MIDIATIZAÇÃO, UM CONCEITO PLURÍVOCO[1]

MIDIATIZATION, PLURIVOCO CONCEPT

Evelin de Oliveira Haslinger[2]
Mariana Lunelli[3]

Resumo: O artigo resulta do projeto de pesquisa "Plurivocidade do conceito de midiatização", realizada no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos e financiada pelo CNPq, no período de 2013/2016, coordenada pelo Professor Dr. Pedro Gilberto Gomes[4]. O objetivo geral foi trabalhar a compreensão do conceito de midiatização, fazendo um diretório de suas diversas conceituações, tanto no Brasil como na América Latina e Europa. A pesquisa

1. Trabalho apresentado no I Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais, na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, de 12 a 15 de dezembro de 2016.
2. Mestranda em Ciências da Comunicação no Programa de Pós-Graduação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS/RS). Bolsista Apoio Técnico (AT) CNPq.
3. Graduanda do curso de Comunicação Digital na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS/RS). Bolsista de Iniciação Científica (IC) CNPq.
4. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Atualmente, é pró-reitor acadêmico e Professor Titular no PPG de Comunicação (linha de pesquisa: midiatização e processos sociais) da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

parte do princípio de que este conceito não é unívoco e um primeiro passo para delimitá-lo é fazer um levantamento das diversas significações. Pretende-se, em especial neste texto, apresentar o conceito de midiatização e suas múltiplas vozes, bem como resultados encontrados ao término da pesquisa.

Palavras-chave: Comunicação. Midiatização. Plurivocidade.

Abstract: The article results from the research project "Plurivocidade do conceito de midiatização" (Plurivocity of the concept of mediatization), carried out under the Unisinos Post-Graduate Program in Communication and financed by CNPq, in the period 2013/2016, coordinated by Professor Dr. Pedro Gilberto Gomes. The purpose was to work towards an understanding of the concept of mediatization, making a directory of its various conceptualizations, both in Brazil and in Latin America and Europe. The research assumes that this concept is not univocal and a first step to delimit it is to make a survey of the various meanings. It is intended, especially in this text, to present the concept of mediatization and its multiple voices, as well as results found at the end of the research.

Keywords: Communication. Midiatization. Plurivocity.

1 Introdução

Os estudos de midiatização têm se tornado essenciais para a compreensão dos fenômenos comunicacionais na sociedade contemporânea. Ela, cada vez mais, tem afetado as relações entre os atores sociais, meios e instituições midiáticas e não midiáticas, estabelecendo novas formas de relações e práticas sociais, mudando também a nossa cultura. Nesta perspectiva, o conceito é usado para descrever o processo de expansão dos diferentes meios, levando em conta as relações entre as mudanças comunicacionais dos mesmos e a mudança sociocultural.

Para Gomes (2013, p. 137), a sociedade em vias de midiatização é marcada por um "caldo cultural", em que os processos sociais acontecem. Desta maneira, a sociedade

midiatizada é caracterizada como uma "nova ambiência, um novo modo de ser no mundo".

Neste sentido, a pesquisa ora apresentada buscou compreender o fenômeno da midiatização e conhecer as diferentes maneiras como o conceito vem aparecendo em pesquisas, tanto no Brasil como em outros países da América Latina e também da Europa. Ela parte do pressuposto de que 'midiatização' é um conceito plurívoco, ou seja, cada pesquisador o emprega com um sentido, a partir de seu objeto de pesquisa e de elementos de sua realidade. Isso não quer dizer que tudo é aplicável ao conceito, mas que ele traz em si as múltiplas vozes, das múltiplas realidades e pesquisas. Também se buscou responder ao questionamento: Como as diferentes escolas teóricas compreendem e definem a midiatização? E mais: O arcabouço teórico já levantado é adequado para explicar o contexto comunicacional que se tem hoje?

A metodologia proposta privilegiou a análise de documentação, arquivos, produções bibliográficas sobre o tema. O levantamento sobre a midiatização como objeto de estudo foi feito em dois momentos, a partir das realidades nacional e internacional. Num primeiro momento, foram verificadas as teses e dissertações, realizadas no âmbito dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil, com enfoque no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), dentro da linha de pesquisa "Midiatização e Processos Sociais". Neste programa, foi ainda verificada a atuação de cada professor-pesquisador vinculado à referida linha de pesquisa, a partir dos seus respectivos objetos de pesquisa: Ana Paula da Rosa (o conceito de imagens-totens); Antonio Fausto Neto (o conceito de circulação); Jairo Ferreira (o conceito de circulação e dispositivos); José Luiz Braga (o conceito de dispositivos interacionais) e Pedro Gilberto Gomes (o conceito de ambiência). Como ponto de convergência de todos os pesquisadores, há o entendimento de que a midiatização é um processo social e um fenômeno em construção.

Num segundo momento do levantamento, foi realizado o cotejamento dos principais autores que trabalham com o conceito de midiatização na América Latina, com foco na

Argentina e de que maneira eles vêm aplicando o conceito de midiatização aos seus objetos epistemológicos.

Num terceiro momento, foi levantado o atual estágio do trabalho com o conceito na Europa.

Ao final da pesquisa, foi feita a construção de um mapa dos estudos de midiatização, a destacar: Brasil, Argentina, Europa. E, para organizar e disponibilizar os estudos relacionados e ainda funcionar como repositório dos documentos levantados na pesquisa, foi criado o blog "Unisinos/Midiatização[5]".

Sendo assim, o presente artigo foi dividido, de acordo com os achados na pesquisa: 1) Midiatização: o conceito plurívoco - com o objetivo de apresentar o conceito e suas múltiplas vozes; 2) Resultados e considerações – com um registro dos resultados que a pesquisa gerou.

2 Midiatização: o conceito plurívoco

Como já antecipamos na introdução, conforme sugere Gomes (2015, p. 34), o conceito de midiatização vem se apresentando como um elemento essencial para a compreensão do fenômeno comunicacional, nos dias de hoje:

> A midiatização tornou-se cada vez mais um conceito chave, fundamental, essencial para descrever o presente e a história dos meios e a mudança comunicativa que está ocorrendo. Desse modo, se se tornaram parte do todo, não se pode vê-los como uma esfera separada. É necessário desenvolver uma compreensão de como a crescente expansão dos meios de comunicação muda nossa construção da cultura, da sociedade e das diferentes práticas sociais. Nessa perspectiva, a midiatização é usada como um conceito para descrever o processo de expansão dos diferentes meios técnicos e considerar as inter-relações entre a mudança comunicativa dos meios e a mudança sociocultural (Gomes, 2015, p. 34).

5. Disponível em <www.unisinos.br/midiatizacao>.

A partir desse entendimento, podemos dizer que a midiatização é um processo social. Também é um conceito em construção, uma vez que a sociedade em vias de midiatização não nos possibilita todas as respostas. As pesquisas estão acontecendo enquanto os processos se desenvolvem.

Cabe dizer que as pesquisas desenvolvidas hoje acerca do tema avançaram graças ao trabalho iniciado por dois autores: Jesus Martín-Barbero, que legou o conceito de mediações e Eliseo Verón, que é considerado um dos pioneiros do conceito. Convém registrar que, embora Barbero não seja um teórico genuíno do campo da midiatização, sua teorização sobre o conceito de mediações foi fulcral para o desenvolvimento do cenário nas análises de comunicação nos últimos anos do século XX, debruçando-se sobre a transição de uma sociedade dos meios para uma sociedade em vias de midiatização. Já Verón é considerado um dos formuladores do conceito de midiatização.

Quanto à sua plurivocidade, o que queremos dizer com isso? Queremos dizer, como já tratamos aqui neste texto, que o conceito permite que várias pessoas se dediquem a ele. Foi esta, inclusive, uma das motivações da pesquisa: buscar compreender como os principais estudiosos deste fenômeno o conceituaram, tentando mapear como cada um vem empregando-o em suas pesquisas.

Pode-se dizer que as múltiplas vozes do conceito são o que o tornam rico e desafiador. Assim, pode-se, no contexto da midiatização, ter múltiplas possibilidades de objetos empíricos e os vários olhares sobre ela. Concordamos com Krotz (2009), quando o autor alemão afirma que as variadas definições do conceito de midiatização são uma vantagem.

Dentro da diversidade de vertentes, contextos e escolas, apresentam-se, na sequência, os principais autores e como vêm trabalhando com o conceito de midiatização, no Brasil, na Argentina e na Europa.

2.1 Brasil

No Brasil, os estudos de midiatização vêm crescendo nos últimos anos. Neste sentido, pode-se até considerá-los incipientes, mas não tímidos[6].

Cabe registrar que uma das primeiras iniciativas de construção do campo teórico da midiatização brasileiro foi realizada pelo grupo de pesquisadores do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), que, em 2006, inaugurou a linha de pesquisa Midiatização e Processos Sociais. De lá para cá, foram efetivadas, aproximadamente, 30 teses e 35 dissertações, trabalho capitaneado pelo grupo de pesquisadores, formado pelos professores Ana Paula da Rosa, Antonio Fausto Neto, Jairo Ferreira, José Luiz Braga e Pedro Gilberto Gomes.

Além da Unisinos, o conceito vem ganhando espaço dentro dos programas de pós-graduação de outras instituições, como é o caso da UFMG, UFG e UFJF[7].

O escopo da produção sobre midiatização, no Brasil, abrange, além das dissertações e teses, artigos científicos e livros – de autoria própria e/ou conjunta – e ainda eventos dos mais diversos gêneros (colóquios, seminários, congressos).

Em termos de tratamento epistemológico do conceito, as abordagens são distintas, de acordo com cada objeto de estudo e com a vinculação teórica de cada pesquisador.

Antônio Fausto Neto, nos últimos anos, tem dedicado sua produção nos estudos de midiatização para tensionar o conceito de circulação. Segundo ele, na sociedade midiatizada, os processos de circulação de mensagens e, de modo

6. A crítica de que os estudos de midiatização no Brasil são tímidos foi feita pelo autor Carlos Alberto de Carvalho, no artigo "Midiatização: investigações brasileiras e europeias e o midiacentrismo", apresentado no GT Epistemologias da Comunicação, no XXV Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal de Goiás, Goiânia, de 7 a 10 de junho de 2016.

7. Essa expansão se deu por conta de um programa de intercâmbio de pesquisa e formação docente, viabilizado com apoio da Capes, por meio do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (Procad), iniciado em 2007.

especial, de produção de sentidos, organizam uma nova arquitetura comunicacional, afetando as condições de vínculos entre produtores e receptores:

> Na "sociedade em vias de midiatização" estamos diante de um novo cenário sócio-técnico-discursivo que constitui as novas interações entre produção/recepção. Estas resultam diretamente, de novas formas de organização de circulação dos discursos. A problemática dos efeitos de sentido assume uma nova complexidade, requerendo dispositivos analíticos, especialmente procedimentos refinados que possam descrever como a circulação deixa se mostrar em novos cenários. Nesta, a circulação re-situa além das interações, conceitos clássicos ao processo da comunicação, como por exemplo, o de notícia e o de acontecimento (Fausto Neto, 2010, p. 06),

Um conceito caro à pesquisadora Ana Paula da Rosa é o de imagens-totens, que é o objeto de seus estudos, relacionado com o conceito de midiatização. Para Rosa (2014, p. 28), "pensar imagens hoje é pensá-las na ambiência da midiatização, uma vez que os processos sociais estão atravessados pelas lógicas de mídia. No entanto, falar em construção simbólica de imagens demanda abordar o poder simbólico." Desta forma, podemos dizer que imagens-totens são imagens de poder, de modo a constituir símbolos de um acontecimento: "A imagem-totem resiste, superando mesmo os espaços polêmicos gerados, o que implica em dizer que esta imagem torna-se uma estrutura estruturante ou, nas palavras de Bourdieu, um poder simbólico." (ROSA, 2014, p. 40).

Concluindo, Rosa (2014, p. 45) afirma:

> As imagens-totens são imagens autorreferenciais que são produzidas na circulação, pois elas só existem nessa tramitação, mobilizando a tríade freudiana de lembrança, repetição e perlaboração em potência. A primeira diz respeito à lembrança efetiva do acontecimento, ou do trau-

> ma no caso da psicanálise; a segunda, a uma forma de não recordar, ou seja, uma espécie de impedimento à lembrança. Já a perlaboração configura-se como uma reconciliação com o reprimido, portanto, lembrar para perlaborar ou elaborar de novo (Rosa, 2014, p. 45).

Outro autor que tem a midiatização no seu horizonte de trabalho é Jairo Ferreira. Ele empreende estudos sobre circulação e dispositivos. Sua pergunta se dirige aos dispositivos e à circulação como objetos, na perspectiva da midiatização. Para Ferreira, estudar a circulação é produzir inferências possíveis sobre valores (des)construídos socialmente, a partir de usos e práticas relacionáveis às interações com dispositivos midiáticos, adotando como referência preliminar o campo observacional construído por materialidades difusas e distribuídas. O autor defende que a circulação não é a distribuição, visto ser essa uma derivada da circulação. A circulação, portanto, é um problema investigável na distribuição intermidiática (entre dispositivos) e intramidiática (no âmago do dispositivo).

Nos processos midiáticos, em redes digitais online, há uma nova relação entre consumo e produção. A circulação é objeto emergente. Ferreira apresenta o conceito de recepção produtiva ou produção consumidora como chave do próprio conceito de midiatização.

A circulação é abstrata. O dispositivo não é o meio nem mensagem. Num ambiente de incerteza teórico-metodológica, a pesquisa sobre os dispositivos na perspectiva da circulação/midiatização é produtora de proposições e novos questionamentos. A inscrição dos processos sócio-antropológicos nos dispositivos midiáticos produz novos usos, práticas e interações sociais midiatizadas.

Ao tratar das incidências da circulação sobre as instituições e indivíduos, Jairo Ferreira afirma que se observa uma forte conservação de valores como base dos processos de distribuição difusa, deferida na primeira fase das redes, em que as instituições midiáticas e não midiáticas passam a

ocupar espaço das redes digitais. Os movimentos da midiatização devem ser buscados nas investigações empíricas.

O foco de estudos de José Luiz Braga, no campo da midiatização, é o conceito de dispositivo interacional. Braga denomina dispositivos interacionais como táticas-padrão, de modelos reconhecíveis, mas com grande plasticidade de acionamento, que podem ser chamados pelos participantes a serviço de sua comunicação. Braga (2011) conceitua:

> O fenômeno comunicacional se realiza em episódios de interação entre pessoas e/ou grupos, de forma interpessoal ou midiatizada – esse é nosso viés principal. As interações envolvem uma grande variedade de circunstâncias, processos, participantes, objetivos e encaminhamentos (Braga, 2011, p. 5).

Pedro Gilberto Gomes se debruça sobre o conceito de ambiência, fundamental para se compreender a conjuntura do fenômeno da midiatização:

> A sociedade em midiatização constitui, nessa perspectiva, o caldo cultural, repetimos, onde os diversos processos sociais acontecem. Ela é uma ambiência, um novo modo de ser no mundo, que caracteriza a sociedade atual. Comunicação e sociedade, imbricadas na produção de sentido, articulam-se nesse caldo ambiente que é o resultado da emergência e do extremo desenvolvimento tecnológico. Mais do que um estágio na evolução, ele é um salto qualitativo que estabelece o totalmente novo na sociedade. (GOMES, 2013, p. 137-8)

Ainda entre os teóricos brasileiros que se preocuparam com a midiatização, destaca-se um conceito que pode ser aventado para o campo da midiatização, que é o de Muniz Sodré. Encontra-se, em sua obra Antropológica do Espelho (2010), o conceito de bios midiático, derivado dos três bios de Aristóteles: o bios politikós, bios praktikós e bios theretikós

para explicar o fenômeno da midiatização. O autor sugere que o bios midiático gera uma nova dimensão de contato com a sociedade através de uma "máquina semiótica simuladora do mundo". Este bios viria modificando as relações sociais e o modo de fazer político (SODRÉ, 2010 p. 234).

Cabe ainda registrar as contribuições de Lucia Santaella e Ciro Marcones Filho, estudiosos com bastante representatividade nos estudos de comunicação brasileiros, que reconhecem o valor do conceito e avançam no rumo de uma maior compreensão dele.

2.2. Argentina

Na Argentina, há hoje um grupo muito desenvolvido de pesquisadores que se preocupam em estudar, sob diferentes aportes empíricos, o fenômeno da midiatização. Na Universidade de Rosário, na Faculdade de Ciência Política e Relações Internacionais, encontra-se o Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM), que tem como objetivos integrar, promover, desenvolver e coordenar atividades de investigação sobre a midiatização, a partir de uma perspectiva interdisciplinar, articulando as abordagens de estudos de comunicação, cultura, sócio-semióticos e disciplinas relacionadas, garantindo o respeito à pluralidade de abordagens teóricas e metodológicas. O centro mantém o endereço eletrônico: www.cim.unr.edu.ar e disponibiliza publicações relativas à área.

Entre os principais pesquisadores argentinos, destaque para Eliseo Verón, que aborda a teoria da midiatização a partir de uma perspectiva sócio-antropológica. Para Verón, a midiatização designa não só um processo moderno, basicamente desenvolvido no século 20, mas um processo histórico, de longo prazo, resultante da capacidade de semiose do homo sapiens. Ele define o conceito de fenômeno midiático como a exteriorização-desmaterialização dos processos mentais, sob a forma de um dispositivo técnico, e a midiatização como a sequência histórica de longo prazo dos fenômenos midiáticos. Os momentos cruciais dessa história – surgimento da escrita, surgimento do livro, impressão, fo-

tografia, invenções, permitindo a construção de sequências temporais de sons e imagens - têm três características em comum: eles produzem efeitos radiais que afetam todos os níveis de funcionamento social, são processos não lineares, longe do equilíbrio, e aceleram o tempo histórico. Para Verón, fenômenos midiáticos mostram, por toda a história humana, diferentes modalidades de alteração de espaço e/ou tempo de escalas, que são o núcleo da midiatização.

O problema central para a investigação futura sobre midiatização, na perspectiva de Verón, é conceituar adequadamente a tensão interminável entre os sistemas sócio-individuais autopoiéticos dos atores e os múltiplos fenômenos midiáticos que operam no ambiente dos sistemas sociais e subsistemas.

Gaston Cingolani, outro pesquisador portenho, descreve a midiatização como um processo de transformação de sentido, a partir de determinada organização material. Esta transformação, segundo o autor, é o que Luhmann (1995) já sugeria como a emergência de uma comunicação, envolvendo dois processos ou duas instâncias de processos associados à produção de sentido. É o que Verón (1988) chamou de produção e reconhecimento e, em sentido similar, Luhmann chamou de enunciação e entendimento. Cingolani afirma que a transformação da midiatização é o que possibilita a produção-e-reconhecimento de sentido, graças a saltos espaciais, temporais e intersubjetivos, que, de outra maneira, não se haviam produzido.

Segundo Cingolani (2014 p. 11), “analisar os processos de midiatização como produtores e transformadores do social é o que nos convoca precisamente agora em uma época de crise e transformação dos próprios processos de midiatização”.

Partindo de aspectos gerais e, ao mesmo tempo, específicos, o autor se propõe a uma avaliação de uma série de aspectos que ligam o espectro tecnológico com a produção de sentido através dos jogos dimensionais: espaço, tempo e intersubjetividade, por um lado, e as categorias da semiose da teoria de Peirce, por outro. A hipótese apresentada é de que as transformações produzidas pela midiatização podem

ser analisadas segundo dois grandes tipos de operações sobre as quais se reconhece o impacto: memória e contato.

Concordando com outros autores, Cingolani afirma que as transformações da midiatização estão em andamento, ainda há muito o que analisar.

Oscar Traversa é um pesquisador que se preocupa com as mudanças e rupturas nas trajetórias do sentido, por meio das inflexões do discurso. Boa parte do pensamento deste autor sobre midiatização está presente no livro "Inflexiones del discurso: Cambios y rupturas en la trayectorias del sentido", que enfoca aspectos como a discursividade, circulação e a produção de sentido.

Mario Carlón se lança sobre os efeitos da midiatização em aplicativos de redes sociais, como o Facebook, analisando a reação dos usuários, durante a transmissão da lei sobre matrimônios igualitários na Argentina, em julho de 2010. Segundo o autor, esta é uma ótima oportunidade para discutir o alcance e os efeitos da midiatização neste novo momento histórico:

> O principal mérito dos estudos sobre midiatização consiste em que se ocupam de questões cruciais, em que parecem articular-se com os níveis analíticos aos quais havíamos anteriormente referenciado. Ou seja, eles atendem, por um lado, ao estatuto dos diferentes meios (dos meios massivos (MM) aos meios digitais (MD), com seus respectivos dispositivos e linguagens) e, por outro, dos distintos sujeitos que já estejam em produção ou reconhecimento se articulam com os discursos produzidos por estes diferentes sistemas de midiatização. Por outro lado, que atendem perguntas tais como: em que se diferenciam os discursos dos MM e dos MD e como distinguir os sujeitos que se articulam com eles? (CARLÓN, 2012, p. 178)

Sandra Valdettaro trabalha com a sobre-exposição e o ocultamento na relação com a midiatização. O seu texto se propõe a analisar as dimensões do corpo, do discurso político

através da figura do líder presidencial de corpo performático, explorando a relação entre a exposição excessiva do corpo e as estratégias discursivas de ocultação, revendo as teorias de desempenho em coordenação com as sócio-semióticas e categorias filosóficas e políticas. Além disso, faz a tentativa de definir as peculiaridades das formas de laços políticos na cobertura da midiatização atual, debruçando-se sobre o caso de algumas seções de análise do discurso da Argentina, com enfoque na presidente Cristina Fernandez de Kirchner.

Por fim, temos Eduardo Vizer, estudioso que relaciona a midiatização e a transubjetividade na cultura tecnológica. Suas pesquisas intentam analisar as relações entre os processos de midiatização objetiva e subjetiva da sociedade, o que ele denomina de "Cultura Tecnológica". Vizer (2008, p. 33) afirma que "a cultura tecnológica se manifesta como a emergência contemporânea de novas formas de construção social da existência humana".

Seu trabalho também articula as relações entre os conceitos de informação e comunicação e os de estrutura e processo social. Para ele, a construção dos processos de midiatização social se dá por meio de dispositivos, ao mesmo tempo tecnológicos e simbólicos, associados e inter-relacionados entre si, na forma de códigos indiciais e processos abdutivos apresentados por Peirce. Vizer afirma que "a midiatização social representa o triunfo da Cultura Tecnológica, o triunfo da penetração invasiva das tecnologias de intermediação em todas as ordens da vida social".

2.3. Europa

O tratamento e a preocupação com a midiatização estão no horizonte de pesquisadores na Europa, que a observam a partir da concepção dos dispositivos midiáticos. Para eles, a midiatização acontece quando uma realidade recebe o tratamento dos meios de comunicação.

Neste mapeamento, priorizou-se a apresentação de alguns dos principais pesquisadores nórdicos deste tema. Para tanto, consideraram-se os textos dos autores, publicados em *Mediatization of Communication* - Coleção Handbooks of

Communication Science, obra organizada por Knut Lundby, publicada em 2014, que reúne, num quadro cuidadosamente elaborado pelos diversos autores, compreensões e visões variadas. Com base nessa experiência de *outsiders e insiders*, eles tentam, agora, mediar o debate inaugurado pelo periódico *Media, Culture and Society*.

Lundby, na introdução do livro, constata que a *Midiatização* se tornou um conceito muito utilizado para caracterizar as mudanças nas práticas, nas culturas e nas instituições de sociedades saturadas pelos media, denotando, assim, as transformações dessas próprias sociedades. O tema deste volume, então, é extremamente importante, quando se quer compreender os processos contemporâneos de mudanças sociais, culturais e políticos.

É certo que midiatização é um termo estranho, mas que ganhou terreno no discurso acadêmico na segunda década do terceiro milênio (Lundby 2009a). É uma questão de comunicação saber como as mudanças ocorrem quando padrões de comunicação são transformados, em função de novas ferramentas e tecnologias de comunicação, ou em suma: a "mídia".

Friedrich Krotz analisa a midiatização como um motor na modernidade, buscando a mudança social e cultural no contexto da alteração de mídia. Para isso, reconstrói a emergência da abordagem da midiatização na década de 1990 como uma resposta acadêmica para a mídia digital e o computador, relacionados com a mídia. Para este autor, midiatização é entendida como um desenvolvimento histórico e real, semelhante à globalização e modernização; é um meta-processo, tal como a individualização, a globalização e a comercialização. Ou seja, um complexo processo de processos.

Stig Hjarvard procura refletir sobre a midiatização e a mudança cultural e social, numa perspectiva institucional, a fim de apreender as relações estruturais de mudança entre mídia e as diferentes esferas da sociedade. Segundo ele, hoje experimentamos uma intensa midiatização da cultura e da sociedade, que não se limita ao domínio da formação de opinião pública, mas atravessa quase todas as instituições sociais e culturais, como a família, o trabalho, a política e a

religião. A influência da mídia sobre a mudança cultural e social não está baseada numa mídia de "colonização" de outras instituições, mas sobre as mudanças nas relações interinstitucionais. Hjavard defende que todas as instituições, incluindo os meios de comunicação, dependem de uma variedade de outras instituições, podendo surgir mudança cultural e social através de novas configurações de relações entre mídia e outras instituições.

Nick Couldry, por sua vez, trata da midiatização e o futuro da teoria de campo, analisando a história recente da pesquisa sobre midiatização, do ponto de vista de sua contribuição potencial para a teoria social. O ponto de partida para isso é conceber a midiatização não como uma lógica interna de conteúdo de mídia, mas como um meta-processo que emerge de muitas transformações simultâneas em configurações específicas. Couldry entende que, somente se a midiatização for entendida dessa maneira, ela pode resolver a explicação diversificada do espaço social encontrado na teoria de campos e em outros lugares na teoria social. Mas a pesquisa em midiatização também ajuda a ver a necessidade de aperfeiçoar a teoria de campo para ter uma explicação transversal dos efeitos da mídia, em todos os espaços sociais, que são explorados por meio do conceito de meta/capital de mídia.

Andreas Hepp e Uwe Hasebrink debruçam-se sobre o fenômeno da interação humana e das figurações comunicativas, do ponto de vista da transformação das culturas e sociedades midiatizadas. Aqui é introduzido o conceito de "figurações comunicativas", como uma ferramenta analítica para a investigação da midiatização, com um enfoque especial na mudança de interação humana. O conceito de "figurações comunicativas" é usado para desenvolver uma análise transmidiática da construção comunicativa da mudança das culturas e das sociedades midiatizadas. Os focos desta abordagem são as formas de comunicação, ambientes de mídia, constelações de agentes e enquadramentos temáticos de entidades sociais - por exemplo: a família midiatizada, organizações midiatizadas ou o campo da religião midiatizada.

Sonia Livingstone e Peter Lunt realizam uma crítica sobre as diversas posições esboçadas pelos autores dos tex-

tos. Nesse sentido, questionam e se perguntam se o conceito de midiatização estaria ou não se constituindo num paradigma emergente para a mídia e para a pesquisa de comunicação. A pesquisa em midiatização baseia-se na história da mídia e na história da mediação dentro de diversas áreas da sociedade para desenvolver um relato acadêmico e empiricamente fundamentado da mediação da história.

3. Resultados e considerações

Do que ficou relacionado no cotejamento dos autores acima mencionados e suas principais linhas de concepção e trabalho com o conceito de midiatização, é possível verificar-se, ao mesmo tempo, uma amplitude epistemológica e uma diferenciação de abordagens, a partir do trabalho com empirias diversas.

Antes de tentar fazer convergirem as abordagens relacionadas neste artigo, a ideia era a de pontuar a diversidade de enfoques e de concepções, mostrando que o conceito de midiatização é plurívoco, na sua essência, a depender da abordagem que os pesquisadores, em conjunto ou individualmente, deem a ele.

Outra constatação que pode sair deste mapeamento conceitual é a importância que o conceito de midiatização ganha para o campo da comunicação – fator que o torna, ao mesmo tempo, uma preocupação local e internacional. Considerado em um amplo lastro de aspectos (interação, circulação, ambiência, tecnologia, mudança insterinsticucional, etc), a sua força provoca a análise do campo da comunicação a partir da sua consideração como campo epistemológico.

Destaque-se, ainda, o esforço dos pesquisadores, no Brasil, na Argentina e na Europa, de construírem diálogos de concepções teóricas e de ações interinstitucionais para que a midiatização ganhe força e se consolide como uma explicação cabível e consistente para o panorama dos estudos de comunicação atual. Este esforço pode ser verificado em ações como publicações conjuntas, realização de eventos

internacionais, pesquisas envolvendo estudiosos de vários países.

Por fim, há o entendimento de que a plurivocidade do conceito dá a ele consistência e amplitude de foco analítico. E um longo caminho de investigação acadêmica.

Referências

BRAGA, José Luiz. **Dispositivos interacionais**. Trabalho apresentado ao grupo de trabalho Epistemologia da Comunicação. In: XX Encontro da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, de 14 a 17 de junho de 2011.

CARLÓN, Mario. En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de facebook durante a transmissión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario. In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antonio. As políticas de los internautas: nuevas formas de participación. Buenos Aires: la Crujía, 2012.

CARVALHO, Carlos Alberto de. **Midiatização**: investigações brasileiras e europeias e o midiacentrismo. Trabalho apresentado ao grupo de trabalho Epistemologia da Comunicação. In: XXV Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal de Goiás, Goiânia, de 7 a 10 de junho de 2016.

CINGOLANI,Gáston. Qué se transforma cuando hay mediatización? In: REVIGLIO, María Cecilia; ROVETTO, Florencia Laura (orgs). CIM - Estado actual de las investigaciones sobre mediatiaciones. Rosario: UNR Editora, 2014. Disponível em: http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuadernodelcim2.pdf

FAUSTO NETO, Antonio. A circulação além das bordas. In: **Mediatización, Sociedad y Sentido:** Diálogos Brasil y Argentina. Rosário: UNR, 2010. Disponível em:http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wp-content/uploads/Mediatizaci%C3%B3n-sociedad-y-sentido.pdf.

GOMES, P. G. In: BRAGA, José Luiz; et al. **Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2013.

GOMES, Pedro Gilberto. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. In: FAUSTO NETO, Antonio; ANSELMINO, Natalia Raimondo; GINDIN, Irene Lis (org.). CIM – **Relatos de Investigaciones sobre mediatizaciones**. Rosário: UNR Editora, 2015.

KROTZ ,Friedrich. Mediatization: a concept with which to grasp media and societal change. In: Lundby K (ed) Mediatization: Concept, Changes, Consequences. New York: Peter Lang, 2009.

LUNDBY, Knut et al. *Mediatization of Communication*. Coleção Handbooks of Communication Science, nº 21 (july 14, 2014). Berlin: De Gruyter Mouton, 2014

ROSA, Ana Paula da. Imagens-totens em permanência x tentativas midiáticas de ruptura. In: ARAUJO, Denize; CONTRERA, Malena (orgs). **Teorias do Imaginário**. Compós, Brasília, 2014. Disponível em http://www.compos.org.br/data/teorias_da_imagem_e_do_imaginario.pdf

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho.** Petrópolis: Vozes, 2010.

TRAVERSA, Oscar. Inflexiones del discurso: câmbios y rupturas em las trajectorias del sentido. Buenos Aires: Santiago, 2014.

VALDETTARO, Sandra. Cuerpo-presidencial-performático y Mediatización: entre la sobreexposición y el ocultamiento. In: FAUSTO NETO, Antonio. CIM - Relatos Investigaciones sobre mediatizaciones. Rosário: UNR, 2015.

VIZER, Eduardo. Midiatização e (trans) subjetividade na cultura tecnológica. A dupla face da sociedade midiatizada. In: FAUSTO NETO, Antonio [et al]. Midiatização e processos sociais na América Latina. São Paulo: Paulus, 2008.