

Presença, ausência e aproximações: o conceito de midiaticização no GP de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura da INTERCOM¹

Jader Cleiton Damasceno de Oliveira²
Universidade Federal Fluminense – UFF

Resumo

O artigo visa realizar um levantamento bibliográfico a partir de uma pesquisa exploratória, refletindo, conseqüentemente, os usos e aplicações do conceito de midiaticização presentes nas pesquisas científicas do INTERCOM (Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação) nos anos de 2021, 2022 e 2023, que desaguam em uma intersecção relacional entre mídia, arte e ativismo no interior dos estudos e trabalhos acadêmicos disponíveis no banco de dados do “GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura”, considerados os anais dos últimos três anos. A base teórica dialoga com o conceito de cotidiano (Kosik, 1969 e Berger; Luckmann, 2014), compreendido em suas formas globalizadas (Castells, 2005), metrificada (Bolin, 2020) e midiaticizada (Paiva; Sodré, 2022; Hjarvard, 2014; Ferreira, 2022; Saldanha, 2017).

Palavra-chave: midiaticização; Economia Política da Comunicação; Intercom; pesquisa de comunicação; cotidiano globalizado.

Introdução

Já não é mais novidade a presença das tecnologias e suas conexões em rede em todas as partes e superfícies, assim como os atravessamentos midiáticos, com suas múltiplas e quase infinitas linguagens textuais, estéticas, visuais e sonoras. Com a popularização das tecnologias digitais, as mídias se tornaram acessíveis ao cidadão comum e aos grupos sociais coletivos, permitindo uma nova experiência de existir e estar no mundo. O dia a dia do homem comum como “elemento essencial da realidade da vida cotidiana” (Berger; Luckmann, 2014, p. 52), outrora mediado apenas pelo grupo seletivo de sujeitos detentores de capital econômico e/ou simbólico capaz de construir e ordenar a realidade do mundo a partir de seus interesses e lógicas (Bourdieu, 1989, p. 9), agora passa a disputar as narrativas do dia a dia com outras vozes e atores sociais.

Homi K. Bhabha (Bhabha, 1998, p. 19), em seu livro “O local da cultura”, fala sobre as intersecções entre saberes e como eles acabam modulando as experiências

¹ Trabalho apresentado no GP 15 - Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Mídia e Cotidiano pelo PPGMC/UFF e mestre em Comunicação pelo PPGCOM/UFPI – E-mail: srjdamasceno@gmail.com / jaderd@id.uff.br

individuais e coletivas frente ao desafio do seu tempo. Em “Vidas na Fronteira: a Arte do Presente”, ele nos conta que as relações foram drasticamente borradas com a implantação da indústria técnica e a chegada de novos modos de consumir a comunicação e o tempo na cultura moderna do mundo ocidental, e por consequência suas antigas colônias. Essa sensação tem se acentuado a medida que as fronteiras digitais se consolidam via performance de poder, como um signo cultural ontológico da razão de ser e existir na modernidade capitalista (Netto, 1994, p 33). Não é, de fato, antológico, pois aponta a criação intencional de formas de se viver a realidade a partir de práticas sociais que se baseiam na hegemonia informacional-capitalista.

Essa razão tende a ser desmantelada ao ser confrontada com a realidade material na qual se forma o sujeito comum e sua cotidianidade. Nas palavras de Heidegger (1977 p. 17), “o que nos parece natural é unicamente o habitual do há muito adquirido, que fez esquecer o inabitual donde provém”.

Chegamos assim ao campo observável da pesquisa, o homem comum e sua cotidianidade: tanto o que tange a produção, quanto o que toca a consumo das experiências do seu tempo, a partir da comunicação e da cultura atravessadas pelas mídias digitais e a teia da Internet global. Esse mapeamento implica na observação do estado da arte dos debates em torno dos estudos de midiatização e pautas relevantes para o cenário contemporâneo.

A pesquisa se constitui como um panorama de um Estado Nação atravessando um período de crise institucional, que vai de um governo ultradireitista³ (Pochmann⁴, 2023) de Jair Messias Bolsonaro (2019–2022), filiado ao Partido Liberal (PL), entrando em um governo de “frente ampla”⁵ liderado por Luiz Inácio Lula da Silva e o Partido dos Trabalhadores (PT).

A pesquisa tem uma abordagem exploratória de caráter “quali-quantitativo” (Fachin, 2006, p. 119), o que permite criar uma nuvem de marcadores suficientemente robusto para compreender como tem se movimentado tanto o campo da comunicação

³ POCHMANN, Marcio. As três ondas de ultradireita no Brasil. Outras Palavras. Publicado 05/06/2023 às 17:31. Disponível em: <<https://outraspalavras.net/direita-assanhada/pochmann-as-tres-ondas-de-ultradireita-no-brasil/>>. Acessado em: 13 de agosto de 2023.

⁴ Doutor em Ciência Econômica pela Universidade Estadual de Campinas (1993) e pesquisador do Centro de Estudos Sindicais e de Economia do Trabalho (1989), de professor (1994), Livre Docente (2000) e Titular (2014) pela Unicamp. Disponível em: <<https://encurtador.com.br/zJ178>> Acessado em: 13 de agosto de 2023.

⁵ AMARAL, Roberto. A Frente Ampla contra Bolsonaro começa a se formar nas ruas. Carta Paital. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/opiniao/a-frente-ampla-contra-bolsonaro-que-conta-e-a-das-ruas/> . autoral. Acessado em: 13 de agosto de 2023.

quantos os marcadores sociais e suas pautas em um período histórico dissonante das relações culturais e comunicacionais produzida no interior do tempo da máquina e da mentalidade metrificada (Bolin, 2020, p. 2).

Investigar os estudos produzidos sobre midiatização, interseccionando as núcleos socioculturais arte e ativismo no maior e mais importantes espaços de debate sobre estudos de comunicação brasileiro, pode nos ajudar a formular alternativas teórico-práticas para problemas sociais emergentes e seus caminhos alternativos (Cabral, 2012).

Compreender o lugar e o papel da comunicação na sociedade significa analisar as relações entre as três características da comunicação: o sistema técnico, o modelo cultural dominante e o projeto que sustenta a organização econômica, técnica e jurídica do conjunto de tecnologias de comunicação (Cabral, 2012, p. 14).

O olhar sobre a técnica do campo da comunicação implica ampliar as possibilidades de atuação área, proporcionar uma alternativa aos desafios da profissão e dilatar a automação da prática cotidiana.

Mediatizações: experiência interseccional

A aceleração, descentralização, hiper-conexão, compartimentação seletiva e individualização da modernidade construiu-se como verniz, características fundamentais para compreender a natureza do cotidiano humano pós-revolução Industrial (1760), francesa (1789) e a chegada da Internet (1969). Esse fenômeno é parte fundamental na genealogia da práxis midiatizada (Paiva; Sodré, 2022; Hjarvard, 2014; Ferreira, 2022; Saldanha, 2017).

Na tentativa de elucidar o conceito de midiatização defendida pelos autores mencionados anteriormente, selecionamos trechos que caracterizam e endossam a forma naturalizada personificada na midiatização da vida cotidiana contemporânea. A midiatização, para Raquel Paiva e Muniz Sodré (2022) em “A Rua e a Rede como Novas Mediações”:

[...] não se trata aqui de mediação nem da transmissão de mensagens ou acontecimentos por dispositivos de comunicação (como se primeiro ocorresse o fato social e depois o midiático), nem é o trabalho das mediações simbólicas sobre a mídia (como pode dar a entender a expressão “o meio e suas mediações”). Trata-se, sim, de um conceito

aproximativo que descreve o funcionamento articulado das tradicionais instituições sociais, assim como dos indivíduos, com a mídia. (Paiva; Sodré, 2022, p. 23)

Na visão de Ferreira (2022), a midiática ganha um reforço de potência no que tange a celeridade nos processos:

[...] a hipermediatização pode se referir ao processo de aceleração das mutações dos ambientes em suas faces materiais (meios, dos “tecnológicos” aos discursos) e imateriais (cultura, em suas abduções, inclusive aquelas manifestas em discursos), decorrente da desrealização/virtualização e, ao mesmo tempo, construção de novas realidades ou realidades construídas. (Ferreira, 2022, p. 255).

Já para Saldanha (2017, pp. 23 – 24) “[...]a lógica da sociedade globalizada, a midiática passou a gerir sentimentos, emoções e afetos e, conseqüentemente, a comunicação assumiu papel estratégico”.

Desta forma atendemos a quatro categorias de análise aplicadas ao conceito de midiática. A primeira diz respeito à midiática ser um ambiente de mediações e trocas; seguido de ser um ambiente institucional de trânsitos estruturais da sociedade contemporânea; o terceiro item põe luz sobre seu caráter acelerado e tecnológico, apropriando as transações dos dados de Internet e dispositivos tecnológicos fixos e móveis; e, por fim, o conceito traduz uma ambiência sociocultural de materialização das relações humanas no espaço-tempo.

Todas essas conceituações estão atreladas ao que Manuel Castells (2005) entende por nova economia global e sua forma de organização da vida moderna a partir dos fluxos das redes e dispositivos tecnológicos. A globalização é fruto da “emergência de um novo paradigma tecnológico organizado em torno de novas tecnologias da informação, mais flexíveis e poderosas”, que “possibilita que a própria informação se torne o produto do processo produtivo” (Castells, 2005, p. 119).

3. Midiatizações em método experimental

Celso Furtado (2013, pp. 134 – 144), no seu texto “Desenvolvimento e cultura”, publicado originalmente em 1984 e posteriormente reeditado para o livro “Economia política da comunicação: vanguardismo nordestino”, nos provoca com questões imaginativas que só podem ser respondidas a partir da aplicação prática de métodos

científicos institucionais e práticas subversivas de contestação cotidiano cristalizado via hegemonia adotados, em grande medida, pelo gênio criativo da arte e cultura.

Nesta mesma linha de raciocínio, Luís Mauro Sá Martino (2018, p.9) aproxima o gênio criativo ao campo da comunicação e suas tangências do fazer prático cotidiano. Para ele “pesquisa tem a ver com imaginação, criatividade, descoberta. Na Comunicação, por sua proximidade com o cotidiano, pesquisar é também inventar outras maneiras de ver o que estamos acostumados” (Sá Martino, 2018, p.9).

Essa passagem nos aponta um caminho a ser seguido. Adotar uma metodologia não convencional resulta na construção de novos caminhos para o saber e obtenção de indicativos elucidativos para os problemas da pesquisa: **a)** como estão sendo discutidos a midiatização no cotidiano de crise?; **b)** quais interseccionalidades estão presentes nestas pesquisas?; e **c)** quais materialidades atravessam o campo da comunicação na contemporaneidade?.

A pesquisa parte de um levantamento bibliográfico no banco de dados de trabalhos apresentados e publicados no INTERCOM (Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação), como resultado de uma pesquisa exploratória (Barichello, 2016, p. 135) na plataforma digital do INTERCOM (2021-2023).

Com o intuito de atender a materialidade histórica e as suas implicações no cotidiano comum, a pesquisa buscou refletir sobre as intersecções presentes nas pesquisas científicas do INTERCOM a partir do levantamento de títulos e resumos que apresentassem a midiatização enquanto conceito. Seguindo a lógica categorial (AC) de Bardin (1977, p.31), o estudo adota como orientação as seguintes indicações: **a)** operatividade técnica veloz; **b)** imediatez; **c)** espaço limitado; **d)** baixo custo; **e)** redes digitais e **f)** ciberconexões, todas estas apresentadas por Paiva e Sodré (2022, p.26) como relacionadas à formulação de quatro inferências dialéticas interseccionais levando em conta as indicações dos autores mencionados anteriormente, com destaque para os cruzamentos entre técnica, dispositivos, tempo e locais institucionais e civis. Elas seriam: **a)** impacto material cotidiano, **b)** celeridade temporal; **c)** presença tecnológica e **d)** interseccionalidade comunicacional.

4. O campo observável e as experiências interseccionais

O Congresso da INTERCOM acontece desde 1977, sendo promovido pela associação com o mesmo nome, Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), fundada em 12 de dezembro do mesmo ano.

Segundo o portal “intercom.org.br”, a entidade reúne, em seu Congresso Nacional, cerca de 3,5 mil pesquisadores e entusiastas pelas pautas de comunicação e suas transversalidades.

Em sua linha do tempo, alguns destaques que se fazem presente acentuam seu caráter dialógico. Entre eles estão a proximidade dos estudos de comunicação com a prática cotidiana do jornalista e seus trânsitos de interesses (Quadro 1).

Quadro 1: práticas interseccionais da INTERCOM ao longo do tempo.

1977	1978	1986	1988	1995	2001	2009
1ª Sede: Associação Brasileira de Imprensa (ABI), São Paulo.	"I Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação", Santos (SP).	IX Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação "Comunicação para o desenvolvimento" (SP).	Criação dos 1º Simposios Regionais de Pesquisa em Comunicação, "A Pesquisa da Comunicação dos anos 80".	XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação em Aracaju (SE) 1995.	VI Simpósio de Pesquisa em Comunicação na Região Sul, "Comunicação Política e Cidadania" em São Leopoldo (RS), 2001.	VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, "Comunicação, Educação e Cultura na era Digital", 2009.
						

Fonte: autor

A partir deste horizonte foram levantados 54 trabalhos⁶ submetidos ao GP de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura. Dos cinquenta e quatro trabalhos listados, 18 foram realizados em 2021, 13 em 2022 e 23 em 2023.

Dentro deste recorte total, foi diagnosticado ausência total do Conceito “mediatização” nos títulos enunciativos dos trabalhos submetidos nos três anos do evento analisado (2021; 2022 e 2023) e se quer foi adotado o conceito como indexador apesar das aproximações científico-metodológica.

⁶ INTERCOM 2021 (Comunicação e resistência: práticas de liberdade para a cidadania), p. 87 –88. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/uploads/wysiwyg/ProgramacaoGPs2021.10.03.pdf>; INTERCOM 2022 (Ciências da Comunicação contra a Desinformação), p. 49 – 50. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/uploads/wysiwyg/programacao-gp-060922.pdf>; INTERCOM 2023 (Comunicação e políticas científicas: desmonte e reconstrução), Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2023/listaGP.php?gp=29>.

Apesar desta ausência, o campo apresenta muitos trabalhos com implicações diretas a conceituação defendida por (Paiva; Sodré, 2022; Hjarvard, 2014; Ferreira, 2022; Saldanha, 2017). Essa verificação é um dos recorrentes problemas diagnosticados por Sá Martino (2018) nas pesquisas do campo comunicacional como desafios a serem pensados coletivos por pesquisadores do campo.

Seguem abaixo a segunda etapa do mapeamento das quatro categorizações por aproximações interseccionais; **a)** impacto material cotidiano, **b)** celeridade temporal; **c)** presença tecnológica e **d)** interseccionalidade comunicacional.

Partindo do mapeamento dos temas, buscou-se identificar suas características interseccionais que refletem as bases do conceito de midiatização como um importante instrumento do campo comunicacional para a compreensão das relações histórico-culturais com diferentes intensidades do momento sócio-político atual.

A primeira das quatro categorias, "Impacto Material Cotidiano", como apresentado anteriormente, reflete de forma pragmática o impacto da comunicação e seus estudos na realidade cotidiana dos sujeitos comuns. Nesta primeira categoria, foram identificadas três pesquisas que se materializam a partir de palavras-chave referentes à crítica à modelagem da sociedade burguesa e à instrumentalização através das relações de retroalimentação entre teoria e forma na comunicação. Esta categoria propõe pensar as mediações sociais via dispositivos de comunicação, conforme argumentam Paiva e Sodré (2022), ao salientar o caráter aproximativo do conceito para descrever o funcionamento e as articulações das sociedades atravessadas pelas mídias de comunicação massiva e/ou digital.

A segunda categoria, "Celeridade Temporal", surge com a marca aguda relacionada à crítica ao tempo como forte característica relacional sobre a produção e consumo das mídias, a partir da troca entre mídias institucionais, universidade e sociedade civil, que por sua vez é copartícipe da comunicação produzida em seu tempo. Aqui, conversamos com Ferreira (2022), ao concentrar-se no processo das mutações materiais e imateriais decorrentes da desrealização virtual.

Na sequência, temos a terceira categoria, "Presença da Tecnologia". Nela, a marca da tecnologia é fator preponderante para a construção da pesquisa e seus desdobramentos analíticos acerca do impacto instrumental na vida social. É uma das categorias mais densas, visto o apego acadêmico em tentar dar sentido material às práticas cotidianas atravessadas pelo uso dos dispositivos móveis e pelo acesso quase que irrestrito aos

ambientes sócio-simbólicos. Neste contexto, o papel das mídias, plataformas e sociedade está aglutinado sob a lógica da simultaneidade dos recursos comunicativos. Para Hjarvard (2014), as estruturas e ambientes midiáticos estão dentro e fora das relações do nosso tempo, o que, em sua quase totalidade, atua como operadores de regras, usos, leis

A última categoria, "Interseccionalidade Comunicacional", dialoga com as costuras feitas dentro do campo comunicacional a partir de diálogos tanto com outras áreas de saber quanto com outros ambientes sociais.

Dessa forma, acredita-se que a base para a aproximação com o conceito de mediatização está presente nas pesquisas submetidas ao grupo de EPICC da INTERCOM, ainda que apresente um certo distanciamento do mesmo por ele ser um conceito em intensa disputa ao mesmo tempo que está completamente mergulhado nas mudanças e mutações do seu universo de investigação o que leva conseqüentemente à ausência do seu uso como marcador categorial e/ou indexador no grupo de pesquisa investigado.

4. Considerações finais

A ausência e/ou baixa adesão do conceito como referências teóricas apresenta uma brecha identificada, a ser compreendida e superada na tentativa de ajudar o desenvolvimento dos campos das comunicações, mídias, estudos culturais; quanto as suas interseccionalidade com outros campos de saberes como sistema de informação/computação e economia política.

Em um tempo mediatizado e completamente imerso na financeirização e metrificação do modo de vida (Bolin, 2020, p. 2), onde as estruturas de poder estão penetrando todas as esferas da vida, alterando a realidade social e cultural drasticamente.

Mas deve-se destacar que é a nossa forma de organização da vida social que determina as lentes com as quais observamos e materializamos as ações individuais e coletivas. Da mesma forma, são essas lentes que formam a hierarquia e os valores que serão aplicados na forma métrica reguladora de nossas rotinas coletivas. Logo “podemos, assim, estudar a mentalidade das pessoas através da análise de como um indivíduo valoriza as relações sociais” (Bolin, 2020, p. 4).

Dessa forma, os estudos que envolvem este lugar interseccional comum a todas essas áreas seria lançar um holofote sobre as crises do presente e, quem sabe, antecipar os desafios cíclicos do sistema capitalista; como a crise climática, as *fake news* e as políticas de morte.

Como nos informa Martino (2018, p. 100), em relação ao uso de um bom referencial teórico na formulação de trabalhos acadêmicos seria uma das principais ferramentas responsáveis pela organização do texto, suas direções filosóficas e possíveis aplicações práticas.

Para finalizar, cabe intensificar a constatação referente à discreta e insuficiência acadêmica na utilização do conceito de midiaticização como importante instrumento na compreensão do mundo contemporâneo e suas implicações práticas. Tanto no que toca o campo e ofício do comunicador, jornalista e pesquisador, quanto campos e adjacentes como implicações políticas, sociais, culturais e econômicas.

Tal como apresentamos em toda a pesquisa, as formas materiais são espelhos das ideias pensamento postos em práticas através das ações coletivas em um determinado tempo a partir da condensação das suas práxis. Portanto, o alerta aos processos de propagados ou apagados as ideias e conceitos dentro dos espaços de disputa social, educacional e político devem refletir os desejos e valores em busca dos avanços sociais coletivos e quem sabe o bem-viver.

Destacar as aproximações e distanciamento entre os dilemas da vida cotidiana moderna e as pesquisas de comunicação tendo como recorte na economia política da comunicação (EPC) é um exercício que existe um fôlego longo visto os rápidos e pueris desdobramentos de um tempo tecnicamente veloz, socialmente lento, biologicamente frágil submersa em crises agudas sobrepostas. Essas baixas e/ou total ausência do conceito dentro do campo pode ser um importante indicativo para nos alertar como temos negligenciado importantes ferramentas teóricas do conhecimento comunicacional num momento que cada vez mais nos exigiria práxis literária especializadas capazes de dar conta da realidade atravessada por diferentes tenções sociais e técnicas.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARICHELLO, Eugenia. A autoria na elaboração de uma tese. In: MOURA, Claudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org.). **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

BERGER, Peter. LUCKMANN, Thomas. **Os fundamentos do conhecimento na vida cotidiana**. Petrópolis, Editora Vozes, 2014. (p.35 a 68).

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. London, New York, 1998.

BOLIN, Göran. **A mentalidade métrica: vida social em cenários de mídia datafiados**. Sapiens Mediatizado – Conhecimento Comunicacional na Constituição da Espécie, p. 99, 2020.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Difel/Bertrand Brasil, 1989.

CABRAL, Adilson. **A emergência nos processos comunicacionais: um paradigma entre a política e a expressão popular**. Revista Z Cultural: Revista do Programa Avançado de Cultura Contemporânea (UFRJ). Ano VII. 03. ISSN 19809921. 2012.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e terra, 2005.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologias**. 5 ed. Saraiva. São Paulo, 2006.

FURTADO, Celso. **Desenvolvimento e cultura**. In: MELO, José Marques de; MELO, Patricia Bandeira de (Org.) Economia política da comunicação: vanguardismo nordestino. / José Marques de Melo; Patricia Bandeira de Melo. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2013. 216 p.

HEIDEGGER, Martin. **A origem da obra de arte**. Lisboa / Portugal. Edições 70, 1977.

HJARVARD, Stig. **Midiatização: conceituando a mudança social e cultural**. Matrizes, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014.

SÁ MARTINO, Luís Mauro. **Métodos de pesquisa em Comunicação: projetos, ideias, práticas**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018. ISBN 978-85-326-5967-5 – Edição digital.

NETTO, José Paulo. **Razão, ontologia e práxis**. Revista serviço social e sociedade, v. 44, 1994.

PAIVA, Raquel; SODRÉ, Muniz. **A rua e a rede como novas mediações**. In: FELIX, Carla Baiense; BEDRAN, Laura; SALDANHA, Patrícia (orgs.). **Mídia e midiática do cotidiano: políticas, subjetividades e produção de sentidos no contemporâneo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2022, pp. 22 – 32.

SALDANHA, Patrícia Gonçalves. **“A ciência do comum”: a transcendência do bios midiático que reordena as vinculações cotidianas**. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, v. 13, n. 25, 2017.