

**MIDIATIZAÇÃO: UMA IDEIA PARA O FUTURO QUE DESVELA O
PRESENTE**

**MEDIATIZATION: AN IDEIA FOR THE FUTURE THAT UNVEILS THE
PRESENT DAYS**

Eduardo Ruedell¹

TUDOR, Mihaela Alexandra; BRATOSIN, Stefan. **La Médiatisation** – Nouveaux défis pour les sciences et la société. Paris: L’Harmattan, 2021.

As primeiras duas décadas do século XXI nos fizeram observar um maior aprofundamento da presença das mídias e de novas tecnologias comunicacionais na tecitura social. Elas passaram a penetrar cada vez mais as estruturas institucionais das sociedades contemporâneas, e oferecem espaços e oportunidades de interação aos atores sociais a partir de novos contratos de comunicação. É evidente que grande parte desse processo se deve justamente à popularização das redes sociais digitais, mas há, também, a sua coexistência com os meios massivos e sistemas comunicacionais impulsionados por inteligência artificial (AI), o que ajuda a amplificar a complexificação da comunicação em nossas sociedades conectadas. Esse contexto impõe aos pesquisadores novos e diversos desafios que já não são mais passíveis de serem superados por perspectivas clássicas das Teorias da Comunicação, como as Mediações, exigindo que os fenômenos sociais e comunicacionais sejam observados a partir de novos ângulos, e analisados lançando-se mão de um novo ferramental metodológico.

De fato, essa demanda por novas perspectivas teóricas e metodológicas já fora percebida por diferentes investigadores, engajados em projetos de pesquisa de diversas universidades e centros de pesquisa de todo o mundo. No caso francófono, destacam-se os esforços levados a cabo por Mihaela Alexandra Tudor e Stefan Bratosin, ambos professores e pesquisadores da *Université Paul-Valéry Montpellier III*. Para Tudor e Bratosin, o entendimento dos fenômenos analisados atualmente no campo das Ciências

¹ Aluno do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (Poscom – UFSM). Graduado em Comunicação Social – Produção Editorial pela UFSM. Membro do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais (Cimid - CNPq), associado à International Association for Semiotic Studies (IASS/AIS) e à Association des Jeunes Chercheurs en Sémiotique (AJCS). E-mail: ruedell.edu@gmail.com.

da Comunicação e da Informação, passa pelo prisma da midiaticização, uma teoria populada por diferentes conceitos que abrangem diferentes perspectivas analíticas.

A proposta de Tudor e Bratosin vem na esteira de contribuições desenhadas pelos autores ao longo da última década, e é apresentada em seu novo livro, *La Médiatisation - Nouveaux défis pour les sciences et la société* (L'Harmattan, 2021), ainda sem tradução no Brasil.

Mais do que propor um diferente referencial para guiar investigações em Ciências da Comunicação e Informação, Tudor e Bratosin (2021) oferecem uma contribuição pioneira às escolas Latinoamericana, Nórdica e Anglo-Saxã, ao propor a construção de um Programa de Pesquisa a partir das diferentes perspectivas teóricas da midiaticização.

Seguindo a ideia anteriormente apresentada de que as Teorias da Comunicação clássicas já não dão mais conta dos fenômenos e objetos que se apresentam em sociedades em midiaticização, *La Médiatisation...* revela já em seu capítulo introdutório uma contextualização histórica do interesse pelas pesquisas em midiaticização, e a importância da comunicação e das mídias para o desenrolar de diferentes processos sociais. Aqui se se apresentam de forma breve algumas das perspectivas possíveis para o conceito de midiaticização, antecipando, também, uma discussão que será aprofundada mais adiante sobre a relação entre midiaticização e mediações, em especial no âmbito francófono das pesquisas em Comunicação, onde, de acordo com Tudor e Bratosin, não se costuma distinguir uma da outra.

A primeira unidade da obra, “#MEDIATISATION, #DEEPMEDIATISATION”, apresenta em seu capítulo primo uma discussão sobre a ideia de mediações, que já não dão mais conta de explicar as novas complexidades trans-midiáticas da comunicação. Esse argumento será retomado em outro capítulo, que é precedido de uma construção teórica sobre o que os autores chamam de “três metáforas das mídias”. Partindo das proposições teóricas de Joshua Meyrowitz, os autores percebem a mediação como a ideia das mídias enquanto canal e linguagem, e a midiaticização como a ideia das mídias enquanto ambiente. Seguindo essa linha de raciocínio, são apresentadas as três metáforas, ou três imagens/ideias das mídias, que, segundo Meyrowitz, marcam a pesquisa em comunicação: as mídias como canal, como linguagem e como ambiente. A

ideia de midiaticização é então articulada como uma metáfora das mídias, da mesma forma que a ideia de mundialização fora articulada como uma metáfora de “lugar”. Para Tudor e Bratosin, esses conceitos devem ser articulados e tensionados entre si para que se consiga uma compreensão do funcionamento das mídias. Mas segundo os autores, apesar de existir uma vasta literatura sobre a midiaticização, ainda lhe falta uma definição “amplamente aceitável”, o que suscita boa parte das críticas direcionadas a ela, que são resumidas e debatidas ao longo do texto, em um diálogo dos autores com as proposições de Sonia Livingstone.

No capítulo que segue, uma discussão já iniciada anteriormente, tensiona mediação e midiaticização. Para Tudor e Bratosin, nas pesquisas francesas, em muitos momentos a mediação ocupa o lugar que seria da midiaticização, que passa, então, a ser vista simplesmente como “estar na mídia”, ou, ainda, cobertura midiática. A confusão entre essas duas distintas teorias vem sendo explorada pelos autores desde a fundação de seu Programa de Pesquisa, que também questiona a relação entre elas. Para realizar uma distinção adequada, os autores se valem de um breve estudo da construção da teoria das mediações, perpassando as contribuições de autores fundamentais para esse campo, como Silverston e Martín-Barbero, para explicar que “a mediação é uma teoria de influência das mídias” (TUDOR; BRATOSIN, 2021, p. 31, tradução nossa) em curto prazo, enquanto que a midiaticização “vai mais além da recepção e dos usos das mídias. Ela é um metaprocesso de longa duração, conduzido pelas mudanças históricas produzidas pela mediação (...)” (*ibid.* p.31, tradução nossa). De fato, para além dessas características, a midiaticização atua enquanto fator de sensibilização para pesquisas que visam lidar com problemas desconhecidos, ajudando na interpretação dos resultados dessas investigações, além de aguçar novos questionamentos através de uma confluência de conhecimentos trans e interdisciplinares.

Mais adiante, os autores realizam um movimento quase arqueológico da concepção do termo e das teorias da midiaticização, cruzando a visão de autores como Baudrillard, Habermas e Thompson. Mas, como fica esclarecido, são os pesquisadores associados à escola americana de estudo das mídias os precursores do conceito atual, enquanto que Hepp, Hjarvard e Lundby aparecem como os autores dos escritos fundadores atuais, sem deixar de reconhecer as limitações da linha institucionalista

seguida por Hjarvard, que é tida como rasa. Por outro lado, a ideia da midiatização como uma Programa de Pesquisa é então citada em referência a Peter Lunt e Sonia Livingstone, para quem esse campo já possui tradição catedrática. De fato, isso pode ser atestado não só com o Programa de Pesquisa conduzido por Tudor e Bratosin em Montpellier, como, também, com o Programa da Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), ao qual os autores fazem referência enquanto escola de midiatização e articuladora ideias enquanto promotora do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais, realizado anualmente.

Um destaque importante para o trabalho que os autores realizam nesta obra, se dá para as articulações do conceito de midiatização com tecnologia, espaço público, política, cultura popular, religião e sustentabilidade. Ao longo das discussões teóricas que precedem esse momento, fica claro que é fundamental que as disciplinas que se ocupam de estudar os impactos da tecnologia sobre a sociedade e os processos sociais, levem em conta o escopo da midiatização (TUDOR; BRATOSIN, 2021), que ocupa lugar central na concepção do espaço público. De fato, como os autores demonstram recorrendo a Wolton, o espaço público é, em si, um espaço midiatizado através da “midialidade antropológica das formas simbólicas” (TUDOR; BRATOSIN, 2021, p. 67, tradução nossa) e das mídias. E de acordo com Tudor e Bratosin, essa influência tem grandes efeitos, inclusive, na própria organização do sistema político, uma vez que a política é regida pela midiatização. Além disso, os autores concluíram após análise empírica, que a midiatização possui uma grande capacidade de articulação de diferentes dimensões sociais, como é o caso da midiatização da religião, que tensiona a partir de si a dimensão política e econômica, social, cultural e teórica inter e transdisciplinar.

Neste ponto é importante ressaltar que Tudor e Bratosin enriquecem suas amplas discussões teóricas com a explanação de casos empíricos importantes. Para citar apenas dois exemplos, pode-se destacar o estudo da midiatização do espaço público francês a partir de uma análise das articulações entre o religioso o político no

movimento dos *Gilet Jaunes*², e da relação entre religião e populismo lançando um olhar sobre a Bancada Evangélica e políticos apoiados por igrejas no Brasil.

Por fim, é interessante que essa obra fora concebida com o objetivo de tentar resolver um problema recorrente nas pesquisas em Comunicação e Informação na França (a confusão entre mediação e midiatização), e apresentar contribuições do mundo francófono a diferentes Escolas que se empenham em estudar a midiatização. O que os autores alcançaram, porém, vai além daquilo que inicialmente perseguiram: Tudor e Bratosin produziram uma obra que, de forma lúcida e compreensível, questiona, tensiona e lança luz sobre diferentes conceitos de midiatização através um estado da arte impecável, para mais tarde articular sua própria construção original de midiatização revelada em *La Médiatisation...* com conceitos muito caros às ciências sociais, oferecendo diferentes possibilidades de pontos de partida para pesquisas empíricas. Além disso, a obra revela pontos de encontro com pesquisas desenvolvidas por diferentes autores tanto no contexto europeu, quanto no contexto latinoamericano, evidenciando que ainda há fôlego para o debate entre essas diferentes escolas, fortalecendo a construção de um Grande Programa de Pesquisa em midiatização. De fato, como afirmam os autores, a midiatização possui em si uma ideia de futuro, mas que é de suma importância para ajudar a revelar o presente, e que por hora nos leva a indagar se “no mundo do futuro, se vai mais ‘midiatizar’ ou ‘viver’?” (TUDOR; BRATOSIN, 2021, p. 158, tradução nossa).

Recebido em 07 de abril de 2021.

Aprovado em 30 de abril de 2021.

² Movimento popular francês, surgido em 2018, sem liderança centralizada, e que realiza protestos em todo o território da França.