

**Por uma abordagem ecológica e contextual da comunicação  
em tempos de midiática profunda**

*Towards an ecological and contextual approach to communication  
in times of deep mediatization*

Carolina Teixeira Weber DALL'AGNESE<sup>1</sup>  
Eugenia Maria Mariano da Rocha BARICHELLO<sup>2</sup>

**Resumo**

Neste texto discute-se a adoção das perspectivas da midiática e da ecologia da mídia como possíveis bases para a investigação dos processos e práticas comunicacionais no ecossistema midiático contemporâneo. A partir da noção de complementaridade entre os dois aportes, defende-se a construção de percursos de pesquisa de abordagem ecológica e contextual para apreender as complexidades do cenário atual de midiática profunda (COULDRY e HEPP, 2017), caracterizado pela crescente interdependência entre meios, instituições, organizações e indivíduos nos diferentes ambientes de mídia.

**Palavras-chave:** Midiática. Midiática profunda. Ecologia da mídia. Teorias da comunicação.

**Abstract**

This text discusses the adoption of the perspectives of mediatization and of media ecology as possible bases to the investigation of communication processes and practices in the contemporary media ecosystem. Understanding the two perspectives as complementary ones, it defends the development of research paths characterized by an ecological and contextual approach in order to comprehend the complexities of the current scenario of deep mediatization (COULDRY e HEPP, 2017), characterized by the increasing interdependence among media, institutions, organizations and individuals in a variety of media environments.

**Keywords:** Mediatization. Deep mediatization. Media ecology. Communication theories.

---

<sup>1</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação Institucional e Organizacional. E-mail: caroltweber@gmail.com

<sup>2</sup> Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM. Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação Institucional e Organizacional. E-mail: eugeniabarichello@gmail.com

## Introdução

Nos tempos atuais, em que o digital é base e contexto para a maior parte de nossas expressões e experiências em nível coletivo e individual, não é difícil visualizar a profunda e crescente inserção da mídia na vida cotidiana. No ecossistema em constante movimento, mensagens e discursos espalham-se em múltiplos meios (velhos e novos) e plataformas de acesso, delineando um cenário de convergência em que organizações, instituições, indivíduos e tecnologias conectam-se de formas complexas. Para dar conta desse cenário, são necessários aportes teórico-epistemológicos abrangentes que superem os modelos lineares de análise dos meios de comunicação de massa (BARICHELLO, 2014) e promovam um olhar para os ambientes de mídia e para os contextos que eles geram. Tal ênfase está presente nos trabalhos tanto de pesquisadores filiados à midiatização (COULDRY, 2014; COULDRY E HEPP, 2013; 2017; HEPP, 2014; HJARVARD, 2014; SODRÉ, 2013) como nos da ecologia da mídia (CANAVILHAS, 2010; LOGAN, 2015; MCLUHAN, 2007; MEYROWITZ, 2009; SCOLARI, 2015; STRATE, 2004; 2008).

Logan (2015), por exemplo, considera ineficiente qualquer análise que restrinja seu foco nos conteúdos de um sistema de mídia. Igualmente, Meyrowitz (2009) destaca que estudar os efeitos potenciais dos meios implica deslocar o foco do conteúdo como fonte primária de influência e olhar para a natureza, capacidades e limitações midiáticas para a interação e a exploração criativa. Tanto Hjarvard (2014) como Couldry e Hepp (2017) sublinham que a análise da influência da mídia e de suas consequências vincula-se à época e ao contexto cultural, bem como às *affordances* e restrições dos meios.

A partir desses e de outros pressupostos, este trabalho defende a adoção dos estudos da midiatização e da ecologia da mídia, em seus cruzamentos, como possíveis bases teórico-epistemológicas para apreender as complexidades contemporâneas no âmbito das pesquisas em comunicação. Uma vez que essas perspectivas não se filiam a metodologias específicas nem apresentam métodos próprios para investigação, destacam-se, aqui, algumas contribuições de ambas para a construção de percursos metodológicos próprios visando ao empreendimento de estudos de abordagem ecológica e contextual dos processos e práticas comunicacionais no contexto de midiatização

profunda (COULDRY E HEPP, 2017). Para isso, primeiramente, destacam-se (1) os estudos da midiatização; depois, (2) da ecologia da mídia ou teoria do meio para, logo após, (3) discutir pontos de intersecção entre essas perspectivas para a investigação do ecossistema midiático em permanente transformação.

### **Um cenário de midiatização profunda**

Considerada uma das perspectivas mais ricas para captar as inter-relações entre a mídia e a comunicação com as transformações na cultura e na sociedade, a midiatização tem merecido atenção de pesquisadores brasileiros e estrangeiros há pelo menos duas décadas, apesar de o termo aparecer em trabalhos muito anteriores<sup>3</sup>. Para Couldry (2014), os estudos da midiatização representaram uma reorientação das pesquisas em mídia e comunicação. Ao contrário dos modelos teóricos que analisam a influência da mídia a partir dos efeitos de seus textos e discursos, paradigma predominante no estudo dos meios de comunicação de massa, os pesquisadores da midiatização têm como objetivo refletir sobre as mais amplas consequências da comunicação mediada em nossa vida cotidiana. Conforme Hepp (2014, p. 51), trata-se de um “conceito usado para analisar a inter-relação (de longo prazo) entre a mudança da mídia e da comunicação, por um lado, e a mudança da cultura e da sociedade, por outro, de maneira crítica”.

Fundamentalmente, a midiatização não se refere a uma única teoria ou a um único processo, mas a uma abordagem geral para analisar criticamente as múltiplas transformações na natureza da ordem social contemporânea, ligadas às *affordances*<sup>4</sup> e aos usos da mídia. Sob essa perspectiva, os meios de comunicação não são meros “canais” ou “veículos”, mas canalizações, fluxos comunicacionais cuja lógica de funcionamento é capaz de formar uma ambiência (SODRÉ, 2013). Assim, importa que tipo de meio é usado para cada tipo de comunicação (COULDRY, 2014).

Duas tradições investigativas principais nos estudos da midiatização são identificadas por Hepp (2014). A primeira delas, institucionalista, predominante no campo do jornalismo e da comunicação política, entende a mídia como uma instituição

<sup>3</sup> Hepp (2014) aponta que o termo pode ser encontrado em um trabalho pós-doutoral da década de 30.

<sup>4</sup> De forma geral, as *affordances* são definidas como os usos potenciais de um objeto que possibilitam certas ações, excluem outras e estruturam interações entre ator e objeto. Hjarvard (2014) entende os meios de comunicação como tecnologias dotadas de um conjunto de *affordances* que facilitam, limitam e estruturam a comunicação e a ação.

mais ou menos independente, com suas próprias regras e lógicas, que faz com que os demais campos e sistemas sociais (política, religião, educação) adaptem-se às suas regras institucionalizadas. Essa tradição está presente no trabalho de Hjarvard (2014, p. 243), o qual destaca que o percurso investigativo da midiatização tem como objetivo “[...] distinguir padrões sistemáticos de mudança através do tempo e do espaço em uma dada estrutura institucional”.

Já uma segunda abordagem, socioconstrutivista, destaca o papel da mídia – instituição e tecnologia – no processo de construção da realidade social e cultural. Alinhado a essa segunda vertente, o livro *The Mediated Construction of Reality*, publicado em 2017 por Couldry e Hepp, contribui para o aprofundamento dos estudos da midiatização ao propor um repensar da teoria social e, mais especificamente, de aspectos da sociologia do conhecimento, a partir do papel que a comunicação mediada assume, nos dias de hoje, na construção da realidade. O principal argumento da obra é que os meios de comunicação estão incorporados na vida cotidiana de tal forma que os próprios elementos para a construção da realidade são, eles próprios, mediados. Com base nisso, para os autores, muitas das afirmações do livro de Berger e Luckmann, *A Construção Social da Realidade*, lançado no final dos anos 60, já não serviriam como quadro explicativo da atualidade. Uma delas, por exemplo, é a de que a experiência mais importante do mundo social teria lugar nas relações face a face. Para Couldry e Hepp (2017), diante da crescente mediação dos fluxos comunicacionais, já não é mais possível admitir uma separação entre comunicação mediada e não-mediada: marcamos encontros pelas mídias sociais, checamos e-mails enquanto conversamos sobre o tempo, exibimos fotos para conhecidos e gravamos vídeos nas mais variadas situações. A comunicação “aqui e agora” é completamente entrelaçada por vários meios. A realidade social é inseparável da mídia, uma vez que “as formas com que nós percebemos o mundo fenomenologicamente se tornaram, necessariamente, emaranhadas com as restrições, *affordances* e relações de poder características da mídia enquanto infraestruturas para a comunicação”<sup>5</sup>. (Ibid., p. 7)

Dessa forma, para entender como se dá a construção do mundo social hoje, os autores propõem uma abordagem baseada em uma “fenomenologia inteiramente materialista” (*fully materialist phenomenology*). A partir do princípio de que os meios

---

<sup>5</sup> Todas as citações em língua estrangeira foram traduzidas livremente.

nunca são neutros – uma vez que moldam, de certa forma, nosso comportamento, ações e hábitos –, o termo “materialidade” é utilizado para enfatizar a complexidade em que os meios de comunicação precisam ser apreendidos, tanto como tecnologias (incluindo aí as infraestruturas que possibilitam seu funcionamento), quanto como processos de construção de sentido. Nesse sentido, eles definem que mídia (plural de meio, ou *medium*) é o que se entende por meio de comunicação de base tecnológica, o qual estende<sup>6</sup> ou modifica nossas possibilidades humanas básicas de comunicação. O conceito, específico e aberto ao mesmo tempo para captar a variedade contemporânea, engloba desde a comunicação de massa até os dispositivos móveis e as várias plataformas para comunicação interpessoal. Inclui, ainda, a compreensão de que cada meio possui uma materialidade característica, manifesta tanto pelo dispositivo em si (o smartphone, o aparelho de televisão), como pelas infraestruturas de comunicação de informação latentes (sistemas de rede, estações de transmissão, satélites).

Ainda conforme Couldry e Hepp (2017), atualmente, vive-se em um tempo de midiatização profunda, estágio que se desenvolve desde a metade do século passado. Para os pesquisadores, dividir a história da humanidade e das comunicações a partir de certos meios dominantes que provocariam novas formas de sociedade e cultura seria um equívoco, uma vez que nunca houve um tempo “do jornal impresso” ou “do celular”: sempre conviveu-se com velhas e novas mídias. Assim, optam por compreender as relações entre homens, meios e tecnologias ao longo dos tempos como uma sucessão de três ondas de midiatização: (1) *mechanization wave*, de 1450 a 1800; (2) *electrification wave*, de 1800-1950; e (3) *digitalization wave*, de 1950 até hoje.

Cada uma dessas ondas representa mudanças qualitativas fundamentais nos ambientes de mídia e, portanto, diferentes pontos de partida para explicar as transformações sociais. Dessa forma, a aceleração das inovações tecnológicas que têm a digitalização como ponto de partida resultou em um ecossistema de mídia único, no qual muitos meios, em vez de desaparecer, mantêm um papel funcional, mesmo que na forma de arte<sup>7</sup>. O contexto de midiatização profunda, portanto, não tem a ver com meios específicos de difusão, mas com a crescente relevância da mídia nas culturas e

---

<sup>6</sup> Referência a McLuhan (2007).

<sup>7</sup> Ver mais em McLuhan, 2007, p.12.

sociedades, a partir do aprofundamento das conexões entre as infraestruturas das quais as práticas comunicacionais dependem.

Ao optarem por uma abordagem transcultural, os autores se posicionam contra estudos que localizam o início do processo de midiaticização no período histórico da alta modernidade europeia (cf. HJARVARD, 2014), bem como seu mapeamento a partir de fronteiras de nações ou culturas nacionais. Também rejeitam a associação da midiaticização como fenômeno emergente de “organizações de mídia independentes”, o que não se aplicaria a certas regiões do mundo. Assim, defendem que, mesmo com as diferenças regionais, as ondas de midiaticização relacionadas às mudanças fundamentais no ecossistema de mídia podem ser identificadas de forma global.

Couldry e Hepp (2017) afirmam que já é possível visualizar os contornos de uma quarta onda de midiaticização, desta vez, baseada nos dados (*datafication wave*), que em breve serão os pontos de partida para as principais transformações, já em curso, na sociedade midiaticizada. Esse próximo estágio será caracterizado pela crescente interdependência tanto dos meios entre si (à medida que os ecossistemas de mídia se tornam mais complexos), como entre os indivíduos, ao passo que a comunicação depende cada vez mais do processamento e da coleta de dados para a produção de conhecimento, para a construção de organizações e coletividades e para a própria constituição do “eu”.

A perspectiva da midiaticização como reconfiguradora das referências do mundo social também está presente na obra de Sodré (2013). Para o pesquisador, os impactos da midiaticização na cultura e na sociedade são tantos que implicam uma qualifica o particular da vida, um quarto *bios* ou âmbito onde se desenrola a existência humana, caracterizado pela tecnocultura, cultura da simula o ou do fluxo. No contexto da tecnocultura, a própria natureza do espaço público   modificada ao ver-se tomada por formas de representa o do real que interagem e expandem a dimensão na qual se movimentam os sujeitos sociais. Ao provocar novas formas de perceber e pensar a realidade, impulsionadas pelo acesso simultâneo e global   informa o e ao acesso a ambientes artificiais e interativos, a midiaticiza o torna “composs veis” outros mundos e regimes de visibilidade pública (SODRÉ, 2013).

Muitas no es cruciais dos estudos da midiaticiza o, que chamam a aten o para o papel da média nas transforma es na cultura, na sociedade e em nossas próprias

visões de mundo, ultrapassando a noção dos meios como meros canais transmissores de informação, dialogam e têm como referência (COULDRY E HEPP, 2013) a ecologia da mídia, ou o estudo dos meios como ambientes.

### **A perspectiva ecológica da mídia**

A *media ecology*, ecologia da mídia ou teoria do meio é uma perspectiva teórico-epistemológica abrangente, que se ocupa das relações entre os meios até as transformações na percepção e cognição dos sujeitos em contato com as tecnologias da comunicação. A aplicação da metáfora ecológica aos sistemas de mídia somou-se à criação de diversas disciplinas híbridas durante os anos 60 e 70<sup>8</sup>. Ao seu surgimento, não é atribuído um só autor, podendo ser melhor entendida como uma rede de relações intelectuais que tem Marshall McLuhan (1911-1980), Walter Ong (1912-2003) e Neil Postman (1931-2003) como principais nós (STRATE, 2004). Indiscutivelmente o mais célebre dos três, McLuhan foi o primeiro a chamar a atenção para o entendimento dos meios enquanto envoltórios culturais, reconfiguradores do contexto em que se inserem.

Para os estudos da comunicação, é especialmente relevante discutir sua noção holística e contextual de meio, uma vez que, o próprio McLuhan não apresenta uma definição concisa do termo. Assim, “o meio é a mensagem” intriga pesquisadores e inspira inúmeras interpretações desde a publicação, em 1964, de *Understanding Media*.

Primeiramente, afirmar que o meio é mensagem não significa entendê-los como sinônimos. Não se trata de uma fórmula matemática ( $x$  igual a  $y$ ). Pelo contrário, a metáfora tem como intuito chamar a atenção para o complexo relacionamento entre esses dois elementos e promover uma mudança de foco do conteúdo para o entorno, como elucida Strate (2008). As mensagens recebidas e enviadas têm um papel secundário em relação ao meio: é este último que tem maior impacto em nossas ações e escolhas. São as tecnologias, enquanto ambientes, que proporcionam interações e alterações nas mensagens e que atuam moldando os contextos individuais e coletivos.

Os meios precedem as mensagens, que, por sua vez, não existem sem os meios, aqui entendidos como ambientes. Nesse sentido, apreender o meio de forma ecológica é

---

<sup>8</sup> A publicação de *Fundamentals of Ecology* (1953), que apresentou uma visão holística dos sistemas biológicos, somada ao movimento crescente de preservação do meio ambiente nos anos 70, inspirou o surgimento de reflexões acadêmicas que se valeram de metáforas ecológicas (SCOLARI, 2015).

reconhecer que cada tecnologia representa um diferente contexto cujos efeitos (seja no âmbito das técnicas, seja na produção de sentidos) são maiores e mais importantes que o artefato em si ou que o conteúdo de suas mensagens. Por exemplo, não é o jornal, enquanto objeto material, ou as informações nele impressas que produzem efeitos sobre a sociedade, mas o jornal enquanto forma simbólica, ambiente, e toda a cultura gerada em torno dele: os hábitos de leitura, os estilos de redação, o surgimento de profissões especializadas e de leitores, a formação de uma indústria para sua produção, etc.

Para exemplificar como as tecnologias atuam nas ações e associações humanas como meios, extensões ou ambientes, toma-se emprestada a referência feita por Canclini (2008, p. 39), no texto “Conto pós-digital”, a Julio Cortázar. Esse último, mencionado pelo antropólogo argentino, escrevera que, quando alguém ganha um relógio de pulso, não ganha de presente apenas um objeto, mas “um novo pedaço frágil e precário de você mesmo, algo que é seu, mas não é seu corpo, que tem de ser amarrado a seu corpo como a pulseira, como um bracinho desesperado pendurando-se de seu pulso”. Em termos ecológicos, poderia se dizer, ganha-se uma extensão das habilidades de perceber o tempo, de orientar-se ao longo dos dias. Esse presente, reflete Cortázar, vem acompanhado de uma série de novas obrigações – dar-lhe corda diariamente, conferir a exatidão da hora – e novos medos – de perdê-lo, de tê-lo roubado, de que caia no chão e quebre. Canclini (2008) observa que, nos tempos atuais, tais temores são aplicáveis ao celular, tecnologia por meio da qual, hoje, entre muitas outras coisas, consultam-se as horas. Com ele também vêm de presente deveres e ansiedades: “[...] a tendência a comparar seu celular com os demais, a necessidade de recarregá-lo, a ansiedade de saber quando vão aparecer novos modelos com funções inesperadas [...]”; assim como novas possibilidades e hábitos: “[...] a facilidade de iniciar conversas a partir de lugares remotos, a necessidade de ficar dependente dos chamados, a pressa de ligar o celular antes de sair do cinema quando mal acaba de passar o fim do filme para saber o que há de novo [...]” (Ibid., p. 41). Talvez ganhe-se, também, a necessidade de estar sempre disponível; a lembrança constante de pertencer a uma família, a um grupo, a uma organização, mesmo geograficamente distante; a impossibilidade de desconectar-se. A partir da concepção mcluhaniana de meio, tais efeitos nos hábitos e nas formas de perceber o tempo e o espaço é que são o meio e a mensagem do celular (ou do relógio) e que, portanto, têm maior significado que a



tecnologia em si ou os conteúdos que por meio dela circulam (seja a marcação de horas, minutos ou segundos específicos ou as mensagens recebidas/acessadas pelo celular).

Mais uma reflexão sobre o enfoque ecológico, a de que o conteúdo de um meio é sempre outro meio, pode ser realizada a partir do conto de Canclini (2008). No texto, o autor discorre sobre as “muitas maneiras de saber as horas”, mencionando a incorporação do relógio às telas digitais de computadores e celulares como uma das mais notórias modificações da nossa relação com o tempo. O relógio, portanto, é conteúdo, dentre os tantos possíveis, desses meios digitais, um meio que carrega milhares e milhares de anos de tradições e técnicas para compartimentar o tempo, dentro de outro meio. Para McLuhan (2007, p. 71), “À exceção da luz, todos os meios andam aos pares, um atuando como ‘conteúdo’ do outro, de modo a obscurecer a atuação de ambos”. Isso porque, atuando como conteúdo, o meio anterior é mais facilmente percebido, uma vez que raramente as pessoas notam as características do novo meio e têm consciência do ambiente em que estão envolvidas.

Quando um meio se transforma em conteúdo de outro meio, ele se torna o código, a forma simbólica ou estilo estético usado para a criação das mensagens (STRATE, 2008). Na infância do jornalismo digital, os primeiros jornais a contarem com versões online, apenas reproduziam, em seus domínios na internet, o conteúdo do texto impresso. Novos meios tendem a espelhar a linguagem e as práticas consolidadas dos antigos, até que descubram formas mais apropriadas de comunicar. Quando isso acontece, velhos meios também são afetados. A digitalização que acelera e dá mobilidade aos processos comunicacionais provoca transformações na forma de fazer da TV, do rádio, da imprensa. Em tempos de midiaticização profunda, meios analógicos tornam-se cada vez mais digitais (COULDRY E HEPP, 2017), confirmando o que McLuhan assinalava no início dos anos 60: “Um novo meio nunca se soma a um velho, nem deixa o velho em paz. Ele nunca cessa de oprimir os velhos meios, até que encontre para eles novas configurações e posições” (2007, p. 199).

Da mesma forma, mídias digitais não eliminam as mídias analógicas, apesar de agregarem muitas de suas funções. A função do relógio de pulso de Cortázar, hoje, se faz presente no celular, todavia, relógios de pulso, de mesa ou de parede continuam a ser fabricados e comercializados. Novas e velhas mídias são como espécies que coexistem em um ecossistema midiático composto, segundo Logan (2015, p. 139), “[...]”

de seres humanos e os meios e tecnologias de comunicação através dos quais esses interatuam e se comunicam entre si. Também inclui os idiomas e as culturas que utilizam para expressar e codificar sua comunicação”. Nesse ecossistema, para Canavilhas (2010, p. 2), “[...] meios e ambientes geram novas e variadas relações resultantes de sua natureza instável, móvel e global, gerando um constante estado de desequilíbrio que rapidamente se reequilibra para logo se desequilibrar novamente”.

Com foco nas preocupações de pesquisa específicas das ciências da comunicação, Meyrowitz (2009) identifica na ecologia da mídia (ou teoria do meio, como prefere), dois níveis de investigação: um micro e outro macro. De acordo com a organização sugerida pelo estudioso, pesquisas que enfocam os usos dos meios para propósitos particulares, em situações específicas, bem como exploram as consequências intencionais ou não da prevalência de um meio em detrimento de outros nas mais diversas atividades configuram o nível micro de investigação. Por outro lado, abordagens classificadas no nível macro apresentam problemas mais amplos e, geralmente, resultam em pesquisas mais provocativas e controversas. Elas incluem grandes questões como a influência do uso generalizado de um novo meio nas múltiplas dimensões da sociedade, remodelando papéis sociais, instituições, concepções de tempo e espaço, padrões de pensamento, interações entre culturas, etc.

Meyrowitz (2009) destaca, ainda, que enquanto estudos clássicos dos efeitos de mídia se perguntam se programas de TV ou videogames violentos podem ou não influenciar o comportamento dos indivíduos, a teoria do meio ou ecologia da mídia prefere investigar como diferentes meios criam distintas experiências e padrões de acesso ao mundo exterior. Logo, estudar os efeitos de um meio a partir de seu (hipotético) poder de persuasão ou da imitação de suas mensagens pelos indivíduos não faz sentido para os ecólogos da mídia, uma vez que compreendem que o maior impacto da mídia não vem de suas mensagens, mas de sua capacidade de alterar as fronteiras da experiência social.

Partindo de semelhante esforço em comparar essas duas formas de apreender os processos comunicacionais (abordagens de causa-e-efeito *versus* ecologia da mídia), Strate (2008) sublinha que o meio é como um palco, no qual atores humanos desempenham seus papéis. Enquanto ambiente, ecologia e sistema, esse palco não determina o que será feito, mas define o conjunto de ações possíveis, facilitando certas

atitudes e desencorajando outras. Desse modo, os meios não causam efeitos de forma linear, mas propiciam a formação de ecossistemas dos quais emergem formas particulares de comunicação, consciência e cultura.

Pesquisas na área da comunicação comportam ambos os níveis de abordagem da ecologia da mídia, frequentemente relacionados. Noutros termos, um mesmo estudo pode apresentar perguntas específicas sobre o ambiente de mídia proporcionado por um meio e outras mais gerais, relacionando-o com o contexto maior do ecossistema de mídia, a fim de mapear as transformações na mídia e na comunicação ao longo da história, assim como as que ainda estão em curso.

Destaca-se, por fim, a chamada de Logan (2015, p. 148) para a necessidade de ir muito além da análise das mensagens – aliás, para ele, esse tipo de investigação está “condenada ao fracasso”. Considerando-os como tecnologias e ambientes que possibilitam e conformam os conteúdos e comparando-os a organismos vivos capazes de evoluir, o teórico destaca que meios são fenômenos emergentes e, como tais, não podem ser reduzidos às propriedades de seus componentes. Assim, estudar apenas um dos elementos (o conteúdo) de sistemas complexos como os meios de comunicação não é de forma alguma suficiente para compreender seus efeitos na sociedade e na cultura. Para ele, essa é a ideia básica atrás do aforismo “o meio é a mensagem” e o ponto de partida para toda a tradição de estudos da ecologia da mídia.

### **Notas para uma abordagem ecológica no contexto de midiatização**

Enquanto perspectivas teórico-epistemológicas abrangentes, a midiatização e a ecologia da mídia não apresentam “fórmulas” ou métodos específicos para a investigação. No entanto, a partir dos pontos de intersecção entre em ambas, é possível reconhecer elementos que inspiram uma abordagem ecológica e contextual para a pesquisa em comunicação. Para Barichello (2014), o paradigma ecológico pode ser um vetor de análise para os processos investigativos à luz da midiatização, considerando o digital enquanto cultura que caracteriza o ecossistema midiático contemporâneo. Logo, propício para mapear os caminhos do ecossistema midiático cujo atual estágio, de midiatização profunda, tem a digitalização como ponto de partida.

Couldry e Hepp (2013) afirmam que, ao deslocar a atenção do conteúdo para o meio, a ecologia da mídia é uma das principais referências para a construção da perspectiva da midiaticização. Hjarvard (2014) observa que as semelhanças entre as abordagens residem no fato de as duas contemplarem o impacto da mídia de forma global e privilegiarem a análise da reestruturação dos espaços de interação social pela mídia, levando em conta aspectos particulares de cada meio. Por outro lado, sublinha que a diferença entre elas estaria na perspectiva institucional da midiaticização e a aplicação desta a uma situação histórica determinada, como “fenômeno que se acelerou particularmente nos últimos anos do século XX, em sociedades modernas e altamente industrializadas” (Ibid., p 38), enquanto que a ecologia da mídia perpassa todos os períodos históricos, desde a aparição da linguagem humana (SCOLARI, 2015).

Esse argumento perde força a partir da perspectiva de Couldry e Hepp (2017), que consideram que o termo midiaticização engloba todas as transformações nos processos comunicacionais e sociais provocados pela crescente dependência da tecnologia e dos processos de mediação institucionalizados, não limitados à modernidade. Ao mesmo tempo, ao localizarem ondas de midiaticização desde a invenção da imprensa, no século XV, esses últimos alargam a perspectiva da midiaticização, mas ainda apresentam maior definição temporal que os estudos ecológicos.

Meyrowitz (2009) assinala que a teoria do meio, assim como outras abordagens de mídia, ao mesmo tempo em que oferece relevantes ferramentas interpretativas, possui vários pontos cegos. Por exemplo, ao interpretar como a introdução das novas mídias remodela as sociedades já existentes, conforme o autor, a teoria do meio dedica pouca atenção a fatores significativos que influenciam a invenção, o design e os usos dos meios nas diferentes culturas (como as distintas percepções do tempo, do espaço, da natureza e das relações homem-máquina), bem como a forças sociopolíticas e econômicas atuantes. Além disso, constata a carência de pesquisas que explorem o lado negativo das tecnologias sobre o meio ambiente ou como a “era da informação” é vivenciada de forma desigual por pessoas de diferentes países e estratos econômicos. Por outro lado, ao estudar as consequências não intencionais dos meios de comunicação, a teoria do meio teria grande potencial para, por exemplo, o mapeamento dos usos da mídia por grupos marginalizados e ativistas para “protestar e minar as agendas neoliberais que promoveram, originalmente, o desenvolvimento dessas

tecnologias” (Ibid., p. 528). Devido a essas e outras lacunas, o autor conclui que a teoria do meio ou ecologia da mídia é melhor concebida como um complemento, e não como substituta, de outras perspectivas de mídia.

É a partir da noção de complementaridade entre os estudos da midiatização e da ecologia da mídia que é possível defender uma abordagem ecológica e contextual para a construção de percursos metodológicos de investigação das práticas e processos jornalísticos em tempos de midiatização profunda.

Por um lado, a fenomenologia inteiramente materialista (*fully materialist phenomenology*) proposta por Couldry e Hepp (2017) como forma de apreender as práticas e processos comunicacionais na sociedade midiatizada direciona o olhar ao objeto comunicacional. Isso implica compreender a mídia tanto em sentido material, como simbólico, enquanto tecnologia e forma de cultura, os meios como infraestruturas para comunicação cujas *affordances*, restrições e relações de poder impactam em nossa percepção de mundo. Também significa admitir que a multiplicidade tecnológica da atualidade refere-se não só à pluralidade de espécies e interfaces midiáticas, “[...] mas também à sua natureza interconectada e à ordem multidimensional que resulta de e envolve todo o nosso ecossistema de mídia” (Ibid., p. 11).

Por outro lado, princípios da ecologia da mídia, com destaque para a compreensão dos meios como geradores de ambientes e espécies em um ecossistema em que meios, indivíduos e coletividades, organizações e instituições relacionam-se ao longo dos tempos, atuam como diretrizes para a análise de processos e práticas comunicacionais, seja no âmbito da produção, circulação ou consumo midiático. Nesse sentido, a exploração da metáfora pode render análises multinível que considerem tanto as interações micro em ambientes de mídia particulares (meios enquanto ambientes que afetam a percepção dos indivíduos), como as relações estabelecidas no âmbito do ecossistema de mídia (meios enquanto espécies que se relacionam em um ecossistema em constante movimento), considerando a midiatização como quadro explicativo para o estado atual dos processos comunicacionais nas sociedades e culturas analisadas.

## **Considerações finais**

Ao atentarem para as inter-relações entre meios, indivíduos e coletividades, organizações e instituições aprofundadas pela digitalização, sempre inseridas no tempo e no espaço em que ocorrem, tanto os estudos da midiatização como os da ecologia da mídia evidenciam que, para investigar as práticas e processos comunicacionais na contemporaneidade, não é suficiente considerar os meios individualmente, nem olhar somente para as mensagens que perpassam a mídia. Ambas as perspectivas não se filiam a metodologias específicas, nem apresentam fórmulas para a investigação, contudo, enquanto bases teórico-epistemológicas, orientam o olhar para o objeto de pesquisa e para a definição dos métodos de aproximação empírica.

Assim, a partir das intersecções entre os dois aportes apresentados neste trabalho, enfatiza-se a relevância da construção de percursos metodológicos de abordagem ecológica e contextual que desloquem o foco, quando totalmente centrado no conteúdo, e considerem também o entorno gerado no cenário de midiatização profunda, ao questionar que circunstâncias possibilitam e/ou impõem limites à produção midiática – seja na análise de práticas e processos, de gêneros e formatos, ou das interações com o público.

Portanto, um estudo contextual e ecológico da mídia não restringe as reflexões às mensagens e aos discursos, ao considerar os contextos (sociais, culturais, organizacionais, institucionais) que atuam como ambientes para a produção, a circulação e/ou o consumo de mídia. Apesar de serem influenciados pelos usos potenciais e restrições dos meios, tais ambientes não são determinados pelas tecnologias, mas pelas ações e apropriações dessas por indivíduos e coletividades.

Na construção do percurso de pesquisa, o reconhecimento dos ambientes/contextos de mídia pode ir desde um nível micro, localizado (da organização midiática, considerando aspectos da estrutura - ou ecossistema - das redações, por exemplo) até um mais abrangente, macro (considerando relações entre meios analógicos e digitais e/ou entre organizações e instituições, a fim de refletir sobre as transformações no ecossistema de mídia através dos tempos).

A abordagem ecológica e contextual também pode ser interpretada como forma de olhar, simultaneamente, para os meios em sua dimensão material (das interfaces pelas quais as organizações de mídia comunicam e interagem com a sociedade) e em sua dimensão simbólica (dos entornos culturais, sociais, organizacionais e institucionais que funcionam como ambientes para a produção, circulação e consumo).

## Referências

BARICHELLO, E. M. M. R. Miatização e cultura nas organizações da contemporaneidade: o processo de miatização como matriz de práticas sociais. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Contexto Organizacional Miatizado**. São Paulo; Rio de Janeiro: Difusão; Senac, 2014, v. 8, p. 37-43.

CANAVILHAS, J. O novo ecossistema mediático. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**, 2010. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico.pdf>> Acesso em 07 dez. 2016.

CANCLINI, N. **Leitores, espectadores e internautas**. Tradução de Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

COULDRY, N. Mediatization: What is it? In: KRAMP, L. Et al (eds.) **Media Practice and Everyday Agency in Europe**. Bremen: edition lumière, 2014. p. 33-9.

COULDRY, N.; HEPP, A. Conceptualising mediatization: Contexts, traditions, arguments. In: **Communication Theory**, 23 (3), p. 191-202, 2013.

COULDRY, N.; HEPP, A. **The Mediated Construction of Reality**. London: Polity, 2017.

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos miatizados: pesquisa da miatização na era da mediação de tudo. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, nº 1 jan./jun. 2014. p. 45-64.

HJARVARD, S. **A miatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2014.

LOGAN, R. La base biológica de la ecología de los medios. In: SCOLARI, C. **Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones**. Barcelona: Gedisa, 2015. p. 137-152.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem** (*Understanding Media*). São Paulo: Cultrix, 2007.

MEYROWITZ, J. Medium Theory: An alternative to the Dominant Paradigm of Media Effects. In: LABI, R.; OLIVER, M. (Orgs.) **The Sage handbook of media processes and effects**. California: Sage, 2009.

SCOLARI, C. **Ecología de los médios**: entornos, evoluciones e interpretaciones. Barcelona: Gedisa, 2015.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2013.

STRATE, L. A Media Ecology Review. **Communication Research Trends**. Volume 23, Number 2, 2004. Disponível em: [http://cscs.scu.edu/trends/v23/v23\\_2.pdf](http://cscs.scu.edu/trends/v23/v23_2.pdf)

STRATE, L. Studying media *as* media: McLuhan and The Media Ecology approach. **MediaTropes eJournal**, Vol I, 2008.