Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Olhares sobre a midiatização: observando ações teórico-metodológicas de observação na pesquisa em Comunicação[1]

Views on mediatization: observing theoretical-methodological actions of observation in the research in Communication

Moisés Sbardelotto[2]

Resumo: Neste artigo, apresentamos resultados de pesquisa que buscou identificar os modos teórico-metodológicos de observação de processos de comunicação a partir da perspectiva da midiatização. Tratou-se de uma metapesquisa (MATTOS, 2018) articulada com a análise performativa (BRAGA, 2010) de 21 teses e 46 dissertações defendidas entre 2016 e 2018. Aqui, primeiramente, refletimos sobre dois principais "ângulos de observação" da midiatização: micro e macro. Apresentamos uma síntese do percurso metodológico para "observar a observação". Descrevemos resultados da metapesquisa, problematizando a midiatização como contexto geral das observações empíricas. Por fim, concluímos que é preciso buscar uma articulação complexa entre as perspectivas micro e macro, o que chamamos de observacionalidade ecotransversal da midiatização.
Palavras-chave: Midiatização; Epistemologia da midiatização; Observação; Pesquisa.

Abstract: In this paper, we present results of research that sought to identify the theoretical and methodological ways of observing communication processes from the perspective of mediatization. This meta-research (MATTOS, 2018) involved the performative analysis (BRAGA, 2010) of 21 theses and 46 dissertations defended between 2016

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

[2] Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), com doutorado sanduíche na Università di Roma "La Sapienza" e estágio pós-doutoral na Unisinos (bolsa Fapergs/Capes). E-mail: m.sbar@yahoo.com.br.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

and 2018. Firstly, we reflected on two main "observation angles" of mediatization: the micro and the macro. We present, then, a synthesis of the methodological path to "observe the observation." After, we describe some results of the meta-research, problematizing mediatization as the general context of the empirical observations. Finally, we conclude that it is necessary to seek a complex articulation between the micro and macro perspectives, what we call as eco-transversal observationality of mediatization.

Keywords: Mediatization; Epistemology of mediatization; Observation; Research.

1. Introdução

Hoje, cada vez mais, encontramo-nos em uma nova ambiência sociocomunicacional. Trata-se de um fenômeno de midiatização das sociedades contemporâneas, conceito que emerge como "um princípio, um modelo e uma atividade de operação de inteligibilidade social", constituindo uma "chave hermenêutica para a compreensão e interpretação da realidade" (GOMES, 2008, p. 21), por revelar a natureza comunicacional das culturas e das sociedades. Em razão disso, nos anos recentes, o conceito de midiatização vem ganhando relevância acadêmica.

Esse esforço científico vem sendo assumido por diversas linhagens de pesquisa ou "escolas" que trabalham com tal concepção: a partir do Norte do mundo, podemos citar a da Dinamarca (com os trabalhos de Stig Hjarvard, dentre outros), a da França (com Bernard Miège, dentre outros), a da Alemanha (com Andreas Hepp, dentre outros), a da Inglaterra (com Nick Couldry, dentre outros), a da Polônia (articulada em torno da revista *Mediatization Studies*, por exemplo). A partir do Sul do mundo, destaca-se a "escola" da Argentina (com Eliseo Verón, *in memoriam*, e atualmente articulada em torno do *Centro de Investigaciones en Mediatizaciones*, da Universidade Nacional de Rosario, dentre outros).

Em solo brasileiro, ganha proeminência aquela que poderíamos chamar de "escola de São Leopoldo" ou "escola do Vale do Sinos", a partir das pesquisas realizadas pela linha de pesquisa *Midiatização e Processos Sociais*, do PPG em Ciências da Co-

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

municação da Unisinos (RS), que já constituem uma verdadeira "tradição" acadêmica (BRAGA, 2016). Sinal disso são as edições anuais do *Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais*, realizadas na Unisinos desde 2016, que são também uma fonte geradora de importantes publicações sobre midiatização.

Essa diversidade de perspectivas regionais em torno da midiatização, por um lado, evidencia que não há "*uma única forma estruturante* que explique a totalidade de seu funcionamento. A midiatização opera por meio de diversos mecanismos de acordo com os setores da prática social que interesse e produz, em cada setor, consequências diversas" (VERÓN apud MATA, 1999, p.83, tradução e grifo nossos). Por outro, manifesta também que existem "*diversas maneiras de descrever o que é esse fenômeno*, cada qual apresentando uma cosmovisão diferente e até divergente diante dos meios de comunicação" (FAXINA, GOMES, 2016, p. 183, grifo nosso).

Por isso, a tentativa de compreensão da midiatização demanda *olhares diversos* sobre as dinâmicas e os sentidos do atual fenômeno comunicacional. Diante de um cenário comunicacional como o contemporâneo, é necessário *complexificar o olhar* sobre a midiatização, seja como fenômeno sociocultural, seja como conceito teórico-metodológico. Aqui, apresentamos alguns resultados de pesquisa realizada em nível de pós-doutoramento[3] que buscou, justamente, identificar os modos teórico-metodológicos de observação dos processos de comunicação sociais e midiáticos acionados a partir da perspectiva da midiatização na pesquisa em Comunicação no Brasil. Do ponto de vista metodológico, realizamos uma metapesquisa (MATTOS, 2018) articulada com análise performativa (BRAGA, 2010) de 67 pesquisas, envolvendo 21 teses e 46 dissertações, defendidas entre 2016 e 2018.

Neste artigo, refletimos, primeiramente, sobre dois "ângulos de observação" principais, dois "olhares" teórico-metodológicos do fenômeno da midiatização que se destacam no debate teórico-epistemológico sobre o conceito: o *micro* (ou individualista)

[3] Intitulada *"Olhares sobre a midiatização: entre o teórico e empírico, o micro e o macro, o local e o global"* e realizada no PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos, de 2018 a 2020, sob coordenação do Prof. Dr. Pedro Gilberto Gomes, com bolsa Fapergs/Capes.

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

e o *macro* (ou holista). Em seguida, apresentamos uma síntese de nosso percurso metodológico, entre a metapesquisa e a análise performativa, para "observar a observação" da midiatização. Depois, comentamos alguns resultados da metapesquisa, problematizando a midiatização como contexto geral da observação realizada pelas pesquisas. Por fim, concluímos que, do ponto de vista da pesquisa empírica, é necessário buscar uma articulação complexa entre as perspectivas micro e macro, a fim de superar dicotomias e dualismos: desponta, assim, a imprescindibilidade de uma transversalidade observacional ecológica da midiatização ou, melhor, de uma observacionalidade ecotransversal da midiatização.

2. Entre o teórico e o empírico, entre o micro e o macro

Na diversidade de perspectivas teórico-metodológicas sobre midiatização, destacam-se principalmente dois "ângulos de observação" do fenômeno por excelência, dois "olhares" teórico-metodológicos principais sobre a midiatização: o *micro* (ou individualista) e o *macro* (ou holista) (cf. BRAGA, 2016; FAXINA, GOMES, 2016).

De um lado, "como tática de aproximação ao conhecimento comunicacional e da midiatização, [há uma] preferência pelo estudo de casos em sua especificidade [...] a partir dos microfenômenos em que aquelas grandes questões se mostram aos olhos dos participantes sociais" (BRAGA, 2016, p. 7). Essa visada se aproxima daquilo que Schrott (2009, p. 49, tradução nossa), ao falar dos efeitos da midiatização sobre o "nível macro" de uma sociedade, chama de "individualismo metodológico", isto é, a observação do "comportamento dos indivíduos em uma situação específica [...]. Essas ações singulares agregam um fenômeno de efeito sobre o nível macro". Embora o fenômeno social forme a base para o comportamento individual, pré-estruturando a situação concreta em que o indivíduo age, o autor reitera que o indivíduo sempre tem opções diferentes de ação para escolher, e "essa escolha é determinada por critérios individuais de racionalidade". Por isso, defende, "os efeitos da midiatização são o resultado de comportamentos de atores individuais ou corporativos" (ibid., p. 50, tradução nossa).

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

De outro lado, há a preferência pelo estudo do "processo de midiatização da sociedade [...] no seu todo", isto é, da "rede de relações dos processos de comunicação" (FAXINA, GOMES, 2016, p. 179), ou ainda da "totalidade dos fenômenos da mídia [que] cria uma ambiência que transcende os microfenômenos" (ibid., p. 180). Trata-se de assumir "uma entrada diretamente pela complexidade abrangente dos fenômenos [por meio] de uma busca pelo todo como requisito para explicação da parte, e sem o qual não se faz possível a articulação entre a infinidade dos microelementos que se manifestam" (BRAGA, 2016, p. 7). Krotz (2009, p. 27, tradução nossa), nesse sentido, defende que o conceito de midiatização "descreve o processo por meio do qual a comunicação se refere à mídia e usa a mídia de modo que a mídia, no longo prazo, se torna crescentemente relevante para a construção social da vida cotidiana, da sociedade e da cultura como um todo". Por isso, o autor fala de um "metaprocesso", que é histórico, contínuo e de longo prazo, comparável, por exemplo, à globalização, à individualização e à comercialização.

Além dos níveis *micro* (situações atuais em que a pessoa age) e *macro* (voltado ao processo de socialização ou àquilo que é característico do próprio ser humano como tal), Krotz (2009) também havia identificado um terceiro nível, o *mezzo* (mais focado nas instituições sociais como os partidos políticos, as empresas, as universidades, a polícia). Tais ângulos de observação, portanto, constituem um debate em curso, que acarreta implicações significativas para os desdobramentos da pesquisa. Aqui, mais do que apontar para uma dicotomia reducionista entre micro e macro, encontramos nessas polaridades um "paradoxo" fecundo, como defende Braga (2016), para os estudos sobre midiatização.

Cada um desses pontos de vista, em sua especificidade, leva a concepções metodológicas distintas e também a objetos diferenciados, e se aprendem coisas diferentes em uma instância ou outra. Daí a relevância de "observar a observação" das pesquisas sobre midiatização, para perceber como os objetos são construídos e observados, e como a sua operacionalização trabalha e constrói o conceito de midiatização. Tal abordagem também se deve ao fato de o conceito de midiatização se encontrar muitas vezes

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

naturalizado e ser citado de forma automática, como algo "já dado", sem a necessidade de problematização, em estudos que ou não conseguem ultrapassar um nível teorizante abstrato, ou não conseguem ultrapassar um nível empiricista descritivo. Sem contar o "o risco frequente de improvisação, de impressionismo, de espontaneísmo, de reduzido rigor, de utilização de senso comum simplificador" (BRAGA, 2011, p. 3) que ronda o campo da Comunicação em geral.

"O conhecimento do céu não cai do céu", afirma Morin (2008, p. 120). Assim também o conhecimento da midiatização é resultado *daquilo que é observado e do modo como é observado*. As pesquisas observam "coisas" a partir das lentes conceituais da midiatização; e, por outro lado, observam "coisas" às quais dão o nome de midiatização. São os processos de observação da midiatização (como *conceito* e como *processo*) que permitem construí-la teoricamente. Daí a relevância de "observar a observação" da midiatização (o "*quê"* é como observado e "*como"* é observado). Ou seja, como a midiatização é *observada empiricamente* pelas pesquisas? O que efetivamente é observado nos observáveis? O que efetivamente se observa quando se descrevem as observações?

Embora se possa distinguir entre os "observáveis", em sua materialidade concreta, e o "objeto", em sua constituição problematizada (BRAGA, 2019), ao "observar a observação" buscamos compreender como as pesquisas constroem seus objetos a partir dos observáveis analisados e, ao mesmo tempo, como escolhem e trabalham sobre os observáveis para concretizar seus objetos. Trata-se de identificar os modos teórico-metodológicos de observação dos processos de comunicação sociais e midiáticos acionados a partir da perspectiva da midiatização.

Ganha relevância, aqui, a pesquisa *empírica* sobre midiatização, que solicita uma observação efetiva de algum ângulo da realidade a partir de perguntas sobre aspectos de uma determinada situação ou "objeto". Trata-se de buscar respostas ou níveis mais complexos de problematização por meio de uma investigação sistematizada de elementos concretos que compõem o objeto escolhido e construído (BRAGA, 2011). Especialmente ao lidar com o fenômeno da midiatização, buscamos privilegiar aqui uma visada sobre os desafios práticos da pesquisa e as dificuldades metodológicas do trabalho de

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

investigação em relação a "uma realidade que resiste, que apresenta fatos incontornáveis, que não se resolve apenas com base em argumentação e especulação abstratas [...] com base em uma sabedoria verbal, argumentativa, especulativa" (ibid., p. 6) sobre midiatização. Isso não significa apostar em um empiricismo materialista, ou de "eliminar ângulos interpretativos, de descartar insights ou de fugir da construção conceitual ou da fundamentação que orienta o olhar sobre o objeto", mas sim de buscar reconhecer o esforço de se chegar a esse nível de teorização passando pelo "crivo do enfrentamento das coisas" (idem).

Essas questões explicitam também "o problema dos limites do entendimento do observador" (MORIN, 2008, p. 115). "Observar a observação" é não apenas problematizar os gestos metodológicos acionados pelo observador sobre determinado observável, mas também inferir outros gestos operados pelo observador que permanecem "inconscientes", não ditos, não assumidos discursivamente, e ainda inferir aspectos não observados, propositalmente ou não, que revelam características relevantes do processo em observação. Nesse sentido, esta pesquisa visou a se voltar para o "observador escondido [nas pesquisas sobre midiatização] e para o que está escondido atrás dele" (MORIN, 2008, p. 116). "O real só toma corpo, forma e sentido sob forma de mensagens que um observador/conceituador interpreta" (ibid., p. 430). Daí a importância de conhecer *o quê e como* ele observa aquilo que, depois, irá interpretar. Tal "observação de segunda ordem" buscou, assim, problematizar processos de observação da midiatização em sua complexidade, processo cujas especificidades metodológicas veremos agora.

3. Observando a "observação da observação"

Do ponto de vista metodológico, realizou-se uma metapesquisa, entendida como "uma autorreflexão sobre os princípios, fundamentos e procedimentos que orientam a prática científica" (MATTOS, 2018, p. 16), neste caso sobre midiatização. Com isso, buscamos olhar para as pesquisas sobre midiatização em Comunicação apresentadas no território nacional, de nível de mestrado e doutorado, percebendo as suas matrizes de observação, as suas angulações observacionais, operando um esforço de "crítica e meta-

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

crítica da pesquisa", como uma "segunda ou terceira visada do fenômeno, outra aproximação e leitura, que, por sua vez, carrega em seu bojo as marcas do passado, de sua produção" (OLIVEIRA, 2018, p. 34). Assumindo o desafio de uma metapesquisa, buscamos "aprofundar a reflexão e gerar descobertas de segundo grau, pelas transversalidades e reorientação do questionamento" (BRAGA, 2018, p. 408) sobre midiatização.

Trata-se de uma "práxis transformadora": acompanhada de pensamento e de reflexão, ela corresponde a "rearranjos e redisposições nos sistemas de ideias" que, por sua vez, podem "desencadear modificações na ação e no comportamento", gerando "transformações em cadeia" (MORIN, 2008, p. 431). "Observar a observação", nesse sentido, é uma "metapráxis que é novamente uma práxis" sobre a relação "tradutora, transdutora, transformadora, relativizante [...] entre o observador e a sua observação" (MORIN, 2008, p. 432).

É importante reconhecer que a seleção daquilo que observamos nas observações empíricas das pesquisas é uma *abstração operada em nossa condição de observadores*. Cada pesquisa escolhida pode ser observada a partir de um nível subsistêmico (como parte de um sistema epistemológico maior) ou também metassistêmico (englobando outros sistemas epistemológicos). Essa determinação depende de seleções, escolhas e decisões do observador que, por sua vez, "dependem de condições culturais e sociais em que se inscreve o observador" (MORIN, 2008, p. 175). Na realidade dos fenômenos comunicacionais, não existe uma fronteira clara e delimitável entre o que faz parte de um sistema/rede ou o que o extrapola/abrange: é a *ação de observação*, justamente, que "fronteiriza", que delimita, que circunscreve o processo.

Ao longo desta pesquisa, para corresponder aos objetivos propostos, foram realizadas buscas das teses e dissertações no *Catálogo de Teses e Dissertações da Capes*, a partir do termo "midiatização" – ou afins, como "midiatizado(s)", "midiatizada(s)". Foram utilizados ainda dois filtros principais para a triagem das pesquisas: *ano de publicação* (2016, 2017 e 2018), articulando os resultados em torno e a partir da realização do *1º Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais*, e *área de conhecimento* ("Comunicação"), dada a nossa preocupação e interesse específi-

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

cos. Foram encontrados 208 resultados no total: 113 resultados "midiatização", 42 para "midiatizada", 20 para "midiatizado", 18 para "midiatizadas" e 15 para "midiatizados".

Os resultados individuais obtidos no Catálogo remetiam a um novo link, agora na *Plataforma Sucupira*, onde se encontravam mais elementos de detalhamento sobre cada pesquisa. Em uma nova fase da pesquisa, foi feita uma nova triagem e foram selecionados apenas os trabalhos que apresentavam o termo "midiatização" ou afins como palavra-chave[4]. No total, foram encontrados 69 resultados que correspondiam a tais critérios. Apenas dois foram descartados, um deles, por ser de autoria do próprio pós-doutorando envolvido com esta pesquisa, e outro que, segundo informa a Plataforma Sucupira, "não possui divulgação autorizada", não tendo sido encontrado em nenhum outro repositório, nem mesmo o da instituição em que a pesquisa foi realizada. Desse modo, chegou-se a um total de 67 pesquisas, envolvendo 21 teses e 46 dissertações.

Alguns dados ajudam a ter um panorama mais amplo das pesquisas aqui analisadas e de seus contextos gerais (Tabela 1).

Ano de defesa	Teses	Dissertações	Total	%
2016	8	13	21	31,34
2017	7	17	24	35,82
2018	6	16	22	32,84

Tabela 1 - Ano de defesa das pesquisas

Fonte: Autor

Em relação à proveniência de tais estudos, 31 foram defendidas em instituições de região Sul do país, 26 na região Sudeste, 8 na região Nordeste e 2 na região Centro-Oeste (cf. Tabela 2). Nenhuma pesquisa da região Norte contemplava os critérios acima mencionados.

[4] Tal critério se baseia na relevância de uma palavra-chave no corpo de um texto acadêmico, isto é, uma palavra central, fundamental e indispensável dentro da economia textual de uma pesquisa, ou, ainda um elemento que "resume os temas principais de um texto. Identifica ideias e temas importantes para servir de referência a [outras] pesquisas" (cf. Wikipédia, <https://pt.wikipedia.org/wiki/Palavra-chave>).

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Regiões	Teses	Dissertações	Total	%
Sul	12	19	31	46,27
Sudeste	8	18	26	38,81
Nordeste	1	7	8	11,94
Centro-Oeste	0	2	2	2,98

Tabela 2 - Regiões de proveniência das pesquisas analisadas

Fonte: Autor

Em relação às instituições a que as pesquisas se vinculam, temos a grande maioria concentrada na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), com um total de 21 pesquisas (31,34% do total). A Tabela 3 apresenta a lista completa.

Instituição	Região	Teses	Diss.	Total
Universidade do Vale do Rio dos Sinos	Sul	9	12	21
Universidade Federal de Santa Maria	Sul	3	5	8
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho	Sudeste	1	6	7
Universidade de São Paulo	Sudeste	5	1	6
Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Nordeste	-	4	4
Universidade Metodista de São Paulo	Sudeste	1	3	4
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais	Sudeste	-	2	2
Universidade Federal de Juiz de Fora	Sudeste	-	2	2
Universidade Federal do Piauí	Nordeste	-	2	2
Faculdade Cásper Líbero	Sudeste	-	1	1
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro	Sudeste	1	-	1
Universidade de Sorocaba	Sudeste	-	1	1
Universidade de Brasília	Centro-Oeste	-	1	1
Universidade Estadual de Ponta Grossa	Sul	-	1	1
Universidade Federal da Bahia	Nordeste	1	-	1
Universidade Federal de Goiás	Centro-Oeste	-	1	1
Universidade Federal de Minas Gerais	Sudeste	-	1	1

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Universidade Federal do Ceará	Nordeste	-	1	1
Universidade Paulista	Sudeste	-	1	1
Universidade Tuiuti do Paraná	Sul	-	1	1

Tabela 3 - Instituições de origem das pesquisas

Fonte: Autor

Após o levantamento e sistematização de tais pesquisas, passamos para uma fase de leitura e de análise crítica dos textos. Para isso, baseamo-nos metodologicamente na análise performativa proposta por Braga (2010), visando a observar o que cada pesquisa faz através do que "diz" ou "mostra". Segundo o autor, trata-se de estudar sistematicamente "as relações que o objeto constrói e entretém com seu contexto, assim como as ações realizadas pelo texto ou pelo produto midiático nas dimensões explicitamente definidas pelo problema de pesquisa que esteja em construção" (ibid., p. 409).

Por se tratar de uma pesquisa sobre pesquisas publicadas em texto, observamos observações já realizadas, e não o próprio processo de observação empírica *in actu*. Isto é, lemos textos escritos fora da situação de campo "lá", mas que, ao mesmo tempo, cumprem a mais alta função cognitiva, já que sua textualização traz os fatos comunicacionais observados para o plano do discurso "aqui" (OLIVEIRA, 1996). Entretanto, mesmo nesse movimento "segundo" em relação à observação *in loco*, podemos encontrar pistas da articulação realizada pelas pesquisas entre aquilo que se observa e o modo como se nomeia aquilo que se observa, a partir do conceito/fenômeno da midiatização. Muitas vezes é no próprio esforço redacional que os/as autores/as realizam sua observação primeira, descrevendo aquilo que foram coletando ao longo do processo de pesquisa. De certo modo, trata-se de um processo de "metacomunicação", em que comunicamos como metapesquisa – ressignificada criticamente, portanto – a observação realizada sobre aquilo que as pesquisas nos comunicaram sobre suas observações, realizando uma "leitura de leituras" teórico-empíricas e tecendo um "texto sobre textos".

A partir disso, problematizamos, principalmente, o *quê* e *como* cada pesquisa observa aquilo que articula a partir do conceito de midiatização. Após o estudo dos tex-

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

tos, construímos, transversalmente, uma "observação da observação", isto é, uma articulação epistemológica dos modos, gestos, ações de "olhar" para os observáveis por parte das variadas pesquisas. Assim, estudamos as especificidades de cada texto e de seus modos de observação e, após o estudo do conjunto dos textos, buscamos apreender suas convergências, divergências, complementaridades e tensionamentos.

Para isso, fizemos aos textos as seguintes perguntas:

- Como o termo "midiatização" emerge na singularidade das pesquisas e dos/as pesquisadores/as, para além do debate teórico sobre o conceito?
- Em que situação, realidade, contexto social geral ou específico o/a pesquisador/a observa aquilo que chama de "midiatização"?
- Quais interfaces teóricas e inter-relações empíricas mais se sobressaem no conjunto de palavras-chave, articuladas a partir da "midiatização"?
- Como o conceito/fenômeno "midiatização" é acionado no problema de pesquisa? Como a pesquisa conceitua, em suas especificidades, o conceito "midiatização" na construção de seu problema de pesquisa?
- Em que observáveis empíricos específicos o/a autor/a observa aquilo que chama de "midiatização"? Ou seja, o que se observa?
- Com que ações metodológicas específicas o/a autor/a observa aquilo que chama de "midiatização"? Ou seja, como se observa aquilo que se observa?

Mediante a apreensão hermenêutica das relações dinâmicas entre tais elementos, elaboramos conceitualmente outro patamar de reflexão sobre um padrão mais geral de "observação da midiatização", vislumbrando aquilo que transcende a própria totalidade do fenômeno (cf. BRAGA, 2007; FAXINA, GOMES, 2016). Ao mesmo tempo, percebemos também aspectos teórico-metodológicos inovadores das pesquisas e pouco evidentes nas várias linhagens, que podem enriquecer a construção do próprio conceito de midiatização. Alguns desses aspectos serão agora apresentados.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

4. A midiatização como contexto geral da observação

Para observarem aquilo que chamam de "midiatização", as pesquisas apresentam tal termo a seu leitorado, contextualizando-o dentro de um universo de sentidos em que se fará a observação empírica da pesquisa. Os relatos de pesquisa, em seus limites e potencialidades, vão situando o leitorado no "mundo vivido" de cada autor/a, introduzindo-o naquilo que próprios os/as autores/as chamam pelo nome de "midiatização" (coisas, fatos, eventos, acontecimentos etc.) e vão constituindo seu objeto de pesquisa e voltando seu olhar observacional dentro desse universo de sentidos. Por isso, voltamos o nosso olhar para os "olhares sobre a midiatização", isto é, como cada pesquisa apresenta, introduz, conceitua, em suas especificidades, o termo "midiatização" na construção de sua pesquisa.

Nessa fase de nossa metapesquisa, dirigimos às pesquisas de nosso corpus as seguintes perguntas: *como o termo "midiatização" emerge na singularidade das pesquisas e dos/as pesquisadores/as, para além do debate teórico sobre o conceito? Em que situação, realidade, contexto social geral ou específico o/a pesquisador/a observa aquilo que chama de "midiatização"?*

Para tal observação, detivemo-nos àquilo que consta, principalmente, nos Resumos de cada pesquisa e nos capítulos introdutórios. Essa escolha se deve ao fato de que o nosso foco principal não era aprofundar o esforço de teorização e as diversas conceituações, autores/as, obras e escolas sobre o conceito teórico de "midiatização" citados em cada pesquisa, mas sim perceber como cada pesquisador/a, *em sua especificidade e autoralidade*, situa o seu olhar, a sua observação sobre a realidade a partir daquilo que chama de "midiatização" e como esta é apresentada e contextualizada a partir de situações, fatos, eventos, acontecimentos do "mundo vivido". Ou seja, como cada pesquisador/a apresenta, autoralmente, para além dos/as autores/as outros/as citados nas pesquisas, aquilo que chama de "midiatização".

Como premissa, descartamos qualquer viés empiricista materialista sobre midiatização, como se fosse possível extrair conhecimento diretamente do material ou situação observada, a "olhos nus": isso não iria muito além de "descrições superficiais, de

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

senso comum ou em perspectivas idiossincráticas" (BRAGA, 2011, p. 16). Mas, por outro lado, sabemos que, muitas vezes, ao falar de midiatização, o trabalho investigativo em geral se mostra "rigidamente aparelhado de teorias irremovíveis", com uma tendência a "'demonstrar' que a visão teórica pré-adotada é capaz de explicar totalmente o caso singular selecionado. Neste caso, a pesquisa se limitaria a ilustrar a teoria com mais um caso. Nem se desenvolve a teoria, nem se amplia o conhecimento do objeto em sua especificidade – o resultado do estudo seria apenas uma descrição do objeto 'nos termos da teoria [ou autor/a] tal'" (idem).

Aqui, portanto, voltamos nosso olhar para o modo como os/as autores/as relacionam autoralmente conceitos e teorias, de um lado, e suas questões concretas e problematizações de pesquisa. Cada autor/a, ao situar sua pesquisa em um dado contexto social e observar uma dada especificidade de seu "mundo vivido", constrói seu estudo a partir de uma premissa dupla e de uma constatação prévia igualmente dupla por parte de seus/as autores/as: *"Aqui, há midiatização"* ou: *"A midiatização está aqui"*. Isto é, os/as autores/as observam a realidade a partir daquilo que chamam de "midiatização" e, por isso, olhando para a realidade do seu "mundo vivido", indicam ao leitorado onde a "midiatização", assim chamada, se revela especificamente. Trata-se de observar como cada autor/a articula e tensiona os conceitos teóricos adotados sobre midiatização e a própria abordagem metodológica para trabalhar com os observáveis escolhidos, o que "implica negociações entre o abstrato e a ação de investigação" (BRAGA, 2011, p. 17).

De modo geral, encontramos diversos modos de observação distintos sobre aquilo que os/as autores/as chamam de "midiatização", seja como um *contexto* sociocultural genérico em que as pesquisas situam seus observáveis, seja como um univ*erso teórico-conceitual*, seja como um fenômeno diretamente ligado com as *"mídias"*, seja como um processo histórico diretamente ligado com o *avanço tecnológico*, seja ainda como um conceito que aponta para uma *"midiaticidade"* das diversas instituições sociais ou dos indivíduos, seja ainda como um conjunto complexo de *interações comunicacionais* que vão se estabelecendo na sociedade contemporânea, que, por sua vez, gera *mudanças e transformações* em tal sociedade.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Em grande parte das pesquisas, a midiatização é introduzida, de modo genérico, como um *contexto geral* (o "contexto da midiatização") que caracteriza as sociedades contemporâneas. Nesses casos, a observação se volta, como afirmam as pesquisas, a um "universo midiatizado", a um "cenário midiatizado", a um "ambiente midiatizado", a uma "ambiência midiatizada" ou a uma "sociedade midiatizada".

Outras pesquisas assumem o termo "midiatização" como um *conceito teórico genérico* ou como marcador de uma linhagem ou escola epistemológica que dirige e mobiliza as observações realizadas pela pesquisa. As "teorias da midiatização", assim, dizem respeito a um "*campo teórico* capaz de explicar tais transformações vividas em sociedade", como afirmam as pesquisas.

O que caracteriza a midiatização também é aquilo que muitas pesquisas chamam de *"a mídia"*, entendida como os "meios de comunicação" em geral, ou seja, a "mídia canônica" ou "mídia hegemônica", ou ainda as "instituições midiáticas" ou "indústrias midiáticas", como afirmam as pesquisas. Segundo uma pesquisa, a midiatização diria respeito ao fato de que "os meios de comunicação [...] nunca estiveram em posições tão proeminentes nas sociedades". Daí a ideia reiterada da "preponderância dos meios de comunicação na sociedade contemporânea", nas palavras de outro pesquisador.

O termo "midiatização" também é relacionado ao *"avanço tecnológico"*, envolvendo a "influência" da tecnologia nas "instituições, campos e esferas" sociais. Uma pesquisadora observa um "cenário de processual midiatização estimulado por tecnologias da informação e comunicação". Segundo outra pesquisa, "a popularização da técnica torna a comunicação interconectada e globalizante, midiatizando sociedade e seres humanos".

Para além das mídias como instituição social, as pesquisas também observam a midiatização a partir da constatação da existência de *instâncias midiáticas* mais gerais. Entre estas, ganham destaque as "estratégias comunicacionais" das instituições sociais em geral, para além das empresas de informação e comunicação. Como afirma uma pesquisa, "o processo de midiatização corresponde ao funcionamento articulado entre as tradicionais instituições da sociedade com a mídia". O conceito de "mídia", nesses ca-

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

sos, se amplia, abandonando uma certa centralidade na institucionalidade das mídias (as mídias entendidas como instituições corporativo-empresariais de comunicação) na direção dos modos de constituição daquilo que poderíamos chamar de uma *"midiaticidade das instituições"* em geral e também da sociedade mais ampla, até se chegar a uma "midiatização das instituições", propriamente dita.

Em outros casos, a midiatização é entendida como um processo que não permanece só no nível institucional, seja ele midiático ou social, mas que também envolve a sociedade em geral, particularmente os *indivíduos*, em suas singularidades. Aqui podemos falar da emergência de uma *"midiaticidade dos sujeitos"* em geral. Como afirma uma pesquisa, "a sociedade midiatizada traz a questão [...] da *horizontalização* entre o produtor midiático e o receptor cada vez mais ativo". Segundo uma pesquisadora, a midiatização "não diz respeito apenas às instâncias institucionais midiáticas [...], mas abarca *o fazer e a experiência dos sujeitos*".

Para além da mídia canônica, das instituições midiatizadas e dos sujeitos sociais em midiatização, as pesquisas também observam a midiatização a partir da emergência de *complexas inter-relações*, em um verdadeiro ambiente midiatizado. Conforme um pesquisador, "a heterogeneidade das produções das instâncias da mídia canônica, dos atores sociais midiatizados e da própria instituição [social em análise]".

A partir desse olhar, observa-se a midiatização, enfim, como um processo que provoca "mudanças" (como as "mudanças produzidas pela saturação midiática", segundo uma pesquisa), "transformações" ("transformações nas práticas comunicativas articuladas no tecido cultural", nas palavras de outro pesquisador), "influências", "afetações". Em suma, a midiatização envolve um entrelaçamento de mudanças observadas no trinômio mídia, cultura e sociedade, que são percebidas no campo da religião, da moda, da política, do turismo, da educação, reordenando tais sistemas sociais.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

5. Conclusões: a observacionalidade ecotransversal da midiatização

Do ponto de vista da observação em geral, nas pesquisas analisadas, o olhar se volta, às vezes, a um *nível micro*, a *unidades midiatizadas*, particularidades episódicas, singularidades, minúcias, microelementos, produtos específicos da comunicação social e midiática. Outras vezes, observa-se um *nível macro*, as *processualidades midiatizantes*, os "contatos produtivos", os circuitos inter-relacionais, os fluxos complexos. Ou seja, processualidades comunicacionais indeterminadas, incertas, abertas, complexas.

Mas o foco exclusivo seja nas unidades midiatizadas, seja nas processualidades midiatizantes é insuficiente para dar conta da midiatização como "novo modo de ser no mundo [que] coloca a sociedade numa nova ambiência que, se bem tenha fundamento no processo desenvolvido até aqui, significa um salto qualitativo no modo de construir sentido social e pessoal" (FAXINA, GOMES, 2017, p. 94).

Por um lado, como afirma Braga (2012, p. 50), "não são as características gerais da midiatização que 'dizem' o social – mas sim os modos pelos quais sejam historicamente acionados. Mais exatamente, os acionamentos é que vão produzindo aquelas características". Mas, por outro lado, como afirma Gomes (2017, p. 60), "a totalidade dos processos midiáticos não é formada pela sua estrutura em si, mas pelos padrões de interconexões que eles constroem com a sociedade, com ela interagindo para a construção do sentido".

Podemos dizer que, analisando *unidades midiatizadas*, visamos a *processualidades midiatizantes*, e o contrário também é verdadeiro: a análise de processualidades midiatizantes também demanda uma visada sobre as unidades midiatizadas em jogo. Daí emerge um ponto de articulação possível entre ambas as perspectivas, capaz de recosturar a cisão entre as unidades midiatizadas e as processualidades midiatizantes. Ou seja, na articulação entre micro e macro, desponta "o estudo dos *processos transversais* que comparecem igualmente nos casos sociais de matrizes interacionais e de circuitos complexos" (BRAGA, 2016, p. 13., grifo nosso).

A midiatização envolve um processo sistêmico-complexo que adquire, cada vez mais, "um status de inteligibilidade, de hermenêutica social, que engloba privilegiar a

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

complexidade do processo" (GOMES, 2010, p. 25, grifo nosso). E a complexidade é como um "tecido (*complexus*: o que é tecido em conjunto) de constituintes heterogêneos, inseparavelmente associados: coloca o paradoxo do uno e do múltiplo" (MORIN, 2008, p. 20), como no caso das ações comunicacionais contemporâneas.

Desse modo, é possível relacionar as perspectivas de Braga (2016) e Faxina e Gomes (2016), buscando "escapar à alternativa entre o pensamento redutor que só vê os elementos e o pensamento globalista que apenas vê o todo" (MORIN, 2008, p. 148). Para isso, é preciso "distinguir sem separar, associar sem identificar ou reduzir" os diversos casos individuais e processos mais amplos, pensando-os em termos de conexidade, de relações, de contexto, mantendo "a dualidade no seio da unidade", de modo complementar e antagônico (MORIN, 2008, p. 22, 107).

Como diria Pascal, "considero impossível conhecer as partes enquanto partes sem conhecer o todo, mas considero ainda menos possível conhecer o todo sem conhecer singularmente as partes" (apud MORIN, 2008, p. 148). Ou seja, o todo está na parte, que está no todo: e assim podemos entender também as relações entre os sentidos, interagentes, práticas e interações comunicacionais, como "partes" de um "todo" que é a midiatização, em que o "todo" é mais do que a mera soma das "partes", envolvendo também sua inter-relação e organização. Mas esse "todo" não se fecha em uma unidade funcional com uma complexidade interna própria (concepção *holista*), mas, como sistema-rede, insere-se em outros macrossistemas e em outras macrorredes, em relações interativas, interdependentes e inter-retroativas (concepção *ecológica*) (ibid.).

Micro e macro, holista e ecológico, indiciário e complexo: em meio aos seus "paradoxos", complementaridades e antagonismos, as pesquisas, empiricamente, agem sobre o mundo comunicacional a partir desses polos, reconstruindo-os constantemente, em seu esforço de observar a midiatização. Do ponto de vista da pesquisa empírica, trata-se da *articulação* complexa entre micro e macro, necessária para superar a mera dicotomia dualista: aí desponta a imprescindibilidade de uma transversalidade observacional ecológica da midiatização ou, melhor, de uma *observacionalidade ecotransversal da midiatização.*

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Em suma, a midiatização, seja como conceito teórico, seja como fenômeno empírico, demanda olhares diversos e articulados que deem conta da complexidade de suas ramificações fenomênico-empíricas e também teórico-conceituais. Na prática da pesquisa, isso é possível mediante a observação transversal e ecológica das inter-relações entre unidades midiatizadas e processualidades midiatizantes em uma dada conjuntura comunicacional.

Referências

BRAGA, José Luiz. Midiatização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, A. S.; ARAÚJO, D. C.; BRUNO, F. (orgs.). **Imagem, visibilidade e cultura midiática**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. Análise Performativa: cem casos de pesquisa empírica. In: BRAGA, J. L.; LOPES, M. I.; MARTINO, L. C. (orgs.). **Pesquisa empírica em comunicação**. Livro da Compós 2010. São Paulo: Paulus, 2010.

_____. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **E-compós**, Brasília, v.14, n.1, jan./abr. 2011.

_____. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. Â.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (org.). **Mediação e midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 31-52.

_____. Prefácio. In: FAXINA, E.; GOMES, P. G. **Midiatização**: um novo modo de ser e viver em sociedade. São Paulo: Paulinas, 2016, p. 5-16.

_____. Interfácio. In: MATTOS, M. Â; BARROS, E. J. M.; OLIVEIRA, M. E. **Metapesquisa em comunicação**: o interacional e seu capital teórico nos textos da Compós. Porto Alegre: Sulina, 2018, p. 407-412.

_____. A prática da teoria na pesquisa em comunicação. **Galáxia**, São Paulo, n. 41, mai-ago. 2019, p. 48-61.

FAXINA, Elson; GOMES, Pedro Gilberto. **Midiatização**: um novo modo de ser e viver em sociedade. São Paulo: Paulinas, 2016.

GOMES, Pedro Gilberto. O processo de midiatização da sociedade e sua incidência em determinadas práticas sociossimbólicas na contemporaneidade: a relação mídia e reli-

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

gião. In: FAUSTO NETO, A. et al. (orgs.). **Midiatização e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008, p.17-30.

_____. **Da Igreja Eletrônica à Sociedade em Midiatização**. São Paulo: Paulinas, 2010.

_____. **Dos meios à midiatização: um conceito em evolução**. São Leopoldo: Unisinos, 2017.

KROTZ, Friedrich. Mediatization: A Concept with which to Grasp Media and Societal Change. In: LUNDBY, K. (org.). **Mediatization**: Concept, Changes, Consequences. Nova York: Peter Lang Publishing, 2009, p. 21-40.

MATA, Maria Cristina. De la cultura masiva a la cultura mediatica. **Dialogos de la Comunicación**, Lima, n. 56, out. 1999, p. 80-91.

MATTOS, Maria Ângela. Apresentação. In: MATTOS, M. Â; BARROS, E. J. M.; OLIVEIRA, M. E. **Metapesquisa em comunicação**: o interacional e seu capital teórico nos textos da Compós. Porto Alegre: Sulina, 2018, p. 15-25.

MORIN, Edgar. **O método 1**: a natureza da natureza. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

OLIVEIRA, Max Emiliano. Metapesquisa em comunicação: mapa de um percurso metodológico. In: MATTOS, M. Â; BARROS, E. J. M.; OLIVEIRA, M. E. **Metapesquisa em comunicação**: o interacional e seu capital teórico nos textos da Compós. Porto Alegre: Sulina, 2018, p. 27-40.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever. **Revista de Antropologia**, vol. 39, n. 1, 1996, pp. 13-37.

SCHROTT, Andrea. Dimensions: Catch-All Label or Techical Term. 0In: LUNDBY, K. (org.). **Mediatization**: Concept, Changes, Consequences. Nova York: Peter Lang Publishing, 2009, p. 41-62.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. **Diálogos de la Comunicación**, Lima, n. 48, 1997, p. 9-17.