Reflexões em torno do conceito de midiatização

Um outro modo de ser no mundo

Reflexiones en torno al concepto de mediatización

Otro modo de ser en el mundo

Reflections on the Concept of Mediatization

Another Way of Being in the World

DOI: https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4305

▶ PEDRO G. GOMES

pgomes@unisinos.br – São Leopoldo – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil.

ORCID:https://orcid.org/0000-00018287-694673

COMO CITAR: Gomes, P. G. (2026). Reflexões em torno do conceito de midiatização. Um outro modo de ser no mundo. *InMediaciones de la Comunicación, 21*(1). https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4305

Data de recebimento: 24 de outubro de 2025
Data de aceitação: 30 de março de 2026

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo refletir sobre o conceito de midiatização. Esse expressa uma realidade maior que uma simples abordagem instrumental dos dispositivos tecnológicos de comunicação. O texto ancora-se em Jesús Martín-Barbero, Faxina, Nick Couldry, Hepp (ambos desenvolvendo o que Hepp chama de *deep mediatization*) e Rosnay (com o conceito de "homem simbiótico"). Estamos diante de uma ambiência que cria um outro modo de ser no mundo, superando-se a visão analógica da realidade. A midiatização materializa-se em outro *húmus cultural,* criando o mundo digital. O artigo procura apresentar esse mundo digital e suas consequências para a vida humana. No presente momento, há uma distinção entre os imigrantes digitais e os nativos digitais. Muito embora as fronteiras sejam tênues, pode-se dizer os nativos digitais são aqueles que nasceram após o ano 2000. Todos aqueles que nasceram antes do ano 2000, podem ser considerados analógicos. Mesmo que se movam dentro do mundo digital, ainda pensam analogicamente. O artigo pretende esclarecer e caracterizar os imigrantes e os nativos digitais, cujas vidas estão profundamente ligadas, onde cada uma se situa, expressa a sua realidade e sua vivência no mundo.

PALAVRAS CHAVES: *midiatização, ambiência, imigrantes digitais, nativos digitais.*

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo reflexionar sobre el concepto de mediatización. Este expresa una realidad mayor que un simple abordaje instrumental de los dispositivos tecnológicos de comunicación. El texto se apoya en Jesús Martín-Barbero, Faxina, Nick Couldry, Hepp (ambos desarrollando lo que Hepp llama *deep mediatization*) y Rosnay (con el concepto de "hombre simbiótico"). Estamos ante una ambientación que crea otro modo de ser en el mundo, superando la visión analógica de la realidad. La mediatización se materializa en otro *humus cultural,* creando el mundo digital. El artículo procura presentar este mundo digital y sus consecuencias para la vida humana. En el momento presente, existe una distinción entre los inmigrantes digitales y los nativos digitales. Aunque las fronteras sean tenues, puede decirse que los nativos digitales son aquellos que nacieron después del año 2000, mientras que aquellos que nacieron antes del año 2000 pueden ser considerados analógicos, y aunque se muevan dentro del mundo digital, todavía piensan analógicamente. El artículo pretende caracterizar a los inmigrantes y a los nativos digitales, cuyas vidas están profundamente ligadas, allí donde cada uno se sitúa y expresa su realidad y su vivencia en el mundo.

PALABRAS CLAVES: *mediatización, ambiente, inmigrantes digitales, nativos digitales.*

ABSTRACT

The present article aims to reflect on the concept of mediatization. This expresses a reality greater than a simple instrumental approach to technological communication devices. The text is anchored in Jesús Martín-Barbero, Faxina, Nick Couldry, Hepp (both developing what Hepp calls deep mediatization) and Rosnay (with the concept of "symbiotic man"). We are faced with an environment that creates a different way of being in the world, surpassing the analogical vision of reality. Mediatization materializes into another cultural humus, creating the digital world. The article attempts to present this digital world and its consequences for human life. Nowadays, there is a distinction between digital immigrants and digital natives. Many of the borders appear to be tenuous, and digital natives can be said to be those who were born after the year 2000. All those who were born before the year 2000 can be considered analogues. Even though they move within the digital world, they still think analogically. The article aims to clarify and characterize digital immigrants and natives, whose lives are deeply linked, where each are situated, express their reality and their experience in the world.

KEYWORDS: *mediatization, environment, digital immigrants, digital natives.*

1. INTRODUÇÃO

Em 2011, iniciei o projeto de pesquisa "Processos midiáticos e construção de novas religiosidades" – que buscava analisar a apropriação do campo midiático, ou seja, as diferentes mídias, pelo campo religioso, isto é, as diferentes confissões religiosas. O projeto se desenvolveu em três dimensões: histórica, discursiva e dos atores sociais.

Nas dimensões históricas, o objetivo era identificar, no desenvolvimento histórico epocal da relação mídia e religião, as constantes motivacionais e históricas que embasariam conceitos indispensáveis à interpretação desse fenômeno no Brasil.

A perspectiva histórica deixou patente a necessidade de precisar o modo como as religiões cristãs interagiam com a comunicação. Por isso, em 2004, foi analisada a relação entre a mídia e a religião, objetivando constatar como as religiões tematizavam a interação institucional com a comunicação. Percebeu-se, então, que elas não estavam preocupadas com a mídia como objeto de reflexão, mas que apenas havia (e ainda há) o interesse pela sofisticação tecnológica das mídias como elemento capaz de aumentar o alcance de suas mensagens religiosas. Assim, simplesmente, elas entravam acriticamente no mundo dos meios de comunicação. Era a assunção superficial de dispositivos de última geração das tecnologias midiáticas.

Um livro, *Da Igreja Eletrônica à Sociedade em midiatização* (2010), recolheu os resultados desses dois primeiros projetos, que ensejaram o passo posterior, em 2007, assim formulado: já que as Igrejas Cristãs não estavam refletindo sobre a mídia, uma vez que ela era solução, e não problema, a atenção voltou-se para a incidência do processo de midiatização sobre elas. Ou seja, esse trabalho trouxe à discussão o conceito de midiatização. Já havíamos começado a trabalhar, desde 2006, esse conceito que passou a ser objeto de estudo de maneira mais sistemática.

Foi realizada a pesquisa sobre a comunicação como problemática para o campo religioso. A consequência dessa discussão levou ao estudo pormenorizado tanto do objeto de análise como da metodologia, em 2010. Foi um período fértil, no qual se repassaram temas significativos do passado. As leituras estenderam-se desde Platão até pensadores dos nossos dias, na perspectiva da complexidade.

Foi esse o processo que conduziu ao trabalho, de 2013, pelo qual se constatou que a midiatização é um conceito que admite várias interpretações, não é um conceito unívoco, tampouco equívoco, mas plurívoco (Gomes, 2013). Cada reflexão, junto com os objetivos alcançados, levava a alguns temas – chamados de perdidos – que permitiram avançar no trabalho.

Em síntese, anota-se o seguinte: o primeiro trabalho buscou as raízes históricas da relação mídia e religião. Ao final, percebeu-se que se deveria estudar

como as religiões tematizavam as comunicações: a comunicação como problema para o campo das religiões. Foi nesse momento que apareceu o tema da midiatização que deu origem ao estudo da sua fenomenologia. Este demonstrou que havia uma natureza plurívoca no conceito, abrindo um novo olhar sobre o assunto (Gomes, 2022).

2. UMA GENEALOGIA TEÓRICA E DO FENÔMENO

Na América Latina, Eliseo Verón (2013) foi o primeiro a falar em midiatização, se bem que com um matiz levemente distinto dos brasileiros. Os Grupos Argentinos, baseados na Universidade de Rosário, Córdoba e na Universidade de Buenos Aires, aglutinam-se em torno ao pensamento de Verón, muito embora esse tenha sido trabalhado intensamente no Programa da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), formando com Antônio Fausto Neto o Centro Internacional de Semiótica e Comunicação (CISECO)[1], com encontros anuais no Brasil.

No meu trabalho, venho realizando uma intensa perquirição em busca de conceitos que possam ajudar a compreender o momento presente das redes digitais. Foi uma caminhada que possibilitou o encontro de alguns temas transversais que perpassam os estudos da midiatização hoje. São o que podemos chamar de achados. É importante sublinhar que eles não se confundem com os diversos objetos de pesquisa. São, antes, pano de fundo para os trabalhos. Não obstante, o garimpo deixou também temas perdidos que, organizados, dão matéria para aprofundar a pesquisa.

Baseado nessas premissas, continuei trabalhando e os resultados foram publicados em um livro que saiu em junho de 2022 (Gomes, 2022)[2]. Assumindo que o DNA dos processos midiáticos é composto pelo trinômio LOCUTOR – DISCURSO – OUVINTE, é importante explicar a evolução desses processos. Tendo em vista que o DNA dos processos midiáticos é aquele que caracteriza o processo de comunicação, isto é, um locutor, um discurso e um ouvinte, questiona-se como e por meio de quais mecanismos, ao longo da história, as instituições vêm qualificando esse processo. À medida que a sociedade foi evoluindo, novos elementos foram sendo associados e explicitados. Do funcionalismo norte-americano à Escola de Frankfurt, a preocupação sempre esteve ligada ao papel do emissor da mensagem, que detinha o protagonismo no processo. Jesús Martín-Barbero (1987) tentou quebrar a corrente, introduzindo o conceito de mediação. Entretanto, mesmo nesse caso, o emissor possuía o protagonismo na emissão, embora não determinasse definitivamente a compreensão e a ação do receptor.

1 Ver: https://ciseco.com.br/v2/home/

2 Por motivos de saúde, afastei-me do sistema. Para voltar, apresentei esse projeto ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Brasil), junto com o pedido de promoção. Muito embora os pareceres dos consultores ad hoc fossem favoráveis, o projeto sempre foi aprovado fora do orçamento.

A sociedade em midiatização constitui, nessa perspectiva, o húmus cultural onde os diversos processos sociais acontecem. Ela é uma ambiência, um novo modo de ser no mundo, que caracteriza, hoje, a sociedade. Cada momento da história é caracterizado pela maneira como compreende e tematiza seus processos de comunicação. Segundo Eliseo Verón (2013), desde os primórdios da humanidade foram realizados processos comunicacionais que têm como marca a midiatização. Para ele, sempre houve midiatização, embora com características e traços que lhe advêm da realidade. A novidade é o extremo desenvolvimento tecnológico vivido pela humanidade que revoluciona tanto o modo de interrelações entre pessoas e instituições como a sua maneira de ser e de viver em sociedade (Faxina & Gomes, 2016; Gomes, 2017, 2022).

Depois de um início titubeante nos primeiros ensaios de comunicação como processo de socialização, a humanidade deu o seu primeiro salto[3] com a invenção da escrita, transformando radicalmente o modo de ser e viver em sociedade. Engatinhando na vivência dos processos midiáticos, os ancestros deram início à primeira era da midiatização. Nascia, lentamente, uma sociedade dos meios, utilizados em larga escala como instrumentos tecnológicos para a comunicação. À medida que o progresso técnico evoluía, a sociedade se complexificava cada vez mais. Da escrita em pedras, em hieróglifos, ao papiro, acabaram arribando, no século XV, às praias da imprensa e dos tipos móveis.

A complexificação posterior teve início quando, no século XVIII, a imprensa foi utilizada como um instrumento de veiculação de ideias e de notícias, culminando com a criação dos jornais diários. Começava com força o estabelecimento da sociedade dos meios. Independentes em sua ação, os jornais principiaram a impor a sua lógica na visão e interpretação da realidade. Com a invenção do cinema (século XIX), do rádio e da televisão (século XX) a humanidade entrava em nova era em sua comunicação. Os processos midiáticos tornaram-se referência para as pessoas na interpretação dos fatos sociais.

Estudos em profusão perfilam-se nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Educação e Informática. Muitos dos quais ainda se enquadram no marco de uma sociedade dos meios, mas grande parte está desbravando o território de uma ambiência, fruto do processo de midiatização.

3. A FASE ATUAL: OS ALGORITMOS

A pesquisadora francesa Aurélie Jean (2019), descreveu a sua experiência com os algoritmos como uma imersão para o outro lado da máquina. Para ela, foi a viagem de uma cientista ao país dos algoritmos.

3 Que eu venho chamando de salto quântico.

> Afirma que isso evocava alguma coisa muito pessoal. Como não pensar em Lewis Carrol e em "Alice no país das maravilhas"? Aos 36 anos, ainda não estou certa de saber o que mais me aprazia, quando criança, à leitura desse livro (e de sua continuação, "Do outro lado do espelho"). Sem dúvida, a doença de Alice era a curiosidade, na qual eu me encontrava. Quantas vezes eu já ouvi essa frase: a curiosidade é uma má culpa? (Jean, 2019, p. 19)

Os processos midiáticos já não são mais apenas mediadores, mas engendradores de uma outra maneira de ser no mundo. Trata-se de um momento em que lógicas e operações tecno-midiáticas arquitetam e fazem operar outras possibilidades de a sociedade existir em uma ambiência constituída por novas interações. À medida que os processos midiáticos vão se complexificando, permeiam práticas sócio-simbólicas, apontando a singularidade e atualizando este momento no qual a religião passa a se comunicar através de redes, e outros protocolos pós-mass-midiáticos[4].

O segundo movimento versará sobre o entendimento que a sociedade (com ela, os pesquisadores) tem de conceitos como redes sociais, midiatização, processos midiáticos, discurso religioso, realidade digital e algorítmico. Esse movimento será feito com a visita aos principais estudiosos que trataram dos diversos temas. Será visitada a produção acadêmica de mestrandos e doutorandos sobre o assunto.

O terceiro momento é o atual, situado na esfera da algoritmização da religião, de acordo com a modalidade que se engendra na esteira da complexificação dos outros processos midiáticos anteriores que sucedem ao momento da midiatização que tem sido largamente objeto de minhas pesquisas.

Consoante isso, é importante considerar as transformações possíveis do modo de ser e de agir pelos processos emergentes dos algoritmos, nesses dois primeiros decênios do Século XXI. Como se trata de algo emergente, está no horizonte dos trabalhos uma escuta aos atores institucionais bem como atores sociais vinculados ao mundo religioso, como fonte de observação de algo que se encontra em processo, ainda que em uma fase "confusa", mas que caminha. Trata-se da midiatização em processo, desta feita conformada em novos cenários cujas dinâmicas afetam todas as práticas sociais, para não dizer seus fundamentos e, especificamente, seus aspectos vinculantes.

No caso católico, há pouca informação sobre estudos que procurem examinar os primeiros vestígios desta problemática no contexto de práticas sociais, do porte daquelas que envolvem a questão das religiosidades. O que fala o Vaticano, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), as pastorais etc. sobre esta questão? Tivemos reflexões sobre mídia e religião num passado recente. Isso não se pode dizer do momento presente. Penso ser um ângulo a ser captado por uma pesquisa que guarda sua filiação à problemática dos

4 Aqui serão utilizadas, dentro de um referencial teórico, as obras do Prof. Moisés Sbardelotto. Hoje é um dos expoentes católicos na reflexão sobre mídia e religião no Brasil.

processos midiáticos. O que os algoritmos fazem com a religião. Que religião/religiosidades nascem com os algoritmos? Seriam, eles mesmos, fontes de novas *devocionalidades*?

Partindo da suposição de que o objeto precede o método (Faxina & Gomes, 2016), o primeiro movimento será na direção de determinar o estado da arte do discurso religioso no âmbito da midiatização algoritmizada. Isso será feito com uma análise em profundidade dos sites e plataformas das mais importantes instituições religiosas, deixando "brotar as transcendências" (Faxina & Gomes, 2016). Nessa relação, haverá diálogo com o objeto para determinar qual o método mais adequado para trabalhá-lo.

As Igrejas Cristãs, por sua própria natureza, consideram-se peritas em humanidade e têm como objetivo espalhar a sua mensagem humanista para todos. Desde o início, todos os instrumentos técnicos inventados pelo engenho da humanidade foram por elas apropriados para potencializar e aumentar o caráter universal de sua vocação.

O exemplo mais cabal, dentro das Igrejas Históricas, é a ação da Igreja Católica Romana. Desde os seus inícios na Palestina e no mundo grego, utilizou-se profusamente dos meios de comunicação para o que chama de sua ação evangelizadora (Gomes, 2010, 2017, 2022).

A primeira manifestação vinculante - em termos de processos midiáticos comunicacionais com o discurso religioso foi dada, desse modo, pela Igreja Católica e se caracteriza por uma longa fase, mediante o uso da palavra através de suportes tecno mass mediáticos. Documentos pontifícios, como encíclicas, cartas apostólicas etc. sobre o papel dos meios de comunicação, como o cinema; a criação de editoras católicas, jornais e emissoras de rádio e televisão, criação de universidades, etc. constituem um imenso nicho através do qual a mensagem católica se difunde institucionalmente.

A religião se estrutura como um campo social, com nítida atuação na sociedade através dos seus produtos e pela ação de seus atores, como é o caso dos *padres cantores*. Trata-se de um sinal que evidencia a importância do *corpo significante* de natureza religiosa, mediando e compartilhando ensinamentos, bem como transmitindo ofícios religiosos (missa, novena) via dispositivos e práticas midiáticas, como o rádio e a televisão, por exemplo. É momento que se caracteriza pela importância que os mass media teriam enquanto instância de mediação do discurso institucional católico. Esta é uma fase de intervenção dos processos midiáticos como elo de contato entre religião e o mundo da vida.

4. NORTE/SUL

A discussão e a reflexão sobre a midiatização variam de acordo com o hemisfério. Existe um quase desconhecimento da produção realizada no Sul, principalmente da América Latina. Stefanie Averbeck-Lietz (2023) realizou

uma excelente resenha dos problemas que envolvem a relação Norte/Sul que diz respeito à midiatização. Segundo ela, a pesquisa em midiatização não é uma invenção europeia, estando também enraizada nos Estudos Culturais e na semiótica latino-americanos (p. 241). Citando a Livingstone, afirma:

> O problema das sociedades midiatizadas é analisado em muitos países e comunidades de pesquisa, mas a partir de diferentes ângulos conceituais, teóricos e socioculturais e, às vezes, nem sempre em termos de midiatização, mas também de mediação e conceitos afins. (Livingstone citado em Averbeck-Lietz, 2023, p. 241)

Convém ressaltar o que dizem Couldry e Hepp (2016): O conceito de "construção mediada da realidade social" ressignifica as bases institucionais das sociedades, principalmente a forma como a inteligência artificial e os algoritmos as figuram.

Para obter uma compreensão mais profunda de por que os conceitos de midiatização não são os mesmos em todo o mundo, é preciso compreender quais são as barreiras entre tradições, e como as tradições se sobrepõem e viajam. A questão é como as dimensões "contextual, cultural, política e econômica" jogam juntas nos "níveis individual, institucional e sociocultural", como indagou Raúl Fuentes-Navarro há quase 25 anos, em 1998 (Fuentes Navarro citado em Averbeck-Lietz, 2023, p. 253).

Annette Massmann (2023) destacou, há 20 anos, a abordagem de Martín-Barbero de olhar para as *culturas midiatizadas* e não mais exclusivamente para a mídia (Massmann citado em Averbeck-Lietz, 2023). Averbeck-Lietz (2023) lamenta que as contribuições de Massmann tenham permanecido desconhecidas da pesquisa em comunicação do Norte. Diz ela:

> Sua noção inicial e bem-informada sobre o campo dinâmico dos estudos latino-americanos da comunicação permaneceu inédita. Assim como ela, Pedro Gilberto Gomes e Carlos Scolari & Juan Rodríguez-Amat citam duas figuras-chave que apresentaram a pesquisa em midiatização latino-americana (e francesa). (p. 254)

E, nesse sentido, Averbeck-Lietz (2023) cita Scolari & Rodríguez-Amat (2018):

> Se a virada cultural latino-americana tem um nome-chave – Jesús Martín-Barbero –, a difusão do estruturalismo na língua espanhola (não só na América Latina) e a consolidação da semiologia francesa também têm um referente: Eliseo Verón. (Scolari & Rodríguez-Amat citado em Averbeck-Lietz, 2023, p. 254)

No meu entendimento, o problema não é apenas de desconhecimento da produção latino-americana, mas também de concepção, como mostra,

profusamente, o artigo de Averbeck-Lietz (2023). Muito embora haja afirmações contemplando o conceito de midiatização, suas referências não se libertam do cordão umbilical da mídia e sua relação com a mediação. Isso fica expresso no artigo de Schulz (2017) que, equivocadamente, postula o fim da midiatização. Sobre essa posição, afirmávamos (Gomes, 2024) que estamos frente a uma nova ambiência que condiciona a sociedade e as pessoas: é o processo de midiatização. Alguns advogam o seu fim (Schulz, 2017), mas n*ão é o caso aqui*.

> O advento das redes sociais proporciona a independência dos atores sociais frente ao domínio da lógica da mídia. Nesse sentido, é lícito falar-se de fim da mediação, pois cada ator possui o domínio e controla a lógica da inter-relação com os demais estamentos da sociedade. (Gomes, 2024, p. 61)

Quem mais se aproxima da visão da midiatização como ambiência foi o pesquisador alemão Andreas Hepp (2016) com o conceito de *deep mediatization*. Hjarvard (2015), por sua vez, ao tratar do tema, diz explicitamente:

> Mais especificamente, utilizamos o termo "midiatização" para denotar a importância intensa e transformadora da mídia na cultura e na sociedade. Por midiatização da cultura e da sociedade, nos referimos aos processos por meio dos quais cultura e sociedade tornam-se cada vez mais dependentes das mídias e seus modus operandi, ou lógica da mídia. Tais processos mostram uma dualidade, na qual os vários formatos de mídia tornam-se integrados às práticas cotidianas de outras instituições sociais e esferas culturais, e ao mesmo tempo adquirem o status de uma instituição semi-independente em si mesmos. (p. 53)

Embora com matizes diferentes, as posições do Norte expressam a mesma situação: uma relação umbilical entre mídia e midiatização. Falta, no meu entender, um aprofundamento maior da midiatização como uma ambiência que expressa um outro modo de ser no mundo.

De certa maneira, os pesquisadores latino-americanos e brasileiros perfilam-se com os colegas do Norte, mesmo acrescentando os aspectos distintos do continente. No Brasil, de certo modo, nossos pesquisadores seguem parâmetros semelhantes, com exceção dos pesquisadores que compõem o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos (Gomes, 2024)[5]. Na relação da midiatização com a religião, merecem destaque Joana Puntel (2005) e Moisés Sbardelotto (2012, 2017). Não obstante, eles não foram às últimas consequências com o conceito de ambiência, derivado da midiatização.

5 Principalmente os que integram a chamada Linha – *Midiatização e Processos Sociais*, com: José Luiz Braga, Antônio Fausto Neto, Jairo Ferreira, Ana Paula Rosa e Pedro Gilberto Gomes.

5. CONTRIBUIÇÕES FINAIS

A midiatização veio para ficar. Muito embora essa realidade possa ser menos valorizada, outras dimensões de pesquisa acontecem no meio acadêmico, em quase todas as áreas do conhecimento.

Os pesquisadores se utilizam de todas as ferramentas disponíveis para seu trabalho, tais como IA, algoritmos e outras da cultura digital. Não obstante isso, não refletem sobre o fenômeno da digitalização, portanto, não compreendem a midiatização. Isso é função de algumas ciências sociais aplicadas e educação: os cursos de pós-graduação em comunicação, filosofia e ciências sociais, no primeiro caso; programas de educação no segundo caso.

Dentro da perspectiva da midiatização como um modo de ser no mundo e da ambiência como distintivo do conceito, é bom que se faça um excurso sobre a pessoa como ser semiótico. A pessoa humana fala e, na relação com os demais, ela dá sinais da própria existência. Compreender esses sinais significa compreender a pessoa, pois ela existe com os demais em virtude da linguagem. O problema humano pode ser captado na linguagem. A pessoa não é só o ser que dispõe da palavra como um instrumento, mas é a linguagem que possibilita a ela criar uma existência com os demais no mundo.

Entretanto, a linguagem é mais do que um sistema mecânico, inventado por contrato, mas se enraíza no que se pode chamar de húmus cultural da sociedade. Desse modo, na dimensão da linguagem existe uma série de pré-compreensões que são adquiridas no desenvolvimento da pessoa e que possibilitam a correta interpretação da mensagem[6].

Analogicamente, na sociedade digital, a midiatização constitui uma ambiência que molda o modo de ser no mundo. As pessoas que nasceram no século XX são todas imigrantes digitais. São como se aprendessem uma língua pelas regras e normas. Muito embora se movam no ambiente digital, seu modo de pensar e de agir se faz no mundo analógico. Agem digitalmente, mas pensam analogicamente.

Desse modo, fiel a seu modo de pensar, costumam adjetivar a midiatização. Nos trabalhos acadêmicos abundam temas onde a midiatização é um adjetivo. Por isso, fala-se de objeto midiatizado, Igreja midiatizada, sociedade midiatizada etc. Por exemplo, Lundby que constata que há "esportes midiatizados", "arte midiatizada" ou "saúde midiatizada" (Lundby, 2014).

Diferentes são os chamados nativos digitais. Eles pensam e se integram na digitalidade. Por isso, navegam por esse mundo com segurança e certeza e não entendem como se podia viver sem os computadores e as redes digitais[7]. A

6 Exemplo disso são as piadas. Perfeitamente entendidas pelos nativos da língua, mas incompreensíveis para aqueles que conhecem a língua por suas regras e gramática.

7 Uma piada contada no século XX, mostrava um menino perguntando o pai: Pai, como é que vocês brincavam quando não havia televisão?

midiatização é o mundo que respiram e que dá sentido a seu modo de ser. Está se criando uma outra ambiência, distinta do que se vive. As novas gerações, usufruindo da tecnologia digital, vivem o sonho de um super-homem, um novo Prometeu (Fischer, 2004). Essa ambiência, fruto do processo de midiatização, está recebendo vários nomes tentativos oriundos da academia. Um dos mais populares é a Internet das coisas (IoT), sendo um outro termo para fenômenos de ambiente/mídia que tem uma semelhança familiar com visões anteriores de "computação ubíqua" (Miller, 2014).

A sociedade em midiatização constitui, nessa perspectiva, o caldo cultural onde os diversos processos sociais acontecem. Ela é uma ambiência, um novo modo de ser no mundo, que caracteriza, hoje, a sociedade.

As redes digitais abarcam uma dimensão mais ampla que a criação de novos aparatos tecnológicos que potencializam a comunicação entre os seres humanos e entre máquinas e humanos. Elas dão origem a um outro húmus cultural no qual os nativos digitais vivem, pensam e agem. Repito: o modo analógico de ser e pensar no mundo está sendo substituído (para os nativos digitais) por um outro modo de ser no mundo.

A base do mundo digital são os algoritmos. Há um imperativo que comanda a reflexão: como trabalhar e como dimensionar a influência dos algoritmos no ser e fazer religião num contexto em que as religiões cristãs entraram acriticamente nesse campo. Nesse sentido, eles são a grande esfinge que desafia a religião, colocando-lhe um enigma de cuja resolução depende o seu futuro.

REFERÊNCIAS

Averbeck-Lietz, S. (2023). On (missing) links between German, Latin American, and French mediatization research: Reflections on diverse research milieus and their traditions. *Matrizes*, *17*(3), 241-272. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v17i3p241-272

Barbero, J. M. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía.* Gustavo Gili.

Couldry, N. & Hepp, A. (2020). *A construção mediada da realidade*. Editora Unisinos.

Faxina, E. & Gomes, P. G. (2016). *Midiatização: um novo modo de ser e viver em sociedade.* Paulinas.

Fischer, H. (2004). *CiberPrometeo. Instinto de poder en la era digital.* Eduntref.

Gomes, P. G. (2010). *Da Igreja eletrônica à sociedade em midiatização*. Paulinas.

Gomes, P. G. (2013). Como o processo de midiatização (um novo modo de ser no mundo) afeta as relações sociais? Em Ferreira, J., Gomes, P. G., Fausto Neto, A. & Braga, J.

L. (Orgs.), *Dez Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação* (pp. 127-139). Editora Unisinos.

Gomes, P. G. (2017). *Dos meios à midiatização*. Editora Unisinos.

Gomes, P. G. (2022). *Desandar o andado. Os subterrâneos dos processos midiáticos*. Loyola.

Gomes, P. G. (2024). *Em busca de um paradigma para a midiatização*: Loyola.

Hepp, A. (2016). Pioneer communities: Collective actors in deep mediatization. *Media, Culture & Society*, *38*(6), 918-933. https://doi.org/10.1177/016344371666448

Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Routledge.

Hjarvard, S. (2015). Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias. *Parágrafo*, *2*(3), 51-62. https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/331

Jean, A. (2019). *De l'autre côté de la machine. Voyage d'une scientifique au pays des algorithmes*. Éditions de l'Observatoire/Humensis.

Lundby, K. (2014). *Mediatization of communication*. De Gruyter Muoton.

McLuhan, M. (1967). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Cultrix.

Puntel, J. T. (2005). *Cultura midiática e Igreja. Uma nova ambiência*. SEPAC/Paulinas.

Rosnay, J. (2000). *L'homme symbiotique. Regard sur le troisième millénaire*. Éditions du Seuil.

Sadin, E. (2015). *La vie algorithmique. Critique de la raison numérique*. Éditions L'échappée.

Sadin, E. (2016). *La silicolonisation du monde. L'irrésistible expansion du libéralisme numérique*. Éditions L'échappée.

Sadin, E. (2018a). *L'intelligence artificielle ou l'enjeu du siècle. Anatomie d'un antihumanisme radical*. Éditions L'échappée.

Sadin, E. (2018b). *La humanidad aumentada. La administración digital del mundo*. Caja Negra.

Sbardelotto, M. (2012). *E o Verbo se fez Bit. Comunicação e experiência religiosa na internet*. Ed. Santuário.

Sbardelotto, M. (2017). *E o Verbo se fez rede. Religiosidades em reconstrução no ambiente digital*. SEPAC/Paulinas.

Schulz, W. (2017). The end of mediatization? *The International Symposium "Political Communication at a Crossroads: An International Encyclopedia"*, Milan, Italy.

Scolari & Rodríguez-Amat (2018). A Latin American Approach to Mediatization:

Specificities and Contributions to a Global Discussion About How the Media Shape Contemporary Societies. *Communication Theory*, *28*(2), 131-154. https://doi.org/10.1093/ct/qtx004

Spadaro, A. (2014). *Cyberteologia. Pensar el cristianismo en tiempos de red*. Herder.

Verón, E. (2013). *Semiosis Social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Paidós.

* Contribuição dos autores: A conceituação e o desenvolvimento integral do artigo são obra do autor.
* Nota: O Comitê Acadêmico da revista aprovou a publicação do artigo.

* O conjunto de dados que apoia os resultados deste estudo não está disponível para uso público. Os dados da pesquisa serão disponibilizados aos revisores, se necessário.

Artigo publicado em acesso aberto sob a Licença Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICAÇÃO DO AUTOR

Pedro. G. Gomes. Doctor en Ciências de la Comunicación por Universidade de São Paulo (Brasil). Profesor Titular del Programa de Pós-Grado en Ciencias de la Comunicação en la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Brasil). Autores de diversos livros, destacando-se: *Dos meios à midiatização* (2017, Unisinos); *Desandar o andado. Os subterrâneos dos processos midiáticos* (2022, Loyola); *Em busca de um paradigma para a miditização* (2024, Loyola). Pesquisador na área de midiatização e mídia e religião.