Midiatização, um conceito plurívoco

Pedro Gilberto Gomes
Evelin de Oliveira Haslinger
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Palavras-chave: Comunicação; Midiatização; Mapa sistêmico.

RESUMO EXPANDIDO

A proposta do presente texto resulta da experiência de pesquisa intitulada "Plurivocidade do conceito de midiatização", realizada âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos e financiada pelo CNPq, no período de 2013/2016. O projeto objetivou trabalhar a compreensão do conceito de midiatização, fazendo um diretório de suas diversas conceituações, tanto no Brasil como na América Latina, América do Norte e Europa. Parte do princípio de que este conceito não é unívoco e um primeiro passo para delimitá-lo é fazer um levantamento das diversas significações. 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 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 interrelações entre a mudança comunicativa dos meios e a mudança sociocultural.

A questão da midiatização, consequentemente, foi se afirmando na sociedade, tanto no âmbito nacional como internacional, como um objeto fundamental para o trabalho dos pesquisadores que atuam na área da comunicação. Pesquisadores de muitas escolas e das mais variadas regiões geográficas, por caminhos diversos e com pontos de partida distintos, arribaram à praia da midiatização como um conceito fundante para a compreensão do que está acontecendo hoje na sociedade. Até agora, contudo, os estudos sobre midiatização ocuparam-se com as transformações sociais e culturais nas culturas e sociedades ocidentais.

Entretanto, o processo de midiatização também se manifesta (torna-se visível) noutras partes do mundo, exibindo diferentes dinâmicas e possuindo outras consequências em diferentes contextos sociais e culturais. Será que a midiatização constitui um processo global de mudança? Em caso afirmativo, pergunta-se: onde estão

localizadas as desigualdades e as dissemelhanças desse processo? Como a midiatização não se apresenta da mesma forma para todos e em todos os lugares, podem existir diferenças e semelhanças entre as culturas e nações em processo de midiatização. Por isso, ela participa da comparação entre os meios e as pesquisas sobre comunicação, não somente no momento atual, mas também numa perspectiva histórica. É fundamental que se pense que diferenças transcultural e transnacional existem e como compará-las entre si. Aqui há o desafio de realizar um trabalho comparativo para separar os diferentes aspectos da midiatização.

Neste trabalho, vamos utilizar o conceito de "midiatização" como um paradigma para analisar e compreender a realidade contemporânea. Há um processo novo, por meio da proliferação das mídias sociais, potencializadas pela cultura digital, que resiste às abordagens setoriais, até agora levadas a cabo pela academia. Impera a necessidade de um conceito que, abrangente, consiga dar conta do que está acontecendo e possibilite uma abordagem sistêmica para além dos meios particulares. Na nossa formulação, um paradigma que torne possível uma reflexão metamidiática. Para tentar dar conta do comedido, realizamos uma análise da realidade que abrange a explicitação da gênese do conceito. Após, examinamos a realidade pensada antes da tematização desse conceito.

Para isso, retrocedemos aos anos de 1940, deixando-nos impregnar pelas reflexões do jesuíta francês Pierre Teilhard de Chardin até os nossos dias. Finalizaremos com tentativa de formular uma opinião preliminar para ser discutida nos diversos níveis da academia. Pretende-se, em especial neste artigo, apresentar o conceito de midiatização e suas múltiplas vozes, a partir da cartografia do conceito, bem como resultados encontrados ao final da pesquisa.

Referências

BASTOS, Marcos Toledo. Medium, media, mediação e midiatização. A perspectiva germânica. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Orgs.). **Mediação & Midiatização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, p. 53-78, 2012.

CHARDIN, Pierre Teilhard de. El Porvenir del Hombre. Madrid: Taurus, 1962.

Communication Research Trends. Theological and Religious Perspectives on the Internet. V. 31, n. 1, 2012.

FAUSTO NETO, Antônio (Org.). **Midiatização e Processos Sociais** – aspectos metodológicos**.** Santa Cruz: Edunisc, 2010.

HJARDARD, Stig. **The Mediatization of Culture and Society**. London & New York: Routledge, 2013. Tradução brasileira pela Editora da Unisinos, São Leopoldo, 2014.

HERMES - Une revue de l'Institut des sciences de la communication du CNRS (ISCC) n.25 – Le dispositif – entre usage et concept (Numéro coordonné par Geneviève JACQUINOT-DELAUNAY et Laurence MONNOYER), 1999.

MARCONDES FILHO, Ciro. Prefácio à edição brasileira. In: LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação.** São Paulo: Paulus, 2005.

MARTIN BARBERO, Jesus. **Dos meios às Mediações.** Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Orgs). **Mediação &Midiatização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1996.

REIS, Abel. Problematizando o conceito de bios midiático. In: **Sessões do**

Imaginário, ano 11, n. 15, 2006.

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

WOLF, Tom. Introdução. In: MCLUHAN, Marshall. **McLuhnan por McLuhan**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.