

Midiatização das Sociedades Pós-Industriais: os Efeitos Transformadores da Cultura da Mídia¹

Mediatization of Post-Industrial Societies: the Transforming Effects of the Media Culture

Mediatización de las Sociedades Postindustriales: los Efectos Transformadores de la Cultura de los Médios

*Aline Roes Dalmolin²
Francys Albrecht da Rosa³*

Resumo: O objetivo deste trabalho é tecer uma reflexão teórica que contemple a compreensão da midiatização como um processo histórico resultante das transformações pós-industriais (VERÓN, 1997) e culturais (MATA, 1999) nas sociedades modernas. É intenção desta pesquisa suscitar uma discussão que permita compreender este fenômeno que envolve a mídia, a sociedade e os processos sociais como um agente transformador (HEPP, 2014) das interações, das relações com a mídia, do fazer midiático e instaurador de novas práticas e de uma lógica não-linear da produção de sentido em um contexto de multiplataformas, a partir da passagem da sociedade dos meios para a sociedade em midiatização (FAUSTO NETO, 2008).

Palavras-chave: Midiatização. Cultura Midiática. Sociedades Pós-Industriais. Comunicação Midiática. Multiplataformas.

Abstract: The aim of this paper is to produce a theoretical reflection that contemplates the understanding of mediatization as a historical process resulting from post-industrial (VERÓN, 1997) and cultural (MATA, 1999) transformations in modern societies. It is the intention of this research to raise a discussion that allows us to understand this phenomenon that involves media, society and social processes as a transformative agent (HEPP, 2014) of interactions, relations with the media, making media and establishing new practices and a distinct logic in the production of meaning in a multiplatform context, from the transition from media society to mediatization society (FAUSTO NETO, 2008).

¹ O presente trabalho trata-se de expansão de uma versão apresentada e salva nos anais do 7º Encontro Regional Sul de História da Mídia, realizado na Universidade Federal de Santa Maria em 2018.

² Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil, dalmoline@gmail.com

³ Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil, ar.francys@gmail.com

Keywords: Mediatization. Media Culture. Post-Industrials Societies. Communication Media. Multiplatforms.

Resumen: El objetivo de este trabajo es tejer una reflexión teórica que contemple la comprensión de la mediatización como un proceso histórico resultante de las transformaciones postindustriales (VERÓN, 1997) y culturales (MATA, 1999) en las sociedades modernas. La intención de esta investigación es generar una discusión que nos permita comprender este fenómeno que involucra a los medios, la sociedad y los procesos sociales como un agente transformador (HEPP, 2014) de interacciones, relaciones con los medios, hacer medios y establecer nuevas prácticas y una lógica no -linear la producción de significado en un contexto multiplataforma, desde la transición de la sociedad de los medios a la sociedad de la mediatización (FAUSTO NETO, 2008).

Palabras clave: Mediatización. Cultura mediática. Sociedades Postindustriales. Medios de comunicacion. Multiplataformas.

1 INTRODUÇÃO

A intenção deste trabalho é lançar um olhar sobre as proposições teóricas de autores que se preocuparam em investigar as transformações sociais, no desenrolar da história, propiciadas pelas revoluções industriais a partir do ponto de vista midiático. Todos os autores utilizados aqui como referência compartilham da ideia de que as sociedades pós-industriais vivem um momento diferente e único – a mídia ocupando lugar central na vida social. Para tanto, o conceito de mediatização é problematizado através do imbricamento entre sociedade, uso das mídias ao longo da história, bem como a discussão no campo da comunicação sobre essa teoria que, antes de mais nada, se refere a processos sociais.

Primeiramente, é necessário traçar um apanhado histórico desse novo mundo que se descobriu após o advento das grandes indústrias e suas invenções. Uma das alterações mais notáveis, que se realiza e se sente os efeitos até hoje, é a noção de aceleração do tempo. Nas sociedades pré-industriais o tempo era sentido e vivido de forma muito mais lenta, de acordo com as condições tecnológicas da época. A partir da passagem para o século XVIII, países como a Inglaterra — que estavam no centro da industrialização — começam a experimentar a vida através de grandes adventos como a implementação de ferrovias e da comunicação via telégrafo. Para além das funcionalidades destas ferramentas responsáveis por potencializar a modernização dos grandes centros ocidentais, surgem modificações sutis e subjetivas nas comunidades. A aceleração do tempo nos espaços urbanos, em comparação com a vida rural, foi absorvida pela nova racionalidade do trabalho que determinava horários de entrada, saída e descanso nas fábricas em vista à otimização dos desempenho dos operários e maior

produtividade. Os sujeitos, conseqüentemente, passam a incorporar essas lógicas temporais nas suas vidas particulares, a ponto de viverem em função do horário social do trabalho. Guetos passam a surgir aos redores de fábricas alocando múltiplas casas com pequenos cômodos para agrupar um grande número de pessoas, além da escassez e do elevado preço dos alimentos. De acordo com Simmel (2005), as cidades propiciarem condições psicológicas ao alterar a paisagem, o ritmo da vida, além dos fluxos econômicos e culturais. Estas inferências ainda que apontem para um estudo sociológico, demonstram a profundidade e o papel que ferramentas midiáticas e de comunicação possuem ao alterar a nossa experiência na realidade

Essas alterações das vivências tempo-espaciais intensificaram-se com o surgimento do telefone, visto que as distâncias simbólicas foram encurtadas; a massificação dos meios de transporte diminuíram as fronteiras físicas; o rádio e a televisão levaram o entretenimento e a informação para dentro das casas pautando os gostos, os assuntos comentados, a moda e a implementação da cultura de massa; a internet e todas as suas possibilidades, tanto em software quanto em hardware, por fim, causou essa erupção midiática que presenciamos a atualidade.

O desenvolvimento tecnológico, diretamente atrelado ao campo midiático desde a invenção da prensa e dos tipos móveis, foi iniciado com a premissa de maior produtividade, diminuir as onerações e melhorar a qualidade de vida. Beck (2002) afirma que o processo de modernização possuía a pretensão de iniciar o desenvolvimento técnico-científico com objetivos de produzir riqueza social. Nos dias atuais, no cenário de múltiplas mídias, conexão em rede e tecnologias de informação, este ambiente de transformações técnicas afetou as posições anteriormente demarcadas nos meios de comunicação — a instância de produção e recepção. O papel de mediador, ocupado pelo comunicador — aquele que possui a expertise em trabalhar com as mídias — ficou para trás e a sociedade passa a vivenciar uma realidade altamente complexa, com novas lógicas, produção incessante de sentidos nas redes e a sensação de onipresença possibilitada pelos meios digitais.

Desta forma, se recorre a Verón (1997) para compreender de que forma as sociedades pós-industriais organizam-se e lidam com as transformações ocorridas e pelo novo momento histórico-midiático que vem se reconstruindo incessantemente. Mata (1999), por sua vez, nos aponta para um novo momento em que a cultura massiva não seria mais capaz de explicar tamanhas transformações sociais, pois não apenas os meios e suas dinâmicas mudaram, como também os sujeitos já não são mais os mesmos. O tecido social passa, então, a ser orientado por uma nova cultura, a cultura da mídia que possui uma racionalidade própria e autonomia para influenciar outros campos que, anteriormente, não eram do domínio da mídia.

Fausto Neto (2008), portanto, é então referido na intenção de dar pistas sobre o motivo e o momento de passagem de uma sociedade dos meios para uma sociedade midiaticizada. E também nos aponta como ponto decisivo as novas formas de interação da mídia que deixa de ser uma auxiliar e mediadora e passa a agir como uma matriz que outorga as diretrizes à organização do espaço social. Couldry (2016) corrobora com o autor, visto que delega à instância midiática um papel crucial na representação dos fatos, na organização da vida moderna, no funcionamento das instituições e nas ações governamentais, ou seja, as possibilidades da mídia estendem-se por toda malha social.

Hjarvard (2014) contribui com este diálogo ao conceber que, tanto a mídia de massa como as mídias sociais, igualmente, desempenham papel central na difusão constante do fluxo informacional. Esta seria uma característica das sociedades pós-industriais, afetadas pelo transbordamento midiático que orienta a vivência e a experiência da realidade dos indivíduos, bem como reajusta as práticas dos mesmos às condições da vida contemporânea.

E, por fim, utilizo as inferências tecidas por Hepp (2014) que aponta para inevitabilidade de estudar a midiaticização focando nas múltiplas mídias e dispositivos, visto que o processo de midiaticização não é linear nem acabado, está em constante transformação. Vale ressaltar que essas transformações em grande medida acontecem devido ao uso que os sujeitos fazem das diferentes plataformas midiáticas, de forma a criar formas de interação ou aprimorar as antigas, mas sempre em um contínuo e múltiplo espaço de produção de sentidos.

2 CULTURA MIDIÁTICA NAS SOCIEDADES PÓS-INDUSTRIAIS

As sociedades ocidentais sofreram grandes transformações após o processo de implementação de práticas, técnicas e máquinas industriais que iniciou ainda o século XVIII. A noção de tempo e espaço foi alterada (BECK, 2002) devido aos meios de transporte que surgiram, a exemplo as linhas férreas, para fomentar o comércio de mercadorias e transportar matéria-prima para as fábricas. As distâncias foram encurtadas não só pelos trens, sobretudo pelo advento do telégrafo que possibilitou a comunicação entre diversas nações ao redor do mundo. A vida social foi fortemente afetada pela racionalização do trabalho industrial. As mudanças incorporadas nas práticas laborais atingiram as relações familiares, a rotina, a relação com o dinheiro, a alimentação. Além disso, doenças que surgiram pela falta de saneamento básico, pelas moradias precárias decorrentes do povoamento urbano em curto espaço de tempo e pelo êxodo rural em massa.

Com todo esse movimento industrial, novas mídias e, conseqüentemente, novas formas de lidar com elas foram ganhando espaço nas grandes aglomerações urbanas. O avanço da

modernidade está intimamente ligado ao surgimento de novos meios de comunicação, visto que estes foram decisivos na organização desse novo espaço social, nas estratégias de guerra, no fortalecimento dos Estados-Nação. Podemos citar também a utilização da comunicação de massa, a propaganda, o já citado telégrafo, o telefone, o rádio, a televisão, até chegar aos meios atuais. É nesse aspecto que Mata (1999) relembra Martín-Barbero ao dizer que essa cultura de massa é resultado da massificação do todo “valores, modos de vincular-se aos indivíduos, divisões do tempo, organização do espaço público, legitimação e não só um conjunto de mensagens estandarizadas produzidas e consumidas indiscriminadamente” (MATA, 1999, p. 81).

Segundo Mata (1999), a comunicação massiva foi fonte da constituição cultural que marcou várias épocas. De forma linear e hierárquica, as relações entre sujeitos e meios eram muito demarcadas, instituindo as posições de produção e de recepção. A difusão de produtos midiáticos esteve relacionada à explosão do cinema, das músicas de massa e dos programas de auditório. Portanto, desde formação de espaços identitários, de imaginários coletivos, da formação dos gostos, da moda e de disseminação de entretenimento a mídia esteve presente. Nesse sentido, a dinâmica gerada pela cultura de massa já não era suficiente para explicar esse fenômeno na qual os meios acessavam setores da vida na qual as instituições não eram capazes, além de alterar as subjetividades.

É nesse sentido que Mata (1999) propõe uma segunda abordagem, a passagem da cultura de massa para a cultura midiática, em vista que a mídia passa a operar como uma matriz organizadora da sociedade, dotada de um estatuto próprio. Segundo a autora, essa cultura midiática não define apenas como um avanço das trocas culturais, sobretudo ao incremento de tecnologias e instituições especializadas na produção de mensagens, bem como as novas formas de consumo desses textos. Assim, a midiática da sociedade ou cultura midiática (MATA, 1999, p. 84) “é o processo coletivo de produção de significados através de uma ordem social que se empreende, se comunica, se reproduz e se transforma”.

A essa gama de transformações tecnológicas que iniciaram no séc. XVIII Véron (1992, p. 124 apud MATA, 1999) classifica como condições para uma sociedade em vias de midiática. Em vias, pois o autor não o considera como um processo homogêneo. Teve início no período pré-industrial, quando iniciaram as modificações já citadas que romperam com os antigos modos de vida e se mantêm em evolução até hoje, sempre se refazendo. Na atualidade, essas evoluções tecno-comunicacionais são muito mais perceptíveis devido à rápida obsolescência dos dispositivos, as novas redes de comunicação que surgem e desaparecem, as novas lógicas de funcionamento que se modificam dentro dessas próprias redes.

Segundo Verón (1997), a comunicação midiática resulta da união entre dispositivos técnicos e condições específicas para produção e recepção das mensagens. Essas novas configurações estariam intrinsecamente ligadas ao aspecto econômico e fomentaria uma espécie de mercado discursivo nas sociedades contemporâneas. Tendo em vista que o aprimoramento tecnológico é fruto de pesquisas e investimentos financeiros, as regras de funcionamento, os termos de uso, a limitação de funcionalidades são pensadas nesse mercado que tem nas interações sociais a fonte de sua lucratividade. Entretanto, uma nova tecnologia de informação, ao cair no domínio público, especialmente no ambiente midiático, desperta novas potencialidades e possibilidades de uso que não estavam previstas, pois as práticas são plurais.

Para tanto Verón (1997, p. 05) afirma que um meio “não determina práticas sociais específicas de produção e consumo, ainda que o discurso tecnocrático que acompanha a difusão de novos dispositivos possa tentar alimentar essa ilusão”. É na perspectiva de analisar as mudanças sociais que ocorrem no avanço da modernidade através da ação dos meios — seja nas interações, na mudança de posicionamento das instituições, a mídia alcançando novos patamares da organização social – que o conceito de midiática se propõe a explicar.

No contexto de uma sociedade que passa pelo processo de midiática, segundo Verón (1997), os meios são também instituições. Essa institucionalização da mídia decorre do encadeamento de interdependências entre setores sociais e midiáticos. Nesse sentido, Verón (1997) analisa a midiática, ou a cultura midiática (MATA, 1999), por meio de zonas: a relação entre meios e instituições; a relação entre meios e atores; as relações entre instituições e atores; e as afetações que os meios causam nessa relação entre indivíduo e instituições. A mídia, portanto, recebe este estatuto institucional por possuir a capacidade de penetrar na organização da vida social, ditar as suas regras e afirmar suas lógicas para além dos produtos propriamente midiáticos.

3 DA SOCIEDADE DOS MEIOS À MUDIATIZAÇÃO

A problematização do conceito de midiática é muito importante para Fausto Neto (2008) visto que há uma preocupação em não deixar que o termo se esvazie de um tensionamento teórico. Para o autor, o processo histórico de midiática é resultado das transformações sociais que iniciaram ainda nas revoluções industriais e propiciaram a evolução dos meios de comunicação, tanto na questão tecnológica, quanto na mudança de estatuto de autonomia que a mídia foi atingindo diante das outras instituições, assim como nos apontam Verón (1997) e Mata (1999).

Fausto Neto (2008, p. 90) afirma que “a vida e dinâmicas dos diferentes campos são atravessadas, ou mediadas, pela tarefa organizadora tecno-simbólica de novas interações realizadas pelo campo das mídias” e, conseqüentemente, as formas de comunicar, dinâmicas sociais, construção de vínculos, produção de sentido e as construções simbólicas foram alteradas. Essas influências midiáticas, como já havia mencionado Mata (1999), de fato demonstram a crescente dependência que a dinâmica entre sociedade e meios estavam criando, a ponto de que o papel de mediador que os media ocupavam não era mais suficiente, pois passaram a instaurar as suas próprias lógicas midiáticas e atuar como uma matriz organizadora do tecido social. Portanto, a noção de cultura massiva não seria mais suficiente para explicar essas novas interações e se torna necessário lançar um olhar para a passagem de uma sociedade dos meios para (FAUSTO NETO, 2008) uma sociedade midiaticizada.

A cultura das sociedades modernas ocidentais passa a ser orientada por uma cultura midiática (MATA, 1999) e a mídia não ocupa mais um papel de intermédio ou auxílio das experiências humanas. Segundo Fausto Neto (2008, p. 91) “as práticas sociais, os processos interacionais e a própria organização social, se fazem tomando como referência o modo de existência desta cultura, suas lógicas e suas operações”, ou seja, a midiaticização constitui-se como essa centralidade que a instância midiática passa a ocupar.

O ambiente midiaticizado se caracteriza, segundo Fausto Neto (2008), como nada estando fora das fronteiras midiáticas e a mídia passaria a mediar o discurso, não mais a experiência, de outras instituições, assim como propõe Verón (1997) em suas zonas de afetação midiática. Exemplos muito palpáveis podem ser dados como a crescente influência da mídia no discurso político e judiciário, a alteração da pedagógica do ensino nas escolas, a própria relação entre médico e paciente no âmbito da saúde. Portanto, áreas que não são do domínio da mídia passam a ser perpassadas pelas configurações que ela instaura por meio de seus aparelhos tecno-discursivos.

Transportando a discussão para o ano 2021, experienciamos um transbordamento midiático para todas as esferas da vida humana e da sociedade. Em função do isolamento social forçado pela pandemia de coronavírus, houve a intensificação da mediação da realidade por meio de dispositivos móveis. Da educação infantil à pós-graduação, o ensino só pode continuar em função das vídeo-chamadas e dos aplicativos de troca de mensagens. Na esfera da saúde, as teleconsultas ganharam forças. O ambiente de trabalho foi reconfigurado para encontros virtuais e para ferramentas de controle do tempo e gerenciamento de tarefas.

Os rituais mais tradicionais também foram transformados. À medida em que a pandemia se estendia, nossos costumes tiveram de se adaptar. Neste cenário, surgem as festas de

formatura e casamento online, os batizados por vídeo e os aniversários pelo Zoom⁴. Até mesmo a elaboração do luto foi invadida pela midiaticização. Para suprimir a dor da perda e a oportunidade de despedida de entes queridos, surgem os velórios virtuais.

Figura 1 – Reportagem do jornal El País sobre os velórios online.⁵



Fonte: *El País*, 2020.

Este apanhado empírico nós dá subsídios para pensar na potência da mídia enquanto organizadora do tecido social. Em um período em que a comunicação face a face foi suspensa, as mídias sociais suprimem a distância. No recorte pandêmico, os dispositivos tornam-se a voz, os olhos, a presença e a necessidade intrínseca do ser humano de interação.

Como podemos notar, a mídia sobe no patamar de influência, não mais fazendo a mediação entre a realidade social e os indivíduos, mas “se converteram numa realidade mais complexa em torno da qual se constituiria uma nova ambiência, novas formas de vida, e interações sociais atravessadas por novas modalidades do trabalho de sentido” (FAUSTO NETO, 2008, p.92). Essa compreensão do autor conversa com Verón (1997) e Mata (1999) quando apontam que as sociedades pós-industriais seguem uma lógica, uma cultura midiática

⁴ Plataforma para reuniões virtuais que se popularizou durante a pandemia de coronavírus.

⁵ Reportagem do jornal *El País* sobre os velórios virtuais em tempos de pandemia de coronavírus. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-05-25/a-sala-de-casa-virou-uma-igreja-velorios-online-em-tempos-de-coronavirus.html>. Acesso em: out. 2021.

que compreender a mídia apenas em seu papel como meio não era mais suficiente. Tendo em mente que as instituições sociais têm a função de manter uma coletividade coesa, estável e previsível por meio de normas e coerções e a mídia — assim como a família e o Estado — tem lógicas próprias de funcionamento. Hjarvard (2014, p. 26) afirma que “(...) a mídia se tornou institucionalizada dentro de outros domínios sociais, ao mesmo tempo em que adquiriu o status de instituição social em si mesma”.

O autor Hjarvard (2014) dá um passo adiante e compreende o processo de midiaticização de modo que a instituição midiática passa a criar lógicas de funcionamento para as outras instituições devido à sua capacidade de condicionar as ações humanas. O novo lugar ocupado pela mídia na contemporaneidade pressupõe uma racionalidade institucional diferente da que víamos no passado. As instituições aos poucos perdem seu rígido domínio de um aspecto da vida social ao passo que a dependência dos recursos midiáticos aumenta. O que se nota é uma hibridização da vida que é perpassada pela mídia.

Nesse sentido, as práticas institucionalizadas pelas instâncias midiáticas passam a influenciar cada vez mais outras esferas. Essa influência, segundo Hjarvard (2014), se deve à capacidade da mídia em construir uma realidade calcada na credibilidade que o público deposita nela. Hjarvard (2014, p. 4) afirma que “vivemos uma midiaticização intensiva da cultura e da sociedade que não se limita à formação da opinião pública, mas atravessa quase todas as instituições sociais e culturais”. Ele é enfático ao afirmar que a midiaticização corresponde aos processos contemporâneos na qual a cultura, as instituições e a sociedade se tornam dependentes dos meios de comunicação. A mídia nesse sentido, passa a ser compreendida como uma matriz ordenadora do social. Tendo em vista todas estas transformações, Couldry (2016, p. 20) salienta a necessidade de um estudo que demonstre “o modo como a midiaticização tem transformado as realidades do dia a dia de todos os processos organizacionais”.

O processo de midiaticização, desta forma, é resultado da racionalização do mundo ocidental, assim como a divisão do trabalho, industrialização, êxodo rural e, por fim, a cultura do individualismo (HJARVARD, 2014). Essa dinâmica da modernidade causaria um desencaixe no tempo-espaço que teria influência direta nas práticas sociais modificadas, realocadas e abstratizadas. A produção midiática, nesse sentido, é reorientada por uma lógica de trocas epistemológicas que vão desde a produção de saberes com auxílio da mídia, do entretenimento e até experimentos infantis como o exemplo de crianças youtubers. A criação de conteúdo para uma plataforma que, anteriormente era função demarcada pela instância produtora dos meios de comunicação tradicionais, atualmente compete com as mais diversas plataformas que abrigam diferentes formatos.

A mídia de massa e a mídia de rede social, igualmente, oferecem um constante fluxo de informação que orienta os indivíduos e as organizações para reajustar suas práticas às condições contemporâneas, dessa forma implantando uma reflexividade progressiva na própria institucionalização da vida social (HJARVARD, 2014, p. 30). Esta reflexividade torna-se um mote dos profissionais de comunicação que se veem cercados por fontes difusas acessadas para a obtenção de informação. A posição que os comunicadores ocupavam até o início do século XXI era, de fato, estabelecida. Com o surgimento das mídias sociais e a popularização da internet, o campo jornalístico teve de repensar as suas estratégias enquanto um campo de profissionais e de saberes. Visto que não só a recepção de produtos midiático foi alterada, como também a produção de conteúdo passa ganhar vida por mãos não especializadas.

O grande fluxo de informações digitais que circulam pelas redes desequilibra as elites e amplia o acesso, controle, difusão e recepção dessas informações de forma muito mais horizontal. Tendo em mente esse novo cenário, as instituições passam a ser alvos de vigilância, questionamento, reivindicações o que, conseqüentemente, ocasiona uma crise de legitimação. Assim sendo, as instituições democráticas estão mais expostas no ambiente midiático, “todas autoridades institucionais tornam-se vulneráveis a vazamentos, sabotagens e aumento do tráfico de informação” (COULDRY, 2016, p. 21). Nesse sentido, as instâncias de produção e de recepção confundem-se. Tendo em vista este novo movimento em que os sujeitos que, anteriormente, eram apenas leitores e espectadores, agora, têm a capacidade de emitir opiniões públicas por meio de dispositivos técnico-comunicacionais, bem como distintas plataformas de produção de sentido, como será visto no tópico a seguir.

4 A INFLUÊNCIA DAS MÚLTIPLAS MÍDIAS

É pensando nesta gama de transformações sociais que decorrem do poder de influência da mídia e de seu caráter transformador da realidade social que Hepp (2014) propõe lançar um olhar para a multimídia e deter a nossa atenção em como as mídias são capazes, atualmente, de moldar o mundo. Para o autor, pensar em mediação pressupõe uma atenção para os meios, ou seja, as plataformas que utilizamos para aumentar nossas possibilidades de comunicação como a televisão, as redes sociais e os aparelhos portáteis.

Hepp (2014, p. 51) define mediação “como o conceito usado para analisar a inter-relação (de longo prazo) entre a mudança da mídia e da comunicação, por um lado, e a mudança da cultura e da sociedade, por outro, de uma maneira crítica”. A teorização do autor nos possibilita compreender a mediação em dois aspectos, um que diz respeito ao nosso costume, até mesmo dependência, dos meios para nos comunicarmos e o segundo são as especificidades

particulares de cada mídia que nos exige as adequações às suas regras para que possamos comunicar através delas. Nesse sentido, os diferentes meios teriam uma força específica que moldaria os comportamentos, as interações (individuais e coletivas) e as formas de comunicar entre sujeitos, mas também entre sujeitos e instituições.

Essa força de modelagem (HEPP, 2014) vai ao encontro da proposição de Verón (1997) quando sugere zonas de afetação entre mídia e sociedade e, a quarta delas, especificamente, que versa sobre como a mídia interfere na relação entre sujeitos e instituições, devido a sua capacidade de perpassar tantos os indivíduos, quanto os setores sociais, os adequando às suas próprias lógicas. É importante ressaltar que esse molde midiático só é possível pela ação humana, ou seja, do processo de apropriação e usos dos meios.

Para Hepp (2014, p. 53) a importância de olhar com atenção às múltiplas plataformas nos estudos de midiatização advém do fato de que a história humana corresponde a uma acumulação de diferentes meios e não de substituição ou superação, visto que “não apenas um meio molda a construção comunicativa da realidade, mas uma variedade de meios diferentes faz isto ao mesmo tempo”. Isso significa que os setores da sociedade em geral como cultura, instituições, política, economia são construídos e moldados por diferentes tipos de mídia simultaneamente.

Vale ressaltar que há outro ponto de congruência entre Hepp (2014), Verón (1997) e Mata (1999), os três autores concebem a midiatização enquanto um processo não linear. Para Hepp (2014), ainda existiriam momentos de maior tensão midiática e que o mesmo chama de ondas de midiatização que consistiria no surgimento de configurações comunicativas inéditas. A exemplo, a transformação de mídias anteriores à era digital que se adaptam ao novo cenário como as web rádios.

Para Couldry (2016), a sociedade midiatizada implementa um paradoxo, pois se apresenta como o surgimento de uma nova voz da democracia com ampla participação popular em suas plataformas ao mesmo tempo que entra em conflito e modifica as lógicas democráticas que existiam anteriormente ao seu surgimento. Para o autor, “é uma crise derivada de consequências de longo prazo da midiatização (...) de todo o domínio da vida diária: tanto o processo do governo como a auto-organização individual, tempo corporativo e tempo familiar” (COULDRY, 2016, p. 22). Portanto, esta é a representação de uma crise que não se limita a um paradigma midiático, visto que encontramos reflexos na própria cultura e organização social.

Para o autor, esse engendramento entre mídia, organização social, governamental e a vida representa uma crise de todo um sistema organizacional, no que tange a dimensão institucional, como a sociedade civil. Nesse ambiente midiatizado, a mídia se constrói ocupando

um papel central na nossa vida e que Couldry (2016) vai chamar de “mito do centro mediado” que representa a centralidade midiática como necessária para a vida social, entretanto, como é sabido, existem outras alternativas e recursos que não sejam a mídia. Entretanto, a introjeção das lógicas midiáticas no funcionamento da sociedades pós-industriais impõe uma preponderância da mídia sobre a organização social.

Haja vista que o conceito de midiatização tem por objetivo teorizar as transformações da mídia, da comunicação, da cultura e da sociedade, Hepp (2014) sugere um ponto de partida para uma análise focando em múltiplas plataformas, as “configurações comunicativas”. As configurações comunicativas (HEPP, 2014, p. 57) consistem em quatro instâncias: a primeira diz respeito a uma constelação de atores; a segunda a um quadro temático; a terceira se refere aos padrões das práticas comunicativas e o quarto consiste em um conjunto de mídia. Esse quadro analítico, portanto, se propõe a possibilitar a análise da influência dos meios nas interações comunicativas nas sociedades midiatizadas.

Dessa forma, Hepp nos propõe pensar a midiatização por meio das multiplataformas a partir de duas perspectivas, (HEPP, 2014, p. 60) a “dimensão institucional da mídia está originalmente relacionada ao conceito de lógica da mídia, assim como o foco mais situacional na construção comunicativa da realidade sociocultural”. As configurações comunicativas seriam uma possibilidade de análise da midiatização que unisse esses dois aspectos da mídia enquanto instituidora de normas e a mídia que se faz a partir de seus usos, pois as transformações comunicativas, por intermédio dos meios, estão provocando mudanças nos setores da sociedade, nos indivíduos e na cultura.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O percurso utilizado para a construção desta pesquisa possibilitou traçar um diálogo entre obras que foram escritas em diferentes épocas e, sobretudo, se complementam em suas ideias. A midiatização da sociedade vem sendo investigada, pelo menos, desde a década de 90 como vimos com Véron (1997) e Mata (1999) que a apontam como um processo em constante transformação. Os textos mais contemporâneos tais como Fausto Neto (2008), Hjarvard (2014), Couldry (2016) e Hepp (2014) corroboram as descobertas seminais e vão ao encontro da concepção da midiatização enquanto uma processualidade não acabada, plural, não linear e de intensa produção de sentidos, além do reforço de que presenciarmos um poder institucional ocupado pela mídia, na qual há delegações de suas lógicas para os demais campos da estrutura da sociedade.

Os autores aqui referenciados são unânimes ao afirmar que as sociedades pós-industriais vivem sob influência de uma cultura midiática que age como uma matriz capaz de organizar o tecido social. Esse poder da mídia se deve ao crescente domínio, ao longo dos anos, que as instâncias midiáticas foram conquistando através das dependências individuais e institucionais criadas. Para Hjarvard (2014) a intensificação da cultura midiática ultrapassa a formação de opinião e atravessa as instituições sociais como família, religião, trabalho, educação, judiciário. Não existem instâncias nas sociedades ocidentais contemporâneas que esteja imune às implicações midiáticas, especialmente, aquelas áreas cujas instâncias tenham adotado as potencialidades midiáticas para o seu funcionamento como a utilização de aplicativos de mensagens como provas criminais; a utilização de vídeo chamadas para consultas médicas e psicológicas; graduações e pós-graduações completas por Ensino à Distância (EAD); entre tantos outros exemplos que cercam nosso cotidiano midiaticizado.

Como vimos, a evolução das sociedades modernas é fruto de um processo histórico e esteve ligada ao surgimento de tecnologias que aprimorassem as comunicações, encurtassem distâncias e facilitassem o cotidiano, desde o século XVIII. Atualmente, os dispositivos tecnocomunicacionais inteiraram-se da vida moderna a ponto de serem indispensáveis no existir contemporâneo. Os indivíduos passaram a experimentar a vida através da mídia. Da mesma forma, as instâncias como a política, a família, a escola, as igrejas utilizam as redes de comunicação para alcançar os sujeitos a partir do ponto que o poder institucional, por si só, já não é suficiente. Como exemplo disto, atualmente, temos canais religiosos com programação 24h na televisão; a propaganda política é pensada de acordo com a mídia em que irá ser veiculada e, cada vez mais, de acordo com o público usuário daquela plataforma específica; as escolas e universidades tiveram de alterar seus métodos pedagógicos em função dos novos meios como a aceitação de uso de dispositivos móveis em sala, aliar o ensino tradicional a aplicativos; as consultas médicas de baixa complexidade passam a ser exploradas pela comunicação midiaticizada, bem como os exames de saúde estão cada vez mais informatizados.

No meio destes avanços tecnológicos, os sujeitos também não são mais os mesmos, as crianças não aprendem da forma que aprendiam no século passado, o eleitor não vota mais como no passado, as formas de afetação e a abordagem do marketing não persuadem da mesma forma que as analógicas. E é pensando nisso que Fausto Neto (2008) afirma que há um momento em que houve a passagem de uma sociedade dos meios para a sociedade midiaticizada, em que a mídia deixa de ser a mediadora entre sujeito e realidade e passa a ser a forma de ser no mundo, muito mais complexa e permeada pela tecnicidade. Esta compreensão permite-nos compreender de que não há mais uma barreira que separe os dicotômicos mundos reais e virtuais, ao passo

que o virtual está a transformar a forma como nos relacionamos com o tátil e prático. O virtual faz parte do real, não só porque somos nós que o criamos, como também somos nós que modificamos as tecnologias a partir de nossos usos.

Essa tecnicidade é encontrada de forma distinta em cada dispositivo midiático que possui em si suas lógicas próprias e, conseqüentemente, seus usos acabam gerando novas práticas e funcionalidades. É sobre esse aspecto que Hepp (2014) propõe estudar a midiaticização, pela ótica da multimidialidade, visto que os setores sociais são organizados por meios tecnológicos diferentes que instituem lógicas e usos distintos uns dos outros. Portanto, cada mídia carrega em si uma racionalidade midiaticizada. É importante salientar que a midiaticização, apesar de depender do surgimento de estabelecimento de plataformas que possibilitam a produção de sentido, estas não teriam sentido ou, então, não possuiriam tanta força se não fossem incorporadas pelas instituições sociais e modificassem a operacionalização das mesmas pelas lógicas das mídias.

Tendo situado a midiaticização como um processo que se desenrola desde as primeiras invenções tecnológicas que possibilitaram a otimização comunicacional nas sociedades modernas emergentes, se faz necessário estudos que se proponham a investigar setores específicos da vida moderna pelo viés da midiaticização. Como vimos, a midiaticização não é um processo linear e acabado, vai remodelando-se de acordo com as novas tecnologias, novos usos, lógicas e funcionamento da mídia. Dessa forma, estudar midiaticização é muito mais que estudar a mídia estritamente, mas compreender como, historicamente, os dispositivos tecno-discursivos passaram da mediação das comunicações para a remodelação do ambiente social na contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

BECK, Ulrich. **La sociedad Del Riesgo**. Barcelona: Paidós Ibérica, 2002.

COULDRY, Nick. Crise de relegitimação: além da compulsão de uma vida saturada de mídia. **Revista Líbero**, São Paulo, v. 19, n. 37, p. 19-28, jan./jun. de 2016.

FAUSTO NETO. Fragmentos de uma analítica da midiaticização. **Revista Matrizes**, São Paulo, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da “mediação de tudo”. **Revista Matrizes**, São Paulo, n. 1, p. 45-64, jan./jun. 2014.

HJARVARD, Stig. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 21-44, jan./jun. 2014.

MATA, María Cristina. De la cultura masiva a la cultura mediática. **Revista Diálogos de la comunicación**, Lima, p. 80-91, 1999.

SIMMEL, Georg. As grandes cidades e a vida do espírito. **Mana - Estudos de Antropologia Social**, v. 11, n. 2, p.577-591, 2005.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. **Revista Diálogos de la Comunicación**, Lima, n. 48, 1997.