

**Três perspectivas sobre a midiática e suas implicações
na pesquisa em Comunicação**

*Three approaches on mediatization and its implications
in Communication research*

Rosa Ravena Alves dos SANTOS¹
Aline Fiuza MENEZES²
Bianca Sobral FERNANDES³
Ivan SATUF⁴

Resumo

O conceito de midiática tem sido empregado com frequência nas pesquisas em Comunicação para nomear fenômenos que envolvem a mídia e a sociedade. Contudo, trata-se de um conceito polissêmico e ainda em desenvolvimento. A partir de autores que assumem um claro posicionamento epistêmico, o objetivo deste trabalho é apresentar e discutir três perspectivas sobre a midiática: semioantropológica, institucional e socioconstrutivista. O texto busca evidenciar como as diretrizes conceituais podem gerar aproximações ou promover significativos afastamentos teórico-metodológicos, influenciando as pesquisas que empregam o conceito de midiática.

Palavras-chave: Midiática. Teorias da Comunicação. Eliseo Verón. Stig Hjarvard. Andreas Hepp.

Abstract

The concept of mediatization has often been used in Communications research to name phenomena involving the media and society. However, it is a polysemous concept and it is still in development. Based on authors who assume a clear epistemic position, the objective of this work is to present and discuss three perspectives on mediatization: semi-anthropological, institutional and socioconstrutivist. The text seeks to show that the conceptual guidelines can generate approximations or promote significant

¹ Graduanda em Jornalismo (UFCA). Bolsista de iniciação científica (PIBIC/CNPq).
E-mail: rosaravenna.rr@gmail.com

² Graduanda em Jornalismo (UFCA). Bolsista de iniciação científica (PRPI/UFCA).
E-mail: alinefiuzam@hotmail.com

³ Graduanda em Jornalismo (UFCA). E-mail: bifernandes50@gmail.com

⁴ Professor doutor do curso de Jornalismo da UFCA. E-mail: ivan.satuf@ufca.edu.br

theoretical and methodological distance, influencing the researches that use the concept of mediatization.

Keywords: Mediatization. Communication Theory. Eliseo Verón. Stig Hjarvard. Andreas Hepp.

Introdução

As relações entre mídia e sociedade representam objeto de estudo privilegiado no campo da Comunicação. Se o século XX marcou o desenvolvimento e a consolidação dos meios de comunicação de massa, o cenário atual registra a presença de formas massivas e pós-massivas (LEMOS, 2007) nos mais diversos níveis e esferas da interação social. Segundo Jenkins (2009, p. 29), a comunicação no século XXI se caracterizada por um ecossistema no qual “as velhas e as novas mídias colidem”, ora conformando lógicas de competição e exclusão, ora operando articulações de hibridização e cooperação.

As tecnologias comunicacionais estão entranhadas nas relações sociais e é justamente essa interpenetração entre mídia e sociedade que confere protagonismo ao conceito de “mídiatização” nas pesquisas contemporâneas em Comunicação. Uma primeira pergunta se torna inevitável: “Afinal, qual seria a diferença entre mediação e mídiatização?”. Ainda que os termos guardem similaridades semântico-conceituais, cada um conduz a um entendimento próprio do processo comunicacional.

De acordo com Sodré (2006), mediação nomeia a ação interativa que permite a comunicação, daí a linguagem ser um tipo de mediação universal. Por sua vez, mídiatização descreve um processo no qual a mídia, uma vez imersa nas atividades cotidianas, “se torna uma espécie de suporte da consciência prática na medida em que os fluxos informativos fazem interface, reorganizam ou mesmo inventam rotinas inscritas no espaço-tempo existencial” (SODRÉ, 2006, p. 29).

Hjarvard (2015, p. 53) diz que a mediação, apesar de propiciar o estudo das práticas comunicativas, não altera por si só as relações socioculturais e, desta forma, “precisamos direcionar nossa atenção para o processo de mídiatização a fim de compreender como a mídia, a cultura e a sociedade estão mutualmente envolvidos no processo de mudança”. Assim, é possível argumentar que autores latino-americanos

como Martín-Barbero (2001) e Orozco Gómez (2006) utilizam a noção de mediação em um contexto muito próximo ao que se entende por midiatização.

Além disso, midiatização é um “conceito de múltiplas vozes” disseminado nas investigações dos mais variados fenômenos midiáticos (GOMES, 2016). A dispersão conceitual parece predominar e a ausência de reflexão sobre os significados atribuídos pode prejudicar o desenvolvimento das pesquisas. Como adverte Carvalho (2017, p. 16), o risco está justamente na utilização fortuita do conceito de midiatização numa espécie de “modismo” acadêmico, “como se sua simples menção fosse suficiente para dar ares de atualidade a estudos comunicacionais bem mais complexos e exigentes que o uso de uma nova teoria pudesse simplificar”. Diante dos desafios à pesquisa, este artigo apresenta três perspectivas sobre a midiatização que influenciam os estudos comunicacionais no Brasil: semioantropológica, institucional e socioconstrutivista.

A abordagem “semioantropológica” foi desenvolvida pelo argentino Eliseo Verón e, como o próprio nome revela, funde visões semióticas e antropológicas enraizadas numa tradição latino-americana. As outras duas abordagens estão associadas a perspectivas europeias sobre a midiatização: a abordagem “institucional”, capitaneada pelo dinamarquês Stig Hjarvard; e a “socioconstrutivista”, representada pelo alemão Andreas Hepp. A primeira analisa como a “lógica da mídia” atua sobre as instituições que compõem as esferas sociais (política, religião, ciência, etc), enquanto a segunda ajusta o foco para as interações sociais propriamente ditas, ou seja, para a vinculação da mídia nas práticas comunicacionais cotidianas.

O texto começa com a apresentação de cada uma das três perspectivas de forma isolada para, num segundo momento, promover uma análise conjunta que permita localizar os pontos de convergência e divergência entre elas. A seleção de perspectivas e autores presente neste artigo não deve ser vista, obviamente, como uma representação da totalidade dos significados atribuídos à midiatização e está longe de esgotar as muitas possibilidades teórico-metodológicas. Também não é propósito deste trabalho promover julgamentos para qualificar ou desqualificar quaisquer abordagens. O texto evita uma concepção normativa, ou seja, não busca determinar o que é “certo” ou “errado” na pesquisa sobre midiatização. Pelo contrário, o intuito é ajudar a perceber, com o necessário rigor científico e a salutar diversidade epistêmica, as nuances conceituais que possibilitam o avanço da pesquisa em Comunicação.

Abordagem semioantropológica

A perspectiva semioantropológica proposta por Eliseo Verón (2011, 2014) interconecta dois eixos: 1) história do desenvolvimento midiático, 2) compreensão dos processos de produção de sentidos. Trata-se de uma visão interdisciplinar que une uma abordagem de longa duração (antropológica) e a capacidade humana de produzir e decifrar signos (semiótica).

Para Verón (2014), midiatização é um processo muito antigo que remete à era pré-histórica do Alto Paleolítico, há cerca de 2,5 milhões de anos, quando os antepassados da espécie humana começaram a usar pedras na produção sistemática de ferramentas. Segundo o autor, uma pedra lapidada para se transformar na ponta de uma flecha, por exemplo, desencadeia um processo de produção de sentidos que indica aos membros da tribo se tratar de um instrumento de caça. Ainda que o exemplo esteja muito distante da concepção tradicional de mídia, a configuração icônica da pedra transformada em flecha atua na produção social de significados.

Em sua dimensão antropológica, a perspectiva remete a um passado longínquo para sustentar que “a midiatização é apenas o nome para a longa sequência histórica de fenômenos midiáticos sendo institucionalizados em sociedades humanas e suas múltiplas consequências” (VERÓN, 2014, p. 15). Dentre os fenômenos midiáticos mais relevantes para compreensão histórica da midiatização, o autor destaca a ascensão da escrita, o surgimento do livro e dos jornais, o desenvolvimento de dispositivos técnicos de reprodução de som e imagem e a recente emergência da internet.

Amparada em formações humanas em contextos históricos, característica científica da antropologia, a perspectiva semioantropológica aponta uma nítida redução do tempo histórico entre o aparecimento de um dispositivo midiático e outro, sobretudo nos últimos séculos, quando houve uma aceleração tecnológica sem precedentes que encurtou o hiato temporal de milhares de anos (entre o surgimento da escrita e dos jornais, por exemplo) para umas poucas décadas (entre a invenção da TV e da internet).

Por sua vez, a dimensão semiótica indica a necessidade de se observar a produção e circulação de sentidos por meio de artefatos técnicos:

A capacidade semiótica de nossa espécie se expressa na produção do que chamarei de *fenômenos midiáticos*, consistindo da exteriorização dos processos mentais na forma de dispositivos materiais. *Fenômenos midiáticos são, de fato, uma característica universal de todas as sociedades humanas.* (VERÓN, 2014, p. 14, destaque no original)

O processo de semiose materializado em dispositivos midiáticos promove uma “descontextualização” capaz de produzir “múltiplas quebras de espaço e tempo” (VERÓN, 2014, p. 17). A materialização dos processos mentais, seja na pedra, no papel ou na tela do computador, confere autonomia aos emissores e receptores, que passam a lidar com modos comunicacionais diversos das interações face a face.

Portanto, a semiótica é o pilar conceitual que leva a abordagem semioantropológica a se concentrar nas transformações dos “dispositivos” ou “suportes” responsáveis por “novos regimes de significado” (VERÓN, 2011). O estudo da midiatização, neste sentido, foca as mudanças nas dinâmicas tecno-comunicacionais em uma determinada série histórica, que pode ser tão longa quanto a própria existência da espécie humana.

Ainda que a perspectiva semioantropológica não indique explicitamente as metodologias pelas quais os processos de midiatização devam ser estudados, Verón (2011) faz menção à necessidade de concentrar atenção sobre os “mundos semióticos” formados pelos dispositivos técnicos. Cada “mundo” pode ser concebido como a conformação de espaços mentais em torno de uma determinada configuração de dispositivos de comunicação. O pesquisador deve se esforçar para desvendar “como essas configurações se transformam em sistemas auto-organizantes e começam a funcionar de maneira autônoma” (VERÓN, 2011, p. 22).

Mais do que a simples observação e descrição dos mundos semióticos, o autor sugere que é preciso estar particularmente vigilante às tensões nas dinâmicas de homogeneização e diferenciação dos regimes de significados implicados nos processos de midiatização.

Abordagem institucional

A perspectiva institucional compreende a midiatização como um fenômeno diretamente associado ao processo de globalização e que experimentou uma forte

aceleração nas últimas décadas do século XX, sobretudo em nações altamente industrializadas (HJARVARD, 2012). Os estudos se dirigem a fenômenos midiáticos recentes ou contemporâneos, praticamente excluindo análises comunicacionais de outros períodos históricos.

Esta é uma das linhas divisórias que existem atualmente entre as pessoas que gostariam de fazer uma análise muito mais prolongada, civilizacional da midiatização, olhando-a a partir do despertar da civilização, e aquelas que amarram a questão da midiatização a processos da modernidade. Tal distinção claramente tem consequências para o argumento histórico. (HJARVARD; LINARES, 2016, p. 98)

Segundo Stig Hjarvard (2012, 2015), principal divulgador da abordagem, a midiatização é consequência de uma gradual mudança no status social da mídia, que atingiu a condição de “semi-independência” em relação aos demais campos da sociedade. A maior autonomia e a crescente influência dos meios de comunicação em todos os níveis de interação fizeram com que as diversas instituições sociais (política, religião, ciência, etc) precisassem se adequar aos processos e normas característicos da mídia.

Em linhas gerais, a abordagem institucional concebe a midiatização como um processo de interdependência estimulado pelo avanço da mídia sobre a sociedade: “Por midiatização da cultura e da sociedade, nos referimos aos processos por meio dos quais cultura e sociedade tornam-se cada vez mais dependentes das mídias e seus *modus operandi*, ou lógica da mídia” (HJARVARD, 2015, p 53). A noção de “lógica da mídia” aplicada à pesquisa em midiatização condiciona os pesquisadores a conceder especial atenção ao conjunto de regras e recursos presentes nas dimensões institucionais, estéticas e tecnológicas da mídia responsáveis por exercer algum grau de influência sobre a sociedade (HJARVARD; LINARES, 2016).

Esta visão está diretamente vinculada ao trabalho sociológico desenvolvido no final dos anos 1970 por David L. Altheide e Robert P. Snow, responsáveis pelo conceito de “lógica da mídia” (*media logic*), bem como à “teoria da estruturação” de Anthony Giddens. Portanto, a visão institucional da midiatização convoca correntes do pensamento sociológico desenvolvidas nas últimas décadas do século XX e interessadas

em compreender as amplas transformações nas relações sociais decorrentes de diversos fatores, entre os quais a crescente influência da mídia.

A filiação teórica justifica o fato de a perspectiva institucional privilegiar as análises macrosociológicas numa relação de mútua afetação entre a mídia e as diversas instâncias sociais:

Por exemplo, a instituição da política é governada por diversas regras formais e informais que podem, em alguns aspectos, estar em desacordo com o *modus operandi* da mídia. Uma vez que política e mídia são mutuamente dependentes, tais instituições devem ajustar seu funcionamento interno às lógicas uma da outra, permitindo diferentes tipos e graus de política midiaticizada e mídia politizada. (HJARVARD, 2015, p. 54)

O fato de adotar lentes ajustadas aos fenômenos macrosociológicos levou a abordagem institucional a eleger os meios de comunicação de massa como objeto principal das indagações sobre a midiaticização. A configuração midiática do século XX, marcada pelo surgimento e consolidação de conglomerados no setor de comunicação, fez com que as pesquisas iniciais se voltassem majoritariamente aos sistemas massivos.

Os últimos anos marcam um esforço dos pesquisadores desta perspectiva para acolher as tecnologias digitais como objeto de estudo. Partindo do pressuposto de que “as novas mídias também apresentam propriedades institucionais, embora um tanto diferentes em relação à velha mídia de massa” (HJARVARD, 2015, p. 61), a pesquisa mais recente busca compreender como plataformas desenvolvidas por companhias da era digital, como *Google* e *Facebook*, associadas aos dispositivos móveis de comunicação, influenciam outras esferas institucionais, como a educação e o trabalho.

Abordagem socioconstrutivista

A perspectiva socioconstrutivista define midiaticização como um “metaproceto de mudança” de longo prazo que envolve múltiplas interações comunicativas envoltas na mídia (HEPP, 2014; HEPP, HASEBRINK, 2015). A abordagem está enraizada em tradições teóricas que se voltam às práticas cotidianas, como a sociologia do conhecimento, sobretudo os trabalhos de Peter Berger e Tomas Luckmann, e o interacionismo simbólico desenvolvido por George H. Mead e Herbert Blumer.

Segundo Hepp e Hasebrink (2015, p. 77), “qualquer abordagem construtivista é baseada no argumento de que o mundo social dos seres humanos não é dado, mas ‘construído’ na interação social”. Ancoradas nesta premissa, os socioconstrutivistas tendem a eleger como objeto de estudo as práticas sociais concretas do cotidiano.

Para dar conta da complexidade da vida cotidiana, Hepp (2014) propõe a análise empírica das “configurações comunicativas”⁵, que podem ser desmembradas em quatro dimensões: 1) uma constelação de atores; 2) o enquadramento temático da interação; 3) as formas de comunicação (padrões concretos de práticas comunicativas); 4) o conjunto de mídias envolvido no processo (articulação midiática).

A abordagem devota especial atenção para a “articulação midiática”. Segundo Hepp e Hasebrink (2015, p. 76) a pesquisa em midiatização deve promover uma “análise transmidial” das mudanças sociotécnicas, ou seja, deve evitar a análise por um único tipo de mídia, uma vez que as configurações comunicativas geralmente ocorrem num cenário atravessado simultaneamente por diferentes modalidades midiáticas. A transmidialidade, principalmente o cruzamento entre os meios de comunicação tradicionais e as tecnologias mais recentes, está presente na forma como a corrente socioconstrutivista concebe os processos de midiatização:

O intuito desse tipo de pesquisa é investigar a inter-relação entre a mudança da comunicação midiática e a transformação sociocultural como parte das práticas de comunicação cotidianas, e como a alteração dessas práticas está relacionada à construção da realidade comunicativa em mudança. Considerando não apenas a mídia massiva clássica, mas especialmente a assim chamada nova mídia da internet e da comunicação móvel. (HEPP, 2014, p. 49)

Para os teóricos filiados à perspectiva socioconstrutivista, é preciso compreender as “forças de moldagem”, ou seja, como as “as diferentes mídias moldam a comunicação de formas diversas” (HEPP, 2014, p. 51). “Moldagem” é aqui uma metáfora empregada para articular as interações midiáticas, assumindo que os diferentes meios exercem pressão sobre as práticas comunicacionais e modificam as configurações sociais, contudo, não as determinam. Algo apto a ser moldado possui certa flexibilidade,

⁵ Hepp (2014) explica que o termo deriva da formulação original de Norbert Elias, para quem as configurações são “redes de indivíduos” que compõem uma entidade social maior através da interação recíproca.

podendo ser configurado e reconfigurado de acordo com o contexto. Dito de outra forma, as forças de moldagem inserem a midiatização numa relação dinâmica na qual a transformação das mídias e das práticas sociais é a regra, não a exceção.

Enquanto as “forças de moldagem” assumem um caráter teórico-conceitual, Hepp (2014, p. 53) cunha a expressão “mundos midiatizados” como aporte metodológico “no qual a midiatização se torna concreta e pode ser analisada empiricamente”. Tal abordagem, segundo o autor, deve levar em conta três aspectos: 1) as redes comunicação dos mundos midiatizados atravessam vários territórios; 2) os mundos midiatizados coexistem em várias escalas; 3) os mundos midiatizados são entrelaçados entre si.

Dizer que os mundos midiatizados atravessam territórios significa pensar as mídias como geradoras de novas espacialidades. Segundo Hepp (2014, p. 54), “a bolsa de valores é algo que não apenas se ambienta no prédio da própria bolsa de valores, mas em quase todo lugar onde banqueiros e pessoas possam negociar ações pelos computadores de mesa ou portáteis, smartphones ou tablets”. Por sua vez, a referência às várias escalas é uma tentativa de afastar a ideia de que a midiatização socioconstrutivista se interessa apenas por microinterações ou análises locais, sendo possível promover investigações entre distintos níveis. Já a afirmação de que os mundos midiatizados estão entrelaçados entre si força o pesquisador a procurar as interfaces entre dois ou mais mundos que podem gerar “submundos específicos” (HEPP, 2014, p. 55).

Convergências e divergências na pesquisa em midiatização

Uma vez apresentada isoladamente cada uma das perspectivas, é hora de promover a discussão integrada em busca de evidências que permitam compreender melhor os elementos que afastam ou aproximam as três abordagens. Nesta seção interessa debater tanto as questões teóricas quanto metodológicas que podem influenciar as pesquisas no campo da Comunicação, especialmente nos estudos da mídia.

Ao observar de forma panorâmica as três perspectivas, é possível verificar ecos da Teoria dos Meios, nas recentes formulações sobre midiatização, sobretudo do pensamento clássico de Marshall McLuhan e Harold Innis. No caso da abordagem

institucional, a influência é explícita: “A teoria da midiatização, portanto, está em consonância com a teoria do meio no que diz respeito à observação das diferentes formatações de cada meio de comunicação e dos impactos sobre as relações interpessoais às quais dá origem” (HJARVARD, 2012, p. 60).

A perspectiva socioconstrutivista também possui interfaces claras com a Teoria dos Meios, ainda que Hepp (2014) faça críticas contundentes às análises concentradas em um único meio de comunicação, como fizeram McLuhan e Innis em obras publicadas entre os anos 1950 e 1960. A estratégia socioconstrutivista contra os riscos das análises monomidiáticas é convocar a noção de “transmidialidade” para observar as articulações entre diferentes mídias nos processos comunicacionais.

A abordagem semioantropológica, por sua vez, agrega a noção de ambiência midiática muito presente no pensamento de McLuhan (1990, p. 203): “Quando uma nova tecnologia é introduzida num ambiente social, ela não cessa de agir nesse ambiente até a saturação de todas as instituições”. Verón (2014, p. 16) parece parafrasear esta passagem, mesmo sem mencionar o responsável pela formulação original: “[...] o crescimento de um meio (ou vários) operando através de um novo dispositivo técnico-comunicacional, tipicamente produz efeitos radiais, em todas as direções, afetando de diferentes formas e com diferentes intensidades todos os níveis da sociedade”.

Em outros momentos, a perspectiva semioantropológica se aproxima da noção de “viés comunicacional” (*communication bias*) de Harold Innis (2011), que buscou demonstrar como novos suportes comunicacionais provocam alterações no tempo e no espaço, conduzindo a transformações mais amplas na história da civilização. Ao tratar da “descontextualização” dos significados, Verón (2014, p. 18) chega a dizer que “[...] com a escrita, o Homo sapiens definitivamente abandonou certo tipo de posição estrutural no espaço-tempo”, argumento que parece extraído do pensamento de Innis.

Portanto, como salienta Martino (2015), um mérito do conceito de midiatização é justamente identificar o protagonismo nos meios de comunicação na sociedade contemporânea. Qualquer que seja a perspectiva convocada, os pesquisadores contemporâneos devem estar cientes da influência (explícita ou implícita) da Teoria dos Meios sobre as formulações sobre midiatização. Contudo, é o protagonismo exacerbado sobre os meios de comunicação que pode gerar o “midiacentrismo” prejudicial à compreensão dos fenômenos comunicacionais:

A lógica midiocêntrica desconhece dimensões históricas, clivagens no interior dos processos de midiatização, dentre uma série de outras variáveis que indicam não ser prudente colocar as mídias como o centro em torno do qual todas as demais esferas humanas gravitam, em relação de dependência e subordinação. (CARVALHO, 2017, p. 34-35)

Os riscos ao midiacentrismo parecem ser mais elevados nas perspectivas institucional e semioantropológica. A primeira, ao convocar a noção de “lógica da mídia” (HJARVARD, 2014), pode provocar a (falsa) sensação de que a mídia possui influência direta – e talvez irrestrita – sobre outros campos sociais. Já a segunda, concede ênfase excessiva aos “dispositivos” nos processos de semiose (VERÓN, 2011), como se as dinâmicas comunicacionais pudessem ser explicadas a partir dos meios, e não nas múltiplas relações que estes meios estabelecem com a cultura e a sociedade.

No caso da perspectiva socioconstrutivista, a ameaça do midiacentrismo aparenta ser menor, visto que a abordagem parte de “configurações comunicativas” que englobam atores, enquadramento temáticos, padrões comunicativos e articulações midiáticas (HEPP, 2014). A proposta teórico-metodológica sugere que os meios de comunicação são um dos elementos integrados à midiatização, não o único ou o mais relevante.

As três perspectivas também indiciam interesses distintos quanto aos tipos de fenômenos midiáticos pelos quais se interessam. Conforme demonstrado, a abordagem institucional se filia ao pensamento macrossociológico e tende a privilegiar os meios de comunicação de massa, enquanto a abordagem socioconstrutivista se inspira no interacionismo simbólico e na sociologia do conhecimento para ajustar o foco sobre as práticas cotidianas e as novas tecnologias digitais.

Na visão dos institucionalistas, a corrente socioconstrutivista “acaba enfatizando demasiadamente uma abordagem de baixo para cima de nosso entendimento de questões sociais e culturais e, portanto, dá pouca atenção às dimensões estruturais e coletivas dos processos de midiatização” (HJARVARD; LINARES, 2016, p. 100). Por sua vez, os socioconstrutivistas acusam a perspectiva institucional de estar muito centrada em grandes instituições, como a mídia, a política e a religião, negligenciando “formas menores de institucionalização” (HEPP, 2014, p. 52), como a família.

Hepp e Hasebrink (2015, p. 76) são otimistas ao afirmar que, “embora essas duas tradições tenham certas diferenças de pesquisa, elas vem, não obstante, se aproximando nos últimos anos”. Uma das tentativas, segundo Hjarvard (2016) está na adoção de um “nível de médio alcance” capaz de transitar entre as diferentes escalas de análise, proposta baseada no pensamento sociológico de Robert Merton.

Enquanto as oposições epistêmicas entre duas tradições europeias permanecem visíveis, a mediação pelo viés latino-americano de Eliseo Verón⁶ não se concentra na dimensão institucional nem nas práticas cotidianas, mas sim, nos meios de comunicação como suportes materiais para a produção social de sentidos. Fundamentada na teoria semiótica, a perspectiva semioantropológica da mediação tende a conduzir o debate para o âmbito da significação, assumindo os dispositivos como objetos prioritários da análise. O foco está nas materialidades empregadas na “exteriorização dos processos mentais” e nas transformações sociais decorrentes da adoção destas materialidades (VERÓN, 2014).

É interessante notar que tanto Verón (2014) quanto Hepp (2014) fazem referências aos “mundos” que devem ser investigados. No caso da perspectiva semioantropológica, são os “mundos semióticos” configurados a partir dos dispositivos, enquanto os “mundos mediados” da abordagem socioconstrutivista são articulados pelas práticas sociais envoltas na mídia. A referência semântica aos “mundos” reforça a dimensão de uma ambiência midiática associada aos processos de mediação, mais uma vez aproximando a mediação do legado da Teoria dos Meios.

No que diz respeito ao surgimento da mediação, há um verdadeiro abismo entre as concepções. A perspectiva semioantropológica conecta o fenômeno à pré-história, aos seres humanos da Idade da Pedra, enquanto a abordagem institucional afirma que mediação é um processo muito recente, iniciado nas últimas décadas do século XX. De um lado, o pensamento de Verón (2014) transita entre diferentes épocas para investigar como os diferentes dispositivos despertaram novos processos de

⁶ O pensamento de Eliseo Verón sobre mediação remete aos anos 1980 e se modificou com o passar dos anos. A perspectiva semioantropológica foi a última formulação, realizada nos anos anteriores ao seu falecimento, em 2014. Para uma discussão aprofundada das outras vertentes da mediação no pensamento de Verón, sugere-se a consulta ao trabalho de Ferreira e Andrade (2015).

mediatização, no campo oposto, a investigação de Hjarvard (2012) tende a operar uma lógica binária, que opõe um passado não-mediatizado a um presente mediatizado.

Apesar de não promover uma digressão à pré-história, a perspectiva socioconstrutivista concebe a mediatização como um processo de longo prazo, portanto, está mais alinhada à proposição semioantropológica. Em sintonia com Verón, Hepp (2014, p. 59) cunha a expressão “ondas de mediatização” para indicar que certos desenvolvimentos “resultam em um ambiente de mídia diferente, que produz possíveis configurações comunicativas completamente novas”. Em suma, a forma de encarar a temporalidade da mediatização pode ter consequências decisivas na percepção do fenômeno e na metodologia a ser desenvolvida investigação.

Por fim, cabe destacar que há uma nítida vocação empírica nas três perspectivas descritas neste artigo. Ainda hoje é possível verificar uma percepção geral de que mediatização é tão somente um conceito teórico, com pouca utilidade metodológica. De fato, o termo surgiu para nomear uma condição midiática cada vez mais evidente na sociedade contemporânea, contudo, mediatização é mais do que um aporte teórico, é uma forma de ver e estudar os fenômenos comunicacionais.

Segundo Hepp (2014, p. 49), todos os processos de mediatização “devem ser descritos de uma forma concreta”, argumento idêntico ao de Hjarvard (2012, p. 60), para quem “a validação empírica através da análise histórica, cultural e sociológica é necessária”. Verón (2014) é o único dos três autores que não chega a explicitar a condição empírica da mediatização, mas a noção de “mundos semióticos” enunciada pela perspectiva semioantropológica denota uma predisposição para a análise concreta dos fenômenos midiáticos.

Considerações finais

Ao analisar três perspectivas sobre um conceito relativamente novo, este trabalho procurou demonstrar a importância de uma atitude epistêmica acerca da mediatização. Se num primeiro momento a dispersão conceitual pode ser vista como obstáculo a ser superado, a análise integrada das diferentes perspectivas ajuda a explicitar a riqueza que emerge do cruzamento entre as diferentes posições. Mais do que tentar definir uma única linha de pensamento, o que importa é compreender as

diferenças e similaridades entre as abordagens, seja na concepção teórica ou metodológica.

O texto destacou algumas oposições aparentemente insuperáveis entre as perspectivas, como é o caso das visões semioantropológica e institucional sobre a historicidade dos fenômenos midiáticos. A midiatização já existia em épocas ancestrais ou é um fenômeno que emergiu tão somente no final do século XX? Outra nítida oposição está na eleição dos objetos de estudo. A midiatização deve priorizar os meios de comunicação de massa (abordagem institucional) ou as novas tecnologias digitais (abordagem socioconstrutivista)?

Este artigo evitou dar respostas definitivas a estas questões, pois a intenção não é fazer julgamentos para dizer que uma perspectiva é “melhor” ou “pior” do que as outras. O objetivo é deixar claro que não se deve assumir uma atitude desinteressada diante das diferentes abordagens. A filiação a uma das três abordagens tem implicações sobre os rumos teóricos e metodológicos da investigação e o pesquisador precisa estar ciente dos desafios ao iniciar o trabalho.

Outra postura possível por parte do pesquisador, provavelmente mais perspicaz do que escolher uma das perspectivas e relegar as demais, é buscar as interfaces entre as perspectivas para desenvolver análises mais completas. O trabalho indicou alguns pontos de convergência, mas outros tantos podem surgir durante o processo de investigação. Futuras reflexões epistemológicas devem procurar preencher as lacunas deixadas por este artigo.

Talvez este seja o momento de tornar o debate sobre as “Teorias da Midiatização” uma pauta permanente no campo dos estudos comunicacionais. O conceito conquistou grande relevância na pesquisa acadêmica e, como este artigo buscou demonstrar, já possui um corpo intelectual suficientemente robusto para reivindicar espaço entre as Teorias da Comunicação.

Por fim, vale destacar novamente uma observação feita na introdução: o escopo limitado deste trabalho. Seria impossível esgotar todas as perspectivas sobre a midiatização no espaço de um artigo. Aqui foram exploradas apenas três abordagens, sem dúvida relevantes, mas que estão longe de representar o panorama integral das pesquisas em midiatização. Outros trabalhos podem agregar novas perspectivas para melhorar a compreensão do conceito.

Referências

CARVALHO, Carlos Alberto de. Prefácio. **Midiatização e textualidades: dimensões teóricas e aplicações empíricas**. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG.

FERREIRA, Giovandro Marcus; ANDRADE, Ivanise Hilbig de. Percurso da reflexão sobre a mediatização nos estudos de Eliseo Verón. In: V Colóquio Brasil-Argentina de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. In: **Anais...** São Paulo: Intercom, 2015, p. 1-15.

GOMES, Pedro Gilberto. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. In: **Revista Famecos**, v.23, n.2, 2016.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da mediatização na era da “mediação de tudo”. In: **MATRIZES**, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.

HEPP, Andreas; HASEBRINK, Uwe. Interação humana e configurações comunicativas: transformações culturais e sociedades mediatizadas. In: **Parágrafo**, v. 3, n. 2, p. 75-89, 2015.

HJARVARD, Stig. Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. In: **MATRIZES**, v. 5, n. 2, 2012.

HJARVARD, Stig. Da mediação à mediatização: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, v. 3, n. 2, p. 51-62, 2015.

HJARVARD, Stig; LINARES, Nicolás. Olhando além do campo: o desenvolvimento da agenda de pesquisa da mediatização. In: **MATRIZES**, v. 10, n. 1, p. 91-106, 2016.

INNIS, Harold. **O viés da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2011. [Original publicado em 1951]

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMO, A. Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. In: **MATRIZES**, v. 1, n. 1, p. 121-137, 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. 2ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1990. [Original publicado em 1964]

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, Dênis (org). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006, p. 81-98.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: MORAES, Dênis (org). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006, p. 19-31.

VERÓN, Eliseo. Midiaticização, novos regimes de significação, novas práticas analíticas? In: FERREIRA, Giovandro Marcus Ferreira; SAMPAIO, Adriano de Oliveira; FAUSTO NETO, Antônio. **Mídia, discurso e sentido**. Salvador: EDUFBA, 2011, p. 17-25.

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiaticização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **MATRIZES**, v. 8, n. 1, p. 13-19, 2014.