

## **MEDIATIZAÇÃO: um conceito cada vez mais central?**

**Lúcio Pereira Mello<sup>1</sup>**

Palavras-chave: mediatização, paradigma, epistemologia da comunicação

Do meio de comunicação de massa ao *medium*. Do *medium* à mídia (*media*). Da mídia à mediação. Tudo indica que, no século XXI, os estudos dos fenômenos da comunicação nas sociedades contemporâneas estão presenciando outra mudança de paradigma no papel das relações sociais e o papel da comunicação: a emergência, consolidação e centralidade do conceito de mediatização (LIVINGSTONE & LUNT, 2014: 711). Estaríamos, agora, vivendo a passagem da mediação para a mediatização como o fenômeno central de estudo dos pesquisadores do campo da comunicação social?

Sobre tal questionamento podemos avançar ainda: estaria a comunicação, que se considera um campo de estudo recente (HJAVARD 2008; 105 134), assumindo uma relevância fulcral para a compreensão da atualidade? Devido à revolução digital e à massificação dos dispositivos móveis, interligados em redes de telecomunicação como a internet, teria a utilização de meios, aparatos e artefatos tecnológicos se tornado um imperativo no dia a dia das pessoas, comparável à adoção do dinheiro pelas sociedades? Estaria essa relação social mediada por máquinas informáticas se tornando o paradigma estrutural da contemporaneidade? Seria este processo, sintetizado na noção de mediatização, o fenômeno social *par excellence* de nossos dias? Seria a mediatização uma das condições necessária para o funcionamento e a organização das relações sociais atuais?

A partir destes questionamentos este trabalho pretende apresentar o resultado parcial de uma pesquisa em andamento sobre a crescente produção científica que usa o conceito de mediatização na comunicação social. A análise será feita por meio da revisão bibliográfica de artigos e da análise das publicações em revistas científicas e livros que tenham a mediatização

---

<sup>1</sup> Doutorando do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (PPGCOM- FAC/UnB), orientado pelo Prof. Dr Tiago Quiroga em pesquisa sobre mediatização e território. Contato: [luciopereiramello@gmail.com](mailto:luciopereiramello@gmail.com)

como título, palavra-chave ou tema principal. Em primeiro lugar, pretende-se apresentar um levantamento do conjunto de estudos sobre o tema no campo da comunicação, ressaltando diferentes contextos, regiões e temporalidades, com recorte para as produções acadêmicas no Brasil, América Latina, América do Norte, Europa Ocidental, esta última com diferentes linhas de compreensão (nórdica, germânica, britânica, francesa, ibérica e itálica) com base em revistas acadêmicas da comunicação destas regiões.

O trabalho tem como propósito discutir o estado do arte sobre o tema para, posteriormente, servir de base para um mapeamento crítico que busque: a) avaliar as diferentes acepções com que o conceito está sendo empregado, buscando compreender as tradições epistemológicas dos autores; b) compreender os campos de conhecimentos correlatos que estão sendo mobilizados por cada autor ou grupo de pesquisas (filosofia, sociologia, economia, linguística, semiologia, antropologia, ciências políticas, etc.); c) aprofundar o entendimento das diferentes interações que se efetuam entre a comunicação e outras áreas e; d) compreender as interações entre pesquisadores e identificar os diálogos que se estabelecem entre as escolas, os intercâmbios, influências e confluências, trocas, polêmicas e diálogos entre estes.

A revisão bibliográfica pretende atender a dois propósitos. Um deles é mapear a produção acadêmica do fenômeno e servir como uma base para uma cartografia da mediatização. Outro propósito é ser o ponto de partida para elaborar entrevistas semiestruturadas com um conjunto de pesquisadores, com o intuito de aprofundar o diálogo com estes autores e assim compreender, a partir do aporte de referenciais teóricos dos estudos sociais de ciência e tecnologia, como se vem se dando a produção do conhecimento e a formação deste paradigma científico (KUHN. 1998;43.).

## Referências

**HJARVARD, Stig.** *The Mediatization of Society*. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, 29(2), p.105-134.2008

**KUHN, Thomas.** *A estrutura das Revoluções Científicas*. 5ª ed. Perspectiva, São Paulo. 1998

**LIVINGSTONE, Silvia & LUNT, Peter.** Mediatization: an emerging paradigm for media and communication research apud *Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Science (nº 21)*. Berlin, De Gruyter Mouton, 2014