Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

A midiatização da política: entre as perspectivas institucionalista e socioconstrutivista[1]

The mediatization of politics: between the institutionalist and socio-constructivist perspectives

Lídia Raquel Raquel Herculano Maia

Palavras-chave: Midiatização da política; Abordagem institucionalista; Abordagem socioconstrutivista; Processos interacionais; Contexto brasileiro.

A pesquisa em midiatização tem se demonstrado uma promissora área de investigações para descobertas relacionadas às transformações comunicacionais e midiáticas e nos diversos campos da cultura e da sociedade – sendo o fenômeno da política midiatizada uma das preocupações mais proeminentes nesses estudos. Alguns estudiosos têm realizado um esforço no sentido de analisar esse processo desde uma perspectiva histórica e institucionalista (STROMBACK, 2008; HJARVARD, 2008; HJARVARD, 2014), com foco nas relações entre a mídia de massa e o campo político (HEPP, 2014). Este artigo visa contribuir com o quadro mais geral dos estudos nessa área a partir da reflexão sobre a midiatização da política na vida cotidiana, marcada por processos informais e pouco instituídos.

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

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Tendo em vista que a *midiatização* é ao mesmo tempo palavra que designa o *conceito* e o *fenômeno* de transformação sociocultural e desenvolvimento de novas formas de organização social da realidade comunicativa marcada pela presença das mídias, este paper propõe o debate acerca da política midiatizada partindo da análise dos momentos de mudança social e de um olhar para o fenômeno a partir das conceituações sobre a midiatização desenvolvidas no contexto brasileiro, em contraposição ao cenário europeu.

Para tanto, parte-se de uma retomada histórica, para, em seguida, problematizar a midiatização da política a partir das perspectivas institucionalista e socioconstrutivista, conforme formulação desenvolvida por Andreas Hepp (2014). Apesar de ter como ponto em comum a concordância de que a midiatização é o conceito que melhor capta a interrelação entre as mudanças da mídia e comunicação e da cultura e sociedade, ambas diferem em seu foco sobre como teorizar a midiatização:

> enquanto a *tradição institucional* tem, até recentemente, estado interessada principalmente na mídia tradicional de massa, cuja influência é descrita como uma *lógica de mídia*, a tradição *socioconstrutivista* está mais voltada às práticas de comunicação cotidianas – especialmente aquelas relacionadas à mídia digital e à comunicação pessoal – e enfoca a construção comunicativa em transformação da cultura e da sociedade (HEPP, 2014, p.47).

Andreas Hepp (2014) comenta ainda que o desenvolvimento da *tradição institucionalista* na pesquisa da midiatização remonta ao ano de 1990, com o trabalho de Kent Asp (1990), que foi um dos primeiros a relacionar a midiatização à proposta de uma *lógica da mídia*. Não obstante, "foi Stig Hjarvard em especial quem condensou esse discurso em uma *perspectiva institucional"* (HEPP, 2014, p.48), ao focar sua análise no relacionamento entre a mídia, enquanto instituição, e as outras instituições sociais.

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

O conceito de *lógica da mídia* é um dos mais centrais no pano de fundo dessa tradição de pesquisa e, na concepção de Couldry (2012), o mais claro exemplo de um setor onde essa lógica está em ação é justamente o campo da política. A afirmação de Hjarvard (2014, p.76), de que a midiatização da política se refere ao "processo pelo qual a instituição política gradualmente se torna dependente das instâncias midiáticas e de sua lógica", reitera a declaração de Couldry (2012) e demonstra como a tradição institucionalista está relacionada aos estudos em midiatização da política.

Não obstante, o fenômeno de midiatização da política pode ser também estudado seguindo-se a tradição socioconstrutivista. Como salienta Hepp (2014), o intuito deste tipo de pesquisa é investigar tanto as mudanças na comunicação midiática quanto as transformações socioculturais em função das novas práticas de comunicação cotidianas. "Em consideração aqui está não apenas a mídia de massa *clássica*, mas especialmente a assim chamada *nova* mídia da internet e da comunicação móvel" (HEPP, 2014, p.49). Considerando o modo como os candidatos e partidos organizam plataformas de campanha especialmente desenhadas para alcançar os eleitores nas mídias sociais, por exemplo, pode-se dizer que um dos campos em que as transformações, decorrentes da midiatização da vida cotidiana, podem ser vislumbradas e estudadas é justamente o da política.

Além disso, alguns estudos inseridos na tradição socioconstrutivista também dedicam atenção à questão das lógicas das mídias de modo geral. Braga (2015, p.18), por exemplo, reconhece como "inegável a presença de lógicas midiáticas no processo de midiatização", mas pondera a necessidade de trazer para o debate a reflexão sobre os procedimentos não instituídos, acionados muitas vezes de forma experimental, pelos diversos atores que se apropriam das mídias em suas práticas sociais. Para entender como o fenômeno se processa na realidade brasileira, não é suficiente a explicação segundo a qual a midiatização corresponde à penetração de processos sociais por lógicas

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

das mídias. A forte incidência dessas lógicas nos processos de midiatização não resulta no descarte de outras lógicas interacionais e nem permite inferir que todas as transformações em curso possam ser explicadas como sendo ocasionadas pela "influência da mídia".

Assim como a cultura escrita não é mais um fato exclusivo das editoras, autores e escolas, do mesmo modo, o acionamento de processos tecnológicos "para a interação já não é mais um fato da mídia (campo social) (...). Esses dois grandes processos culturais (com fortes interpenetrações) são antes de tudo, fatos comunicacionais da sociedade" (BRAGA, 2012, p.44).

Braga pondera ainda que não há uma coincidência entre lógicas da mídia e lógicas da midiatização:

> Encontramos uma pluralidade de experimentações interacionais e de geração de circuitos, na sociedade, originadas de setores e campos os mais diferenciados. Mesmo na circunstância possível, em que essas experimentações lancem mão de lógicas mais estabelecidas de mídia (ou se submetam a elas), é inerente à experimentação social uma busca de ajuste às especificidades e objetivos, aos padrões próprios do campo experimentador e ao perfil dos participantes pertinentes, extrapolando as eventuais lógicas de mídia apropriadas (BRAGA, 2015, p.26).

O que se infere a partir dessa fala é que as pessoas e os campos sociais *fazem coisas* com aquilo que recebem dos agentes midiáticos e apropriam-se das potencialidades geradas pelo desenvolvimento tecnológico para alcançar seus objetivos. Nesse contexto, os complexos jogos realizados em redes sociotécnicas, entre indivíduos e o campo político, que possuem operacionalidades não necessariamente pré-determinadas ou instituídas, acabam ficando à margem na abordagem institucionalista, cujo enfoque está na *lógica da mídia*, isto é, no "modus operandi institucional e tecnológico da mídia, incluindo as formas pelas quais ela distribui recursos e material

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

simbólicos e opera com o auxílio de regras informais" (HJARVARD, 2008, p.113). Importa reconhecer, não obstante, que sites de redes sociais como o Facebook, por exemplo, possuem lógicas algorítmicas que buscam direcionar os usos que serão feitos dele. Mesmo assim, essas lógicas não são completamente assumidas por aqueles que o utilizam, já que, em suas práticas sociais cotidianas, os atores sociais podem fazer usos não previstos pelo meio.

Nesse sentido, destacamos as experimentações de uso das mídias sociais nas duas últimas campanhas presidenciais brasileiras, que revelam a necessidade de se pensar a midiatização da política para além da tradição institucionalista, focada nas transformações do campo político em função da interpenetração das lógicas da mídia. A abordagem socioconstrutivista pode contribuir, nestes casos, para se pensar como os processos interacionais experimentados em cada caso cooperam, junto às lógicas algorítmicas instituídas, para dar forma ao fenômeno de midiatização da política.

Para discutir essas operacionalidades não instituídas, este paper aborda os trabalhos do brasileiro José Luiz Braga[2] em contraposição ao do dinamarquês Stig Hjarvard[3]. Sendo o primeiro mais alinhado à perspectiva socioconstrutivista e o segundo à institucionalista. O intuito da discussão aqui proposta é pensar a midiatização da política a partir da contribuição desses autores que, desde seus contextos socioculturais,

[2] É importante ressaltar que esse autor não dedica seus esforços à problemática da midiatização da política de modo específico. Seu trabalho é aqui apropriado, todavia, em função da importante contribuição apresentada por ele para os estudos dos processos interacionais gestados na sociedade midiatizada, os quais despontam como centrais nos modos de ação e participação política na contemporaneidade.

[3] Muitos outros autores podem ser categorizados segundo essas duas vertentes. Atribui-se aqui destaque ao trabalho desses dois pesquisadores porque falam da midiatização desde sua inserção cultural e geográfica e porque apresentam um olhar claramente distinto para a problemática da interpenetração da(s) lógica(s) da mídia na sociedade.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

trabalham a especificidade da mídia em duas frentes: como lógica institucionalizada que se impõe aos diversos campos sociais, entre eles o político; ou como processo interacional de referência em que as práticas cotidianas de comunicação e participação política se transformam em função da presença generalizada das mídias na sociedade.

Referências

BRAGA, José Luiz. Circuitos versos campos sociais. In: MATOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda Aparecida. **Mediação e Midiatização**: Livro Compós 2012. Salvador/Brasília: UFBA/COMPÓS, 2012.

_____. Lógicas da mídia, lógicas da midiatização? In: FAUSTO NETO, Antônio; ANSELMINO, Natalia Raimondo; GINDIN, Irene Lins (orgs). **CIM – Relatos de Investigaciones sobre mediatizaciones**. Rosário: UNR Editora, 2015.

COLDRY, N. **Media, Society, World**: Social Theory and Digital Media Practice. Cambridge: Polity Press, 2012.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da "mediação de tudo". **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.

HJARVARD, Stig. The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. **Nordicom Review**, vol. 29, n. 2, p. 105-134, 2008.

_____. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2014.

STROMBACK, Jesper. Four phases of mediatization: An Analysis of the mediatization of politics. **International Journal of Press/Politics**, vol.13, n.3, p.228-46, 2008.