Olhares sobre a midiatização na pesquisa brasileira em Comunicação

Views on mediatization in Brazilian research on Communication

Moisés Sbardelotto[1]

Professor da PUC Minas e pesquisador do Núcleo de Estudos em Comunicação e Teologia (Nect/PUC Minas). Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), mestre e doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), com estágio doutoral na Università di Roma La Sapienza.

Resumo

Neste artigo, apresentamos resultados de uma metapesquisa que buscou identificar os modos teórico-metodológicos de observação de processos de comunicação a partir da perspectiva da midiatização. Primeiramente, refletimos sobre dois principais ângulos de observação da midiatização que se destacam no debate teórico-epistemológico sobre o conceito: o micro (ou individualista) e o macro (ou holista). Em seguida, apresentamos uma síntese de nosso percurso metodológico para "observar a observação" da midiatização, que envolveu a análise performativa de 21 teses e 46 dissertações defendidas entre 2016 e 2018. Depois, examinamos a midiatização como contexto geral da observação realizada pelas pesquisas, buscando entender em que situação, realidade, contexto social geral ou específico o pesquisador ou pesquisadora observa aquilo que chama de "midiatização", apontando oito modos principais de observação distintos encontrados. 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 o risco de possíveis dualismos: desponta, assim, a imprescindibilidade de uma ecotransversalidade observacional da midiatização.

Palavras-chave: midiatização, epistemologia da midiatização, observação, pesquisa, pesquisa empírica.

Abstract

In this paper, we present results of a meta-research that sought to identify the theoretical and methodological ways of observing communication processes from the perspective of mediatization. Firstly, we reflect on two main angles of observation of mediatization that stand out in the theoretical-epistemological debate about the concept: the micro (or individualistic) and the macro (or holistic). Then, we present a synthesis of our methodological path to "observe the observation" of mediatization, which involved the performative analysis of 21 doctoral dissertations and 46 master's theses submitted between 2016 and 2018. Then, we examine mediatization as a general context of the observation carried out by the research projects, seeking to understand in what situation, reality, general or specific social context the researcher observes what he/she calls "mediatization," pointing out eight main modes of observation found in research. Finally, we conclude that, from the point of view of empirical research, it is necessary to seek a complex articulation between the micro and macro perspectives, in order to overcome the risk of possible dualisms, thus highlighting the indispensability of an observational ecotransversality of mediatization.

Keywords: mediatization. epistemology of mediatization, observation, research, empirical 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

1 Professor da PUC Minas. Orcid: https://orcid.org/0000-0001-9660-8894. Lattes: http://lattes.cnpq.br/7541172349566613. E-mail: msbardelotto@yahoo.com.br

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 conquistando uma significativa 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) e 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 da Unisinos", a partir das pesquisas realizadas pela linha de pesquisa *Midiatização e Processos Sociais*, do PPG em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (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 (Ferreira *et al.*, 2018, 2020, 2021; Flichy *et al.*, 2016; Miège *et al.*, 2016; Proulx *et al.*, 2016).

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 lado, 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 e Gomes, 2016, p. 183, grifo nosso). Por isso, a tentativa de compreender a 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.

Neste artigo, apresentamos alguns resultados de pesquisa realizada em nível de pós-doutoramento que buscou 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, abrangendo 21 teses e 46 dissertações, defendidas entre 2016 e 2018.

Neste artigo, refletimos, primeiramente, sobre dois "ângulos de observação" principais da midiatização, dois "olhares" teórico-metodológicos do fenômeno, que se destacam no debate teórico-epistemológico sobre o conceito: o *micro* (ou individualista) e o *macro* (ou holista). Em seguida, apresentamos uma síntese de nosso percurso metodológico para "observar a observação" da midiatização. Depois, comentamos alguns resultados da metapesquisa, problematizando a midiatização como contexto geral da observação realizada pelas pesquisas, buscando entender em que situação, realidade, contexto social geral ou específico o pesquisador ou pesquisadora observa aquilo que chama de "midiatização", apontando oito modos principais de observação distintos. 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 o risco de possíveis dualismos: desponta, assim, a imprescindibilidade de uma ecotransversalidade observacional 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 e 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" (Schrott, 2009, p. 50, tradução nossa).

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" ou ainda da "totalidade dos fenômenos da mídia [que] cria uma ambiência que transcende os microfenômenos" (Faxina e Gomes, 2016, p. 179-180). Trata-se de assumir a perspectiva da complexidade, por meio de uma busca pelo todo como requisito para a explicação da parte, visando à articulação entre a infinidade dos microelementos que se manifestam. Krotz (2009), nesse sentido, entende a midiatização como um "metaprocesso", que é histórico, contínuo e de longo prazo, comparável, por exemplo, à globalização, à individualização e à comercialização. O autor 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" (Krotz, 2009, p. 27, tradução nossa).

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 identifica 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, que, entretanto, deve ajudar a perceber as múltiplas visadas possíveis sobre o fenômeno, evitando cair em um mero dualismo.

Cada um desses pontos de vista, em sua especificidade, leva a concepções metodológicas distintas e também a objetos diferenciados, e se apreendem coisas diferentes em uma instância ou outra. "Observar a observação" das pesquisas sobre midiatização, portanto, é um esforço para justamente 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 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 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.

De certa forma, assim como "o conhecimento do céu não cai do céu" (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 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 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" (Braga, 2011, p. 6) sobre midiatização. Segundo o autor, isso não significa apostar

em um empiricismo materialista, ou "eliminar ângulos interpretativos, [..] descartar insights ou [...] fugir da construção conceitual ou da fundamentação que orienta o olhar sobre o objeto", mas sim buscar reconhecer o esforço de se chegar a esse nível de teorização passando pelo "crivo do enfrentamento das coisas".

Essas questões explicitam ainda "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. "O real só toma corpo, forma e sentido sob forma de mensagens que um observador/conceituador interpreta" (Morin, 2008, 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, cujas especificidades metodológicas veremos agora.

3. Observando a "observação da observação"

Do ponto de vista metodológico, realizamos 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 e as suas angulações observacionais, operando um esforço de "crítica e metacrítica 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, no fundo, 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 socioepistêmicos, gerando transformações em cadeia. "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. 431-432).

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 e 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 de teses e dissertações no *Catálogo de Teses e Dissertações da Capes* e na *Plataforma Sucupira*, 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 a partir da realização do *1º Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais*, e *área de conhecimento* ("Comunicação"), tendo em vista a nossa preocupação e interesse específicos. Foram encontrados 208 resultados no total: 113 resultados para "midiatização", 42 para "midiatizada", 20 para "midiatizado", 18 para "midiatizadas" e 15 para "midiatizados".

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[2]. 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 pesquisador, 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 investigação foi realizada. Desse modo, chegou-se a um total de 67 pesquisas, abrangendo 21 teses e 46 dissertações.

2 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).

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" (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 autores e as autoras 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 textos, 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, para além do debate teórico sobre o conceito?
- Em que situação, realidade, contexto social geral ou específico o pesquisador ou pesquisadora 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 autor ou autora observa aquilo que chama de "midiatização"? Ou seja, o que se observa?
- Com que ações metodológicas específicas o autor ou autora 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 e 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.

Operacionalizamos nossos movimentos de análise a partir de três grandes pontos de metaobservação: 1) a midiatização como contexto geral da observação realizada pelas pesquisas; 2) a problematização da midiatização a partir da realidade observada pelas pesquisas; e 3) a observação da realidade a partir da perspectiva da midiatização. Neste artigo, apresentaremos os achados referentes ao primeiro ponto.

4. A midiatização como âmbito da observação

Para observarem aquilo que chamam de "midiatização", as pesquisas apresentam tal termo a seus leitores e leitoras, contextualizando-o dentro de um universo de sentidos em que se fará a observação empírica da investigação. Os relatos de pesquisa, em seus limites e potencialidades, vão situando os leitores e as leitoras no "mundo vivido" de cada autor e autora, introduzindo-os naquilo que os próprios autores e autoras 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, para além do debate teórico sobre o conceito? Em que situação, realidade, contexto social geral ou específico o pesquisador ou pesquisadora observa aquilo que chama de "midiatização"?*

Para tal observação, detivemo-nos naquilo 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 e autoras, obras e escolas sobre o conceito teórico de "midiatização" citados em cada estudo, mas sim perceber como cada pesquisador ou pesquisadora, *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 ou pesquisadora apresenta, autoralmente, para além dos outros autores e autoras 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 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, como continua Braga, 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] tal'".

Aqui, portanto, voltamos nosso olhar para o modo como os pesquisadores e as pesquisadoras relacionam autoralmente conceitos e teorias, por um lado, e suas questões concretas e problematizações de pesquisa, por outro. Cada pesquisador ou pesquisadora, ao situar seu estudo 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: *"Aqui, há midiatização"* ou *"A midiatização está aqui"*. Isto é, os pesquisadores e as pesquisadoras observam a realidade a partir daquilo que chamam de "midiatização" e, por isso, olhando para a realidade do seu "mundo vivido", indicam aos leitores e leitoras onde a "midiatização", assim chamada, se revela especificamente. Trata-se de observar como cada autor ou autora 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 oito modos principais de observação distintos sobre aquilo que os autores e as autoras chamam de "midiatização": como um *contexto* sociocultural genérico em que as pesquisas situam seus observáveis (1), como um *universo teórico-conceitual* (2), como um fenômeno diretamente ligado com as *"mídias"* (3), como um processo histórico diretamente ligado com o *avanço tecnológico* (4), como um conceito que aponta para uma *"midiaticidade"* das diversas instituições sociais (5) ou dos indivíduos (6), como um conjunto complexo de *interações comunicacionais* que vão se estabelecendo na sociedade contemporânea (7), que, por sua vez, gera *mudanças e transformações* em tal sociedade (8).

Em grande parte das pesquisas, a midiatização é introduzida, de modo genérico, como um *contexto* amplo (o "contexto da midiatização") que caracteriza as sociedades contemporâneas. Fala-se, assim, da midiatização como "um novo contexto social" ou como um "contexto cultural" específico, ou ainda como uma "condição comunicacional contemporânea". Nesses casos, a observação se volta a um "universo midiatizado", a um "cenário midiatizado", a um "ambiente midiatizado", a uma "ambiência midiatizada" ou ainda a uma "sociedade midiatizada". Nesses casos, não há, em geral, uma observação das especificidades de tal contexto/processo. Trata-se da observação de um fenômeno mais geral, vinculado com questões comunicacionais e tecnológicas, relacionadas, por sua vez, com as transformações recentes vividas pela sociedade contemporânea.

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 investigação. Tais estudos falam da midiatização como uma "visada de pesquisa", ou recorrem à midiatização como uma "perspectiva" ou "angulação" de observação de determinados processos sociais, ou se referem ainda a um olhar a partir do "viés da midiatização". As "teorias da midiatização", assim, dizem respeito a um "*campo teórico* capaz de explicar tais transformações vividas em sociedade", como afirmam as pesquisas. Nesses casos, a reflexão teórica já aponta para algumas especificidades do que está em jogo na observação, embora o termo "midiatização" apareça aqui apenas como horizonte geral da complexidade do fenômeno comunicacional contemporâneo. Aponta-se para a

centralidade dos meios de comunicação na sociedade e a sua relação com as demais instituições e campos sociais, ou ainda para a mídia como um campo relevante. Também se abordam os processos constitutivos da cultura a partir dos novos sistemas de informação e comunicação, entendidos também como processos midiáticos.

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", entendidas como instituições corporativo-empresariais de informação e comunicação. Entende-se a midiatização a partir do fato de os meios de comunicação estarem em "posições tão proeminentes nas sociedades", como afirma uma pesquisa. Daí a ideia reiterada da "preponderância" dos meios de comunicação na sociedade contemporânea. Ao se referirem a "sociedades midiatizadas", portanto, tais pesquisas entendem "a mídia" como um "campo autônomo" e de influência sobre os demais campos sociais, ou como uma das principais instituições sociais, ou até como a "instituição central" na sociedade, de modo que as demais têm que se adaptar a ela. Daí a compreensão da midiatização como uma crescente "cultura da mídia" na contemporaneidade.

O termo "midiatização" também é relacionado ao *"avanço tecnológico"*, envolvendo a "influência" da tecnologia nas instituições e campos sociais. Observa-se a midiatização como um processo "estimulado por tecnologias da informação e comunicação". A midiatização envolveria, assim, a "utilização da mídia" entendida como uma apropriação de recursos tecnológicos e comunicacionais. Segundo as pesquisas, o processo de midiatização também disseminaria os aparatos tecnológicos voltados à comunicação. Com isso, como afirma um estudo, "a popularização da técnica torna a comunicação interconectada e globalizante, midiatizando sociedade e seres humanos". Fala-se, ainda, de "suportes tecnológicos midiatizantes". Em suma, as pesquisas observam a midiatização a partir da disseminação de aparatos tecnológicos, particularmente digitais, voltados à comunicação.

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 casos, 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. As instituições se midiatizariam, segundo as pesquisas, não apenas por recorrerem às mídias tradicionais, entendidas como os meios de comunicação, mas sim por reconfigurarem suas próprias práticas de comunicação internas e externas. É um processo inclusive de "fazer frente" àquilo que as mídias tradicionais comunicam sobre determinadas instituições, em que estas buscam construir uma "autorrepresentação pública" de si mesmas. Trata-se de uma postura ativa do ponto de vista comunicacional, envolvendo disputas e tensões com o jornalismo, por exemplo, ou o campo midiático tradicional propriamente dito.

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 outro estudo, a midiatização "não diz respeito apenas às instâncias institucionais midiáticas [...], mas abarca *o fazer e a experiência dos sujeitos*". Com a midiatização, portanto, emergiria uma participação ativa da recepção, que operaria segundo práticas midiatizadas. As pesquisas também observam um processo que vai além da relação dos sujeitos com as mídias tradicionais, mas que *midiatiza os sujeitos* – ou por meio do qual *os sujeitos se midiatizam* –, tornando-os produtores de sentidos sociais. Com isso, os indivíduos comuns "adquirem uma postura mais ativa em relação à midiatização", conforme um estudo. A midiatização, portanto, segundo as pesquisas, vai além da relação mídia/recepção: ela também institui *sujeitos multimidiatizados*, como afirma outro estudo, que produzem discursos e sentidos sociais a partir de um acesso mais facilitado às tecnologias de comunicação e do surgimento de novos dispositivos sociotécnicos. Isso é observado pelas pesquisas principalmente no ambiente das redes digitais, no qual tais discursos sociais produzidos pelos sujeitos se proliferam em fluxos contínuos.

Para além da mídia canônica, das instituições midiatizadas e dos sujeitos sociais em midiatização, as investigações também observam a midiatização a partir da emergência de *complexas inter-relações*, em um verdadeiro ambiente midiatizado. Observa-se a midiatização em processos que vão além da produção da mídia canônica, para além da

comunicação das instituições midiatizadas e para além das ações dos sujeitos sociais em midiatização. Ou seja, a midiatização se explicitaria também na emergência de inter-relações sociais cada vez mais complexas, por meio da qual se perceberia o esgotamento de uma lógica linear na relação emissor-receptor. Por isso, as pesquisas voltam sua observação para a "agonística" entre instituições midiático-corporativas, instituições sociais midiatizadas e atores individuais em interação, que passam agora a coproduzir discursos e sentidos sociais, em um esmaecimento e indefinição de fronteiras. Como afirmam as pesquisas, a midiatização pode ser observada nas novas formas de relação e interdependência que vão surgindo no tecido social, que se manifestam, do ponto de vista comunicacional, por meio dos processos interativos de produção, recepção e circulação de sentidos.

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", segundo outro estudo), *"influências"*, *"afetações"*. A midiatização envolveria 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. Por isso, a observação realizada pelos pesquisadores e pesquisadoras busca compreender as transformações sociais e culturais "a partir da presença das mídias", em diferentes contextos. A midiatização, portanto, está ligada a – e é observada empiricamente a partir de – tais mudanças e transformações.

Em suma, trata-se das transformações da sociedade a partir do seu modo de interagir com a mídia. Primeiramente, transformam-se as próprias práticas midiáticas, como no caso da competência discursiva do fazer jornalístico e do fazer publicitário, por exemplo. Transformam-se as mensagens produzidas por tais instituições midiáticas, os seus arranjos produtivos e seus modos de fazer, assim como a recepção de tais mensagens por parte da sociedade em geral. Ou seja, segundo as pesquisas, a midiatização traz à tona uma nova postura dos sujeitos diante da produção midiática. Mas há também transformações que vão além do âmbito midiático empresarial, envolvendo aspectos sociais e culturais a partir da presença das mídias (entendidas, neste caso, como dispositivos sociotécnicos), que se tornam uma presença estruturante nos modos de ser e agir de sujeitos e instituições.

5. Conclusões: a observacionalidade ecotransversal da midiatização

As pesquisas aqui analisadas observam a realidade a partir daquilo que chamam de "midiatização" e, por isso, olhando para a realidade do seu "mundo vivido", indicam onde a midiatização se manifestaria. De modo geral, como vimos, entre os oito modos principais de observação distintos sobre aquilo que os pesquisadores e as pesquisadoras chamam de "midiatização", encontramos um amplo espectro que vai desde as especificidades de um dado aparato tecnológico até um amplo contexto sociocultural genérico.

Do ponto de vista da observação em geral nas pesquisas analisadas, portanto, 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 cremos que 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 e Gomes, 2016, 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 acionadas. 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 aponta para um processo sistêmico-complexo que adquire, cada vez mais, "um status de inteligibilidade, de hermenêutica social, que engloba privilegiar a *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 necessário escapar do dualismo entre um pensamento redutor que só vê os microelementos e um pensamento globalista que só vê o macro, o "todo". 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*) (Morin, 2008).

Portanto, do ponto de vista da pesquisa empírica, é necessário buscar uma *articulação* complexa entre micro e macro, necessária para superar a mera dicotomia dualista: aí desponta a imprescindibilidade de uma *ecotransversalidade observacional da midiatização* ou, melhor, de articular *observacionalidades ecotransversais da midiatização.* 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 ecotransversal das inter-relações entre unidades midiatizadas e processualidades midiatizantes em uma dada conjuntura comunicacional.

Referências

BRAGA, J.L. 2007. Midiatização como processo interacional de referência. *In:* A.S. MÉDOLA; D.C. ARAÚJO; F. BRUNO (orgs.), *Imagem, visibilidade e cultura midiática.* Porto Alegre, Sulina, p. 141-167.

BRAGA, J.L. 2010. Análise Performativa: cem casos de pesquisa empírica. *In:* J.L. BRAGA; M.I. LOPES; L.C. MARTINO (orgs.), *Pesquisa empírica em comunicação: Livro da Compós 2010.* São Paulo, Paulus, p. 382-403.

BRAGA, J.L. 2011. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. *E-compós*, **14**(1):1-33. Disponível em https://doi.org/10.30962/ec.665. Acesso em 01/06/2021.

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

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

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

BRAGA, J.L. 2019. A prática da teoria na pesquisa em comunicação. *Galáxia*, **41**(1):48-61.

FAXINA, E.; GOMES, P.G. 2016. *Midiatização: um novo modo de ser e viver em sociedade.* São Paulo, Paulinas.

FERREIRA, J.; ROSA, A.P.; FAUSTO NETO, A.; BRAGA, J.L.; GOMES, P.G. (orgs.). 2018. *Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização?* Santa Maria, FACOS-UFSM.

FERREIRA, J.; GOMES, P.G.; FAUSTO NETO, A.; BRAGA, J.L.; ROSA, A.P. (orgs.). 2020. *Redes, sociedade e pólis: recortes epistemológicos na midiatização.* Santa Maria, FACOS-UFSM.

FERREIRA, J.; FAUSTO NETO, A.; GOMES, P.G.; BRAGA, J.L.; ROSA, A.P. (orgs.). 2021. *Midiatização, polarização e intolerância (Entre ambientes, meios e circulações).* Santa Maria: Editora, FACOS-UFSM.

FLICHY, P.; FERREIRA, J.; AMARAL, A. (orgs.). 2016. *Redes digitais: um mundo para os amadores: Novas relações entre mediadores, mediações e midiatizações.* Santa Maria, FACOS-UFSM.

GOMES, P.G. 2008. O processo de midiatização da sociedade e sua incidência em determinadas práticas sociossimbólicas na contemporaneidade: a relação mídia e religião. *In:* A. FAUSTO NETO *et al.* (orgs.), *Midiatização e processos sociais na América Latina.* São Paulo, Paulus, p. 17-30.

GOMES, P.G. 2010. *Da igreja eletrônica à sociedade em midiatização.* São Paulo, Paulinas.

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

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

MATA, M.C. 1999. De la cultura masiva a la cultura mediatica. *Dialogos de la Comunicación*, **56**(1):80-91.

MATTOS, M.Â. 2018. Apresentação. *In:* M.Â. MATTOS; E.J.M. BARROS; M.E. OLIVEIRA, *Metapesquisa em comunicação: o*

interacional e seu capital teórico nos textos da Compós. Porto Alegre, Sulina, p. 15-25.

MIÈGE, B.; FERREIRA, J.; FAUSTO NETO, A.; BITTENCOURT, M.C.A. (orgs.). 2016. *Operações de midiatização: das máscaras da convergência às críticas ao tecnodeterminismo.* Santa Maria, FACOS-UFSM.

MORIN, E. 2008. *O método 1: a natureza da natureza.* Porto Alegre, Sulina.

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

OLIVEIRA, R.C. 1996. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever. *Revista de Antropologia*, **39**(1):13-37.

PROULX, S.; FERREIRA, J.; ROSA, A.P. 2016. *Midiatização e redes digitais: os usos e as apropriações entre a dádiva e os mercados.* Santa Maria, FACOS-UFSM.

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

VERÓN, E. 1997. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*, **48**(1):9-17.

Artigo submetido em 25-05-2021
Aceito em 17-08-2021