas duas das principais bases de dados científicos: *Scopus* e *ISI Web of Science* (WoS) (COBO et al., 2012, p. 1383). A busca preliminar foi dividida em três etapas, e contemplou com termos (i) “reception” e “communication”; (ii) “mediation” and “communication”, e (iii) “mediaization”.

Contudo, no processo de verificação e validação dos resultados obtidos, notou-se que as duas primeiras buscas (envolvendo os conceitos de recepção e mediação) retornaram muitos trabalhos que não tinham relação direta com as discussões do campo da comunicação, ainda que a busca tenha agregado o termo “comunicação” e que os parâmetros fossem restringidos apenas à área de Ciências Sociais e Humanidades (para a base *Scopus*) e Ciências Sociais (*Web of Science*). Diante disso, para fins de apresentação, análise e discussão dos resultados, foi considerada somente a terceira pesquisa, referente à midiatização. A quarta pesquisa, e não menos importante, foi brevemente discutida por apresentar apenas seis resultados, sendo que o único artigo indexado nas duas maiores bases de dados internacionais se refere à produção de Trindade, Hellín e Hegi (2013), a respeito da regulação e regulamentação publicitária de campanhas de cerveja no Brasil.

Cabe ressaltar também que não houve delimitação de período para os resultados, ou seja, estes contemplam desde o primeiro registro verificado até o mês de abril de 2015. Em uma segunda etapa, os metadados advindos da base de dados *Web of Science* foram exportados para uma análise posterior no software VOSviewer, uma ferramenta de *text mining* que permite a construção e visualização de redes bibliométricas extraídas da literatura científica.

Por fim, os principais achados da análise conjunta obtida com a revisão bibliométrica foram analisados e discutidos de forma qualitativa, de acordo com a pertinência das discussões atuais em midiatização.

Análise	Termo de pesquisa 1	Condição	Termo de pesquisa 2	Condição	Termo de pesquisa 3
1	Reception	e	Communication	**	N/A
2	Mediation	e	Communication	**	N/A
3	Midiatization	e	N/A	**	N/A
4	Midiatization	e	Advertising	**	N/A

Tabela 1: Termos considerados para análise bibliométrica: base Scopus e Web of Science

## 4 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 Evolução temporal da produção científica

Um olhar diacrônico global sobre a produção científica na temática da midiáticação permite observar que o número de publicações se manteve relativamente baixo e estável até o ano de 2006. Os dois anos posteriores, 2007 e 2008, indicaram um aumento do interesse pelo assunto, mas é somente em 2009 que se notou um salto na produção em midiáticação, como se pode ver nas figuras abaixo:

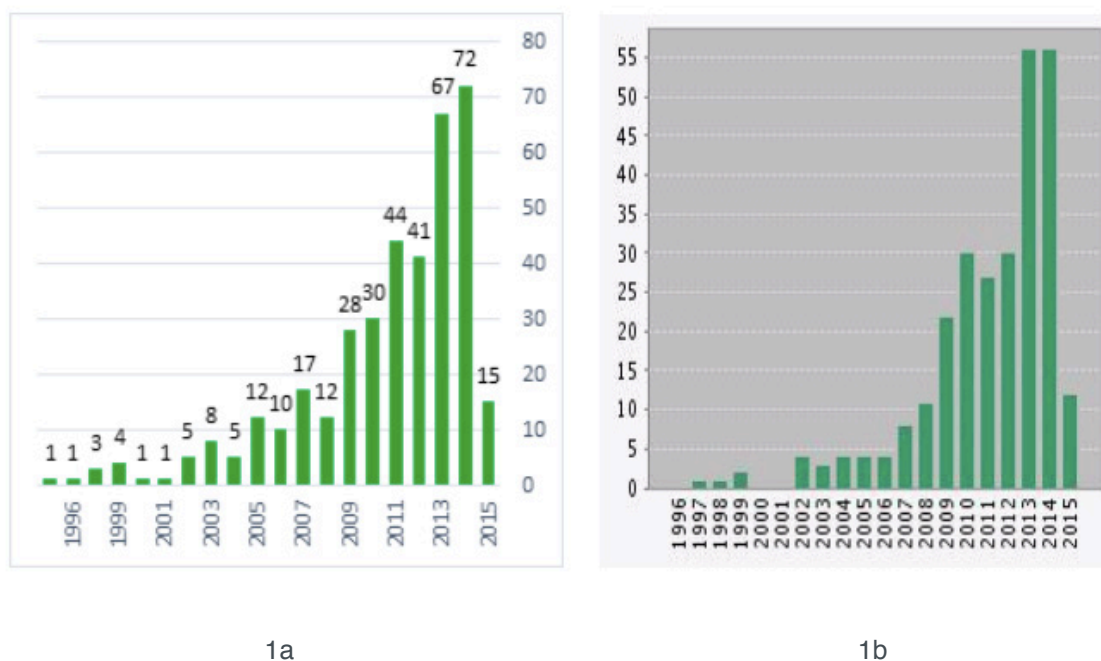


Figura 1: Produção científica sobre “mediatization” indexada na base de dados Scopus (1a) e Web of Science (1b). Crescimento consistente no final dos anos 2000.

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir de *Scopus* e *Web of Science*

Interessante observar que o grande crescimento da produção científica em 2009 gerou uma espécie de efeito dominó para os estudiosos do campo no ano seguinte. Isso pode ser constatado a partir do análise temporal do número de citações desses periódicos, que subiu de 85 para 160 citações nas principais revistas internacionais em 2010, indando um real interesse e apropriação do conceito pela comunidade científica.

Outro aspecto que merece destaque é um segundo grande salto do número de citações ocorrido no último ano, em 2014, um crescimento de mais de 70% frente ao ano anterior.

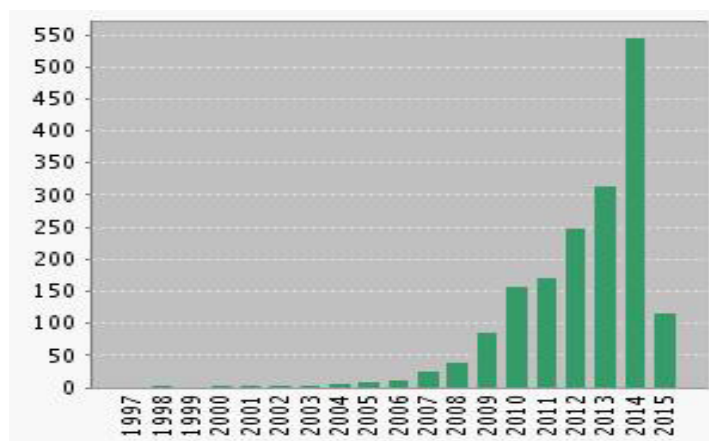


Figura 2: Número de citações relacionadas a “mediatization”- *Web of Science*.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de *Web of Science*

#### 4.2 Produção científica por país e por periódico

Quando analisada sob uma perspectiva espacial, ou seja, por país, nota-se uma clara hegemonia científica por parte dos países que são detêm além a hegemonia econômica em nível global, a exceção da China e do Japão, que não figuram dentre os dez países que mais publicam na temática abordada por este estudo.

Também à parte de países que tradicionalmente lideram a produção científica global (Estados Unidos, Alemanha e Reino Unido), é possível notar a influência de alguns dos principais autores que discutem o tema da midiatização quando se nota a presença de países como Suécia (Jesper Strömbäck) e Dinamarca (Stig Hjarvard). A própria Alemanha é neste caso, decorrência de autores (mas não somente) como Winfried Schulz, Friedrich Krotz e Andreas Hepp, como será mais discutido quando tratarmos de instituições e autores mais importantes.

Nesse cenário, o Brasil participa de forma muito incipiente, com apenas 3 publicações, das quais apenas uma é, de fato, uma produção (livro: *The mediatization of religion: When faith rocks*) proveniente de um estudioso da comunicação, do professor Luis Mauro Sá Martino, pesquisador da Faculdade Cásper Líbero. As outras duas publicações se referem a Miosés Romanini, do Instituto de Psicologia da UFRGS: “Midiatização do crack e estigmatização: Corpos habitados por histórias e cicatrizes”, e a Antônio Teixeira de Barros, do Centro de Formação Política da Câmara dos Deputados: *A visibilidade ambiental em perspectiva sociológica: Estudo comparado Brasil-Portugal*.

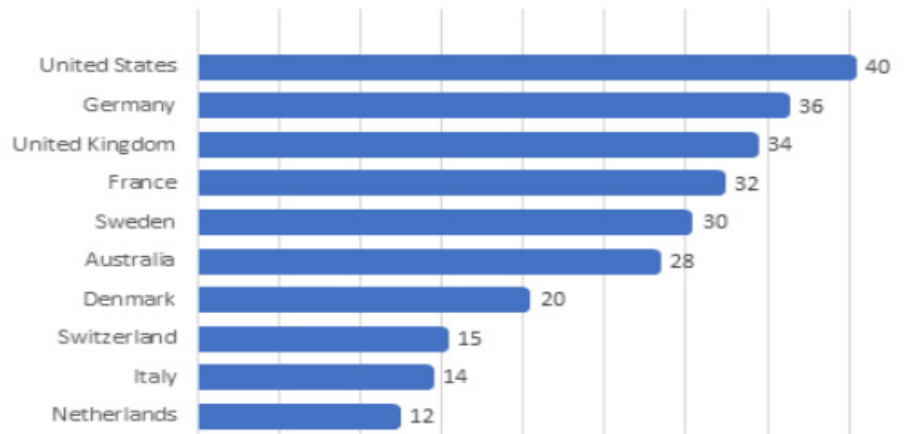


Figura 3: Países com maior produção em “mídiação”

Fonte: Elaborado pelo ator a partir da base de dados *Scopus* (-- até 2015)

Quando se trata especificamente dos periódicos mais importantes sobre o tema, ou seja, os que mais publicam artigos sobre mídiação, destaca-se a revista *Communications*, o *International Journal os Press Politics*, o *European Journal of Communication* e o *Javnost*, que agregam mais da metade da produção científica no assunto.

Para se ter uma ideia da relevância desses periódicos, foi na revista *Communications* que Hepp (2012) publicou seu artigo “Mediatization and the ‘molding force’ of the media” e “Mediatization - Empirical perspectives: An introduction to a special issue”, junto com Hjarvard e Lundby (2010).

Ademais, outros artigos importantes como o de Strömbäck (2008), como o “Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics” e Schulz (2004), “Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept” foram publicados pelo *International Journal os Press Politics* e pelo *European Journal of Communication*, respectivamente.

Entretanto, mais importante que observar a produção de estudiosos já renomados, é a possibilidade de estar em contato com produções e reflexões novas, vindas de outros autores, ainda menos conhecidos, mas que têm uma ótima articulação teórica sobre o tema, como, por exemplo, a produção de Golding e Splichal (2013): “New media, new research challenges: an introduction”.



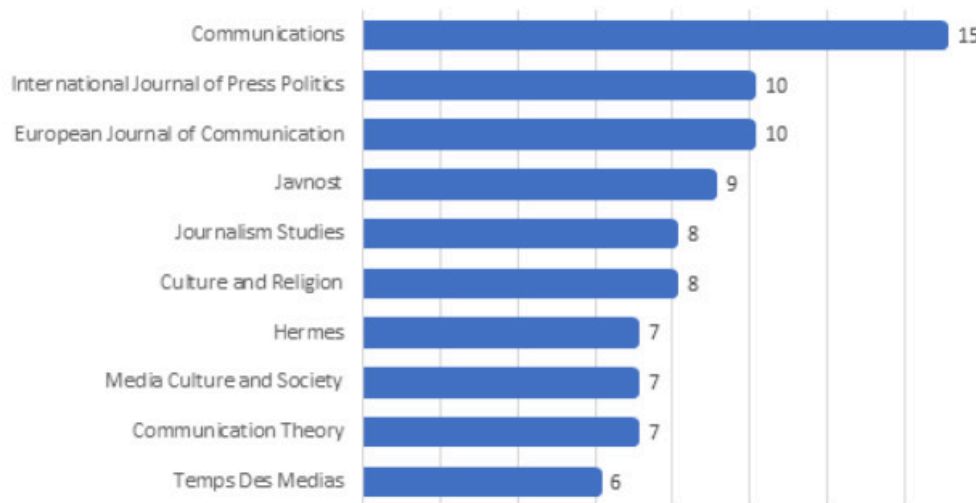


Figura 4: Periódicos que mais publicam sobre tópico “*mediatization*”, segundo base de dados *Scopus*

Fonte: Elaborado pelo ator a partir da base de dados *Scopus* (-- até 2015)

### 4.3 Principais autores e instituições em midiatização

Como discutido no início do trabalho, a pesquisa bibliométrica se mostra especialmente profícua no momento inicial de uma pesquisa, em que se busca ter um panorama completo a respeito da produção científica circunscrita em um determinado tema. Nesse sentido, o levantamento dos principais pesquisadores é crucial para que sejam consideradas as principais reflexões que estão sendo discutidas em nível global, ao mesmo tempo em que não se perca de vista possíveis autores que, por uma questão de menor afinidade a uma determinada opção teórica ou linha de pesquisa, estejam despontando na produção científica de maior impacto.

Os autores que discutem processos de midiatização com maior número de produções indexadas na base *Scopus* são: (1º) Stromback, (2º) Jansson, (3º) Hepp, (4º) Rawolle, (5º) Hjarvard, (6º) Lingard, (7º) Kunelius, (8º) Lovheim, (9º) Lundby e (10º) Schulz.

Logo de início, nota-se que essa lista aponta pesquisadores ainda pouco utilizados no âmbito de pesquisa brasileiro, ao mesmo passo que evidencia os autores com os quais a comunidade científica brasileira está mais familiarizada, seja na vertente institucionalista, seja na socioconstrutivista.

Embora não seja o objetivo deste trabalho fazer uma revisão da literatura, mas sim o de fazer uma revisão bibliométrica, julga-se oportuno que sejam apresentados os estudos mais recentes publicados pelos principais pensadores da área.

Stromback e Van Aelst (2013) discutem em *Why political parties adapt to the media: Exploring the fourth dimension of mediatization* como a midiatização, em um processo de longo prazo, está fazendo com que a mídia se torne cada vez mais independente da política, e como esta última tem adotado estratégias de adaptação à mídia.

Em artigo publicado na *Communication Theory*, o sueco André Jansson (2013) se utiliza do modelo de Henri Lefebvre sobre espaço social para mostrar como uma nova abordagem de midiatização pode ser encarada a partir das tecnologias transmídia utilizadas no cotidiano.

Em artigo recente publicado na revista *Media, Culture and Society*, Hepp, Hjarvard e Lundby (2015) retomam a discussão sobre a centralidade da mídia e como o conceito de midiatização se relaciona de modo complexo com o campo da comunicação frente às mudanças na cultura e na sociedade.

Rawolle e Lingard (2010), por outro lado, relacionam o conceito de midiatização com os apontamentos de Bourdieu para discutir o tema através de uma lógica que atravessa vários campos sociais, com especial atenção para a esfera jornalística. Para tanto, os autores abordam um caso empírico australiano relacionando políticas educacionais com a ideia de economia baseada no conhecimento.

O finlandês Risto Kunelius, também presente na lista de autores com maior produção no tema, aborda em seu estudo a midiatização da política no contexto local para mostrar como as redes políticas em nível de decisão são um lugar privilegiado para se avaliar os processos de midiatização, evidenciando ao fim de estudo, três temas importantes: o papel da confiança nas redes políticas, a profissionalização dos meios de comunicação e da política e a diferenciação entre racionalidade da rede e racionalidade da mídia (REUNANEN, KUNELIUS, NOPPARI, 2010).

Já a norueguesa Mia Lövheim tem abordado a midiatização não na esfera política, mas sim no âmbito religioso. Em parceria com o sueco Lundby (LÖVHEIM & LUNDBY, 2013), os autores partem da noção de midiatização proposta por Hjarvard (2008) para mostrar e discutir a cobertura da religião no jornal por meio de índices de midiatização no tempo e no espaço. Os autores concluem que as mudanças na presença pública da religião demandam qualidade tanto na abordagem teórica quanto na abordagem analítica.

Schulz (2004), décimo autor listado neste trabalho, discute importantes aspectos em *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*, ao refletir sobre a midiatização em função do desenvolvimento dos meios de comunicação e de três aspectos fundamentais: a capacidade tecnológica da mídia e atuar como uma ponte espacial e temporal, sua função semiótica de elaboração da mensagem, e sua função econômica, relativa à padronização dos produtos midiáticos como resultado da massificação dos processos.

Por conseguinte, a partir do olhar desses diferentes pesquisadores, nota-se que o conceito de midiatização pode englobar distintas abordagens teóricas e metodológicas, além de envolver várias esferas da sociedade e da cultura, como a política e a religião, mas não se restringindo a estas.

Uma forma de ilustrar a presença dos temas mais discutidos pelos autores se dá por meio do mapa de calor, criado a partir da análise de todos os metadados das publicações. Como se vê na figura 5, a midiatização da política fica saliente a partir

dos termos situados nos dois clusters da porção esquerda da imagem, onde conceitos como democracia, políticos, partidos e notícia figuram junto a ideia de lógica da mídia, consideradas por Hjarvard (2014).

Por outro lado, verifica-se também um outro cluster, à direita, com características de discussão mais social e cultural. Abaixo, entre dos dois cluster maiores nota-se a presença do debate acerca de mediação.

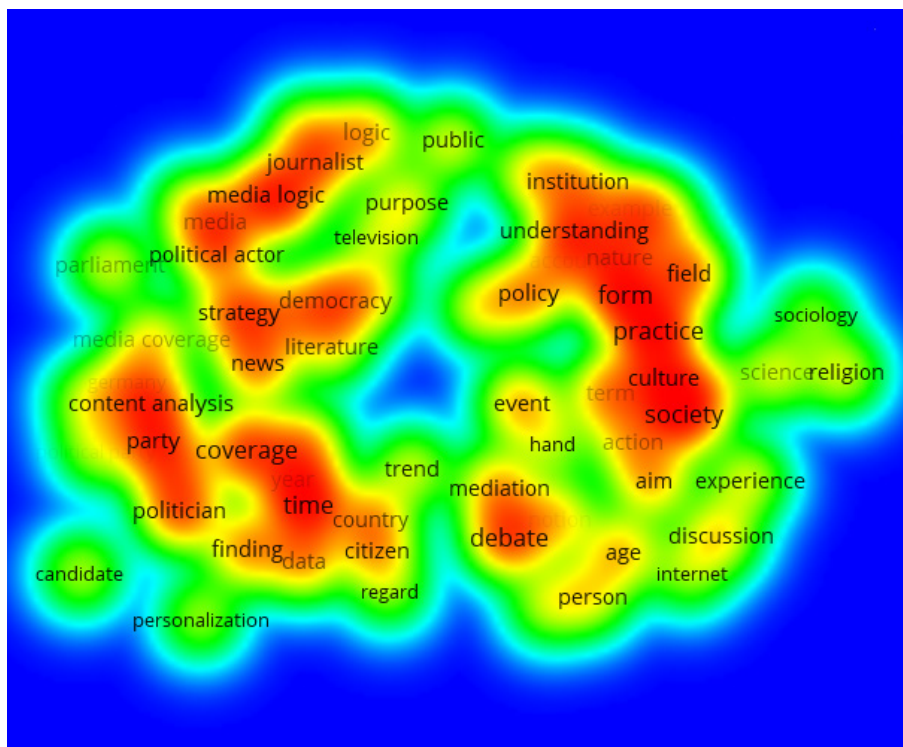


Figura 5: *Heat Map* de metadados sobre o termo "mediatization"

Fonte: elaborado pelo autor a partir do software VOSViewer – base de dados *Web of Science*

Na próxima seção, será evidenciado como a relação entre esses pesquisadores e sua filiação às universidades e centros de estudos impacta nas instituições que têm maior visibilidade no cenário internacional.

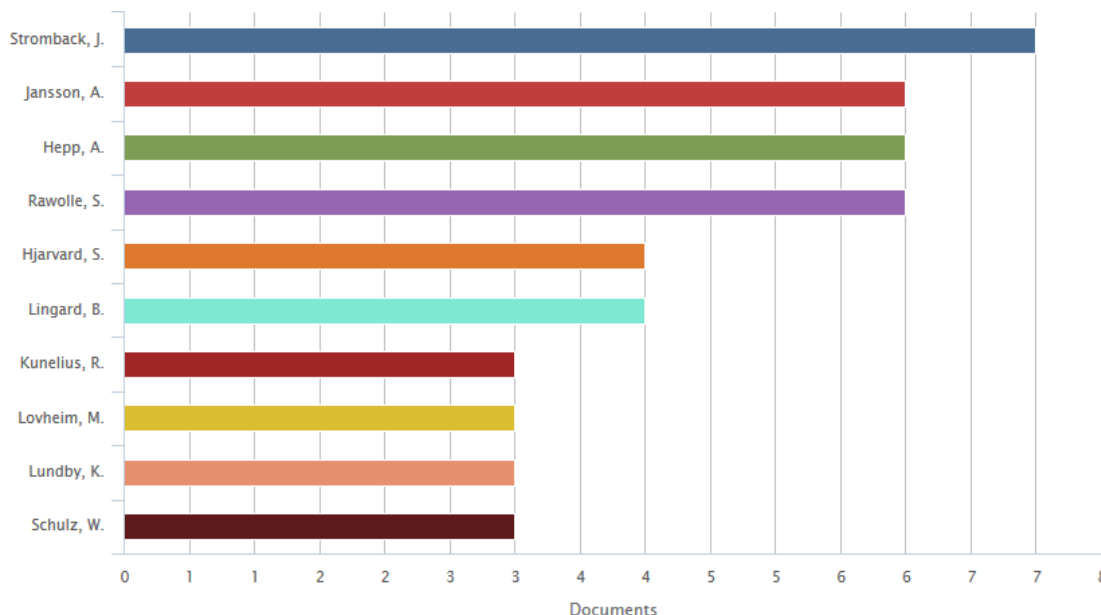


Figura 6: Autores mais importantes no cenário da midiatização, segundo base de dados Scopus  
 Fonte: Elaborado pelo ator a partir da base de dados *Scopus* (-- até 2015)

Por fim e não por acaso, esta revisão se encerra com a apresentação das dez instituições que mais estão atreladas à produção científica na temática da midiatização.

Como se pode notar na tabela 2, a influência da “escola nórdica” se mostra evidente quando são analisadas as universidades mais relevantes no contexto da midiatização. Das dez instituições mais importantes dentro dessa temática, nada menos do que metade delas estão sediadas na região da Europa setentrional: a Universidade de Copenhague (Dinamarca), a Mid Sweden University (Suécia), a Universidade de Karlstad (Suécia), a Universidade de Helsinque (Finlândia) e a Universidade de Oslo (Noruega), resultados estes que estão, em parte, associados à filiação dos teóricos, Hjarvard, Stromback, Jansson, Sumiala e Lundby, respectivamente.

Outras, ainda, podem constituir uma nova fonte a ser mais estudada e acompanhada pelos pesquisadores brasileiros, como o caso do Centro Nacional de Pesquisa Científica (CNRS Centre National de la Recherche Scientifique), na França, que, por exemplo, realizou o estudo: *Religion in consumer society: Brands, consumers and markets* (GAUTHIER & MARTIKAINEN, 2013). Outro destaque ainda é a Universidade de Queensland, na Austrália, que tem seus estudos centrados em Rawolle (2010), porém, sob uma perspectiva menos discutida no Brasil.

Instituição	Produção indexada
Universidade de Copenhague (Dinamarca)	9
Mid Sweden University (Suécia)	8
CNRS Centre National de la Recherche Scientifique (França)	7
Universidade de Bremen (Alemanha)	7
Universidade de Karlstad (Suécia)	6
Universidade de Helsinque (Finlândia)	6

Universidade de Oslo (Noruega)	6
Universidade Nacional de Singapura (Singapura)	6
Universidade de Queensland (Austrália)	6
Charles Sturt University (Austrália)	5

Tabela 2: Instituições mais importantes no cenário da midiatização

Fonte: Elaborado pelo ator a partir da base de dados *Scopus* (-- até 2015)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Exposto o conteúdo e diante dos objetivos propostos no início deste artigo, três considerações merecem destaque.

A primeira delas e talvez a mais importante, se refere ao fato de que a análise bibliométrica se mostrou uma metodologia de levantamento de dados bastante útil para o delineamento de um determinado cenário teórico, neste caso, o da midiatização. Através desta análise, foi possível traçar um panorama sincrônico e diacrônico da produção científica do tema, de modo a evidenciar quando a produção ficou estagnada ou quando ela passou a ser apropriada pela comunidade científica, quais autores são mais relevantes na discussão do assunto, bem como quais países e instituições exercem um papel mais central dentro desta dinâmica.

Nesse sentido, constatou-se a clara hegemonia da “escola nórdica” na produção científica relativa ao tema, ao mesmo tempo em que se nota uma incipiente visibilidade da pesquisa brasileira no cenário internacional, sendo que o único artigo indexado nas duas maiores bases de dados internacionais se refere à produção de Trindade, Hellín e Hegi (2013), a respeito da regulação e regulamentação publicitária de campanhas de cerveja no Brasil.

Por fim, o artigo permite assinalar que, além da metodologia da revisão bibliométrica servir como um guia central para o início de uma pesquisa mais aprofundada e que norteie o pesquisador em sua revisão bibliográfica, ela também permite que novas relações teóricas sejam feitas, tanto do ponto de articulação na produção de textos quanto na real parceria institucional das instituições brasileiras com alguma das instituições de referência identificadas com o auxílio da revisão bibliométrica.

Entretanto, poucos pesquisadores ainda fazem uso deste tipo de análise, ficando aqui, um pequeno contributo e incentivo para a adoção desta forma de revisão para os pesquisadores em comunicação no Brasil.

## REFERÊNCIAS

BASTOS, M. T. ; Mattos, Maria Ângela ; Janotti Junior, Jeder ; Jacks, Nilda . **Medium, Media, Mediação e Mediatização: A Perspectiva Germânica**. In: Mattos, Maria Ângela; Janotti Junior, Jeder; Jacks, Nilda. (Org.). *Mediação e Midiatização*. 1 ed. Salvador: EDUFBA, 2012, v. 12, p. 53-77.

BRAGA, JOSÉ LUIZ. **Mediatização como processo interacional de referência**. In: MÉDOLA, Ana Silvia L.D.; ARAUJO, Denise C.; BRUNO, Fernanda. (Orgs.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141-167.

COULDRY, N. Mediatization Or Mediation? Alternative understandings of the emergent space of Digital Storytelling. **New Media & Society**, 10(3), 373-391, 2008.. Disponível em: <http://nms.sagepub.com/cgi/reprint/10/3/373>

FAUSTO NETO, Antonio. **Midiatização, prática social-prática de sentido**. SEMINÁRIO SOBRE MIDIATIZAÇÃO, REDE PROSUL, Anais. São Leopoldo: UNISINOS, 2006.

GOLDING, P., & SPLICHAL, S. New media, new research challenges an introduction. **Javnost**, 20(2), 5-10, 2013.

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da “mediação de tudo”. **Matrizes** (USP. Impresso), v. 8, 2014.

HEPP, A. Mediatization and the ‘molding force’ of the media. **Communications**, 37(1), 1-28, 2012.

HEPP, A., HJARVARD, S., & LUNDBY, K. **Mediatization - empirical perspectives**: An introduction to a special issue. *Communications*, 35(3), 223-228, 2010.

HEPP, A., HJARVARD, S., & LUNDBY, K. **Mediatization**: Theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture and Society*, 37(2), 314-324, 2015.

HJARVARD, S. Midiaticização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes** (USP. Impresso), v. 8, 214.

JANSSON, A. Mediatization and social space: Reconstructing mediatization for the transmedia age. **Communication Theory**, 23(3), 279-296, 2013.

KAWANO, D. R. **Publicidade e neurociência: uma revisão bibliométrica**. In: Anais do XXXVII Congresso de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, 2014. Disponível em: [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/lista\\_area\\_DT2-PP.htm](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/lista_area_DT2-PP.htm).

LOPES, M. I. V. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Matrizes** (USP. Impresso), v. 8, 2014.

LÖVHEIM, M., & LUNDBY, K. Mediated religion across time and space: A case study of norwegian newspapers. **Nordic Journal of Religion and Society**, 26(1), 25-44, 2013.

MARTÍN-BARBERO, JESÚS. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

RAWOLLE, S., & LINGARD, B. The mediatization of the knowledge based economy: An australian field based account. **Communications**, 35(3), 269-286, 2010.

REUNANEN, E., KUNELIUS, R., & NOPPARI, E. Mediatization in context: Consensus culture, media and decision making in the 21(st) century, the case of finland. **Communications**, 35(3), 287-307, 2010.

SCHULZ, W. Reconstructing mediatization as an analytical concept. **European Journal of Communication**, 19(1), 87-101, 2004.

STRMBCK, J. Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. **International Journal of Press/Politics**, 13(3), 228-246, 2008.

STRÖMBÄCK, J., & VAN AELST, P. Why political parties adapt to the media: Exploring the fourth dimension of mediatization. **International Communication Gazette**, 75(4), 341-358, 2013.

TRINDADE, E., HELLÍN, P., EGI, C. H., Questões para pensar campanhas de cerveja e seus processos de midiatização: regulação e regulamentação. **Galáxia** (São Paulo, v.14, 187-200, 2013).

VERÓN, E. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes** (USP. Impresso), v. 8, 2014.

VOSViewer. **Visualizing Scientific Landscapes Software**. Centre for Science and Technology Studies. Leiden University. Disponível em: < <http://www.vosviewer.com>>.

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-165-7

