



## II CONPESQ Congresso de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação

Os novos rumos da ciência pós-pandemia

12 a 16 de abril de 2021 Universidade Federal do Cariri - UFCA

# O CONCEITO DE “MIDIATIZAÇÃO” EM PERIÓDICOS CIENTÍFICOS: ANÁLISE QUANTITATIVA DE CINCO REVISTAS DA ÁREA DE COMUNICAÇÃO

**José Matheus Moreira Ferreira<sup>1</sup>**

**Joyce Ellen Lucena de Macêdo<sup>2</sup>**

**Ivan Satuf<sup>3</sup>**

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta o percurso metodológico e os resultados obtidos na segunda etapa da investigação “Pesquisa em midiatização no Brasil: abordagens teóricas e metodológicas”, cujo objetivo geral é traçar um panorama crítico dos estudos sobre midiatização no país nas duas primeiras décadas do século XXI. Esta etapa foi desenvolvida entre agosto de 2019 e julho de 2020, com foco em cinco revistas brasileiras da área de Comunicação classificadas no extrato A2 do Qualis, sistema de classificação e periódicos gerenciado pela Capes.

Reflexo da crescente presença da mídia nos mais diversos aspectos da sociedade contemporânea, “midiatização” tem se tornado um conceito cada vez mais frequente nas pesquisas em Comunicação, quer seja no âmbito científico nacional ou internacional. Segundo Bonin (p. 2016, p. 215), convocar a problemática da midiatização implica “pensar o caráter configurador que assume o ecossistema midiático no funcionamento dos campos e instituições sociais; nas orientações espaço-temporais das sociedades; na constituição de modos de vida, culturas, experiências e interações”. Numa abordagem parcial e simplificada, mas coerente com

---

1 Estudante do curso de Jornalismo da UFCA. E-mail: [josematheus1903@gmail.com](mailto:josematheus1903@gmail.com). Bolsista PIBIC/CNPq.

2 Estudante do curso de Jornalismo da UFCA. E-mail: [joycelucenal@gmail.com](mailto:joycelucenal@gmail.com). Bolsista PIBIC/UFCA

3 Professor do curso de Jornalismo da UFCA. E-mail: [ivan.satuf@ufca.edu.br](mailto:ivan.satuf@ufca.edu.br).

os objetivos desta introdução, parece pertinente sustentar que quatro obras ajudam a descrever de forma esquemática o desenvolvimento da pesquisa sobre midiatização no Brasil. Observadas em uma perspectiva cronológica, elas simbolizam momentos distintos que indiciam origem, expansão, maturidade e reconhecimento do conceito.

O primeiro destes momentos foi a publicação, em 2002, de *Antropológica do Espelho*, obra na qual Muniz Sodré convoca a filosofia aristotélica para propor uma nova forma de presença do sujeito no mundo: o “bios midiático”. Foi a primeira vez que o termo “midiatização” surgiu com protagonismo na literatura acadêmica brasileira em Comunicação, sendo utilizado como noção teórica de fundo para explicar reconfigurações amplas de uma sociedade imersa na “tecno cultura” global. Um segundo momento relevante na evolução do termo no país ocorreu em 2006, com o lançamento de *Sociedade Midiatizada*, coletânea organizada por Dênis de Moraes que reuniu textos de onze intelectuais brasileiros e estrangeiros. Observada em retrospectiva, a principal contribuição da obra foi apresentar a expansão da midiatização como conceito transversal para debater diversos fenômenos sociais contemporâneos. Quatro anos mais tarde, em 2010, ocorreu um terceiro evento importante no desenvolvimento do termo com a publicação de uma nova coletânea: “Midiatização e processos sociais: aspectos metodológicos” (FAUSTO NETO et al., 2010). Em contraste aos trabalhos precedentes, que adotavam perspectivas ensaísticas, esta obra reúne textos que empregam o termo como um operador teórico-metodológico para estudar realidades específicas. Em outras palavras, midiatização deixa de ser uma perspectiva difusa e passa a ser uma abordagem concreta empregada em investigações empíricas.

Estas três obras podem ser vistas como uma espécie de fio condutor da origem e amadurecimento de um pensamento brasileiro sobre midiatização na primeira década do século XXI. A consolidação ficou evidente num quarto estágio desta linha evolutiva, quando a Compós, entidade que reúne os programas de pós-graduação em Comunicação, elegeu, em 2012, midiatização como conceito-chave de seu livro anual: “Mediação & Midiatização” (JANOTTI JUNIOR; MATTOS; JACKS, 2012). Devido ao prestígio e à relevância da Compós nas pesquisas em Comunicação no Brasil, a coletânea foi a materialização do reconhecimento da comunidade científica nacional da importância da midiatização para os estudos contemporâneos.

Contudo, à medida que cresce o interesse sobre a midiatização, a própria comunidade científica tem apontado uma grande dispersão conceitual associada à ausência de rigor no emprego do termo, sobretudo nos estudos comunicacionais (LIVINGSTONE, 2009; BASTOS,

2012; GOMES, 2016, CARVALHO, 2017). Esta pesquisa busca preencher uma lacuna importante nos estudos comunicacionais ao propor uma investigação sistemática numa visada de longo prazo sobre o desenvolvimento da pesquisa em midiatização no Brasil.

## **2 OBJETIVOS**

O objetivo geral da pesquisa é traçar um panorama crítico dos estudos sobre midiatização no Brasil nas duas primeiras décadas do século XXI. Trata-se de executar um mapeamento da produção intelectual para identificar as origens, o desenvolvimento e a consolidação do conceito nos estudos em Comunicação, identificando deficiências e potencialidades em cada uma destas etapas.

Deste objetivo geral são elencados os seguintes objetivos específicos desta etapa da investigação: 1) determinar, estatisticamente, a proporção entre trabalhos que empregam o termo midiatização em cada uma das revistas analisadas; 2) detectar, em base anual, o crescimento (ou eventual declínio) do conceito de midiatização nas pesquisas em Comunicação.

## **3 METODOLOGIA**

Esta investigação se caracteriza como uma metapesquisa sobre o termo “midiatização”. De acordo com Oliveira (2018), a metapesquisa é, em uma perspectiva ampla, a “pesquisa sobre a pesquisa”, caracterizando-se por acionar interações, tensionar a infraestrutura do campo e produzir tanto uma especificidade da disciplina quanto às condições de produção de um pensamento comunicacional. Em outros termos, neste estudo são esboçados mapas sobre o uso real do conceito de midiatização na pesquisa com Comunicação, identificando como, onde e quando as investigações se desenvolvem, dentre outras especificidades. É importante destacar que a metapesquisa não se confunde com uma revisão sistemática de literatura acadêmica, visto que seu objetivo não é apenas conhecer o que se produz, mas as condições concretas de sua produção. Como afirma Oliveira (2018, p. 34), a metapesquisa os aspectos de crítica e metacrítica da pesquisa, na medida em que passa em revisão os estatutos disciplinares, as microdimensões, as obras e os autores de fundação e contemporâneos, os objetos e as análises. É metacrítico porque é 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)

Esta pesquisa se iniciou com uma extensa revisão de literatura para identificar as principais abordagens e perspectivas sobre o conceito de midiatização. Após a revisão de literatura, a pesquisa se concentrou em cinco periódicos científicos situados no extrato A2 do Qualis/Capes *Comunicação, Mídia e Consumo*; *E-Compós*; *Famecos*; *Galáxia*; *Revista Intercom*. A análise empírica dos anais foi realizada a partir das seguintes etapas sucessivas:

1. Extração e organização da base de dados on-line: download dos artigos publicados entre 2001 e 2019 divididos por pastas referentes ao ano.
2. Seleção dos trabalhos sobre midiatização: a base de dados é inserida no software *Agent Ransack*<sup>4</sup> para separação dos artigos que fazem referência à midiatização.
3. Identificação de tendências: tabulação dos resultados da etapa anterior em planilhas eletrônicas para construção de tabelas e gráficos que permitam reconhecer padrões teóricos e metodológicos.

A base de dados foi composta por 2.756 artigos publicados nas cinco revistas analisadas, e o corpus de pesquisa abrangeu 391 artigos que tratam do termo midiatização. A pesquisa quantitativa leva em consideração todos os arquivos, contudo, dada a extensão da análise, a etapa qualitativa abrangeu somente os artigos publicados na revista *Comunicação, Mídia e Consumo* que empregam o conceito de midiatização.

#### **4 RESULTADOS**

A análise quantitativa dos dados (Tabela 1) aponta para um uso moderado do termo midiatização nas cinco revistas que compõem a análise. Foi identificado um índice médio de 14,3% de artigos que empregam o conceito, variando entre um mínimo de 12,6%, na revista *Famecos*, e um máximo de 18% na revista *E-Compós*.

A classificação como “moderado” se justifica por certa homogeneidade entre as revistas, com baixa variação percentual, dentro de um parâmetro que fica acima dos 10% e abaixo dos 20%. Pode-se argumentar que um índice abaixo dos 10% representaria um nível “baixo”,

---

<sup>4</sup> Software gratuito destinado a buscas avançadas em bases de dados extensas. O programa encontra-se disponível para download em <https://www.mythicssoft.com/agentransack/>.

enquanto patamares superiores a 25% indicaram um uso “alto”, considerando, neste último cenário, que um a cada quatro artigos empregariam o conceito de midiatização.

**Tabela 1** – Dados descritivos gerais da base de dados

| <i>Revista</i>               | <i>Total de artigos</i> | <i>Artigos que empregam o termo midiatização</i> | <i>Índice</i>            |
|------------------------------|-------------------------|--|--------------------------|
| E-Compós                     | 577                     | 104  | 18,0%                    |
| Revista Intercom             | 402                     | 59   | 14,7%                    |
| Galáxia                      | 526                     | 69   | 13,1%                    |
| Comunicação, Mídia e Consumo | 403                     | 52   | 12,9%                    |
| Famecos                      | 848                     | 107  | 12,6%                    |
| <b>Total</b>                 | <b>2.756</b>            | <b>391</b>                                       | <b>14,3%<sup>5</sup></b> |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

A Tabela 2 mostra que houve um maior número de artigos com emprego do termo midiatização na segunda década analisada (2011-2019) em relação à primeira (2001-2010), o que indica um crescimento na relevância do conceito entre os pesquisadores. A exceção foi a revista Famecos, que registrou números maiores na primeira década.

**Tabela 2** – Taxa de variação por década

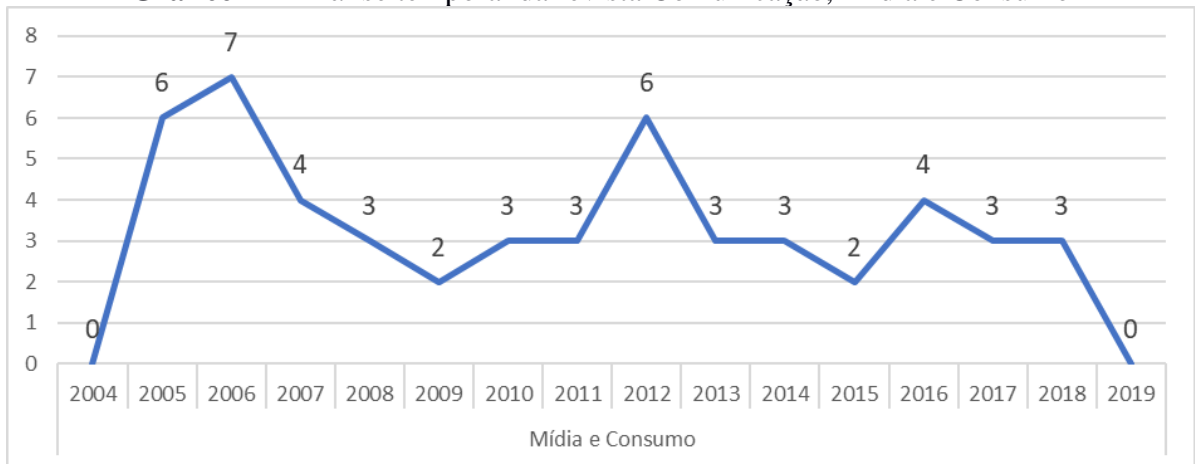
| <i>Revista</i>               | <i>2001-2010</i> | <i>2011-2019</i> | <i>Índice</i> |
|------------------------------|------------------|------------------|---------------|
| E-Compós                     | 47               | 57               | 21%           |
| Revista Intercom             | 21               | 38               | 81%           |
| Galáxia                      | 24               | 41               | 71%           |
| Comunicação, Mídia e Consumo | 25               | 27               | 8%            |
| Famecos                      | 59               | 48               | -19%          |

**Fonte:** Elaborado pelos autores

Contudo, quando analisado o comportamento ano a ano (Gráficos 1 a 5), é possível verificar uma significativa oscilação em todas as revistas, com números que variam muito de ano para ano, o que não permite observar um período-chave em que o termo foi empregado de forma similar em todas as revistas.

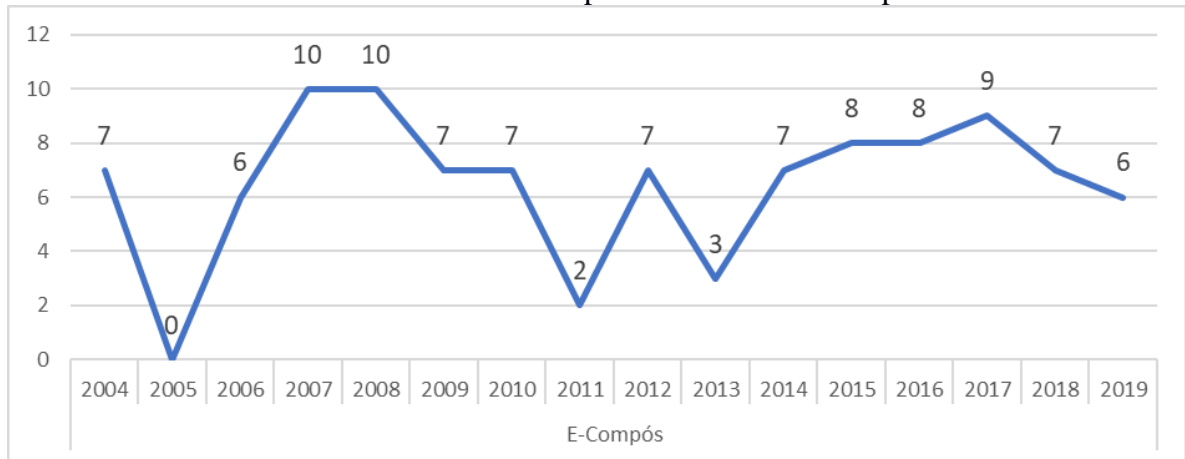
<sup>5</sup> Apesar de estar incluído na linha “Total”, este valor diz respeito ao índice médio.

**Gráfico 1 – Análise temporal da revista Comunicação, Mídia e Consumo**



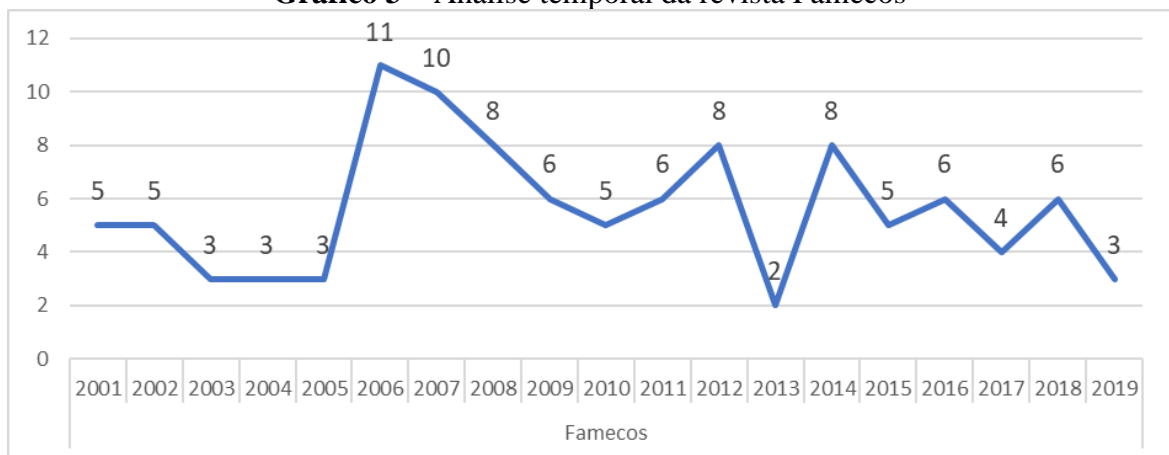
Fonte: Elaborado pelos autores

**Gráfico 2 – Análise temporal da revista E-Compós**



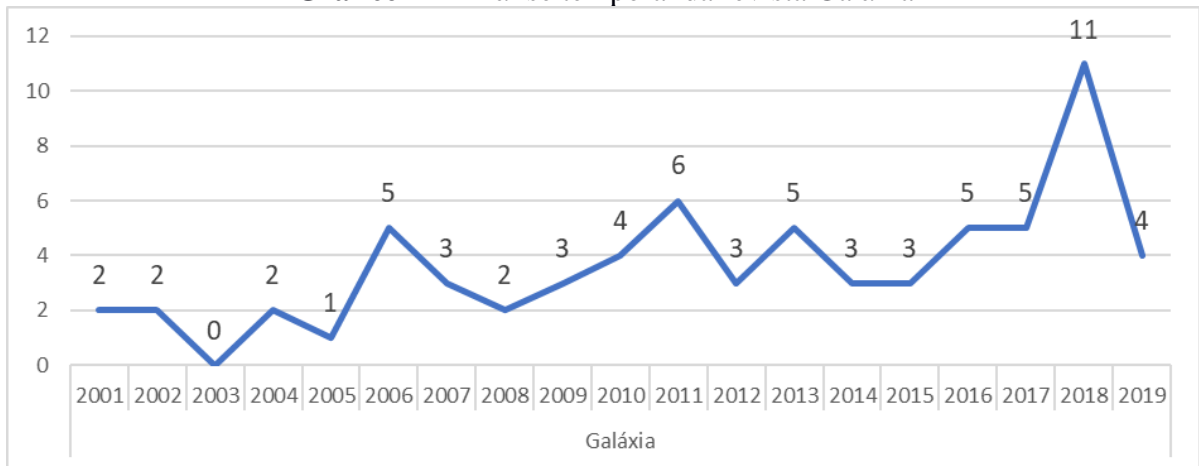
Fonte: Elaborado pelos autores

**Gráfico 3 – Análise temporal da revista Famecos**



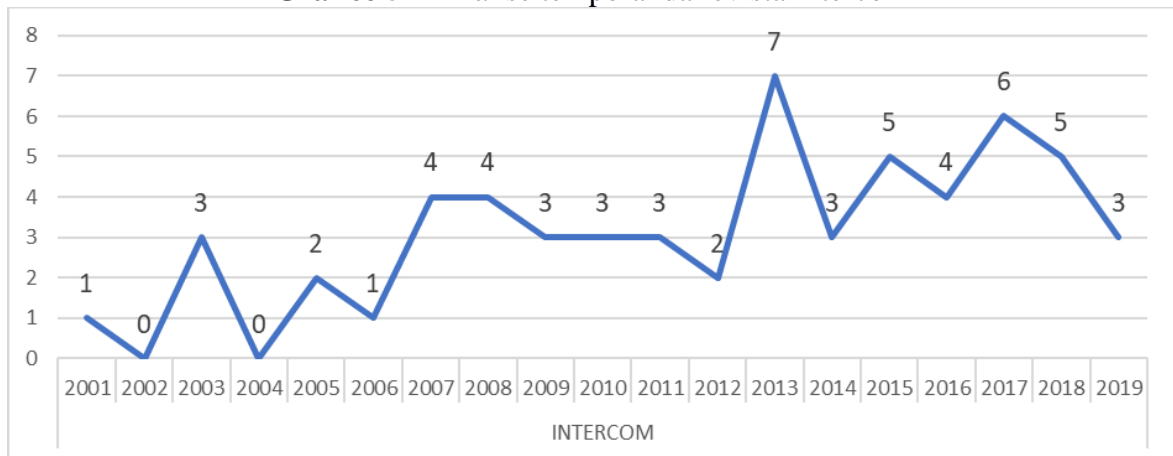
Fonte: Elaborado pelos autores

**Gráfico 4 – Análise temporal da revista Galáxia**



**Fonte:** Elaborado pelos autores

**Gráfico 5 – Análise temporal da revista Intercom**



**Fonte:** Elaborado pelos autores

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa buscou identificar a importância do conceito de midiatização a partir de cinco periódicos científicos de grande prestígio entre pesquisadores brasileiros. Os resultados baseados no exame quantitativo indicaram um uso moderado do termo, que está presente em 14,3% dos artigos analisados. Trata-se, portanto, de um conceito relevante para a área.

Os resultados também apontaram para uma elevação do número de trabalhos que empregam o conceito na segunda década analisada (2011-2019) na comparação à primeira (2001-2010), tendência verificada em quatro dos cinco periódicos. Contudo, a análise pormenorizada dos gráficos para identificação do uso do termo midiatização ao longo do tempo não sinalizou uma tendência definida, ao contrário, revelou oscilação significativa.

## AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e à Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação da Universidade Federal do Cariri (UFCA) pelo apoio por meio de bolsas da modalidade PIBIC.

## REFERÊNCIAS

- BASTOS, Marco Toledo. Medium, media, mediação e midiatização: a perspectiva germânica. In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (Orgs.). **Mediação & Midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 53-77
- BONIN, Jane. Questões metodológicas na construção de pesquisas sobre apropriações midiáticas. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (orgs). **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**, Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016, p. 213-234.
- CARVALHO, Carlos Alberto de (org). **Midiatização e textualidades: dimensões teóricas e aplicações empíricas**. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2017.
- FAUSTO NETO, Antônio. et al (orgs). **Midiatização e processos sociais: aspectos metodológicos**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2010.
- GOMES, Pedro Gilberto. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, 2016.
- JANOTTI JUNIOR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (Orgs.). **Mediação & Midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012.
- LIVINGSTONE, Sonia. On the mediation of everything. **Journal of Communication**, Vol. 59, p. 1-18, 2009.
- MORAES, Dênis de. **Sociedade midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- OLIVEIRA, Max Emiliano. Metapesquisa em Comunicação: mapa de um percurso metodológico. In: MATTOS, Maria Ângela; BARROS, Ellen Joyce Marques; OLIVEIRA, Max Emiliano (org.). **Metapesquisa em comunicação: o interacional e seu capital teórico nos textos da Compós**. Porto Alegre: Sulina, 2018. p. 27-40
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.