
A onipresença dos meios de comunicação e a mediatização: um estudo sobre o consumo midiático de diferentes perfis geracionais de uma mesma família

Elaine Cristina Gomes de Moraes*

RESUMO

Em uma sociedade cada vez mais permeada pela ubiquidade dos meios de comunicação, novas formas de interação são incorporadas ao cotidiano, demonstrando que a mediatização constitui um importante fator de transformações sociais e culturais. Neste estudo, apresentamos as discussões que resultam de uma pesquisa realizada com pessoas de perfis geracionais distintos, de uma mesma família, e seus hábitos de consumo midiático. Com a realização de entrevistas em profundidade, verificamos que, apesar de diferentes modos de se relacionar com os meios, eles permeiam a realidade social contemporânea de modo a não se poder mais considerá-los como elemento externo da sociedade.

Palavras-chave: Mediatização, consumo midiático, perfis geracionais.

* Graduada em relações públicas e Doutoranda pela FAAC-UNESP. Docente da FIB - Faculdade Integradas de Bauru

ABSTRACT

In a society that is more and more permeated by the ubiquity of the media, new ways of interaction are incorporated to the daily life, showing that mediatization constitutes an important cultural and social transformation factor. In this study, we show the discussions which came from a survey conducted with members of the same family, with different generation profiles and their mediatic consumption habits. With detailed interviews, it was possible to identify that despite their different ways of interaction, they permeate the contemporary social reality in a way that can no longer be considered an external element of the society.

Key-words: Mediatization, mediatic consumption, generational profiles.

INTRODUÇÃO

Este estudo resulta de uma pesquisa realizada para a disciplina de Seminários Avançados, do Programa de Doutorado em Comunicação, da Unesp de Bauru. O propósito é apresentar e discutir os conceitos de midiatização e sua influência nas práticas do cotidiano. Cada vez mais presentes na sociedade, os meios de comunicação já não podem mais ser considerados elementos separados da realidade contemporânea (BRAGA, 2006a; 2006b; 2012), mas tornam-se fundamentais para compor as mudanças sociais e culturais que vivenciamos atualmente. Embora, se vivencie a virtualização das relações sociais, essa onipresença da mídia independe de qual meio estamos falando.

Embora o conceito de midiatização se encontre em processo de desenvolvimento, há uma consonância entre os autores pesquisados sobre a ubiquidade dos meios de comunicação na sociedade e seu papel nas transformações sociais e culturais (BRAGA, 2012; HJARVARD, 2004; 2012). Isso pode ser verificado, facilmente, na contemporaneidade, quando nos deparamos com a diversidade de tecnologias digitais que têm permeado as relações sociais. Estamos sempre nos relacionando com os meios e através deles. Isso tudo gera novas possibilidades de interação, conforme explica Braga (2006a; 2012).

Para discutirmos o processo de midiatização, este trabalho apresenta os resultados de uma pesquisa realizada com três gerações distintas de uma mesma família. Foram realizadas entrevistas em profundidade para compreender as formas de se relacionar com e através dos meios por cada uma das pessoas entrevistadas. Os resultados corroboram os pressupostos da midiatização, sobre a

forte presença dos meios na sociedade, sua influência no cotidiano de cada uma delas e as interações a partir deles, denominadas diferidas e difusas (BRAGA, 2006a; 2012).

A MUDIATIZAZÃO

Embora considerado um conceito em processo de definição, a midiáticação pode ser encontrada em estudos de comunicação realizados em meados do século XX. Sem menção direta ao vocábulo, estudos sobre transformações sociais provenientes de novas formas de relação com os meios também foram desenvolvidos nessa época (HEPP, 2014). Atualmente, em um cenário no qual os meios de comunicação se adequam às novas demandas sociais e outros meios são incorporados ao cotidiano, a midiáticação constitui “um novo quadro teórico para reconsiderar questões antigas, embora fundamentais, sobre o papel e a influência da mídia na cultura e na sociedade” (HJARVARD, 2012, p. 54).

Um dos pilares que sustenta o conceito de midiáticação é o de transformação (HEPP, 2014). É a influência dos meios nas mudanças que ocorrem na sociedade e na cultura. Sobre os efeitos observados pela midiáticação da vida social, Holanda (2015) explica que se trata de um processo sem limites, que influencia todos os aspectos da vida social atual. O surgimento do ambiente virtual, situado como um espaço midiático, distinto do paradigma tradicional da comunicação massiva, constitui uma forma de midiáticação das próprias relações sociais.

Hjarvard (2012) traz uma abordagem institucional para a midiáticação, considerando a lógica de mídia, em que outras instituições se adequam aos meios de comunicação. O autor entende que a midiáticação constitui o “processo de dupla face no qual a mídia se transformou em uma instituição semi-independente na sociedade à qual outras instituições têm que se adaptar” (p. 53). O autor explica, também, que a globalização e a comercialização são fatores que impulsionaram a midiáticação, tendo em vista o alcance dos meios (HJARVARD, 2004). Como tecnologia para estender e propagar as atividades sociais pelo mundo, os meios de comunicação tornam-se elementos inerentes à sociedade e, conseqüentemente, outras instituições se adaptam à sua lógica de produção para amplificarem suas atividades, como a política, a ciência, a religião, a indústria do entretenimento, entre outras.

O autor classifica a midiáticação em duas modalidades: ela pode ser direta (forte) ou indireta (fraca) (HJARVARD, 2004). A midiáticação direta ocorre

quando as ações que não eram, antes, realizadas pelos meios de comunicação, passam a ser. Alguns jogos que eram realizados presencialmente e passam a ser realizados pelo computador, como o jogo de xadrez. Atualmente, são diversos exemplos que podem ser lembrados, como o banco *online*, que contempla o uso das máquinas nos estabelecimentos bancários em vez do trabalho humano, como as operações realizadas pelo próprio computador ou *smartphones*.

A mediação indireta “é quando uma determinada atividade é cada vez mais influenciada, no que diz respeito à forma, ao conteúdo ou à organização, pelos símbolos ou mecanismos midiáticos” (HJARVARD, 2012, p. 67). Diferentemente da mediação direta, embora a noção de interação esteja presente, ela se torna uma consequência da influência dos meios de comunicação no cotidiano. O autor menciona a ação de alguns restaurantes de *fastfood*, os quais vinculam a compra de seus produtos com o fornecimento de brindes relacionados a algum filme que esteja em evidência no momento. Na visão do autor, também se enquadra em um contexto de mediação indireta a construção intertextual entre os meios de comunicação e outras instituições, como as narrativas apresentadas sobre determinado país é o que se passa a compreender sobre ele, assim, trata-se de representações midiáticas a partir da mediação.

Ambos os tipos de mediação, como o próprio conceito em si, constituem significados que se sobrepõem às características dos aparatos tecnológicos. Com o surgimento da televisão, novos padrões de comportamento transformaram paradigmas, por meio de novas formas de entretenimento e informação. A inserção das novas tecnologias proporcionou o surgimento de uma cultura virtual constituída de uma nova ambiência, a qual resulta em novas formas de interação social. Assim,

Falar de cultura virtual significa falar de novos modelos de socialização: conversa sem pessoa, contatos abstratos, encontros sem corpos. Não se trata do face a face, mas de uma presença virtual, o que não significa que seja menos real. Seguramente essa presença virtual permite e realiza quadros interativos, em que a ideia de presença do outro define emoções e sentimentos de junção humana (PERUZZOLO, 2006, p. 331).

A presença virtual, que resulta em novas formas de cultura, atuação e percepção da realidade, constitui, também, a mediação. Se por um lado, os meios de comunicação de massa tradicionais, como a televisão, o rádio e o jornal, amplificaram a comunicação mundial, no contexto atual, os jogos virtuais, as redes sociais, o consumo *on line*, os livros disponíveis para leitura *online*, dentre outros,

são exemplos de novas formas de interação social. Há uma nova cultura de interação e relacionamento que tem se construído com novas possibilidades oferecidas pela internet. Como lembra Peruzzolo (2006), a presença virtual não se traduz numa forma menos real de interação, uma vez que desperta sentimentos e emoções de junção humana, mas é resultante dos anseios e necessidades das pessoas.

Schulz (2004) reitera essa forte presença dos meios na sociedade e seu papel na transformação social e cultural. Para o autor, a midiaticização é composta de quatro processos e o primeiro deles é chamado de extensão. A extensão seria uma espécie de função atribuída aos meios de comunicação ao estenderem estendem as possibilidades comunicacionais humanas, que estariam restritas em termos de tempo, espaço e expressividade.

O segundo processo é denominado substituição, uma vez que muitas atividades que, no passado não eram realizadas através dos meios de comunicação, tornaram-se midiáticas, como a realização de operações bancárias passaram a ser realizadas pela internet. A amalgamação é o processo que combina atividades midiáticas com as não midiáticas, como acessar a internet pelo *smartphone* enquanto se realiza uma refeição. O último processo, a acomodação pode ser compreendida como uma espécie de naturalização às transformações decorrentes dos meios, já que sua simples existência é suficiente para transformar a sociedade, como é o caso da geração de empregos, resultante dos efeitos da publicidade na mídia (SCHULZ, 2004).

José Luiz Braga traz importantes contribuições para os estudos da midiaticização. Em sua visão, os meios de comunicação são elementos inerentes à sociedade e são importantes fontes de interação. Quando se discute a midiaticização, há um destaque para a forte presença da mídia na sociedade, mas, é importante considerar que o processo ocorre, independentemente de estarmos em frente à televisão ou qualquer outro meio de comunicação. Muitas vezes, a midiaticização ocorre como um efeito da mídia, posteriormente à recepção de conteúdo.

Outro fator a considerar é que o autor critica a ênfase atribuída com frequência a uma hierarquização das interações, como se o modelo dialogal fosse superior as demais formas (BRAGA, 2001). O modelo conversacional constitui um dos tipos de interação, já os meios de comunicação proporcionam interações que ocorrem após a recepção, sobre as quais já não mais há controle. Atualmente, já existem recursos para um *feedback* direto aos meios, mas sua inexistência não deveria ser considerada ausência de possibilidades interacionais, pois, ao se apropriar do conteúdo recebido, os indivíduos difundiam sua percepção e interpretação.

Assim, as interações se tornam diferidas e difusas (BRAGA, 2006a; 2006b; 2012), pois ocorrem a partir das transmissões midiáticas e se prolongam pelo tempo e espaço. A importância está no papel ativo dos sujeitos a partir de suas apropriações e da circulação do conteúdo midiático, considerando que “[...] o que importa mais é a circulação *posterior à recepção* [...]” (BRAGA, 2006b, p. 28 – grifos do autor). Não há, portanto, uma preocupação por parte do autor sobre um feedback direto ao emissor; o receptor se torna emissor ao propagar suas percepções sobre o que foi veiculado.

A midiatização torna-se perceptível, cada vez mais, pelos recursos das tecnologias digitais. Castro (2010) explica que se vivencia, atualmente, um período de transição entre o meio analógico e digital. Novas formas de se relacionar têm sido inseridas no cotidiano, como as interações por meio das redes sociais virtuais, bem como a produção de conteúdos, que eram oferecidos apenas pelos meios de comunicação, passam a ser compartilhados pelos públicos por meio de *blogs* e páginas da internet.

A essas novas formas de se relacionar, Recuero (2014) explica que se trata da comunicação mediada pelo computador, que não se restringe ao uso das ferramentas disponíveis, mas consiste em “um produto da apropriação social, gerada pelas ressignificações que são construídas pelos atores sociais quando dão sentido a essas ferramentas em seu cotidiano”. A autora complementa que a comunicação mediada pelo computador é

[...] menos uma determinação da ferramenta e mais uma prática de uso e construção de significado dos interagentes, sejam essas ferramentas construídas para isso ou não. Falamos em apropriação porque essas ferramentas são construídas pelos agentes como ambientes conversacionais, e a conversação tem como suporte um conjunto de convenções simbólicas que são por eles construídas (RECUERO, 2014, p. 39).

A comunicação mediada pelo computador requer, obviamente, um novo ambiente de conversação, que possui características e limitações próprias, ao qual Recuero (2014) denomina ‘ciberespaço’. Apesar de existirem ferramentas predominantemente orais, como é o caso do *Skype*, uma das características da comunicação mediada pelo computador é que a maioria das ferramentas apresenta uma linguagem predominantemente textual, como os *e-mails*, *chats*, dentre outros.

Embora a autora não direcione seus estudos à midiatização, é importante considerar suas contribuições para a área, uma vez que a comunicação mediada pelo computador tem sido incorporada ao cotidiano e se torna importante

elemento da midiáticação. Muitas notícias são compartilhadas no espaço virtual, bem como os encontros presenciais têm sido substituídos, muitas vezes, pelas interações no ambiente virtual.

A partir desses estudos, é possível compreender a complexidade do tema. Embora se vivencie uma época na qual se observa o uso cada vez mais frequente de aparatos tecnológicos para interação, o conceito de midiáticação está em construção. Sua abordagem não está restrita às novas tecnologias de comunicação, mas aos meios tradicionais, os quais permitem as formas de interação difusas e diferidas. E, assim, é possível empregar retrospectivamente essa noção para reavaliar e reinterpretar circunstâncias sociais passadas.

VERIFICAÇÕES

Para a realização das observações empíricas deste trabalho, foram feitas entrevistas em profundidade com três pessoas de diferentes gerações, em uma mesma família. Foi utilizada esta técnica por entendermos que ela possibilita informações qualitativas nas respostas que se pretende obter. Com base no objetivo do trabalho, o critério de seleção foi buscar pessoas de distintas gerações em uma família, a fim de se compreender o processo de midiáticação nesse contexto. As entrevistas foram gravadas.

Assim, as entrevistadas foram mulheres, negras e residentes na cidade de Bauru. As três mulheres moram na mesma casa, onde os dados foram colhidos. Os nomes das entrevistadas foram substituídos por letras, sendo “A”, mãe de “B” e avó da adolescente “C”. Por se tratar de um estudo qualitativo, não se pretende fazer generalizações, mas trazer para as discussões a influência da midiáticação, de diferentes formas, em indivíduos de diferentes gerações, que coabitam um mesmo espaço.

A MIDIATIZAÇÃO EM TRÊS GERAÇÕES DISTINTAS

O perfil de cada uma das entrevistadas foi identificado não apenas pelas respostas, mas pela profundidade com a qual eram concebidas. Inicialmente, foram feitas questões ‘quebra-gelo’, relacionadas a preferências pessoais, com o propósito de proporcionar confiabilidade entre as partes. As descrições subsequentes referem-se, inicialmente, às questões pessoais, as quais, além de contribuir para promover confiabilidade, permitiu maior compreensão sobre o contexto social vivenciado por cada uma das respondentes.

A entrevistada “A”, de 72 anos e viúva, sentiu-se à vontade para conversar e a ela, foram dirigidas menos perguntas. A cada questão, ela contava parte de sua história, que parecia ser-lhe agradável relembrar, a partir da riqueza de detalhes com que abordava cada fato vivenciado. Mesmo algumas experiências que não lhe foram tão agradáveis, eram transmitidas com um sentimento positivo, que nos levou a compreender os valores construídos e compartilhados com os familiares das gerações seguintes.

Em contraposição, “C”, a terceira entrevistada, de quinze anos, limitou-se a responder de forma direta e sucinta as questões, dificultando, inicialmente, os propósitos da entrevista em profundidade. Então, foram-lhe dirigidas questões com o intuito de incentivá-la a discorrer, com mais profundidade sobre os temas abordados. Sua entrevista, apesar de conter mais perguntas, foi a mais breve, levando apenas aproximadamente quinze minutos. Enquanto conversávamos, o celular permaneceu em suas mãos.

A entrevistada “B”, de 49 anos, é divorciada, funcionária pública e pode ser considerada uma imigrante digital, por conviver e interagir em uma realidade permeada pelas inovações tecnológicas (PALFREY; GASSER, 2011), tendo nascido em uma época que precede esse contexto social. Como poderá ser observado na descrição, “B” vivencia um período de transição, do analógico, representado pelos meios de comunicação massivos tradicionais, como a televisão, para o contexto digital, em que experimentou e se adaptou aos recursos dos meios de comunicação digitais.

Para identificar os hábitos de cada uma das entrevistadas, foi importante considerar o contexto sociocultural vivenciado por cada uma delas. “A” provém da área rural e seu nível de escolaridade é baixo, restrito ao aprendizado do letramento. Situação comum à época em que a mulher era preparada para o casamento e atividades domésticas. Essa noção foi evidenciada quando a entrevistada começou a descrever sobre seu passado, quando foi questionada sobre o sonho da infância: casar e ter filhos. A questão profissional não foi mencionada, como o desejo de ter uma profissão, remetendo-nos à tradição de uma época em que o homem era o responsável por sustentar financeiramente sua família.

Membro de uma família com tradições paternalistas, seguiu os costumes que lhe foram transmitidos. Casou-se aos 15 anos e acompanhou o marido pelas diversas cidades em que moraram, em virtude da profissão de ferroviário. Suas atribuições diárias eram os afazeres domésticos e a educação dos filhos, já que não tinha liberdade para sair durante o dia, hábito proveniente desde sua infância. Em

uma época que antecedia a chegada da televisão, a diversão na infância eram as brincadeiras com sua mãe, esporadicamente. A responsabilidade com os deveres foi enfatizada. Sobre um dia típico de lazer, a entrevistada mencionou que não teria atividade de lazer, já que se dedicava às atividades da casa como organização, costura e bordado.

Seus valores foram construídos com base na importância da família, o que ficou evidenciado com a ênfase na educação dos filhos e sua preocupação em se mudar para uma cidade onde eles pudessem estudar. Outros valores mencionados foram a noção de educação e respeito ao próximo, recebida pelos pais e transmitida aos filhos demonstrando a religiosidade repassada de seus pais. A ida à missa e aos eventos religiosos também eram formas de lazer.

“A” presenciou a chegada da televisão como um divisor de águas na história. Em sua infância, recordou que a forma de as pessoas se manterem informadas sobre os acontecimentos, era por meio do rádio. Como sua família não o possuía em casa, quando era possível, seu pai comprava um jornal e assim, todos se informavam, mas, muitas vezes, as notícias chegavam distorcidas. Outro meio de comunicação mencionado foi a carta, que permitia receber e transmitir notícias entre familiares de outras cidades. A primeira televisão chegou entre 1962 e 1965, não se lembra com precisão. Era um equipamento muito distinto ao da contemporaneidade, mas, em sua visão, foi uma revolução.

Questionada sobre como se mantém informada atualmente, a televisão é o principal meio, mas não se restringe a essa função. A televisão lhe proporciona entretenimento por meio das novelas e programas de auditório, que assiste para se distrair. Os jornais televisivos foram considerados de muita credibilidade para a entrevistada. A televisão tem sido importante para suas interações presenciais, pois, os temas que lhe interessam, são comentados em seu meio social, sejam de entretenimento ou notícias jornalísticas.

Embora suas interações tenham sido, predominantemente, de forma presencial, a entrevistada possui celular, o qual, inicialmente, era utilizado para fazer e receber ligações. Atualmente, o celular constitui uma forma de lazer, pelo acesso à internet, assim como o computador. O consumo das tecnologias digitais decorreu de um desejo de estar inserida na ambiência virtual, vivenciada por pessoas próximas em seu meio social. Por isso, instalou o aplicativo *whatsapp* em seu celular para se comunicar com pessoas com as quais não tinha contato com frequência.

Por outro lado, “A” lamentou a aceleração das transformações decorrentes das tecnologias digitais, pois acredita que a comunicação presencial tem sido

substituída cada vez mais pela virtualização das relações. O aspecto positivo mencionado, é que a internet permite outras formas de relacionamento, como, por exemplo, com parentes distantes, com os quais ela não tinha o hábito de visitar ou telefonar. A internet constitui, basicamente, uma forma de interação e entretenimento, enquanto os meios de comunicação tradicionais são utilizados para informação.

A entrevistada “B”, por sua vez, reiterou o incentivo materno em seus estudos e cursou Magistério, com o propósito de se preparar para tornar-se professora. No entanto, decepcionou-se com a profissão, quando teve que vivenciar conflitos com os diferentes perfis geracionais. Moradora do mesmo bairro há mais de trinta anos, gostaria de conhecer outras localidades. Assim como sua mãe, evidenciou a importância da família e os valores transmitidos como o respeito ao próximo, principalmente, aos mais velhos. Uma ocorrência importante mencionada foi seu divórcio, o qual lhe proporcionou autonomia e aproximação com os filhos.

Sobre o consumo de mídia, “B” relatou que a televisão é o meio de comunicação mais utilizado para informação. Em momentos de lazer, a televisão é, também, fonte de entretenimento. Questionada sobre personalidades da televisão de sua preferência, a entrevistada mencionou atores negros e as mudanças que tem observado nos papéis atribuídos a esses atores na contemporaneidade. Em contraposição às décadas anteriores, nas quais o negro era representado por personagens exclusivamente subalternos, atualmente, pode-se observar o negro, embora, em minoria, como protagonista.

O consumo da internet também é frequente. “B” respondeu que o acesso é diário pelo *notebook* ou pelo celular. A internet, através das redes sociais, é, em sua visão, um meio de se manter em contato com pessoas com as quais não tem o hábito de se comunicar presencialmente. Pelo celular, acessa a rede social *Facebook* e o aplicativo *whatsapp*, diversas vezes ao dia. A internet também constitui um modo de se informar, no entanto, a televisão ainda é uma fonte de credibilidade, que legitima ou não os acontecimentos divulgados pela internet. “B” acredita que teve mais facilidade para aprender a usar os dispositivos eletrônicos e a internet que sua mãe, mas se sente com menos habilidade do que sua filha, de 15 anos. A internet é utilizada, em seu cotidiano, como fonte de informação, interação e lazer. O uso da internet tornou-se uma espécie de independência feminina ao possibilitar contato com as pessoas, virtual e presencialmente.

A entrevistada “C”, de forma sucinta, apresentou um perfil distinto de sua avó e de sua mãe. Aos 15 anos, pode ser considerada nativa digital, pois, como

explicam Palfrey e Gasser (2011), nasceu em um contexto permeado pelo uso das tecnologias digitais e possui habilidade para uso e interação por meio desses recursos. Durante a entrevista, suas respostas eram objetivas e restritas às questões, mesmo sendo incentivada a aprofundar nos temas abordados. Um aspecto comum às três, foi a importância da educação e os valores familiares.

Sobre os hábitos de consumo midiático, “C” explicou que o meio mais utilizado é a internet. O celular fica conectado à internet durante todo o tempo e essa condição é comum entre seus contatos, mas o objetivo principal é acessar as redes sociais e o aplicativo *whatsapp*, para entretenimento. Sobre o principal meio pelo qual se informa, ela respondeu que, ao ouvir alguma notícia entre as pessoas, para averiguar sua veracidade, acessa a internet, que, em sua visão, é uma fonte confiável e de rápido acesso. O consumo das tecnologias digitais ocorreu de forma natural, uma vez que ela nasceu em um contexto permeado por esses recursos, enquanto sua mãe e, principalmente, sua avó procuraram se adequar a essas novas demandas. Nenhuma delas utiliza a internet em atividades profissionais.

Sobre o consumo da televisão por assinatura, as entrevistadas responderam que não assistem aos canais pagos. “A” costuma assistir novelas, às vezes jornal e programas de auditório. “B” assiste às novelas e gosta de programas de auditório e, sua filha, “C” também restringe seu consumo televisivo à programação da televisão aberta, como novelas, filmes e alguns seriados. Isso nos leva a inferir que a televisão por assinatura, muitas vezes, constitui apenas um dos itens que acompanha o serviço de internet oferecido pelas empresas. Financeiramente, a adesão ao pacote oferece mais vantagens se fosse aderido apenas ao plano da internet, assim, a televisão por assinatura seria uma espécie de bônus ao assinante.

DISCUSSÕES

À midiaticização, são atribuídas concepções distintas, no entanto, direta ou indiretamente, podemos relacioná-la essencialmente a alguns aspectos: onipresença dos meios de comunicação, mudanças e interações. Não se trata de abordá-la como o estudo específico de aparatos tecnológicos, que tem sido incorporado à realidade contemporânea. A importância do estudo da midiaticização respalda-se nas transformações sociais e culturais, resultantes da influência dos meios na sociedade.

Com base nos dados obtidos, torna-se indispensável os meios de comunicação para a divulgação de informações. Antecedendo a chegada da televisão, o rádio e

o jornal tinham a função de informar e a eles, era atribuída muita credibilidade. O surgimento de um meio de comunicação implica transformação. Com a chegada da televisão, a comunicação mediada foi expandida e novos padrões sociais foram construídos. As novas tecnologias, por sua vez, reiteram essa transformação, no entanto, refletem um contexto marcado pela velocidade crescente dessas mudanças.

Independentemente do meio, as transformações sociais são inegáveis. Retomando os processos que compõem a midiaticização, trazidas por Schulz (2004), os meios possibilitam a extensão da comunicação. Inicialmente, o rádio era o meio mais comum, seguido do jornal, menos acessível a todos, que tinham como função, disseminar notícias. O acesso às informações, sem a mídia, inegavelmente, estaria limitado à comunicação presencial.

A substituição pode ser observada pelas entrevistadas, com destaque ao papel dos meios digitais contemporâneos. A forma de se relacionar tem se modificado e muitos contatos passam a ocorrer de forma virtual. A amalgamação mostrou a execução de outras atividades concomitantemente ao consumo midiático, como o acesso à internet pelo celular enquanto se realiza atividades profissionais. A acomodação, que se refere a um nível macrossocial, refere-se a essa naturalização dos meios na sociedade.

Nesse sentido, a visão de Hjarvard (2004; 2012) está em consonância ao conceito da midiaticização. A mídia, na sociedade, é um elemento fundamental para as transformações sociais e culturais. Não se trata de atribuir-lhe um sentido de manipulação, mas seus efeitos indicam sua relevância na vida social e, conseqüentemente, outras instituições se adaptam a ela a fim de atingir seus objetivos com seus públicos. Esse é o caso da publicidade, da política e da religião, por exemplo, que se adequam ao modo operacional midiático, considerando a credibilidade atribuída aos meios como fonte de produção de conteúdo.

Como o autor explica, algumas atividades não eram realizadas pela mídia anteriormente e foram incorporadas. Isso ficou evidente na realidade social das entrevistadas. A midiaticização direta acontece nas formas de se relacionarem com seus contatos, atualmente, por meio da internet. É a transição vivenciada pelas entrevistadas “A” e “B”, que vivenciaram um contexto predominantemente analógico. A midiaticização indireta respalda o conceito de interações diferidas e difusas de Braga (2006a; 2012), identificada pelas apropriações e compartilhamento de conteúdos recebidos pela mídia pelas entrevistadas.

Braga (2006a; 2006b; 2012) vai além ao enfatizar o papel ativo do público receptor, nas interações difusas e diferidas. Atualmente, os meios de comunicação

tradicionais, como a televisão, permitem a interação dialogal, por meio de aplicativos dos *smartphones*. Antecedendo a essa possibilidade, as interações sempre aconteceram com base no conteúdo produzido pela televisão. Trata-se da ressignificação por parte do receptor. Para a entrevistada “A”, a chegada da televisão foi importante para pautar as discussões familiares, no que se refere às informações e ao próprio conteúdo de entretenimento. Isso foi verificado com a entrevistada “C”, em que os conteúdos pautam as discussões, agora, no ambiente virtual.

Essas interações são importantes porque se propagam pelo tempo e espaço e não controle sobre elas. Uma notícia divulgada por um meio é comentada e compartilhada socialmente e não se pode suprimir a interpretação de cada um. São as respostas sociais, que circulam após a recepção (BRAGA, 2006b). A televisão possui muita credibilidade para as duas primeiras entrevistadas, uma vez que se trata do meio em que se verifica a veracidade de algo que tenha sido comentado informalmente. A entrevistada “C”, por sua vez, prefere os meios digitais para se informar, o que faz jus ao contexto em que nasceu, já permeado pelas tecnologias digitais.

A velocidade pela qual se processavam as transformações sociais e culturais em meados do século XX era mínima se contrastada com os dias atuais. O rádio, por muito tempo, foi o meio de transmissão de informações, a televisão, por sua vez, não constituiu apenas uma fonte de informações, mas uma nova forma de lazer, como ainda se mantém na contemporaneidade. A internet trouxe o aumento na velocidade e as mudanças acontecem de forma mais rápida. As interações virtuais não são menos reais que as presenciais, como explica Peruzzolo (2006). Trata-se, apenas, de mais uma possibilidade de interagir, em um ambiente, cada vez mais incorporado ao cotidiano.

Outro fator importante, é que apesar de diferentes gerações, a internet ocupa um espaço importante na vida das pessoas, ao promover a sensação de pertencimento ao novo contexto social. A entrevistada “A” não sabia como usar a internet, mas como relatou, buscou aprender, pois se sentia excluída, já que muitas pessoas de seu meio a utilizavam para interagir com seus contatos. O uso do aplicativo *whatsapp* é importante para se sentir integrada ao seu meio, além de resgatar contatos com pessoas com as quais havia se distanciado anteriormente, conforme relatou.

Diante do exposto, a midiaticização é o processo que permeia a sociedade, considerando a penetrabilidade midiática e seu papel nas transformações sociais e culturais. Apesar do viés institucional discutido por Hjarvard (2004; 2012),

as práticas do cotidiano sofrem, cada vez mais, influência dos meios, conforme mencionado por Holanda (2015) e entende-se que não há como retroceder. Pessoas que nasceram no contexto analógico, como a entrevistada “A” podem se adequar a esses meios, assim como os imigrantes digitais, distinguindo-se dos nativos digitais, como a entrevistada “C”, que naturalizou os meios digitais em seu cotidiano e faz uso contínuo da comunicação mediada pelo computador, em seu *smartphone*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo permitiu algumas reflexões importantes. Inicialmente, a facilidade de incorporação dos novos meios, na era da midiatização, reverbera a adaptabilidade das pessoas a novos hábitos. Além disso, seus efeitos repercutem mudanças sociais e culturais, as quais resultam das demandas sociais latentes, como podemos mencionar, a facilidade trazida pelos dispositivos móveis, que permitem o acesso à internet em, praticamente, qualquer localidade.

Não se trata mais de analisar os meios de comunicação como elementos externos à sociedade, haja vista as transformações e inovações presenciadas em ações do cotidiano, provenientes da era da midiatização. Por outro lado, a midiatização não se restringe aos meios digitais, mas às transformações decorrentes do papel dos meios de comunicação tradicionais. É a circulação do conteúdo resultante da interpretação do receptor, que produz novos conteúdos. Compreender a midiatização requer um olhar amplo acerca da influência midiática para as mudanças na sociedade.

Um fator a ser considerado, neste estudo, é a contribuição das novas tecnologias para a independência pessoal, assim como mudanças introduzidas no próprio estilo de vida. O apelo das inovações tecnológicas introduz novas formas de comunicação, suprimindo o antigo modelo de um emissor para diversos receptores, que, cada vez mais, têm assumido o papel de sujeito ativo no processo comunicativo.

Muitos estudos foram e continuam sendo realizados sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa na sociedade. Como mencionam os pesquisadores, os estudos sobre a midiatização ainda são recentes, até mesmo a proposta de um conceito apresenta visões específicas de cada estudioso. Por isso, é necessária a ampliação de pesquisas na área para se discutir os efeitos, a influência e os novos modelos sociais e culturais que vem sendo construídos a partir dessa era vivenciada, com tantas transformações tecnológicas.

REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta a sua mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006b

_____. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Orgs.). **Mediação & Midiatização**. Salvador: Edufba; Brasília: Compós, 2012. p. 31-52.

_____. Interação & recepção. In: FAUSTO NETO, Antônio (Org.). **Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade**. EDIPUCRS: Porto Alegre, 2001. p. 109-136.

_____. Sobre “mediatização” como processo interacional de referência. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15., 2006, Bauru. **Anais ...** Bauru, 2006a. p.1-16.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. **Matrizes**, São Paulo, v.8, n.1, p. 45-64, jan./jun., 2014.

_____. Differentiation: mediatization and cultural change. In: LUNDBY, Knut (Org.). **Mediatization: concept, changes, consequences**. New York: Peter Lang, 2009. p. 139-158.

HOLANDA, André Fabrício da Cunha. Apontamentos para uma teoria da vida midiaticizada. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 24., 2015, Brasília. **Anais ...** Brasília, 2015. p.1-17.

HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, v.5, n.2, p. 53-91, jan./jun., 2012.

HJARVARD, Stig. From bricks to bytes: the mediatization of a global toy industry. In: BONDEBJERG, Ib; GOLDING, Peter (Eds.). **European Culture and the Media**. Bristol: Intellect, 2004.

PERUZZOLO, Adair Caetano. **A comunicação como encontro**. Bauru: Edusc, 2006.

PALFREY, John; GASSER, Urs. **Nascidos na era digital**: entendendo a primeira geração dos nativos digitais. Porto Alegre: Artmed, 2011.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

SCHULZ, Winfried. Reconstructing mediatization as an analytical concept. **European Journal of Communication**, v. 19, n. 1, p. 87-101, 2004.