

Jairo Ferreira
Pedro Gilberto Gomes
Antonio Fausto Neto
José Luiz Braga
Ana Paula da Rosa
(Organizadores)

**REDES, SOCIEDADE E *PÓLIS*:
RECORTES EPISTEMOLÓGICOS
NA MEDIATIZAÇÃO**

**FACOS-UFSM
SANTA MARIA-RS
2020**

Redes, sociedade e pólis: recortes epistemológicos na mediação

O presente trabalho foi realizado com apoio de:

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)
Código de Financiamento 001

Fundação de Amparo e Pesquisa do Rio Grande do Sul (FAPERGS)
Edital AOE 06/201 - Auxílio para Organização de Eventos



**SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE
PESQUISAS EM MÍDIAS E
PROCESSOS SOCIAIS**

R314 Redes, sociedade e pólis [recurso eletrônico] : recortes epistemológicos na mediação / Jairo Ferreira ... [et al.] (organizadores). – Santa Maria, RS : FACOS-UFSM, 2020. 1 e-book

ISBN 978-85-8384-102-9

1. Comunicação 2. Mediação 3. Mídia 4. Jornalismo 5. Redes I. Ferreira, Jairo

CDU 316.774

Ficha catalográfica elaborada por Alenir Goularte CRB-10/990
Biblioteca Central - UFSM



Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons
Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.

Alcance e variações do conceito de midiaticização

Scope and variations of the concept of mediatization

Vera V. França¹

Resumo: Este texto, organizado em quatro partes, discute o surgimento e as possibilidades trazidas pelo conceito de midiaticização. Inicialmente busca traçar um breve percurso do conceito no Brasil, e em seguida retoma e sistematiza as principais tendências no seu tratamento. Na terceira parte promove uma aproximação e distinção de conceitos próximos, tais como cultura de massa, mediação. A parte final compreende o esforço de resgate das principais diretrizes apontadas pelas reflexões em torno da midiaticização, posicionando-se por um tipo de abordagem que busque o entrelaçamento entre as interações comunicativas, os aparatos tecnológicos e seus respectivos contextos sócio-histórico-culturais.

Palavras-chave: Midiaticização. Teorias da comunicação. Teoria dos meios.

Abstract: This text, organized in four parts, discusses the emergence and the possibilities brought by the concept of mediatization. Initially, it seeks to delineate a brief trajectory of the concept in Brazil, and then resumes and systematizes the main trends in its treatment. In the third section, it promotes an approximation and distinction of close concepts, such as mass culture, mediation. The final part covers the effort to rescue the

1 Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. E-mail: veravfranca@yahoo.com.br

main guidelines pointed out by the reflections about mediatization, positioning itself for a kind of approach that seeks to intertwine communicative interactions, technological apparatuses, and their respective socio-historical-cultural contexts.

Keywords: Mediatization. Communication theories. Media theory.

A criação e a força dos conceitos são resultado de dois movimentos interligados. O primeiro – que explica por que eles aparecem em um momento dado – são mudanças na realidade, surgimento de novas dinâmicas na ordem do mundo, ou percepção mais aguda de aspectos que já estavam presentes, mas vão se tornando mais proeminentes em determinada época. O segundo é de ordem epistêmica e se refere ao quanto a elaboração reflexiva que busca dar conta desses aspectos ou problemas do mundo empírico se mostra bem-sucedida na tarefa de compreendê-los, o quanto uma construção conceitual de fato auxilia a pensar o fenômeno em tela.

Quando falamos de midiatização, esses dois movimentos se tornam bem evidentes. As mudanças na realidade no que tange ao desenvolvimento e expansão dos meios tecnológicos e formas comunicacionais têm sido inegáveis e contundentes. Se o advento dos meios de comunicação de massa, na primeira metade do século passado, alterou e inovou completamente os cenários e formas comunicativas, o meio digital – e as múltiplas plataformas que não cessam de ser criadas – revolucionou(a-ram) completamente a vida social, as formas de sociabilidade, o protagonismo individual, as práticas políticas, as intervenções corporativas. Sua penetração nos diferentes espaços da vida social, nas diferentes esferas da sociedade nas últimas duas décadas veio configurar um fenômeno novo e desafiador. Frente ao novo fenômeno, e instadas por ele, as ferramentas teóricas foram postas à prova, e novos conceitos estão sendo forjados e testados.

Midiatização, portanto, é um termo que nomeia o fenômeno, mas é também um conceito. Nesta reflexão, não nos debruçamos sobre aspectos do fenômeno – incontestável –, mas sobre os diferentes esforços que vêm sendo desenvolvidos para tratá-lo teoricamente. Sem pretender ser exaustivo, este texto,

de cunho exploratório, organiza-se em três momentos. A primeira parte busca apreender discussões em torno do conceito no Brasil. Em seguida, buscamos desenhar uma sistematização das diferentes abordagens para, na parte final, estabelecer uma aproximação e distinção do conceito de midiaticização com relação a conceitos próximos.

I – O percurso do conceito

Como dissemos acima, é preciso inicialmente distinguir o fenômeno e o(s) conceito(s). O fenômeno diz respeito às mudanças no cenário técnico-comunicativo que vêm se delineando desde as últimas décadas do séc. XX e notadamente nos primeiros anos do séc. XXI. Já o conceito diz respeito às diferentes abordagens e formas de compreensão dessas mudanças – e é naturalmente plural (pois os tratamentos são múltiplos e nem sempre convergentes)

No Brasil, a temática das novas tecnologias, cultura digital ou “cibercultura” vem chamando a atenção dos pesquisadores desde o final do século XX². As primeiras formulações e teorizações a respeito do novo cenário são devedoras, entre outros, de Lúcia Santaella e Muniz Sodré.

Lúcia Santaella publicou em 1992 o livro *Cultura das mídias*, obra pioneira no Brasil no tratamento dessa nova realidade de expansão e interpenetração das diferentes mídias e sua incidência na cultura. Em 2003, em *Culturas e artes do pós-humano. Da cultura das mídias à cibercultura*, a autora apresenta uma divisão de eras culturais em seis tipos de formações: a cultura oral, a cultura escrita, a cultura impressa, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cultura digital (SANTAELLA, 2003a). Se o conceito de cultura de massas enfatizava a homogeneização e pasteurização de conteúdos culturais, Santaella pontua o quanto a di-

2 Um Grupo de Trabalho (GT) que trata dessa temática das novas mídias foi criado na Compós (Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação) em 1995 (e o GT começa a funcionar no ano seguinte), com a denominação “Comunicação e Sociedade Tecnológica”. Em 2002, o GT passou a se chamar “Tecnologias Informacionais de Comunicação e Sociedade”. Na reativação de 2006 o GT é aprovado com o título “Comunicação e Cibercultura”, nome que mantém até nossos dias.

versificação das mídias alterou e ampliou as relações entre distintas produções culturais, a interação entre diferentes códigos, a hibridação de linguagens. Por volta dos anos 1980, 1990, novos dispositivos vieram se somar ao ambiente dos meios de massa – videocassetes, fotocopiadoras e depois a tevê a cabo –, propiciando a segmentação e diversificação do consumo, bem como as escolhas individualizadas, fazendo a transição para a chegada dos meios digitais. Esse período é o que a autora nomeia de cultura das mídias, estágio preliminar para a cultura digital, fase contemporânea, marcada sobretudo pela convergência das mídias, pela exacerbação que a produção e circulação de informações atingiram em nossos dias – “uma verdadeira confraternização geral de todas as formas de comunicação e de cultura, em um caldeamento denso e híbrido” (SANTAELLA, 2003b, p. 28).

Mais do que as seis eras apontadas por Santaella, interessa destacar a abordagem que a autora busca imprimir: não se trata de uma abordagem midiocêntrica, mas de uma ênfase aos efeitos de linguagem e de sentido que se fazem sentir:

[...] não devemos cair no equívoco de julgar que as transformações culturais são devidas apenas ao advento de novas tecnologias e novos meios de comunicação e cultura. São, isto sim, os tipos de signos que circulam nesses meios, os tipos de mensagens e processos de comunicação que neles se engendram os verdadeiros responsáveis não só por *moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos*, mas também por propiciar o surgimento de *novos ambientes socioculturais* (*ibid.*, p. 22; grifos nossos).

Santaella não utiliza o termo “mídiatização”, mas é bem esse contexto de mudanças tecnocomunicativas e culturais que a autora enfatiza ao nomear essa sexta era – a era da cultura digital.

Mas é Muniz Sodré, sem dúvida, que trouxe tanto a expressão (mídiatização)³ como seus fundamentos teóricos mais

3 Em entrevista (2010), Sodré lembra que foi o introdutor do conceito no Brasil, a partir de Eliseo Verón (mídiatización). Veja-se <http://www.cise.co.org.br/index.php/noticias/entrevistas/48-muniz-sodre-midiatizacao-como-o-acabamento-de-outro-chao>.

definitivos, em seu livro *Antropológica do espelho* (2002), estabelecendo a distinção mediação / midiatização, resgatando o conceito de *medium* como um objeto teórico e também nomeando uma nova era, não apenas cultural, mas existencial – o quarto *bios*. Se mediação significa “fazer ponte ou fazer comunicarem-se duas partes [...] em decorrência de um poder originário de discriminar, de fazer distinções, portanto de um lugar simbólico” (SODRÉ, 2006, p. 20), midiatização compreende “uma ordem de mediações socialmente realizadas – um tipo particular de interação, portanto, a que poderíamos chamar tecnomediações – caracterizadas por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada *medium*” (*ibid.*).

O conceito de *medium* ultrapassa o dispositivo técnico – é canalização e ambiência estruturadas com códigos próprios, é “o fluxo comunicacional, acoplado a um dispositivo técnico [...] socialmente produzido pelo mercado capitalista” (SODRÉ, 2002, p. 20). A canalização produzida pelo *medium* – que não é simples canal – tem potencial de transformação da realidade vivida; é “forma condicionante da experiência vivida, com características particulares de temporalidade e espacialização, [...] e permite hibridações com outras formas vigentes no real-histórico” (SODRÉ, 2006, p. 21).

As tecnomediações, as mediações produzidas pelos *media*, para além de sua dimensão comunicacional e de circulação de informações, atuam, desta maneira, na própria construção da realidade:

A midiatização implica, assim, uma qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo ou, pensando-se na qualificação aristotélica das formas de vida, um *bios* específico. Em sua ética a Nicômaco, Aristóteles concebe três formas de existência humana (*bios*) na Pólis: *bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa). A midiatização pode ser pensada como um novo *bios*, uma espécie de quarta esfera existencial, com uma qualificação própria (uma “tecnocultura”), historicamente justificada pelo imperativo de redefinição do espaço público burguês (SODRÉ, 2006, p. 22).

Para o autor, portanto, a midiaticização, ou quarto *bios*, assume um sentido profundo, caracterizando um novo modo de presença do sujeito no mundo (uma outra condição antropológica), marcado por um *ethos* próprio e um conjunto de características: uma estetização generalizada da vida social, com a prevalência da forma sobre os conteúdos semânticos; uma eticidade exaltativa do desejo individual; a submissão aos negócios e ao capital; novas formas de relacionamento dos indivíduos com as referências concretas (tendo a mídia como estruturadora das percepções e cognições); novas formas de sociabilização.

Mais recentemente, a presença do conceito se estendeu no âmbito dos pesquisadores brasileiros da comunicação, com um destaque especial para a contribuição trazida pelos professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos⁴. Entre eles, José Luiz Braga (2006) chama a atenção para um duplo alcance no uso do termo: numa abordagem setorizada, midiaticização se refere à presença e interferência da lógica dos meios no desenvolvimento de campos específicos (como quando nos referimos à midiaticização da política, da religião, etc.). Num nível macro, midiaticização diz respeito à sociedade como um todo, que seria afetada quando as interações que a constituem passam a se dar preferencialmente através das mídias.

Nesta segunda abordagem, e tomando como referência o papel central dos processos interacionais entre indivíduos, grupos e setores de uma sociedade na construção de sua realidade, Braga destaca a particularidade dos vários momentos históricos conforme os processos interacionais que os caracterizavam – a oralidade, a escrita e, na atualidade, a transição para a forma “mediaticizada”, marcada pela introdução de novas técnicas. Não são elas (as técnicas), no entanto, que aparecem “espontaneamente” e modificam o ambiente: num movimento dialético, a criação de tecnologias comunicacionais tanto obedece a demandas de processos interacionais anteriores como, surgindo, torna-se geradora de novas dinâmicas interacionais.

4 O Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos tem uma linha de pesquisa em Midiaticização e Processos Sociais.

Desta forma,

o processo de mediatização (cuja história é, naturalmente, muito mais complexa e sujeita a variações contingenciais de país a país) corresponderia, *grosso modo*, a esta “evolução” de implantações técnicas a serviço de objetivos de sociedade “anteriores” para derivações auto-poiéticas na elaboração de lógicas próprias (BRAGA, 2006, p. 16).

Conforme Braga (2006), portanto, a midiatização (ou mediatização, como ele usa às vezes), numa abordagem macro, não se resume à presença de novos meios tecnológicos, mas diz respeito à prevalência dos “processos sociais de interação mediatizada, os quais passam a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem mas se ajustam” (*ibid.*, p. 11). Os processos interacionais constituem assim o fulcro de seu olhar e ganham novas características numa sociedade mediatizada: uma processualidade diferida e difusa; um jogo complexo entre o individual e o social; a tendência à abertura e deslegitimação de padrões esotéricos segundo os quais campos especializados se relacionam com a sociedade em geral: “Tudo se expõe, logo tudo se torna aberto ao esquadrinhamento, se torna familiar a todos” (*ibid.*, p. 25).

Braga (2012) e Fausto Neto (2010) desenvolvem ainda uma ênfase particular no conceito de circulação para pensar a mediatização da sociedade: nesta, mais do que recepções isoladas, importa analisar o “fluxo adiante” dos produtos circulantes, os processos interativos em cadeia, num deslocamento permanente, numa dinâmica intensa de descontextualização e recontextualização de mensagens – com as implicações semióticas e discursivas que esse fluxo acarreta.

Já Pedro Gilberto Gomes acompanha sobretudo a perspectiva de Sodr e, ao dizer que “a mediatização   a reconfigura o de uma ecologia comunicacional (ou um bios midiático)”, e continua:

Noutras palavras, a mediatiza o   a chave hermenêutica para a compreensão e a interpreta o da realidade. A sociedade percebe e se percebe a partir do fenômeno da média, agora alargado para além dos dispositivos tecnológicos tradicionais. Por isso,

é possível falar da mídia como um *locus* de compreensão da sociedade (GOMES, 2017, p. 78).

Com formulações um pouco distintas, há uma convergência nas questões trazidas por nossos autores: a midiaticização compreende um novo ambiente sociocultural; introduz novos padrões de mediação e de interação; possibilita novas formas de percepção e cognição. Se o fenômeno é diretamente relacionado ao surgimento e expansão das novas tecnologias comunicacionais na sociedade – tecnologias que não substituem, mas se agregam aos artefatos anteriores –, o conceito se estende para além da presença da técnica e se atém sobretudo às suas consequências e afetações, àquilo que a sociedade se torna com elas e a partir delas. Santaella destaca particularmente os efeitos semióticos, as novas linguagens e códigos, as novas dinâmicas de produção de sentido. O enfoque de Sodré é mais abrangente: houve uma alteração nas próprias condições antropológicas, um novo *ethos*, uma nova maneira de viver no quarto *bios*. Braga atenta para a mudança nos processos interacionais, nas formas de relacionamento; junto com Fausto Neto, destaca a dinâmica interativa sucessiva produzida na circulação de mensagens, que produzem e se inscrevem em diferentes circuitos (BRAGA, 2012). Gomes, por sua vez, no caminho delineado por Sodré, faz uma pontuação interessante, explorando o conceito de midiaticização como uma chave hermenêutica: “a sociedade percebe e se percebe” a partir da mídia – o que tanto indica os meios como “mediadores” da realidade (meios atuando na percepção que os membros da sociedade têm de sua realidade) quanto destaca o estudo do fenômeno como um caminho para se compreender a própria sociedade.

II - Sistematizações

A temática da midiaticização e cultura midiática vem sendo bastante discutida por pesquisadores da Inglaterra (Nick Couldry, Sonia Livingstone) e, de forma ainda mais acentuada, por pesquisadores da Europa do Norte (Gudmund Hernes, Andreas Hepp, Stig Hjarvard, Friedrich Krotz, Winfried Schulz, Jesper Stromback).

Göran Bolin (2016) sugere um agrupamento dos estudos desenvolvidos por eles em duas tradições:

- uma *tradição institucionalista ou institucional* – marcada pela estudo da lógica da mídia, ou pela discussão sobre a institucionalização da mídia e seu relacionamento com diferentes instituições. Hjarvard destaca os dois lados de intervenção da mídia (sua *dualidade*): a institucionalização da própria mídia (sua semi-independência com relação a outras instâncias); sua interferência (e transformações) em outras esferas e instituições. O autor situa a análise da midiaticização no nível *meso* da cultura e da sociedade (acima das microinterações e abaixo dos níveis estruturais), buscando “especificar os elementos que compõem a ‘lógica da mídia’ em um dado domínio e analisar melhor a interação entre a mídia e outras esferas sociais (instituições)” (HJARVARD, 2014, p. 30). Altheide e Snow (*cit. ap.* HJARVARD, 2014) desenvolvem análises das instituições sociais transformadas pela mídia e enfatizam a primazia da forma (da lógica midiática) sobre o conteúdo.

- uma *tradição socioconstrutivista*, voltada para as práticas de interação cotidianas – enraizada no interacionismo simbólico e na sociologia do conhecimento, aliados a uma teoria da mídia. Krotz (*cit. ap.* HEPP, 2011; HJARVARD, 2014) entende a midiaticização como um metaproceto de mudança cultural e da sociedade, equivalente à individualização e à globalização, um processo contínuo, vinculado a uma época e a um contexto cultural específicos, que altera as relações e comportamentos humanos. Sua perspectiva é compartilhada por Hepp (2011), para quem o conceito de midiaticização ultrapassa uma teoria da lógica e das transformações midiáticas e se refere ao panorama mais abrangente das relações de reciprocidade entre mudanças mídia-comunicativas e mudanças socioculturais. Também o enfoque de Bölin (2016) busca focalizar a mídia em sua totalidade, indagando sobre como sua integração historicamente construída na cultura e na sociedade veio formatando as esferas sociais e culturais.

A estas duas tradições Bölin acrescenta uma terceira – *tradição tecnológica* –, enraizada na semiótica e antropologia estrutural, que trata das afetações da cultura e sociedade pelas tecnologias comunicativas e seus códigos específicos. Nessa tra-

dição ele aponta como exemplo as reflexões desenvolvidas por Baudrillard e sua teoria do simulacro e simulações.

Em que pese a importância da contribuição dos autores brasileiros, ainda não é possível falar de uma perspectiva brasileira ou identificar tendências muito definidas dos estudos aqui desenvolvidos. Assumindo os riscos de simplificação, inerentes às tentativas de agrupamento e sistematização, percebo que o uso do conceito de mediação entre nós se inscreve em três caminhos possíveis:

- um *macroconceito descritivo*. Por vezes fala-se em mediação apenas para nomear / descrever o fenômeno (a extensão e força da presença das tecnologias comunicacionais), sem que essa nomeação traga uma concepção clara e definida de suas implicações. Trata-se antes de uma constatação, e a ideia de sociedade mediada entra mais como premissa do que como chave de leitura. Neste caso, mediação é um macroconceito para identificar uma das características do mundo contemporâneo e se alinha a outros macroconceitos, como urbanização, globalização, individualismo.

- uma *perspectiva crítico-determinista*. Também aqui encontramos um macroconceito, porém com implicações claramente determinadas. Esse mundo mediado não é mais o mesmo, e a presença e mediação midiáticas reordenam e impõem novos modos de vida: a mídia formata pensamentos, sensibilidades, modos de relacionamentos. É estruturadora de um novo modo de vida.

Este seria o enfoque, por exemplo, trazido pelo conceito de *bios* midiático, ou quarto *bios*, de Muniz Sodré. O campo da mídia teria a ver com um outro *eidos* (substância) – uma realidade simulada, virtual, dotada de uma lógica própria, autorreferente. Nesse quadro, o virtual assume um peso fenomenológico maior do que as representações clássicas do real histórico, elaboradas e desenvolvidas em função de uma ligação semanticamente objetiva com o real (SODRÉ, 2002, p. 239).

Esta perspectiva também atravessa o pensamento de Pedro Gomes, quando o autor distingue processos midiáticos e realidade social – a realidade social se colocando como matéria-prima dos processos midiáticos, que estariam construindo uma outra realidade, marcada pelo olhar do produtor, uma *realidade*

terceira – “que guarda semelhança com a realidade original, mas que com ela não se identifica totalmente” (GOMES, 2017, p. 44).

- uma *abordagem analítica-processual*. Esta constitui uma combinação dos dois tipos de enfoques apresentados por Braga – a abordagem setorizada e a abordagem macro. Trata-se de um tipo de perspectiva que, afirmando mudanças intensas na vida social, em decorrência de alterações nos processos interacionais com a incorporação das novas tecnologias comunicacionais (uma visão macro, portanto), busca apreender essas mudanças através do estudo das novas configurações assumidas / produzidas em práticas específicas, atravessando distintos campos institucionais. Tal abordagem estimula análises empíricas sobre os processos de mediação em diferentes setores da sociedade. Além da ênfase bastante difundida nos efeitos da “mediação” da política, é possível perceber essa perspectiva em pesquisas conduzidas por Braga, sobre diferentes temáticas⁵, por Fausto Neto (2012), sobre a mediação do discurso da ciência, entre outros.

III - Aproximação / distinção de conceitos próximos

Inúmeros conceitos vieram sendo criados nos últimos cem anos para se referir ao advento da sociedade da comunicação, ao surgimento de meios que revolucionaram as práticas comunicativas, encurtando distâncias, acelerando o tempo, expandindo as audiências. Foi a era dos meios de massa – imprensa escrita, cinema, rádio, televisão. Apesar da particularidade de cada um, esses meios constituíram juntos uma realidade comunicacional nova. Outras tecnologias comunicacionais foram desenvolvidas no final do séc. XX, sendo a principal delas a comunicação digital, que se desdobrou em inúmeras plataformas. Elas instauraram uma mudança qualitativa na realidade, e o conceito de mediação procurou dar conta dessa diferença. Mas onde e em que, exatamente, consiste a diferença conceitual?

5 Dentre os trabalhos de mestrado e doutorado orientados por Braga, citamos a tese de Monalisa Pontes Xavier (2014), que trata da mediação das terapias psicanalíticas.

Cultura de massa e indústria cultural

O conceito de “indústria cultural”, cunhado por T. Adorno e M. Horkheimer, surge no final dos anos 1940, num momento de presença forte dos meios de massa. Seu correlato, em outras tradições do mesmo período, era o conceito de “cultura de massa” (MORIN, 1962 [1977]). Sem entrar aqui na distinção dos dois conceitos, podemos resgatar seus elementos centrais: presença maciça desses novos meios, marcados por um fluxo unilateral; constituição de audiências massivas; natureza comercial (mercadológica) da produção cultural; viés (ou natureza) ideológico(a), consumando processos de manipulação e alienação. O conceito se referia basicamente à atuação da imprensa escrita (jornais e revistas), cinema, rádio e televisão.

O conceito de midiatização, por sua vez, busca abarcar um cenário mais amplo, que inclui a presença determinante dos meios digitais e um processo de inter-relação entre eles (convergência). O fluxo unilateral é substituído por diferentes fluxos. Problematizam-se as ideias de manipulação e alienação: os meios manipulam produtos, mas não consciências. Receptores passivos são substituídos por usuários ativos; usos diferenciados, releituras, resistências, fluxos e contrafluxos tornam os ambientes comunicacionais muito mais complexos.

Permanece, nas discussões atuais (com menor ou maior ênfase, dependendo do autor), a referência à força dos interesses econômicos, à dimensão mercadológica, aos interesses corporativos que penetram e buscam hegemonizar o novo ambiente. Embora o conceito de ideologia se faça pouco presente nos estudos sobre a midiatização, grande parte deles destaca o quanto o uso das novas plataformas agudiza os conflitos de interesses e cria um ambiente de polarização.

Talvez possamos dizer que o conceito de indústria cultural, na sua formulação original, foi ultrapassado – mas não a Teoria Crítica que lhe dava embasamento. A indústria cultural, enquanto fenômeno (prática), ainda existe e se ampliou enormemente; se a televisão aberta, os jornais impressos, por exemplo, vêm perdendo importância, serviços de streaming (como a Netflix), canais alternativos (via YouTube) mostram que a produção industrial da cultura está mais viva que nunca. O conceito

de indústria cultural enfocava um momento específico, no qual os meios de massa eram hegemônicos. O fenômeno se ampliou, ganhou novas imbricações e configurações – o conceito ficou estreito. Porém grande parte dos sentidos que ele expressava, como a exploração capitalista da cultura, a dominação ideológica, a mercantilização, a própria manipulação, através do direcionamento de informações, permanecem atuais. Razão pela qual a Teoria Crítica (o pensamento da Escola de Frankfurt), depois de uma fase de descrédito, passa por um momento de resgate e releitura.

Mídiasfera

Há alguns anos Régis Debray (1991 [1993]) propôs a criação de uma disciplina nova, a *mediologia*. Na verdade, a proposição não foi adiante, mas sua argumentação era interessante: o foco da mediologia seria o estudo de como as ideias se tornam força material, ou seja, como a materialização (a inscrição em um suporte) age sobre as ideias e sobre a dinâmica de sua circulação.

Nesse campo teórico proposto pelo autor, ele apresentou o conceito de *mídiasfera* – “meio de transmissão e transporte das mensagens e dos homens, com os métodos de elaboração e difusão intelectual que lhe correspondem” (DEBRAY, 1993, p. 243). O conceito se refere a e ultrapassa o suporte (o meio tecnológico em si), incorporando os procedimentos e comportamentos que ele condiciona, bem como um tipo de relação com a realidade e entre os indivíduos. Conforme Debray, cada mídiasfera “suscita um espaço-tempo particular, um realismo diferente”. E ele continua: “[...] o mundo é diferente de acordo com o suporte em que se apoia: papel celuloide, fita magnética, ondas hertzianas ou blocos de dados numéricos. De cada vez resulta uma outra segurança e um outro sentido de orientação” (*ibid.*, p. 244).

A ênfase no suporte e na materialização das ideias, assim como na dinâmica de circulação que tais suportes possibilitam, guarda proximidade com o conceito de midiatização. Ao registrar como as mídiasferas se alteraram em diferentes momentos históricos, o conceito também se aproxima dos “processos interacionais de referência”, de José Luiz Braga (2006).

O termo, porém, não ganhou adesão. No entanto, assim como midiatização, ele expressa um caminho teórico, uma vertente conceitual no campo da Comunicação que toma como ponto de partida a força ordenadora dos meios (suportes) na formatação dos processos comunicativos e na dinâmica da própria vida da sociedade. Ou seja, mesmo empregando nomes diferentes, vários autores vêm tratando desse cruzamento meios de comunicação / sociedade e cultura.

Teoria dos Meios

Assim é que devemos lembrar o que, por falta de uma melhor nomeação, pode ser chamado de “Teoria dos Meios”. Embora não constitua um conceito ou escola específica, uma tradição vem se constituindo ao longo de décadas, através de autores que apresentam um foco específico no desenvolvimento das tecnologias comunicacionais. Podemos agrupar aqui os pioneiros Harold Innis (1894-1952), Marshall McLuhan (1911-1980) e nomes mais contemporâneos, como Joshua Meyrowitz, Pierre Levy, Derrick de Kerckhove, Henry Jenkins. Estes autores são referências importantes, seja ao preconizar (e antecipar) a importância dos meios de comunicação na configuração do perfil da sociedade, seja para ajudar na compreensão das características das tecnologias digitais em nossos dias.

Tais autores (e essa corrente de estudos), ainda que apareçam como referências importantes para os atuais estudos de mídia, não se situam exatamente no núcleo dos fundamentos teóricos da temática da midiatização, porque a ênfase que eles trazem tende mais para o viés tecnológico, configurando uma perspectiva que pode ser chamada de midiacêntrica. Embora haja uma variação na abordagem de cada um desses autores, uma “Teoria dos Meios” destaca a determinação conferida pela mídia às demais esferas da sociedade.

Em contraste, as teorias de midiatização estariam enfatizando sobremaneira a relação entre meios técnicos e cultura / sociedade. Porém cabe refletir o quanto de fato são escolas à parte, e se essa diversidade de enfoques não constitui exatamente a riqueza das diferentes teorizações sobre a incidência das práticas comunicativas na sociedade contemporânea. Ao fim e

ao cabo, todas elas se agregam dentro da tradição e do já vasto repertório das Teorias Comunicacionais.

Mediação

O conceito de mediação forma o par mais lembrado, o contraponto ou complemento mais presente na discussão sobre mediação. Na verdade, mediação e mediação formam uma dupla permanente.

Por que essa proximidade? Como já mencionado, para Muniz Sodré (mas também para outros autores), pode-se explicar a mediação, numa primeira aproximação, como uma mediação pelos meios – uma mediação tecnológica ou tecnomediação.

Nossa grande referência, para falar de mediação, é sem dúvida Jesús Martín-Barbero. No clássico *Dos meios às mediações* (1987 [1997]), o autor buscou exatamente enfatizar as mediações culturais (e sócio-históricas) que atravessam a comunicação. Falando sobre a televisão, ele aponta inicialmente três grandes mediações – a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. A elas se juntam as dinâmicas da produção, os formatos, a lógica industrial. A ideia – e a grande inovação – que trouxe o livro na década de 1980 foi inverter a lógica vertical da teoria funcionalista da Comunicação (o que os meios fazem para / com a sociedade), bem como o fechamento dos paradigmas tecnológicos e semiológicos que vinham marcando os estudos comunicacionais na América Latina, buscando uma perspectiva integradora dos vários elementos que compõem o processo comunicativo (LOPES, 2014, p. 69). Martín-Barbero buscou mostrar que a sociedade e a audiência não são *tabula rasa*, a serem inscritas pelos meios, mas um composto denso de agentes, história, cultura. Sua primeira formulação, assim, trouxe a cultura, a experiência, os agenciamentos de diferentes fatores (como o tecnológico).

Nos anos seguintes Martín-Barbero (1998⁶) reformula seu pensamento e substitui o eixo das “mediações culturais da comunicação” pelas “mediações comunicacionais da cultu-

6 Conforme Introdução da 5ª edição de *De los medios a las mediaciones*, Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1998.

ra”. Nessa segunda formulação, na leitura de Lopes, “o olhar não se inverte no sentido de ir das mediações aos meios, senão da cultura à comunicação” (2014, p. 71). E Martín-Barbero, citado por Braga (2012), acentua que “[é] preciso assumir não a prioridade dos meios, mas sim que o comunicativo está se transformando em protagonista de uma maneira muito forte” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 152, ap. BRAGA, 2012; grifos removidos pela autora).

Martín-Barbero, no entanto, embora enfatizando o protagonismo do comunicacional, não se refere explicitamente ao fenômeno da midiatização. O termo midiatização parece ter sido introduzido na América Latina por Eliseo Verón, no artigo *Esquema para el análisis de la mediatización* (1997), referindo-se a esse momento em que a lógica da mídia passa a atingir todas as práticas sociais.

Na Inglaterra, Roger Silverstone (2002, 2005)⁷ prioriza o conceito de mediações ao se referir à maneira como processos comunicacionais mudam o ambiente social e cultural que os suporta, assim como à relação que indivíduos e instituições têm com seu ambiente, e entre si. Nick Couldry (2008) critica o conceito de midiatização, pois este estaria indicando *uma* lógica da mídia – quando diferentes mídias operam em lógicas distintas. O autor prefere, assim, o conceito de mediações, que poderia capturar a variedade de dinâmicas dentro dos fluxos de mídia.

São sobretudo os pesquisadores escandinavos que reforçam o uso do termo midiatização. Hjarvard (2014, p. 16) aponta os limites do conceito de mediação, que foca no processo comunicativo em si próprio, enquanto midiatização teria um alcance mais amplo – tratando das transformações estruturais de longo prazo e larga escala. Nessa perspectiva, a mídia se coloca como a grande e definitiva mediação da vida cultural e social.

Neste embate conceitual, o risco (no uso de midiatização) é tender ao midiacentrismo, ao determinismo tecnológico. Se é muito evidente que estudos atuais do cenário comunicativo (e da própria contemporaneidade) não podem prescindir da análise da presença e papel das tecnologias comunicacionais

7 Veja-se, a propósito de Silverstone, o interessante artigo de Serelle (2016).

(das tecnomediações), separar a comunicação e a constituição da vida social, o comunicacional e o cultural, tratando-os como dinâmicas distintas e procurando identificar qual interfere em qual, parece-nos equivocados. Não sendo a mesma coisa, seu funcionamento é absolutamente imbricado, e é esta inserção e atravessamentos que devem constituir o foco de nossos estudos.

IV – Síntese das contribuições

Embora a palavra midiatização se encontre bastante difundida entre nós, é necessário dizer que o termo, em si, é prescindível, porém os debates em torno dele, reafirmando ou mesmo minimizando seu alcance, trazem importantes contribuições para o estudo da sociedade contemporânea – esta que tem na presença da mídia um de seus pilares. Ou seja, não é possível estudar a sociedade hoje, nas suas diferentes instâncias e campos, sem falar na mídia.

Então é o caso de perguntar se a recíproca é verdadeira: é possível estudar a mídia focando estritamente no processo comunicacional, ou nas características desse ou daquele suporte, no exame de linguagens e códigos específicos, prescindindo de uma abordagem contextual? Possível é. Porém o que as reflexões em torno da midiatização nos ensinam é que recortar a comunicação do solo onde ela se instaura é pelo menos limitado – pois a comunicação é exatamente um dos movimentos (talvez o movimento central) que, junto com outros, constitui a vida social e nos constitui.

Assim, e numa breve revisão e resgate das questões suscitadas por nosso percurso, vale acentuar aspectos e diretrizes trazidos por um e outro autor (de diferentes tendências) que se mostram significativos para os estudos comunicacionais – independentemente de nossa maior ou menor adesão ao tema da midiatização:

- *Resgate do lugar institucional da mídia.* Uma vertente importante dos estudos sobre a midiatização enfatiza sobremaneira seu lugar institucional na sociedade. Podemos tomar aqui instituição em seus dois sentidos. Numa perspectiva mais ampla, conforme Marcel Mauss e outros, consideramos instituição

aquelas ideias, práticas, usos que estão “instituídos”, são aceitos e seguidos por todos, como a família, a linguagem. Mas instituição também nomeia organizações jurídicas, legalmente instituídas em uma sociedade, como a universidade, as forças armadas.

Práticas comunicativas diretas e mediadas são instituídas em todas as sociedades; a nossa desenvolveu e tem consolidado formas particulares. O uso do telefone e agora do WhatsApp, por exemplo, são práticas instituídas. Além disso, no entanto, a mídia ou as diferentes mídias também ocupam um lugar próprio, obedecem a políticas de organização, seguem um desempenho profissional, obedecem a uma divisão de papéis e funções, são regidas por legislações específicas.

E mais: se a mídia se constituiu como um campo próprio, uma instituição, é fundamental perceber como ela intervém e inclusive provoca modificações em outros campos, outras instituições.

- *Atenção às lógicas específicas.* A mídia, na verdade, compreende várias mídias – vários dispositivos, com funcionamento e lógicas próprias. Hjarvard, recuperando o conceito de *affordance* (usos potenciais de um objeto) apresentado por James Gibson, acentua: “As diferentes formas de intervenção dos meios de comunicação sobre a interação social dependem das características concretas do meio em questão, quais sejam, seus atributos materiais e técnicos, bem como suas qualidades sociais e estéticas” (HJARVARD, 2014, p. 52). Assim, não é suficiente, em nossos estudos, falar da mídia em geral; uma análise criteriosa deve estar atenta às particularidades do funcionamento e ordenamento de cada uma delas.

- *Análise das configurações, processos de construção, cruzamentos midiáticos.* Alguns estudos comunicativos são mais pontuais e focam em situações e ocorrências particulares. No entanto, nenhum ato comunicativo é isolado; eles são sequência de atos, momentos de um processo, encadeamentos. Então mesmo os estudos específicos, cientes da necessidade, mas também da arbitrariedade dos recortes empreendidos no *corpus* empírico de toda pesquisa, devem atentar para a inter-relação entre os diferentes elementos que compõem um dado processo comunicativo, para a natureza de construção de que se revestem, para os entrelaçamentos que o configuram – entrelaçamento entre diferentes práticas midiáticas, entre os diferentes processos interativos, tanto aqueles mediados pelas novas tecnologias digitais como

também aqueles que se dão através de meios massivos ou em interações diretas, de natureza interpessoal.

- *Combinação de visadas sincrônica e diacrônica.* A comunicação ocorre no tempo – e resgatar a dimensão temporal na análise dos processos comunicativos é essencial para perceber mudanças e permanências. Neste sentido, entender a dinâmica do presente (da mediação de nosso tempo) implica combinar dois movimentos. O primeiro deles é uma visada diacrônica: o agora é resultado e desdobramento de outras fases, de muitas práticas, grandes e pequenas mudanças ao longo do tempo. Configurações atuais não resultaram de invenções espontâneas e independentes, mas foram motivadas e inseridas em experiências, comportamentos e técnicas que se sucederam.

O segundo movimento é sincrônico: mudanças não ocorrem de forma homogênea em todos os lugares e num mesmo ritmo. É como se muitos tempos convivessem num presente multifacetado, tempos que não são mais isolados, mas se conectam e se influenciam reciprocamente.

- *Observação do entrelaçamento das múltiplas dinâmicas que animam a vida social.* Reiterando o que vem sendo dito ao longo desta reflexão, defendemos como diretriz básica dos estudos comunicacionais uma necessária inserção contextual – o que significa pensar a comunicação *na* sociedade. As discussões sobre a mediação nos incitam a pensar a penetração das lógicas midiáticas nos distintos campos da vida social, o entrelaçamento entre as diferentes práticas que configuram a vida social. Não se trata de “sociologizar” a comunicação, mas estudar os processos comunicativos sem perder de vista o quadro interativo (posicionamento dos interlocutores, situação) e seu contexto mais amplo. Esta tem sido a abordagem de autores da temática da mediação (como Hjarvard e Hepp, entre outros), que devem ficar como diretriz importante para qualquer estudo da mídia em nossos dias.

Referências

BOLIN, Göran. The Rhythm of Ages: Analyzing Mediatization Through the Lens of Generations Across Cultures. *International Journal of Communication*, v. 10, p. 5252-5269, 2016.

- BRAGA, José L. Mediatização como processo interacional de referência. *ANIMUS – Revista interamericana de comunicação midiática*, Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, v. V, n. 2, p. 9-35, jul./dez. 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/index.php/animus/article/viewFile/6693/4050#page=9>.
- BRAGA, José L. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JR., J.; JACKS, N. (org.). *Mediação & midiatização*. Salvador: Edufba; Brasília: Compós, 2012. p. 30-52.
- COULDRY, Nick. Mediatization or Mediation? Alternative Understandings of the Emergent Space of Digital Storytelling. *New Media & Society*, v. 10, n. 3, p. 373-391, 2008.
- DEBRAY, Régis. *Curso de midialogia geral*. Petrópolis: Vozes, 1993.
- FAUSTO NETO, Antonio. A circulação além das bordas da circulação. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra (dir.). *Mediatización, sociedad y sentido: diálogos entre Brasil e Argentina. Coloquio del Proyecto “Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos”*. 2010. Universidad Nacional de Rosario, Argentina. Departamento de Ciencias de la Comunicación, 2010. p. 2-17. Disponível em: https://www.academia.edu/4665780/MEDIATIZACION%20Y%20SOCIEDAD_Y_SENTIDO.
- FAUSTO NETO, Antonio (org.). *Midiatização da ciência: Cenários, desafios, possibilidades*. Campina Grande: EDUEPB, 2012.
- GOMES, Pedro G. *Dos meios à midiatização: Um conceito em evolução*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2017.
- HJARVARD, Stig. *A midiatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2014.
- HEPP, Andreas. *Cultures of Mediatization*. Cambridge: Polity Press, 2013.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo. Mediação e recepção: Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. *Matrizes*, v. 8, n. 1, p. 65-80, jan./jun. 2014.

- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1998.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1997.
- MIDIATIZAÇÃO como o acabamento de outro chão. Entrevista com Muniz Sodré. Disponível em: <http://www.ciseco.org.br/index.php/noticias/entrevistas/48-muniz-sodre-midiatizacao-como-o-acabamento-de-outro-chao>. Acesso: 16/02/2020.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX*. Vol. I e II. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977.
- SANTAELLA, Lucia. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1992.
- SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003a.
- SANTAELLA, Lucia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. *FAMECOS*, Porto Alegre, n. 22, p. 23-32, 2003b.
- SERELLE, Márcio. A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone. *Matrizes*, v. 10, p. 75-90, maio/ago. 2016.
- SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia*. São Paulo: Loyola, 2002.
- SILVERSTONE, Roger. The Sociology of Mediation and Communication. In: CALHOUN, C.; ROJEK, C.; TURNER, B. (ed.). *The International Handbook of Sociology*. London: Sage, 2005. p. 188-207.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e mediação. In: MORAES, Denis (org.). *Sociedade mediada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediación. *Diálogos de la Comunicación*, Lima: Felafacs, n. 48, p. 9-17, 1997.

XAVIER, Monalisa P. *A consulta transformada: experimentação de dispositivos interacionais*. Tese (doutorado) – São Leopoldo, PPGCOM Unisinos, 2014.