



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 DISSERTAÇÕES E TESES: ANÁLISE QUANTITATIVA DE SEIS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO

Marília Medeiros Pereira¹

Amanda Nobre Dias²

Ivan Satuf³

RESUMO: Diante de fortes evidências sobre a dispersão conceitual no emprego do termo “migmatização” nos estudos comunicacionais, esta pesquisa analisa quantitativamente o emprego do conceito em dissertações de mestrado e teses de doutorado de seis programas de pós-graduação em Comunicação. O objetivo central é identificar a frequência de uso do conceito a fim de entender a dimensão do fenômeno da migmatização entre os pesquisadores da área, contribuindo, deste modo, para o avanço das Teorias da Comunicação. Trata-se da terceira e última etapa da metapesquisa (MATTOS; BARROS; OLIVEIRA, 2018) intitulada “Pesquisa em migmatização no Brasil: abordagens teóricas e metodológicas”. O percurso metodológico se iniciou com a construção de uma base de dados composta por 2.233 dissertações e teses defendidas entre 2001 e 2020. A base de dados deu origem a uma planilha estruturada a partir de campos que permitiram analisar quantitativamente a amostra: “Programa”, “Ano”, “Título do Trabalho” e “Modalidade” (mestrado ou doutorado). Os resultados indicam que 852 trabalhos usam o conceito de migmatização, 38% do total analisado, contudo, este índice é fortemente influenciado por uma única instituição, a Universidade do Vale dos Sinos (Unisinos). Neste programa de pós-graduação, 330 das 447 teses e dissertações, 74% do total, usam o termo migmatização, demonstrando que se trata, do ponto de vista teórico, de uma “Escola” que influencia fortemente a pesquisa sobre o tema. Os dados também permitiram traçar gráficos para identificar linhas de tendência no emprego no decurso das duas décadas que compõem a análise.

PALAVRAS-CHAVE: Migmatização; Teorias da Comunicação; Epistemologia; Metapesquisa.

ABSTRACT: Based on strong evidence on the conceptual dispersion in the use of the term “migmatization” in communication studies, this research does a quantitative analyzes of the use of the

1 Estudante do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri. E-mail: marilia.medeiros@aluno.ufca.edu.br. Bolsista PIBIC/UFCA.

2 Estudante do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri. E-mail: nobre.amanda@aluno.ufca.edu.br. Bolsista PIBIC/Funcap.

3 Professor do curso de Jornalismo da UFCA. E-mail: ivan.satuf@ufca.edu.br.

concept in master's dissertations and doctoral theses from six postgraduate programs in Communication. The main objective is to identify the frequency of use of the concept in order to understand the dimension of the phenomenon of mediatization among researchers in the area, thus contributing to the advancement of Communication Theories. It is the third and last stage of the meta-research (MATTOS; BARROS; OLIVEIRA, 2018) entitled “Research on mediatization in Brazil: theoretical and methodological approaches”. The methodological path began with the construction of a database composed of 2,233 dissertations and theses defended between 2001 and 2020. The database gave rise to a spreadsheet structured from fields that would allow the sample to be analyzed quantitatively: “Program”, “Year”, “Document Title” and “Modality” (master's or doctorate). The results indicate that 852 archives use the concept of mediatization, 38% of the total analyzed, however, this index is strongly influenced by a single institution, the University of Vale dos Sinos (Unisinos). In this postgraduate program, 330 of the 447 theses and dissertations, 74% of the total, use the term mediatization, demonstrating that it is, from a theoretical point of view, a “School” that strongly influences research on the topic. The data also made it possible to draw graphs to identify trend lines in employment over the two decades that compose the analysis.

KEYWORDS: Mediatization; Communication Theory, Epistemology; Meta-research.

1 INTRODUÇÃO

Há pelo menos duas décadas, as pesquisas científicas no campo da Comunicação passaram a adotar com frequência o termo “midiatização” para descrever e analisar fenômenos sociais e tecnológicos do mundo contemporâneo. Como operador conceitual ou metodológico, midiatização ainda é alvo de questionamentos e disputas, remetendo a diferentes significados de acordo com a finalidade e a forma como é empregada.

Seja no campo epistemológico ou empírico, as diversas abordagens sobre midiatização influenciam os rumos da investigação e, por consequência, dos estudos comunicacionais como um todo. Autores como Martino (2019), Carvalho (2017) e Gomes (2016) relatam as dificuldades e potencialidades decorrentes desta dispersão conceitual. Cada um destes autores adota um enfoque crítico, mas todos assinalam uma profusão de sentidos e significados.

Segundo Martino (2019, p. 17), é possível encontrar o emprego do termo “sem uma maior elaboração”, contudo, também há “pesquisas rigorosas sobre o conceito, procurando entender seus fundamentos e sua operacionalização metodológica”. Carvalho (2017, p. 16) adverte para os riscos de um certo modismo no uso de “midiatização” em trabalhos acadêmicos, “como se sua simples menção fosse suficiente para dar ares de atualidade a estudos comunicacionais bem mais complexos e exigentes que o uso de uma nova teoria pudesse simplificar”. Em uma perspectiva mais aberta à pluralidade, Gomes (2016) advoga que se trata de um conceito de “múltiplas vozes”, o que não é, necessariamente, um problema para as pesquisas, mas uma realidade que pode se mostrar favorável ao desenvolvimento do campo.

A depender dos interesses e da filiação teórica de cada pesquisador, midiatização é, de fato, um conceito em disputa, com abordagens que podem conduzir a investigação para dimensões muito diferentes, seja do ponto de vista teórico ou metodológico (SANTOS et al., 2019). Pode-se dizer, em linhas gerais, que midiatização é um conceito que ajuda a “pensar de que maneira a mídia articula-se nos entremeios das práticas sociais e vice-versa” (MARTINO, 2019, p. 22).

Contudo, esta “articulação” entre mídia e práticas sociais pode ser vista do ponto de vista institucional (HJARVARD, 2012), socioconstrutivista (HEPP, 2014), antropológico (VERÓN, 2014) ou sociotécnico (SODRÉ, 2002), entre outras perspectivas. É justamente para compreender melhor como ocorre a apropriação do conceito no campo da Comunicação, que este trabalho realiza uma metapesquisa (MATTOS; BARROS; OLIVEIRA, 2018) a respeito da produção acadêmica sobre midiatização.

O percurso de investigação começou em agosto de 2018 e está dividida em três partes. A primeira, realizada entre agosto de 2018 e julho de 2019, teve como foco artigos publicados em anais dos congressos da Compós e Intercom, dois dos eventos mais relevantes na área da Comunicação no Brasil. A segunda etapa, empreendida entre agosto de 2019 e julho de 2020, concentrou-se nos artigos em cinco periódicos acadêmicos nacionais inseridos no extrato A2 do sistema Qualis de classificação: *Matrizes; Galáxia; Mídia, Comunicação e Consumo; Revista Intercom e E-Compós*.

O presente trabalho traz os resultados parciais da terceira e última fase, iniciada em agosto de 2020, cujo objetivo é mapear a presença do conceito de midiatização em dissertações e teses produzidas em Programas de Pós-Graduação em Comunicação de seis instituições brasileiras de ensino superior: Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade de Brasília (UnB), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) e Universidade Metodista de São Paulo (UMESP).

Este trabalho apresenta e discute os primeiros resultados quantitativos extraídos da análise da base de dados formada por 2.233 pesquisas de mestrado e doutorado defendidas nestes programas entre os anos de 2001 e 2020.

2 OBJETIVOS

Esta é uma pesquisa desenvolvida, primordialmente, com a finalidade de contribuir com os estudos da Comunicação, com enfoque nas suas teorias. Para direcionar o caminho a ser

seguido, a pesquisa tem como objetivo geral mapear, a partir da produção científica contemporânea, o termo “mídiação” a fim de identificar quantitativamente a sua presença no cenário de produção intelectual entre os anos de 2001 e 2020 em seis programas de pós-graduação em comunicação do Brasil.

Este objetivo principal se desdobra em uma série de objetivos específicos orientados ao detalhamento quantitativo, entre os quais, identificar o índice geral de dissertações e teses que empregam o termo mídiação nos seis programas analisados, bem como o índice particular de cada programa. Estes objetivos específicos auxiliam na compreensão da presença do conceito e sua relevância, sendo possível, inclusive, localizar possíveis programas que atuam como “Escola”, assumindo forte influência sobre a forma de se pensar o conceito.

Outro objetivo específico é mapear o uso do conceito em uma visada comparativa entre dissertações e teses no intuito de identificar se existe prevalência em pesquisas oriundas de mestrado ou doutorado. Ciente de que os programas de mestrado são, em geral, desenvolvidos em dois anos por estudantes ainda em fase inicial de vivência em pós-graduação, e o doutorado é realizado num tempo médio de quatro anos por estudantes com maior maturidade acadêmica, a visada comparativa proposta possibilita verificar, ainda que de forma incipiente, se o conceito é usado em pesquisas de menor ou maior profundidade.

Também compõe os objetivos específicos traçar gráficos que permitam visualizar linhas tendência (positivas, negativas ou estáveis) entre os anos de 2001 e 2020. Estes gráficos podem ser úteis tanto em análises comparativas entre os programas, quanto em visadas particulares.

Por fim, é importante destacar que todos estes objetivos são orientados para gerar dados quantitativos que ajudarão a fundamentar a próxima etapa da pesquisa, de caráter qualitativo, a ser realizada até julho de 2021. Em suma, esta pesquisa é uma etapa preliminar cujos resultados servirão de instrumental para fundamentar uma investigação relacionada ao conteúdo das dissertações e teses.

3 METODOLOGIA

Esta investigação se caracteriza como uma metapesquisa sobre o termo “mídiação”. 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 midiaticização 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.

Nesse ponto, reside a função mesma de uma metapesquisa: olhar as estruturas de um campo científico, perceber as matrizes de formação, os autores, escolas e tendências que conformam uma área do saber. A metapesquisa contribui para o avanço dos estudos em Comunicação visto que as produções acadêmicas resultam de angulações, sínteses, autorreflexões e avanços das questões anteriormente abordadas, de perspectivas epistemológicas, autores e obras que referenciam tais questões. Daí, 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)

Conforme destacado na introdução, nesta terceira e última etapa da investigação realizamos um mapeamento de alguns programas de pós-graduação, analisando quantas e quais dissertações e teses tratam do assunto. A escolha dos programas, levou em consideração o critério temporal, uma vez que o recorte feito na pesquisa é de 2001 a 2020. Sendo assim, foram previamente selecionadas universidades que possuem os mais antigos programas de pós-graduação na área de Comunicação, considerando os que já possuíam trabalhos defendidos nos primeiros anos a que se refere esta pesquisa. Nesta primeira seleção foram elencadas 12 universidades:

- Pontifícia Universidade Católica de São Paulo;
- Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul;
- Universidade de Brasília;
- Universidade de São Paulo;
- Universidade do Vale do Rio dos Sinos;
- Universidade Estadual de Campinas;
- Universidade Federal da Bahia;
- Universidade Federal de Minas Gerais;
- Universidade Federal do Rio de Janeiro;
- Universidade Federal do Rio Grande do Sul;

- Universidade Federal Fluminense;
- Universidade Metodista de São Paulo.

Entretanto, diante do grande volume do material a ser analisado e das conseqüentes dificuldades na execução de uma pesquisa que agregasse todos estes programas, foi necessário fazer uma seleção. Um primeiro filtro foi aplicado com base na qualidade dos repositórios online das universidades. Foram identificados diversos problemas, como arquivos incompletos, corrompidos, trabalhos divididos em mais de um arquivo⁴, entre outros impasses. Ainda assim, quando o arquivo não constava no próprio site da instituição, foram usados outros mecanismos de busca, como o *Google Acadêmico*, todavia, nem sempre foi possível localizar o arquivo integral.

Além disso, alguns sites possuem filtros limitados, ora permitem fazer um recorte temporal, porém com os arquivos do PPGCOM misturados com o de outros programas de pós-graduação; ora permite filtrar somente os trabalhos de comunicação, entretanto, juntamente com trabalhos de conclusão de curso (TCCs), artigos e outros tipos de arquivos. Diante das dificuldades, o número de programas de pós-graduação que compuseram o corpus de pesquisa foi reduzido de pela metade em relação à primeira indicação:

- Universidade do Vale do Rio dos Sinos;
- Universidade Federal de Minas Gerais;
- Universidade Metodista de São Paulo;
- Universidade de Brasília;
- Universidade Federal do Rio Grande do Sul;
- Universidade Federal da Bahia.

A escolha destas universidades levou em consideração, principalmente, a qualidade dos mecanismos de acesso aos arquivos nos repositórios da instituição, privilegiando as instituições que possuem melhor interface, usabilidade e resultados mais precisos. Após o download desses documentos, foram realizadas buscas em cada um dos arquivos usando os termos “mediatiz” e “mediatiz” para abranger todas as variantes da palavra em português, inglês e espanhol, como “mediatização”, “mediatizar”, “mediatizado”, “mediatization”, “mediatización”, entre outros.

Os dados desta busca foram tabulados em uma planilha compartilhada entre os integrantes da pesquisa. Nesta tabela foram destacados os seguintes campos: universidade, ano

⁴ Foi relativamente comum encontrar trabalhos particionados em mais de um arquivo, por exemplo, “introdução”, “objetivos” e “referências” em três arquivos separados.

de publicação, emprego do termo midiatização, modalidade (mestrado ou doutorado) e um espaço para inserir se o arquivo estava completo ou não. Por fim, os arquivos que contêm algum dos termos pesquisados formaram uma base de dados no serviço de armazenamento *Google Drive*, organizada por universidade e ano. Esta base de dados será fundamental para a etapa final de análise qualitativa do material, subsequente à etapa quantitativa.

4 RESULTADOS

Em linha com as evidências iniciais, a análise quantitativa das dissertações e teses indicou um uso relevante do termo midiatização nos programas de pós-graduação em Comunicação. Dos 2.233 arquivos analisados, 852 empregam conceito, o que representa 38% do total. Contudo, a Tabela 1 revela que a Unisinos é, do ponto de vista estatístico, um *outlier* com grande influência sobre o índice médio. Nesta instituição, 74% dos trabalhos fazem referência direta à midiatização, uma taxa extremamente alta em relação às demais universidades, que oscilam entre 20% (UMESP) e 37% (UFRGS).

Este resultado permite sustentar que a Unisinos atua como uma verdadeira “Escola” no campo da midiatização, possuindo, inclusive, uma linha de pesquisa dedicada à temática: “Midiatização e Processos Sociais”. Ao atuar como Escola, a instituição consegue exercer relativa influência sobre o campo, aqui pensado sob a perspectiva de Bourdieu (1983, p. 122), como “o espaço de jogo de uma luta concorrencial” em que o prêmio é “o monopólio da autoridade científica”.

Tabela 1 – Dados descritivos gerais da base de dados

<i>Instituição</i>	<i>Total de trabalhos</i>	<i>Trabalhos que empregam o termo midiatização</i>	<i>Índice</i>
UMESP	372	76	20%
UFBA	197	57	29%
UFMG	399	114	29%
UFRGS	366	134	37%
UnB	452	141	31%
UNISINOS	447	330	74%
Total	2233	852	38% ⁵

Fonte: Elaborado pelos autores

Outro resultado relevante da pesquisa foi a análise comparativa entre dissertações e teses que empregam o termo midiatização. Os dados das Tabelas 2 e 3 mostram que é mais provável encontrar o conceito em teses do que em dissertações. Das seis instituições, cinco possuem maior taxa no doutorado do que no mestrado: UMESP, UFMG, UFRGS, UnB e Unisinos. Na

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

UFRGS, por exemplo, o índice salta de 26% nas dissertações para 60% nas teses. A exceção é a UFBA, onde 32% das dissertações empregam o termo midiatização, contra 24% das teses.

Mas o que pode explicar a maior ocorrência do termo em teses do que em dissertações? Ainda que uma investigação qualitativa possa fornecer dados mais precisos, é possível levantar a hipótese de que o conceito de midiatização abriga uma complexidade que exige maior maturidade dos pesquisadores, algo que é naturalmente maior entre doutorandos do que entre mestrandos.

Tabela 2 – Dados descritivos das dissertações de mestrado

<i>Instituição</i>	<i>Total de dissertações</i>	<i>Dissertações que empregam o termo midiatização</i>	<i>Índice</i>
UMESP	254	35	14%
UFBA	119	38	32%
UFMG	292	73	25%
UFRGS	253	66	26%
UnB	342	90	26%
UNISINOS	262	175	67%

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 3 – Dados descritivos das teses de doutorado

<i>Instituição</i>	<i>Total de teses</i>	<i>Teses que empregam o termo midiatização</i>	<i>Índice</i>
UMESP	118	41	35%
UFBA	78	19	24%
UFMG	107	41	38%
UFRGS	113	68	60%
UNB	110	51	46%
UNISINOS	185	155	84%

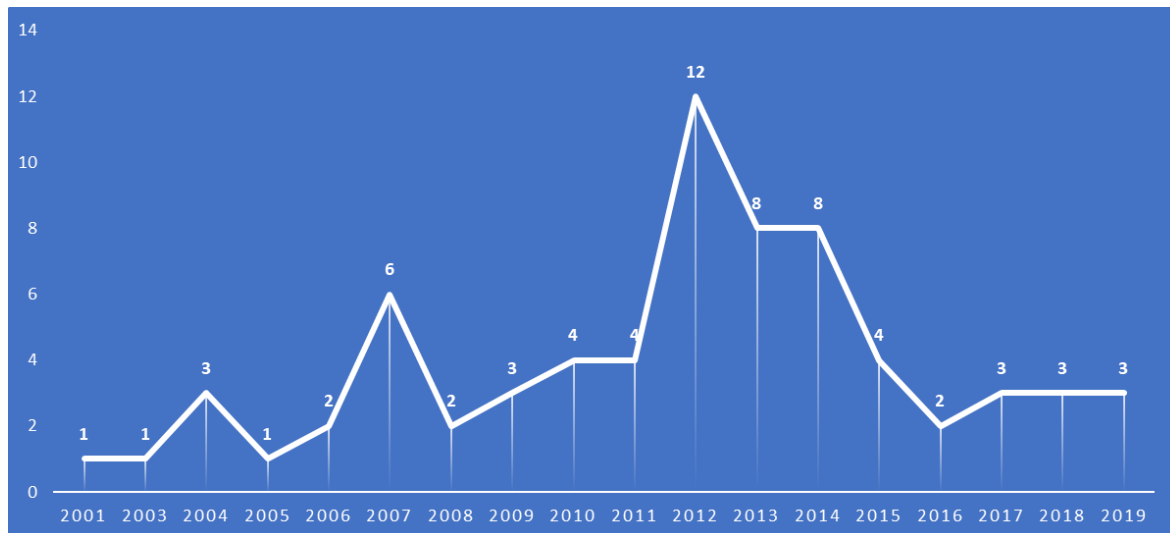
Fonte: Elaborado pelos autores

Por fim, a análise temporal que leva em conta o período entre 2001 e 2020 indica comportamentos distintos entre os programas, apesar de que todos os programas analisados tendem a apresentar mais dissertações e teses sobre midiatização nos últimos dez anos (2011-2020) em relação à década anterior (2001-2010). Como exemplo, os gráficos 1, 2 e 3 mostram o desempenho, respectivamente, da análise temporal dos programas de pós-graduação em Comunicação da UFBA, da UFMG e da Unisinos.

Na UFBA (Gráfico 1), é possível identificar um pico expressivo ocorrido no início da

segunda década analisada – em 2012 – mas a oscilação é muito grande, com um acentuado declínio entre 2014 e 2016, não sendo possível identificar uma regularidade.

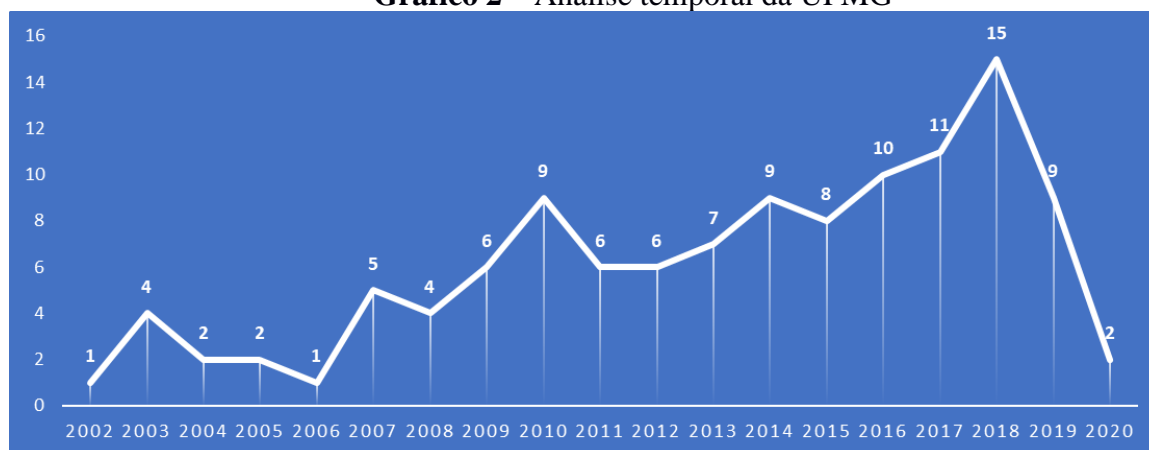
Gráfico 1 – Análise temporal da UFBA



Fonte: Elaborado pelos autores

Em contraste, a UFMG (Gráfico 2) apresenta uma nítida tendência de alta na segunda década, com oscilações bem menores do que as identificadas na UFBA. A tendência é quebrada nos dois últimos anos da análise, contudo, o declínio acentuado em 2019 e 2020 pode ser decorrente do atraso em publicar a versão digital das dissertações e teses defendidas no repositório institucional.

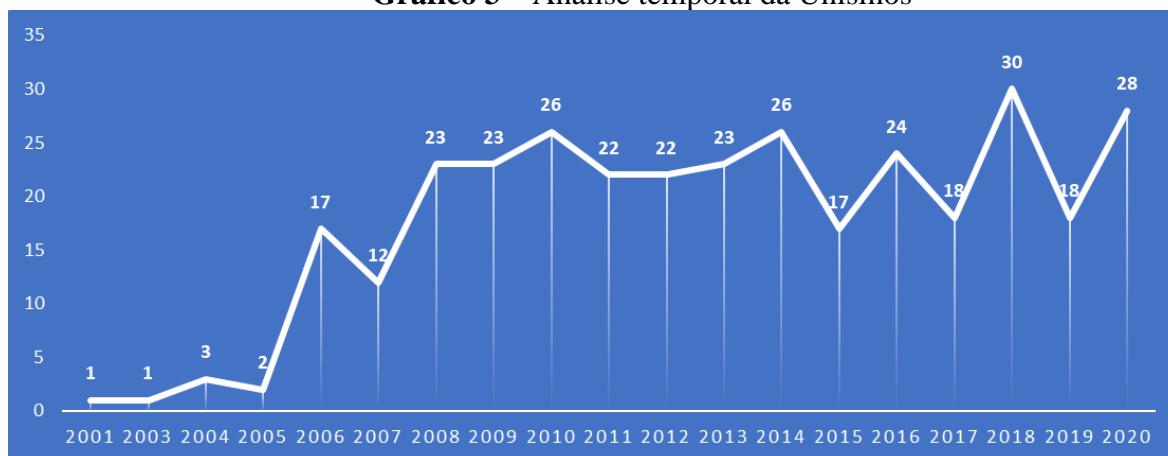
Gráfico 2 – Análise temporal da UFMG



Fonte: Elaborado pelos autores

A Unisinos (Gráfico 3) apresenta um incremento expressivo ao final da primeira década analisada e certa estabilidade em patamar elevado na segunda década, o que corrobora a visão de que atua como uma Escola no campo da midiatização.

Gráfico 3 – Análise temporal da Unisinos



Fonte: Elaborado pelos autores

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Situada no campo das teorias da comunicação, esta pesquisa buscou analisar quantitativamente o emprego do conceito de mediação em trabalhos produzidos por seis programas de pós-graduação em Comunicação. Os resultados mostraram que mediação é um operador teórico/metodológico importante, estando presente em 38% das dissertações e teses analisados. Contudo, os dados indicam que é maior a possibilidade de encontrar o termo em teses do que em dissertações, possivelmente pela complexidade do conceito, que exige maior maturidade dos pesquisadores. A análise temporal entre 2001 e 2020 revela uma tendência geral de alta na última década, contudo, os gráficos mostram comportamentos diferentes entre os programas.

Devido ao grande volume de arquivos encontrados numa primeira etapa, esta pesquisa teve que se limitar a um conjunto pequeno de programas de pós-graduação. A área da Comunicação possui mais de 50 programas e a amostra que embasou esta pesquisa não é necessariamente representativa deste universo, ainda que as universidades que compõem a pesquisa tenham programas consolidados e com elevado prestígio entre os pares.

Por fim, é importante ressaltar que os dados obtidos nesta pesquisa servirão de guia para a próxima etapa, de caráter qualitativo, quando um conjunto menor de trabalhos será examinado de forma detalhada para verificar o tipo de enquadramento teórico e os possíveis usos metodológicos da noção de mediação.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem à Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Funcap) 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

- BOURDIEU, Pierre. O campo científico. In: ORTIZ, Renato. **Pierre Bourdieu: sociologia** (org.). São Paulo: Ática, 1983, p. 122-155.
- CARVALHO, Carlos Alberto de. Prefácio - Por que midiatização e textualidades? In: CARVALHO, Carlos Alberto de (org.). **Midiatização e textualidades: dimensões teóricas e aplicações empíricas**. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2017. p. 15–17.
- GOMES, Pedro Gilberto. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. **Revista FAMECOS**, [s. l.], v. 23, n. 2, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2016.2.22253>. Acesso em: 4 fev. 2021.
- HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. **MATRIZES**, [s. l.], v. 8, n. 1, p. 45–64, 2014. Disponível em: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1177/0267323113501148> *
- HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, [s. l.], v. 5, n. 2, p. 53–91, 2012.
- MARTINO, Luis Mauro Sá. Rumo a uma teoria da midiatização: exercício conceitual e metodológico de sistematização. **Intexto**, [s. l.], v. 45, p. 16–34, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.19132/1807-858320190.16-34>
- MATTOS, Maria Ângela; BARROS, Ellen Joyce Marques; OLIVEIRA, Max Emiliano. **Metapesquisa em comunicação: o interacional e seu capital teórico nos textos da Compós**. Porto Alegre: Sulina, 2018.
- 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.
- SANTOS, Rosa Ravena *et al.* Três perspectivas sobre a midiatização e suas implicações na pesquisa em Comunicação. **Temática**, [s. l.], v. 15, n. 5, p. 161–176, 2019.
- SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **MATRIZES**, [s. l.], v. 8, n. 1, p. 13–19, 2014.