

FACOS-UFSM

**REDES, SOCIEDADE E *PÓLIS*:
RECORTES EPISTEMOLÓGICOS
NA MUDIATIZAÇÃO**

**Jairo Ferreira
Pedro Gilberto Gomes
Antonio Fausto Neto
José Luiz Braga
Ana Paula da Rosa
(Organizadores)**



FAPERGS

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Rio Grande do Sul

Este livro é um dos resultados do II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídiação e Processos Sociais. Em sua segunda Edição, contamos com apoio da Capes e da Fapergs.

O II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídiação e Processos Sociais teve uma programação desenvolvida em dois níveis: Mesas de Debate, com pesquisadores convidados (5 mesas, com participação de pesquisadores da Suécia [1], Rússia [1], Portugal [1] e Argentina [1] e brasileiros [6]). No segundo nível, o dos Grupos de Trabalho (GTs), foram selecionados resumos na seguinte proporção de participantes: 21% de professores-pesquisadores; 33% doutores e doutorandos; 33% mestres e mestrandos; 13% de graduados e graduandos vinculados à pesquisa de iniciação científica e/ou com resultados de pesquisa em TCC. No primeiro seminário, em 2016, as submissões foram feitas por 250 autores e houve 217 resumos ampliados. Desses, foram selecionados cerca de 188 trabalhos. Nos dois eventos, metade dos participantes são de universidades de outros estados (São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, principalmente).

Entre os seus resultados, além dos processos formativos no curso de sua realização, acentuamos a consolidação em uma biblioteca de reflexões, em formato de artigos completos das apresentações em GTs e livros, publicados no formato de e-book (com capítulos produzidos pelos participantes das mesas de debate.

Os resumos ampliados do evento estão disponíveis em <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiacao-resumos>. Os artigos completos estão disponíveis em <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiacao-artigos>.

**REDES, SOCIEDADE E *PÓLIS*:
RECORTES EPISTEMOLÓGICOS
NA MEDIATIZAÇÃO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

Reitor	Paulo Afonso Burmann
Vice-reitor	Luciano Schuch
Diretor do CCSH	Mauri Leodir Löbler
Chefe do Departamento de Ciências da Comunicação	Rodrigo Stefani Correa
Título	Redes, sociedade e <i>pólis</i> : recortes epistemológicos na midiatização
Organizadores	Jairo Ferreira Pedro Gilberto Gomes Antonio Fausto Neto José Luiz Braga Ana Paula da Rosa
Tradução	Andrea da Rosa
Revisão	Luís Marcos Sander
Diagramação	Casa Leiria

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

FACOS-UFSM

Comissão Editorial Ada Cristina Machado Silveira (UFSM)
Eduardo Andres Vizer (UBA)
Eugenia Maria M. da Rocha Barrichelo (UFSM)
Flavi Ferreira Lisboa Filho (UFSM)
Gisela Cramer (UNAL)
Maria Ivete Trevisan Fossá (UFSM)
Marina Poggi (UNQ)
Monica Marona (UDELAR)
Paulo Cesar Castro (UFRJ)
Sonia Rosa Tedeschi (UEL)
Suzana Bleil de Souza (UFRGS)
Valdir José Morigi (UFRGS)
Valentina Ayrolo (UNMDP)
Veneza Mayora Ronsini (UFSM)

Comitê Científico Anne Kaun (Södertörn University)
Heike Graf (Södertörn University)
Isabel Löfgren (Södertörn University)
Michael Forsman (Södertörn University)
Mihaela Tudor (Montpellier III)
Natália Anselmino (UNR)
Stefan Bratosin (Montpellier III)
Tiago Quiroga (UNB)

Comitê Técnico Profa. Dra. Sandra Depexe (UFSM)
Dda. Camila Hartmann (UFSM)
Dda. Luisa Schenato Staldoni (UNISINOS)
Ddo. Ângelo Jorge Neckel (UNISINOS)
Ddo. Dinis Ferreira Cortes (UNISINOS)
Ddo. João Damásio (UNISINOS)
Ddo. Mauricio Fanfa (UFSM)
Mda. Alexandra Martins Vieira (UFSM)
Mdo. Guilherme Martins Bastista (UNISINOS)
Mdo. Jean Silveira Rossi (UFSM)
Mdo. João Vitor da Silva Bitencourt (UFSM)
Gda. Sofia Roratto (UFSM)

Jairo Ferreira
Pedro Gilberto Gomes
Antonio Fausto Neto
José Luiz Braga
Ana Paula da Rosa
(Organizadores)

**REDES, SOCIEDADE E *PÓLIS*:
RECORTES EPISTEMOLÓGICOS
NA MUDIATIZAÇÃO**

**FACOS-UFSM
SANTA MARIA-RS
2020**

Redes, sociedade e pólis: recortes epistemológicos na midiatização

O presente trabalho foi realizado com apoio de:

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)
Código de Financiamento 001

Fundação de Amparo e Pesquisa do Rio Grande do Sul (FAPERGS)
Edital AOE 06/201 - Auxílio para Organização de Eventos



**SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE
PESQUISAS EM MEDIATEZÃO E
PROCESSOS SOCIAIS**

R314 Redes, sociedade e pólis [recurso eletrônico] : recortes epistemológicos na midiatização / Jairo Ferreira ... [et al.] (organizadores). – Santa Maria, RS : FACOS-UFSM, 2020. 1 e-book

ISBN 978-85-8384-102-9

1. Comunicação 2. Midiatização 3. Mídia 4. Jornalismo 5. Redes I. Ferreira, Jairo

CDU 316.774

Ficha catalográfica elaborada por Alenir Goularte CRB-10/990
Biblioteca Central - UFSM



Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons
Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.

SUMÁRIO

- 11 APRESENTAÇÃO**
- 13 PREFÁCIO**
Wilson Gomes
- 23 ALCANCE E VARIAÇÕES DO CONCEITO DE
MIDIATIZAÇÃO**
Vera V. França
- 45 MIDIATIZAÇÃO E JORNALISMO**
Muniz Sodré
- 55 A MIDIATIZAÇÃO EM DEBATE**
Pedro Gilberto Gomes
- 67 ANÁLISE GERACIONAL E MUDANÇA SOCIAL
MIDIATIZADA**
Göran Bolin
- 83 A DIMENSÃO INDUSTRIAL DA MIDIATIZAÇÃO:
INVESTIGAÇÃO DO PONTO DE VISTA DAS INDÚSTRIAS
CULTURAIS**
Ilya Kiriya
- 99 CIRCULAÇÃO E TRANSFORMAÇÕES DOS DISCURSOS
JORNALÍSTICOS**
Antônio Fausto Neto
- 129 DISCUTINDO A MEDIATIZAÇÃO DA POLÍTICA A
PARTIR DO CASO PORTUGUÊS**
Rita Figueiras
- 155 RELIGIÕES NA PÓLIS MUDIÁTICA: MIDIATIZAÇÃO,
EVANGÉLICOS E POLÍTICA NO BRASIL**
Magali do Nascimento Cunha
- 177 MIDIATIZAÇÃO, PÓLIS E EVENTOS DE FRONTEIRA.
ANÁLISE DA NOTICIABILIDADE SOBRE O CUT
BRA-PY-AR**
Ada C. Machado da Silveira
- 201 QUANDO OS OLHOS NÃO PISCAM NEM PARAM: DA
IMAGEM-OPERAÇÃO À ASCENSÃO AO FLUXO**
Ana Paula da Rosa

- 227 ENTRE EL PODER DE LOS ENUNCIADORES Y EL PODER DE LOS DISCURSOS. LA CIRCULACIÓN HIPERMEDIÁTICA DE LAS IMÁGENES CONTEMPORÁNEAS**
Mario Carlón
- 251 REDES SOCIAIS DIGITAIS E SISTEMAS DE RELAÇÕES**
José Luiz Braga
- 269 MUDIATIZAÇÃO, COMUNICAÇÃO E ALGORITMOS: UMA PROPOSTA TEÓRICO-METODOLÓGICA PARA INVESTIGAÇÃO DAS AFINIDADES ELETIVAS**
Jairo Ferreira
- 301 AUTORES**
- 309 ÍNDICE REMISSIVO**

Apresentação

Este livro é um dos resultados do II Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais.

O II Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais teve uma programação desenvolvida em dois níveis: Mesas de Debate, com pesquisadores convidados (5 mesas, com participação de pesquisadores da Suécia [1], Rússia [1], Portugal [1] e Argentina [1] e brasileiros [6]). A programação do II Seminário e sua estrutura podem ser vistas em <https://www.midiaticom.org/seminario-miatizacao/grade-de-programacao-2018/>. No total, foram 15 horas de debates nas cinco mesas. Este segundo seminário deu continuidade ao primeiro Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais, que teve também mesas de pesquisadores convidados. No primeiro seminário, as 5 mesas tiveram participação de pesquisadores da França (3), Dinamarca (1), Argentina (2) e brasileiros (4). Ver em: <https://www.midiaticom.org/seminario-miatizacao/programacao-2016/>.

Portanto, metodologicamente, o Seminário se realiza na articulação de mesas de debates com convidados internacionais e, num segundo nível, grupos de trabalho, com a presença de pesquisadores, doutores, doutorandos, mestres e mestrandos.

Destacamos que, ainda no âmbito dos processos formativos, mestrandos e doutorandos, mestres e doutores, pós-doutorandos e pós-doutores egressos e integrantes do Grupo de Pesquisa organizador participam como pareceristas, em avaliação cega, dos resumos expandidos submetidos por formandos em titularidade inferior a sua – sob coordenação dos professores pesquisadores do Grupo Miatização e Processos Sociais. Estes avaliaram (num grupo de mais de três dezenas de pareceristas) cada um dos trabalhos submetidos por colegas com formação

em nível inferior, com notas classificatórias, que resultaram nos trabalhos aprovados. Esses foram depois agrupados pela comissão organizadora, de forma sucessiva, até chegar aos grupos de trabalho do evento.

Foram submetidos 237 resumos. Foram selecionados resumos na seguinte proporção de participantes: 21% de professores-pesquisadores; 33% doutores e doutorandos; 33% mestres e mestrandos; 13% de graduados e graduandos vinculados à pesquisa de iniciação científica e/ou com resultados de pesquisa em TCC. No primeiro seminário, em 2016, as submissões foram feitas por 250 autores e houve 217 resumos ampliados. Desses, foram selecionados cerca de 188 trabalhos. Nos dois eventos, metade dos participantes são de universidades de outros estados (São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, principalmente).

Entre os seus resultados, além dos processos formativos no curso de sua realização, acentuamos a consolidação em uma biblioteca de reflexões, em formato de artigos completos das apresentações em GTs e livros, publicados no formato de e-book (com capítulos produzidos pelos participantes das mesas de debate).

Os resumos ampliados do evento estão disponíveis em <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiaticacao-resumos>. Os artigos completos estão disponíveis em <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiaticacao-artigos>.

Este livro das Mesas de Debates do II Seminário, desta edição em e-book, está disponibilizado não só no acervo do projeto (<https://www.midiaticom.org/e-books/>), mas também da FACOS UFSM (<https://www.ufsm.br/editoras/facos/publicacoes/>).

Reiteramos os nossos agradecimentos a Capes e Fapergs pelo auxílio financeiro, essencial para a viabilização desta proposta de conversação a partir de pesquisas, teóricas e empíricas, realizadas por seus participantes.

Prefácio

Wilson Gomes

Este livro enfrenta um desafio impressionante ao assumir como objeto o tema da mediatização. Ou “mídiatização”, como a maioria dos autores prefere. A tarefa faz sentido, uma vez que a área de Comunicação da Unisinos, que convocou e reuniu os participantes do simpósio que deu origem à coletânea, é reconhecida pelos estudos sobre a mediatização, como fenômeno ou conceito, e concentra uma grande parte da produção brasileira na área. José Luiz Braga, Antonio Fausto Neto, Pedro Gilberto Gomes, Jairo Getúlio Ferreira e Ana Paula da Rosa formam parte consistente da bibliografia sobre o assunto, organizam sistematicamente congressos internacionais em que põem em movimento suas redes nacionais e estrangeiras de colaboradores e interlocutores especializados, além de orientarem há anos dissertações e teses na área.

A proposta não deixa, contudo, de constituir considerável desafio, como se dará rapidamente conta o leitor desta obra. Em primeiro lugar, porque, para além das compreensões mais gerais sobre os fenômenos e as preocupações referidas pela expressão “mediatização”, no território mais exato e preciso dos conceitos e definições não há propriamente paz. E pelo que se depreende das fundamentações teóricas presentes aos diversos ensaios e artigos que formam os capítulos deste livro, os autores lidam realisticamente com o ainda considerável nível de polissemia, de taxonomias concorrentes e de aplicações que o campo comporta.

A ideia de mediatização, no geral, parte do pressuposto de que no mundo contemporâneo há os diversos campos sociais, de um lado, e há o(s) campo(s) da comunicação, de outro, relativamente autônomos e independentes, mas que eles se imbricam,

envolvem-se em variados níveis de interface e padrões de sinergia e simbiose, uma vez que os diversos campos originários necessitam alcançar a sociedade. Não há economia ou cultura sem consumidores, não há política sem eleitores e opinião pública, e não se pode conseguir atenção pública, audiência e visibilidade em nível relevante, para serem comodificadas em consumo, decisão eleitoral ou apoio, por exemplo, sem comunicação.

Além disto, este espaço do “inter”, do “entre”, que finda necessariamente por se constituir, não consiste, em hipótese alguma, em mera aglutinação ou justaposição, mas em uma resultante química em que os elementos combinados já certamente se transformaram em uma outra coisa. Diz-se mediatização para a função que os elementos da comunicação cumprem na química social quando os recursos e meios, antigos e novos, da comunicação se combinam com os elementos de outros campos sociais. Mas se usa essa expressão também para designar o que resulta desta combinação, essa nova forma social da qual os elementos da comunicação não podem ser mais separados e são condição de sua possibilidade de existir.

Em segundo lugar, há o problema da extensão do conceito de mediatização, isto é, do conjunto dos fenômenos do mundo a que este pode ser devidamente aplicado. Por sua própria natureza, a mediatização da vida social não pode ter uma extensão muito limitada, mesmo que se façam recortes no universo da aplicação e falemos de coisas como a mediatização da política, da cultura, do entretenimento ou da sociabilidade. Cada uma dessas delimitações ainda comportaria um universo de coisas. Medeiam-se e mediatizam-se muitos e mui variados fenômenos, razão pela qual a extensão do conceito precisa ser, por força, abrangente.

Por outro lado, se as fronteiras epistêmicas são demasiado extensas, há dois riscos. O primeiro consistiria em acabarem coincidindo os limites da mediatização com, pelo menos, os limites da comunicação por meios tradicionais e por meios e ambientes digitais. Afinal, quando falamos que há um campo da comunicação e um campo da política ou da cultura, por exemplo, não dizemos toda a verdade, posto que a comunicação inclui, sim, uma materialidade própria. Há uma indústria da comunicação, com todos os elementos de uma empresa em um

regime capitalista; há vários campos profissionais da comunicação, com capital social específico e rotinas produtivas e deontologias próprias; há várias lógicas (ou gramáticas ou qualquer outra expressão que denote modos sistemáticos, modelos testados e padrões ensinados e aprendidos de produção de sentido) em funcionamento nos campos da comunicação. Mas a comunicação enquanto fato social, enquanto sentidos deslizando de emissores a receptores, enquanto fluxos de “conteúdos” – para usar esta denominação em voga no ambiente digital –, é política, é cultura, é entretenimento, é sociabilidade, é comércio.

Comunicação política, por exemplo, não é a combinação de política e comunicação, é a comunicação na qual viaja conteúdo político, na qual o conteúdo político é gerado, disputado, transformado em arma, em *frames*, em agendas, em informação, em *fake news*, em esclarecimento, em teorias da conspiração, em relatos de fatos e em enganos e manipulações. Não tem como desentranhar a comunicação e a política na comunicação política, como provavelmente não haverá meio de fazer uma diálise entre comunicação e sociabilidade ou cultura.

De forma que, se a mediatização for justamente a condição que cria um fenômeno como a comunicação política, cultural, comercial, etc., mediatização e comunicação, ao fim e ao cabo, findarão por ser a mesma coisa. Talvez até faça sentido sustentar esta tese, mas estamos prontos para esta conversa?

Um outro risco é o imperialismo epistemológico. Lembro que Umberto Eco usou exatamente esta expressão no início dos anos 1970, quando publicou o seu *Trattato di semiótica generale*, advertindo para o risco que isso representaria para a disciplina. É claro que ninguém lhe deu ouvidos e a semiótica se tornou, efetivamente, uma disciplina imperialista, avançando e anexando todos os territórios em que lhe foi possível pôr as mãos, até desaparecer, paradoxalmente, “por excesso” (mas não contem isso aos semioticistas remanescentes, que eles ainda relutam em registrar o fato). Se a mediatização for um super-conceito, dificilmente resistiria à sedução de se transformar em uma fórmula que tudo decifra, que quebra todos os códigos e invade todos os sistemas, explicando tudo melhor do que qualquer outra alternativa. É uma hipérbole, não temam, se tivesse pretensões ou alcance imperialistas, o campo da mediação não

estaria aqui lutando com a polissemia e tentando construir penosos consensos. Mas é também um experimento mental sobre o que pode ocorrer com conceitos com dificuldade de limitar a sua intensão (com “s” mesmo, se faz favor).

Neste livro temos uma coletânea, capitaneada bravamente por Jairo Getúlio Ferreira, de contribuições de grandes especialistas no tema da mediatização, combinadas entre abordagens teóricas e de fundamentação, de um lado, e aplicações; com eventuais combinações dos dois esforços. Assim como há capítulos com cartografias da própria pesquisa em mediatização (Vera França e Pedro G. Gomes) ou resenhas das aplicações a um campo específico (Magali Cunha, Fausto Neto), mas há também artigos que exploram novas perspectivas ou, ao menos, apontam direções e desafios para pesquisas futuras (José L. Braga, Jairo G. Ferreira).

Dentre os que, de algum modo, organizam conceitualmente ou historicamente o campo da mediatização estão os capítulos de Göran Bolin e Muniz Sodré, de um lado, e os de Vera França e Pedro Gilberto Gomes, de outro. Quase todos os trabalhos aplicados, contudo, em maior (como Ilya Kiriya, Antonio Fausto Neto e Jairo Getúlio Ferreira) ou menor grau, dedicam algum espaço para a elucidação conceitual ou para fazer algum reconhecimento do campo, o que parece refletir a necessidade permanente desta abordagem teórica e metodológica de fundamentar, definir e justificar o seu objeto.

O professor Göran Bolin oferece-nos um caso exemplar desta atitude. Apresenta em seu capítulo uma abordagem consistente do fenômeno da mediatização, adotando como *corpus* analítico o registro e o exame de experiências e memórias dos usos de meios de comunicação por parte das diferentes gerações. Depois de oferecer um mapa das alternativas conceituais típicas do campo de estudo da mediatização para a investigação do seu objeto (a perspectiva institucionalista, a abordagem tecnológica e o ponto de vista culturalista), e adotar a terceira delas, e após cartografar os modos frequentes de se encarar as gerações humanas, o autor apresenta alguns elementos para uma aproximação fenomenológica e geracional do uso social dos meios de comunicação. Se o estudioso recolher uma amostra transversal de um momento histórico, crê, resultará que diferentes gerações convivem sincroni-

camente com os mesmos artefatos culturais de comunicação, mas diacronicamente as trajetórias de sua vida geracional lidaram com artefatos diferentes, por meio de diversas experiências culturais e vivenciando diferentes significados sociais. A própria ideia de geração, de algum modo, se prende à ideia de autoconsciência mediática, isto é, de autoconsciência dos meios de comunicação que estiveram presentes em suas vidas em diferentes fases desta e dos usos sociais que deles se fazia.

Por sua vez, Muniz Sodré, o decano dos pesquisadores em comunicação no Brasil, traz um ensaio sobre venturas e desventuras da função mediadora do jornalismo ao longo do tempo, desde o seu surgimento como órgão da esfera pública moderna, iluminista e republicana, à sua mais completa transformação ante a digitalização e a datificação dos fluxos de informação no século XXI. Em seu curto e sofisticado ensaio, Muniz Sodré nos leva a visitar o arco do tempo que vai do momento em que a informação mediava a deliberação pública e a conversação civil, em suas origens, até este momento de fluxos de informação acelerados e horizontais, mas nem por isso isentos de processos de fabricação de narrativas e de agendas ocultas. Que é o momento em que, sejamos realistas, uma sociedade, paradoxalmente, defina por fome de informação de qualidade ao mesmo tempo que está empanturrada de desinformação, enganos e manipulações distribuídas digitalmente e por meio de algoritmos fora do controle da sociedade.

Vera França, por outro lado, fiel ao interesse de pesquisa, que vem sustentando há alguns anos, em uma epistemologia do campo da comunicação no Brasil, examina e esboça a história da ideia de mediatização (“midiatização”, como prefere), no Brasil, na América do Sul e na Europa. França nos conta as peripécias por meio das quais o conceito e suas formas verbais são esculpidos entre nós, pelas mãos de artesãos intelectuais como Santaella, Muniz Sodré, José Luiz Braga, Fausto Neto e Pedro Gilberto Gomes, para só então rematar com os avanços do conceito nas teorias levados a cabo por autores europeus (como Couldry), principalmente os do Centro e do Norte da Europa (como Hjarvard, Krotz, Hepp, Strömbäck e Bolin).

Em ato contínuo, França reconstitui teoricamente um quadro sinótico do uso do conceito de mediatização, transversal

aos vários autores e tradições, com três possibilidades. Um uso como conceito geral e descritivo, em que mediatização se refere em geral à extensão e à “força da presença” de tecnologias da comunicação na sociedade; um emprego de mediatização para falar da transformação comunicacional de um mundo em que pensamentos, sensibilidades e relações são modificados pela comunicação; uma abordagem em que se aceita a transformação comunicacional da realidade, mas se busca capturar essa mudança em práticas específicas, como a política ou a ciência.

Ainda sobra à autora fôlego conceitual para arrumar a casa, isto é, as tensões entre o conceito de mediação e as fórmulas conceituais que lhe parecem pertencer à mesma família de questões: indústria cultural, mídiasfera (ou mediosfera), teoria dos meios e mediação. Por fim, a autora apresenta problemas e perspectivas para uma agenda futura para os estudos de mediatização, insistindo que, se, por um lado, a expressão “mediatização” é prescindível, o estudo do fenômeno, por outro lado, é fecundo e importante.

Por fim, fecha o quadrante de fundação teórica o capítulo de Pedro Gilberto Gomes, que sustenta a mesma ambição da autora mineira pela cartografia da discussão científica sobre a mediatização. O ponto de partida que adota trata o conceito como polissêmico (ou “plurívoco”, como prefere), pois tanto os significados quanto a sua referência podem variar conforme a realidade e o interesse de quem o usa. Na taxonomia empregada por Pedro G. Gomes, tudo depende de quanto da mídia se vê nos fenômenos que mantêm significante interseção com ela, de forma que para alguns há mediatização quando simplesmente os meios são uma esfera cognitiva intermediária entre a política, a economia, o entretenimento, etc. e as pessoas, enquanto para outros há propriamente intermediação quando os meios modificam de maneira importante a própria natureza das outras esferas sociais. Mediatização pode significar, portanto, uma interface, uma ambiência ou uma transformação estrutural das demais esferas da vida social, inclusive da própria sociabilidade, por efeito da comunicação.

Isso estabelecido, sumariza a história intelectual da mediatização até concluir com um exame de uma questão capital, a saber, se a intensa digitalização da vida social, que compor-

ta necessariamente níveis crescentes de desintermediação (isto é, a consciência de que os intermediários tradicionais, como o jornalismo ou televisão, não são mais necessários para os fluxos de comunicação), não seria um sinal de que a mediatização já não descreve o essencial da nossa época. Por outro lado, Gomes se indaga, como resposta à primeira questão, se não assistimos, paradoxalmente, ao limiar de uma nova forma de mediatização, cujo sentido e alcance ainda não somos capazes de prever.

O outro conjunto de capítulos são, como disse, de aplicação da ideia de mediatização a um âmbito de problemas específico ou a tentativas de teorização de novos conjuntos de fenômenos, a partir das premissas assentadas nos estudos de mediatização.

Os capítulos de Rita Figueiras, Mario Carlón e Magali Cunha trazem problemas de política como problemas de mediatização. Fausto Neto e a própria Figueiras também consideram a mediatização à luz do jornalismo – ou o jornalismo à luz da mediatização. Ilya Kiriya, por sua vez, ocupa-se com as indústrias da mediatização, mapeando-as como indústrias criativas e indústrias da educação. Ana Paula da Rosa e, de novo, Carlón pensam o estatuto das imagens circulantes em ambientes digitais à luz das premissas da mediatização, enquanto José Luiz Braga e Jairo Getúlio Ferreira enfrentam frontalmente os problemas das comunicações digitais.

O capítulo de Figueiras traz-nos uma pesquisa empírica, com fundamento teórico robusto, sobre o comentário político no horário nobre da televisão portuguesa como caso de mediatização da política. O universo empírico inclui os anos de 2000 a 2015, em que a autora examina hipóteses sobre níveis e natureza da interação entre política e jornalismo por meio do comentário de política, entendido por ela como um *locus* privilegiado para se examinar a relação entre os meios de comunicação e a política. Figueiras tem o cuidado de nos dizer com clareza quais elementos constituem o seu conceito operacional de mediatização, que se resume a duas premissas: que a relação de força entre meios de comunicação e política consiste no predomínio de um campo sobre o outro; que a predominância tem resultado num domínio das lógicas específicas dos meios de comunicação, com conseqüente reconfiguração da esfera política. De resto, trata-se

de testar a hipótese de fundo, do “intervencionismo mediático”, pela análise dos perfis dos comentaristas com espaço fixo nos produtos jornalísticos da TV, em perspectiva longitudinal.

Já Antonio Fausto Neto nos traz um ensaio sobre o tema da circulação do discurso jornalístico, situando-o diacronicamente ao longo de diferentes fases. Na sua reconstrução teórica do jornalismo, Fausto Neto nos fala da prática jornalística que, de algum modo, renuncia às pretensões de mediar discursivamente, com toda a complexidade que isto comporta, entre fatos e públicos, para assumir um tipo de interação novo em que a tessitura discursiva e o engendramento dos sentidos não se cristalizam mais apenas em um lugar (a redação, a página do jornal, o VT) e um momento, mas envolvem diferentes agentes e agências, síncronos e assíncronos, sem cronologia linear rígida, e com diferentes níveis de efeito.

Ana Paula da Rosa se ocupa do processo de circulação das imagens e da lógica que sustenta a sua significação, por meio de uma de tipologia triádica por ela proposta: imagens-síntese, imagens-resíduo e imagens-circuito. São preocupação central de Rosa as imagens que inundam ambientes digitais, em seus diversos formatos e nas suas mais diversas plataformas. Preocupação que ocupa também Mario Carlón, cuja contribuição examina um caso específico de uso político de imagens em publicações em plataformas de mídias sociais para a disputa política, na Argentina, incluídas aqui a falsificação, a apropriação, a manipulação e as reações a tudo isto. Carlón usa o caso para extrair consequências e desafios conceituais para uma abordagem das imagens em circulação em ambientes digitais numa perspectiva dos estudos de mediatização.

Ilya Kiriya, como disse, traz um instigante capítulo sobre a industrialização da cultura, em uma abordagem de economia política da comunicação. Examina as indústrias criativas e a industrialização da educação. Enquanto Magali Cunha faz uma cartografia, a mais completa que eu conheça, sobre a mediatização do ativismo político evangélico, que de forma alguma deve ser confundido com a mediatização da religião. Mostra como lideranças e militantes religiosos trabalharam nos últimos tempos para conseguir ocupar a esfera pública digital, dominando seus recursos e lógicas, para disputar as interpretações e pro-

mover os seus enquadramentos dos problemas sociais e dos fatos políticos.

Nos dois capítulos sobre a ponta de lança da comunicação digital, José Luiz Braga sugere instigantes questões metodológicas para uma abordagem consequente e fecunda das comunicações baseadas em redes, meios e ambientes digitais, e que seja ao mesmo tempo coerente com as premissas da ideia de mediatização, enquanto que, em direção semelhante, Jairo Getúlio Ferreira apresenta prolegômenos para uma teoria geral das aplicações algorítmicas, que são hoje um dos centros pulsantes do universo digital, sempre no quadro de uma teoria geral da mediatização.

O resultado é um livro que nos oferece um patamar consideravelmente alto para continuar o debate sobre o alcance, o sentido e a validade do conceito de mediatização. A este patamar nos conduz um conjunto de capítulos teóricos, com mapas conceituais e cartografias seguras sobre de onde viemos e onde nos encontramos agora. Mas também as aplicações cuidadosas e as instigantes explorações de novos temas e de novas abordagens que esta coletânea também cuidou de nos assegurar.

Alcance e variações do conceito de midiaticização

Scope and variations of the concept of mediatization

Vera V. França¹

Resumo: Este texto, organizado em quatro partes, discute o surgimento e as possibilidades trazidas pelo conceito de midiaticização. Inicialmente busca traçar um breve percurso do conceito no Brasil, e em seguida retoma e sistematiza as principais tendências no seu tratamento. Na terceira parte promove uma aproximação e distinção de conceitos próximos, tais como cultura de massa, mediação. A parte final compreende o esforço de resgate das principais diretrizes apontadas pelas reflexões em torno da midiaticização, posicionando-se por um tipo de abordagem que busque o entrelaçamento entre as interações comunicativas, os aparatos tecnológicos e seus respectivos contextos sócio-histórico-culturais.

Palavras-chave: Midiaticização. Teorias da comunicação. Teoria dos meios.

Abstract: This text, organized in four parts, discusses the emergence and the possibilities brought by the concept of mediatization. Initially, it seeks to delineate a brief trajectory of the concept in Brazil, and then resumes and systematizes the main trends in its treatment. In the third section, it promotes an approximation and distinction of close concepts, such as mass culture, mediation. The final part covers the effort to rescue the

1 Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. E-mail: veravfranca@yahoo.com.br

main guidelines pointed out by the reflections about mediatization, positioning itself for a kind of approach that seeks to intertwine communicative interactions, technological apparatuses, and their respective socio-historical-cultural contexts.

Keywords: Mediatization. Communication theories. Media theory.

A criação e a força dos conceitos são resultado de dois movimentos interligados. O primeiro – que explica por que eles aparecem em um momento dado – são mudanças na realidade, surgimento de novas dinâmicas na ordem do mundo, ou percepção mais aguda de aspectos que já estavam presentes, mas vão se tornando mais proeminentes em determinada época. O segundo é de ordem epistêmica e se refere ao quanto a elaboração reflexiva que busca dar conta desses aspectos ou problemas do mundo empírico se mostra bem-sucedida na tarefa de compreendê-los, o quanto uma construção conceitual de fato auxilia a pensar o fenômeno em tela.

Quando falamos de midiatização, esses dois movimentos se tornam bem evidentes. As mudanças na realidade no que tange ao desenvolvimento e expansão dos meios tecnológicos e formas comunicacionais têm sido inegáveis e contundentes. Se o advento dos meios de comunicação de massa, na primeira metade do século passado, alterou e inovou completamente os cenários e formas comunicativas, o meio digital – e as múltiplas plataformas que não cessam de ser criadas – revolucionou(a-ram) completamente a vida social, as formas de sociabilidade, o protagonismo individual, as práticas políticas, as intervenções corporativas. Sua penetração nos diferentes espaços da vida social, nas diferentes esferas da sociedade nas últimas duas décadas veio configurar um fenômeno novo e desafiador. Frente ao novo fenômeno, e instadas por ele, as ferramentas teóricas foram postas à prova, e novos conceitos estão sendo forjados e testados.

Midiatização, portanto, é um termo que nomeia o fenômeno, mas é também um conceito. Nesta reflexão, não nos debruçamos sobre aspectos do fenômeno – incontestável –, mas sobre os diferentes esforços que vêm sendo desenvolvidos para tratá-lo teoricamente. Sem pretender ser exaustivo, este texto,

de cunho exploratório, organiza-se em três momentos. A primeira parte busca apreender discussões em torno do conceito no Brasil. Em seguida, buscamos desenhar uma sistematização das diferentes abordagens para, na parte final, estabelecer uma aproximação e distinção do conceito de midiaticização com relação a conceitos próximos.

I – O percurso do conceito

Como dissemos acima, é preciso inicialmente distinguir o fenômeno e o(s) conceito(s). O fenômeno diz respeito às mudanças no cenário técnico-comunicativo que vêm se delineando desde as últimas décadas do séc. XX e notadamente nos primeiros anos do séc. XXI. Já o conceito diz respeito às diferentes abordagens e formas de compreensão dessas mudanças – e é naturalmente plural (pois os tratamentos são múltiplos e nem sempre convergentes)

No Brasil, a temática das novas tecnologias, cultura digital ou “cibercultura” vem chamando a atenção dos pesquisadores desde o final do século XX². As primeiras formulações e teorizações a respeito do novo cenário são devedoras, entre outros, de Lúcia Santaella e Muniz Sodré.

Lúcia Santaella publicou em 1992 o livro *Cultura das mídias*, obra pioneira no Brasil no tratamento dessa nova realidade de expansão e interpenetração das diferentes mídias e sua incidência na cultura. Em 2003, em *Culturas e artes do pós-humano. Da cultura das mídias à cibercultura*, a autora apresenta uma divisão de eras culturais em seis tipos de formações: a cultura oral, a cultura escrita, a cultura impressa, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cultura digital (SANTAELLA, 2003a). Se o conceito de cultura de massas enfatizava a homogeneização e pasteurização de conteúdos culturais, Santaella pontua o quanto a di-

2 Um Grupo de Trabalho (GT) que trata dessa temática das novas mídias foi criado na Compós (Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação) em 1995 (e o GT começa a funcionar no ano seguinte), com a denominação “Comunicação e Sociedade Tecnológica”. Em 2002, o GT passou a se chamar “Tecnologias Informacionais de Comunicação e Sociedade”. Na reativação de 2006 o GT é aprovado com o título “Comunicação e Cibercultura”, nome que mantém até nossos dias.

versificação das mídias alterou e ampliou as relações entre distintas produções culturais, a interação entre diferentes códigos, a hibridação de linguagens. Por volta dos anos 1980, 1990, novos dispositivos vieram se somar ao ambiente dos meios de massa – videocassetes, fotocopiadoras e depois a tevê a cabo –, propiciando a segmentação e diversificação do consumo, bem como as escolhas individualizadas, fazendo a transição para a chegada dos meios digitais. Esse período é o que a autora nomeia de cultura das mídias, estágio preliminar para a cultura digital, fase contemporânea, marcada sobretudo pela convergência das mídias, pela exacerbação que a produção e circulação de informações atingiram em nossos dias – “uma verdadeira confraternização geral de todas as formas de comunicação e de cultura, em um caldeamento denso e híbrido” (SANTAELLA, 2003b, p. 28).

Mais do que as seis eras apontadas por Santaella, interessa destacar a abordagem que a autora busca imprimir: não se trata de uma abordagem midiocêntrica, mas de uma ênfase aos efeitos de linguagem e de sentido que se fazem sentir:

[...] não devemos cair no equívoco de julgar que as transformações culturais são devidas apenas ao advento de novas tecnologias e novos meios de comunicação e cultura. São, isto sim, os tipos de signos que circulam nesses meios, os tipos de mensagens e processos de comunicação que neles se engendram os verdadeiros responsáveis não só por *moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos*, mas também por propiciar o surgimento de *novos ambientes socioculturais* (*ibid.*, p. 22; grifos nossos).

Santaella não utiliza o termo “mídiatização”, mas é bem esse contexto de mudanças tecnocomunicativas e culturais que a autora enfatiza ao nomear essa sexta era – a era da cultura digital.

Mas é Muniz Sodré, sem dúvida, que trouxe tanto a expressão (mídiatização)³ como seus fundamentos teóricos mais

3 Em entrevista (2010), Sodré lembra que foi o introdutor do conceito no Brasil, a partir de Eliseo Verón (mídiatización). Veja-se <http://www.cisce.org.br/index.php/noticias/entrevistas/48-muniz-sodre-midiatizacao-como-o-acabamento-de-outro-chao>.

definitivos, em seu livro *Antropológica do espelho* (2002), estabelecendo a distinção mediação / midiatização, resgatando o conceito de *medium* como um objeto teórico e também nomeando uma nova era, não apenas cultural, mas existencial – o quarto *bios*. Se mediação significa “fazer ponte ou fazer comunicarem-se duas partes [...] em decorrência de um poder originário de discriminar, de fazer distinções, portanto de um lugar simbólico” (SODRÉ, 2006, p. 20), midiatização compreende “uma ordem de mediações socialmente realizadas – um tipo particular de interação, portanto, a que poderíamos chamar tecnomediações – caracterizadas por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada *medium*” (*ibid.*).

O conceito de *medium* ultrapassa o dispositivo técnico – é canalização e ambiência estruturadas com códigos próprios, é “o fluxo comunicacional, acoplado a um dispositivo técnico [...] socialmente produzido pelo mercado capitalista” (SODRÉ, 2002, p. 20). A canalização produzida pelo *medium* – que não é simples canal – tem potencial de transformação da realidade vivida; é “forma condicionante da experiência vivida, com características particulares de temporalidade e espacialização, [...] e permite hibridações com outras formas vigentes no real-histórico” (SODRÉ, 2006, p. 21).

As tecnomediações, as mediações produzidas pelos *media*, para além de sua dimensão comunicacional e de circulação de informações, atuam, desta maneira, na própria construção da realidade:

A midiatização implica, assim, uma qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo ou, pensando-se na qualificação aristotélica das formas de vida, um *bios* específico. Em sua ética a Nicômaco, Aristóteles concebe três formas de existência humana (*bios*) na Pólis: *bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa). A midiatização pode ser pensada como um novo *bios*, uma espécie de quarta esfera existencial, com uma qualificação própria (uma “tecnocultura”), historicamente justificada pelo imperativo de redefinição do espaço público burguês (SODRÉ, 2006, p. 22).

Para o autor, portanto, a midiaticização, ou quarto *bios*, assume um sentido profundo, caracterizando um novo modo de presença do sujeito no mundo (uma outra condição antropológica), marcado por um *ethos* próprio e um conjunto de características: uma estetização generalizada da vida social, com a prevalência da forma sobre os conteúdos semânticos; uma eticidade exaltativa do desejo individual; a submissão aos negócios e ao capital; novas formas de relacionamento dos indivíduos com as referências concretas (tendo a mídia como estruturadora das percepções e cognições); novas formas de sociabilização.

Mais recentemente, a presença do conceito se estendeu no âmbito dos pesquisadores brasileiros da comunicação, com um destaque especial para a contribuição trazida pelos professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos⁴. Entre eles, José Luiz Braga (2006) chama a atenção para um duplo alcance no uso do termo: numa abordagem setorializada, midiaticização se refere à presença e interferência da lógica dos meios no desenvolvimento de campos específicos (como quando nos referimos à midiaticização da política, da religião, etc.). Num nível macro, midiaticização diz respeito à sociedade como um todo, que seria afetada quando as interações que a constituem passam a se dar preferencialmente através das mídias.

Nesta segunda abordagem, e tomando como referência o papel central dos processos interacionais entre indivíduos, grupos e setores de uma sociedade na construção de sua realidade, Braga destaca a particularidade dos vários momentos históricos conforme os processos interacionais que os caracterizavam – a oralidade, a escrita e, na atualidade, a transição para a forma “mediaticizada”, marcada pela introdução de novas técnicas. Não são elas (as técnicas), no entanto, que aparecem “espontaneamente” e modificam o ambiente: num movimento dialético, a criação de tecnologias comunicacionais tanto obedece a demandas de processos interacionais anteriores como, surgindo, torna-se geradora de novas dinâmicas interacionais.

4 O Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos tem uma linha de pesquisa em Midiaticização e Processos Sociais.

Desta forma,

o processo de mediatização (cuja história é, naturalmente, muito mais complexa e sujeita a variações contingenciais de país a país) corresponderia, *grosso modo*, a esta “evolução” de implantações técnicas a serviço de objetivos de sociedade “anteriores” para derivações auto-poiéticas na elaboração de lógicas próprias (BRAGA, 2006, p. 16).

Conforme Braga (2006), portanto, a midiatização (ou mediatização, como ele usa às vezes), numa abordagem macro, não se resume à presença de novos meios tecnológicos, mas diz respeito à prevalência dos “processos sociais de interação mediatizada, os quais passam a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem mas se ajustam” (*ibid.*, p. 11). Os processos interacionais constituem assim o fulcro de seu olhar e ganham novas características numa sociedade mediatizada: uma processualidade diferida e difusa; um jogo complexo entre o individual e o social; a tendência à abertura e deslegitimação de padrões esotéricos segundo os quais campos especializados se relacionam com a sociedade em geral: “Tudo se expõe, logo tudo se torna aberto ao esquadrinhamento, se torna familiar a todos” (*ibid.*, p. 25).

Braga (2012) e Fausto Neto (2010) desenvolvem ainda uma ênfase particular no conceito de circulação para pensar a mediatização da sociedade: nesta, mais do que recepções isoladas, importa analisar o “fluxo adiante” dos produtos circulantes, os processos interativos em cadeia, num deslocamento permanente, numa dinâmica intensa de descontextualização e recontextualização de mensagens – com as implicações semióticas e discursivas que esse fluxo acarreta.

Já Pedro Gilberto Gomes acompanha sobretudo a perspectiva de Sodr e, ao dizer que “a mediatização   a reconfigura o de uma ecologia comunicacional (ou um bios midiático)”, e continua:

Noutras palavras, a mediatiza o   a chave hermenêutica para a compreensão e a interpreta o da realidade. A sociedade percebe e se percebe a partir do fen meno da média, agora alargado para além dos dispositivos tecnológicos tradicionais. Por isso,

é possível falar da mídia como um *locus* de compreensão da sociedade (GOMES, 2017, p. 78).

Com formulações um pouco distintas, há uma convergência nas questões trazidas por nossos autores: a midiaticização compreende um novo ambiente sociocultural; introduz novos padrões de mediação e de interação; possibilita novas formas de percepção e cognição. Se o fenômeno é diretamente relacionado ao surgimento e expansão das novas tecnologias comunicacionais na sociedade – tecnologias que não substituem, mas se agregam aos artefatos anteriores –, o conceito se estende para além da presença da técnica e se atém sobretudo às suas consequências e afetações, àquilo que a sociedade se torna com elas e a partir delas. Santaella destaca particularmente os efeitos semióticos, as novas linguagens e códigos, as novas dinâmicas de produção de sentido. O enfoque de Sodré é mais abrangente: houve uma alteração nas próprias condições antropológicas, um novo *ethos*, uma nova maneira de viver no quarto *bios*. Braga atenta para a mudança nos processos interacionais, nas formas de relacionamento; junto com Fausto Neto, destaca a dinâmica interativa sucessiva produzida na circulação de mensagens, que produzem e se inscrevem em diferentes circuitos (BRAGA, 2012). Gomes, por sua vez, no caminho delineado por Sodré, faz uma pontuação interessante, explorando o conceito de midiaticização como uma chave hermenêutica: “a sociedade percebe e se percebe” a partir da mídia – o que tanto indica os meios como “mediadores” da realidade (meios atuando na percepção que os membros da sociedade têm de sua realidade) quanto destaca o estudo do fenômeno como um caminho para se compreender a própria sociedade.

II - Sistematizações

A temática da midiaticização e cultura midiática vem sendo bastante discutida por pesquisadores da Inglaterra (Nick Couldry, Sonia Livingstone) e, de forma ainda mais acentuada, por pesquisadores da Europa do Norte (Gudmund Hernes, Andreas Hepp, Stig Hjarvard, Friedrich Krotz, Winfried Schulz, Jesper Stromback).

Göran Bolin (2016) sugere um agrupamento dos estudos desenvolvidos por eles em duas tradições:

- uma *tradição institucionalista ou institucional* – marcada pela estudo da lógica da mídia, ou pela discussão sobre a institucionalização da mídia e seu relacionamento com diferentes instituições. Hjarvard destaca os dois lados de intervenção da mídia (sua *dualidade*): a institucionalização da própria mídia (sua semi-independência com relação a outras instâncias); sua interferência (e transformações) em outras esferas e instituições. O autor situa a análise da midiaticização no nível *meso* da cultura e da sociedade (acima das microinterações e abaixo dos níveis estruturais), buscando “especificar os elementos que compõem a ‘lógica da mídia’ em um dado domínio e analisar melhor a interação entre a mídia e outras esferas sociais (instituições)” (HJARVARD, 2014, p. 30). Altheide e Snow (*cit. ap.* HJARVARD, 2014) desenvolvem análises das instituições sociais transformadas pela mídia e enfatizam a primazia da forma (da lógica midiática) sobre o conteúdo.

- uma *tradição socioconstrutivista*, voltada para as práticas de interação cotidianas – enraizada no interacionismo simbólico e na sociologia do conhecimento, aliados a uma teoria da mídia. Krotz (*cit. ap.* HEPP, 2011; HJARVARD, 2014) entende a midiaticização como um metaproceto de mudança cultural e da sociedade, equivalente à individualização e à globalização, um processo contínuo, vinculado a uma época e a um contexto cultural específicos, que altera as relações e comportamentos humanos. Sua perspectiva é compartilhada por Hepp (2011), para quem o conceito de midiaticização ultrapassa uma teoria da lógica e das transformações midiáticas e se refere ao panorama mais abrangente das relações de reciprocidade entre mudanças mídia-comunicativas e mudanças socioculturais. Também o enfoque de Bölin (2016) busca focalizar a mídia em sua totalidade, indagando sobre como sua integração historicamente construída na cultura e na sociedade veio formatando as esferas sociais e culturais.

A estas duas tradições Bölin acrescenta uma terceira – *tradição tecnológica* –, enraizada na semiótica e antropologia estrutural, que trata das afetações da cultura e sociedade pelas tecnologias comunicativas e seus códigos específicos. Nessa tra-

dição ele aponta como exemplo as reflexões desenvolvidas por Baudrillard e sua teoria do simulacro e simulações.

Em que pese a importância da contribuição dos autores brasileiros, ainda não é possível falar de uma perspectiva brasileira ou identificar tendências muito definidas dos estudos aqui desenvolvidos. Assumindo os riscos de simplificação, inerentes às tentativas de agrupamento e sistematização, percebo que o uso do conceito de midiaticização entre nós se inscreve em três caminhos possíveis:

- um *macroconceito descritivo*. Por vezes fala-se em midiaticização apenas para nomear / descrever o fenômeno (a extensão e força da presença das tecnologias comunicacionais), sem que essa nomeação traga uma concepção clara e definida de suas implicações. Trata-se antes de uma constatação, e a ideia de sociedade midiaticizada entra mais como premissa do que como chave de leitura. Neste caso, midiaticização é um macroconceito para identificar uma das características do mundo contemporâneo e se alinha a outros macroconceitos, como urbanização, globalização, individualismo.

- uma *perspectiva crítico-determinista*. Também aqui encontramos um macroconceito, porém com implicações claramente determinadas. Esse mundo midiaticizado não é mais o mesmo, e a presença e mediação midiáticas reordenam e impõem novos modos de vida: a mídia formata pensamentos, sensibilidades, modos de relacionamentos. É estruturadora de um novo modo de vida.

Este seria o enfoque, por exemplo, trazido pelo conceito de *bios* midiático, ou quarto *bios*, de Muniz Sodré. O campo da mídia teria a ver com um outro *eidos* (substância) – uma realidade simulada, virtual, dotada de uma lógica própria, autorreferente. Nesse quadro, o virtual assume um peso fenomenológico maior do que as representações clássicas do real histórico, elaboradas e desenvolvidas em função de uma ligação semanticamente objetiva com o real (SODRÉ, 2002, p. 239).

Esta perspectiva também atravessa o pensamento de Pedro Gomes, quando o autor distingue processos midiáticos e realidade social – a realidade social se colocando como matéria-prima dos processos midiáticos, que estariam construindo uma outra realidade, marcada pelo olhar do produtor, uma *realidade*

terceira – “que guarda semelhança com a realidade original, mas que com ela não se identifica totalmente” (GOMES, 2017, p. 44).

- uma *abordagem analítica-processual*. Esta constitui uma combinação dos dois tipos de enfoques apresentados por Braga – a abordagem setorizada e a abordagem macro. Trata-se de um tipo de perspectiva que, afirmando mudanças intensas na vida social, em decorrência de alterações nos processos interacionais com a incorporação das novas tecnologias comunicacionais (uma visão macro, portanto), busca apreender essas mudanças através do estudo das novas configurações assumidas / produzidas em práticas específicas, atravessando distintos campos institucionais. Tal abordagem estimula análises empíricas sobre os processos de midiatização em diferentes setores da sociedade. Além da ênfase bastante difundida nos efeitos da “midiatização” da política, é possível perceber essa perspectiva em pesquisas conduzidas por Braga, sobre diferentes temáticas⁵, por Fausto Neto (2012), sobre a midiatização do discurso da ciência, entre outros.

III - Aproximação / distinção de conceitos próximos

Inúmeros conceitos vieram sendo criados nos últimos cem anos para se referir ao advento da sociedade da comunicação, ao surgimento de meios que revolucionaram as práticas comunicativas, encurtando distâncias, acelerando o tempo, expandindo as audiências. Foi a era dos meios de massa – imprensa escrita, cinema, rádio, televisão. Apesar da particularidade de cada um, esses meios constituíram juntos uma realidade comunicacional nova. Outras tecnologias comunicacionais foram desenvolvidas no final do séc. XX, sendo a principal delas a comunicação digital, que se desdobrou em inúmeras plataformas. Elas instauraram uma mudança qualitativa na realidade, e o conceito de midiatização procurou dar conta dessa diferença. Mas onde e em que, exatamente, consiste a diferença conceitual?

5 Dentre os trabalhos de mestrado e doutorado orientados por Braga, citamos a tese de Monalisa Pontes Xavier (2014), que trata da midiatização das terapias psicanalíticas.

Cultura de massa e indústria cultural

O conceito de “indústria cultural”, cunhado por T. Adorno e M. Horkheimer, surge no final dos anos 1940, num momento de presença forte dos meios de massa. Seu correlato, em outras tradições do mesmo período, era o conceito de “cultura de massa” (MORIN, 1962 [1977]). Sem entrar aqui na distinção dos dois conceitos, podemos resgatar seus elementos centrais: presença maciça desses novos meios, marcados por um fluxo unilateral; constituição de audiências massivas; natureza comercial (mercadológica) da produção cultural; viés (ou natureza) ideológico(a), consumando processos de manipulação e alienação. O conceito se referia basicamente à atuação da imprensa escrita (jornais e revistas), cinema, rádio e televisão.

O conceito de midiatização, por sua vez, busca abarcar um cenário mais amplo, que inclui a presença determinante dos meios digitais e um processo de inter-relação entre eles (convergência). O fluxo unilateral é substituído por diferentes fluxos. Problematizam-se as ideias de manipulação e alienação: os meios manipulam produtos, mas não consciências. Receptores passivos são substituídos por usuários ativos; usos diferenciados, releituras, resistências, fluxos e contrafluxos tornam os ambientes comunicacionais muito mais complexos.

Permanece, nas discussões atuais (com menor ou maior ênfase, dependendo do autor), a referência à força dos interesses econômicos, à dimensão mercadológica, aos interesses corporativos que penetram e buscam hegemonizar o novo ambiente. Embora o conceito de ideologia se faça pouco presente nos estudos sobre a midiatização, grande parte deles destaca o quanto o uso das novas plataformas agudiza os conflitos de interesses e cria um ambiente de polarização.

Talvez possamos dizer que o conceito de indústria cultural, na sua formulação original, foi ultrapassado – mas não a Teoria Crítica que lhe dava embasamento. A indústria cultural, enquanto fenômeno (prática), ainda existe e se ampliou enormemente; se a televisão aberta, os jornais impressos, por exemplo, vêm perdendo importância, serviços de streaming (como a Netflix), canais alternativos (via YouTube) mostram que a produção industrial da cultura está mais viva que nunca. O conceito

de indústria cultural enfocava um momento específico, no qual os meios de massa eram hegemônicos. O fenômeno se ampliou, ganhou novas imbricações e configurações – o conceito ficou estreito. Porém grande parte dos sentidos que ele expressava, como a exploração capitalista da cultura, a dominação ideológica, a mercantilização, a própria manipulação, através do direcionamento de informações, permanecem atuais. Razão pela qual a Teoria Crítica (o pensamento da Escola de Frankfurt), depois de uma fase de descrédito, passa por um momento de resgate e releitura.

Mídiasfera

Há alguns anos Régis Debray (1991 [1993]) propôs a criação de uma disciplina nova, a *mediologia*. Na verdade, a proposição não foi adiante, mas sua argumentação era interessante: o foco da mediologia seria o estudo de como as ideias se tornam força material, ou seja, como a materialização (a inscrição em um suporte) age sobre as ideias e sobre a dinâmica de sua circulação.

Nesse campo teórico proposto pelo autor, ele apresentou o conceito de *mídiasfera* – “meio de transmissão e transporte das mensagens e dos homens, com os métodos de elaboração e difusão intelectual que lhe correspondem” (DEBRAY, 1993, p. 243). O conceito se refere a e ultrapassa o suporte (o meio tecnológico em si), incorporando os procedimentos e comportamentos que ele condiciona, bem como um tipo de relação com a realidade e entre os indivíduos. Conforme Debray, cada mídiasfera “suscita um espaço-tempo particular, um realismo diferente”. E ele continua: “[...] o mundo é diferente de acordo com o suporte em que se apoia: papel celuloide, fita magnética, ondas hertzianas ou blocos de dados numéricos. De cada vez resulta uma outra segurança e um outro sentido de orientação” (*ibid.*, p. 244).

A ênfase no suporte e na materialização das ideias, assim como na dinâmica de circulação que tais suportes possibilitam, guarda proximidade com o conceito de midiatização. Ao registrar como as mídiasferas se alteraram em diferentes momentos históricos, o conceito também se aproxima dos “processos interacionais de referência”, de José Luiz Braga (2006).

O termo, porém, não ganhou adesão. No entanto, assim como midiatização, ele expressa um caminho teórico, uma vertente conceitual no campo da Comunicação que toma como ponto de partida a força ordenadora dos meios (suportes) na formatação dos processos comunicativos e na dinâmica da própria vida da sociedade. Ou seja, mesmo empregando nomes diferentes, vários autores vêm tratando desse cruzamento meios de comunicação / sociedade e cultura.

Teoria dos Meios

Assim é que devemos lembrar o que, por falta de uma melhor nomeação, pode ser chamado de “Teoria dos Meios”. Embora não constitua um conceito ou escola específica, uma tradição vem se constituindo ao longo de décadas, através de autores que apresentam um foco específico no desenvolvimento das tecnologias comunicacionais. Podemos agrupar aqui os pioneiros Harold Innis (1894-1952), Marshall McLuhan (1911-1980) e nomes mais contemporâneos, como Joshua Meyrowitz, Pierre Levy, Derrick de Kerckhove, Henry Jenkins. Estes autores são referências importantes, seja ao preconizar (e antecipar) a importância dos meios de comunicação na configuração do perfil da sociedade, seja para ajudar na compreensão das características das tecnologias digitais em nossos dias.

Tais autores (e essa corrente de estudos), ainda que apareçam como referências importantes para os atuais estudos de mídia, não se situam exatamente no núcleo dos fundamentos teóricos da temática da midiatização, porque a ênfase que eles trazem tende mais para o viés tecnológico, configurando uma perspectiva que pode ser chamada de midiacêntrica. Embora haja uma variação na abordagem de cada um desses autores, uma “Teoria dos Meios” destaca a determinação conferida pela mídia às demais esferas da sociedade.

Em contraste, as teorias de midiatização estariam enfatizando sobremaneira a relação entre meios técnicos e cultura / sociedade. Porém cabe refletir o quanto de fato são escolas à parte, e se essa diversidade de enfoques não constitui exatamente a riqueza das diferentes teorizações sobre a incidência das práticas comunicativas na sociedade contemporânea. Ao fim e

ao cabo, todas elas se agregam dentro da tradição e do já vasto repertório das Teorias Comunicacionais.

Mediação

O conceito de mediação forma o par mais lembrado, o contraponto ou complemento mais presente na discussão sobre mediação. Na verdade, mediação e mediação formam uma dupla permanente.

Por que essa proximidade? Como já mencionado, para Muniz Sodré (mas também para outros autores), pode-se explicar a mediação, numa primeira aproximação, como uma mediação pelos meios – uma mediação tecnológica ou tecnomediação.

Nossa grande referência, para falar de mediação, é sem dúvida Jesús Martín-Barbero. No clássico *Dos meios às mediações* (1987 [1997]), o autor buscou exatamente enfatizar as mediações culturais (e sócio-históricas) que atravessam a comunicação. Falando sobre a televisão, ele aponta inicialmente três grandes mediações – a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. A elas se juntam as dinâmicas da produção, os formatos, a lógica industrial. A ideia – e a grande inovação – que trouxe o livro na década de 1980 foi inverter a lógica vertical da teoria funcionalista da Comunicação (o que os meios fazem para / com a sociedade), bem como o fechamento dos paradigmas tecnológicos e semiológicos que vinham marcando os estudos comunicacionais na América Latina, buscando uma perspectiva integradora dos vários elementos que compõem o processo comunicativo (LOPES, 2014, p. 69). Martín-Barbero buscou mostrar que a sociedade e a audiência não são *tabula rasa*, a serem inscritas pelos meios, mas um composto denso de agentes, história, cultura. Sua primeira formulação, assim, trouxe a cultura, a experiência, os agenciamentos de diferentes fatores (como o tecnológico).

Nos anos seguintes Martín-Barbero (1998⁶) reformula seu pensamento e substitui o eixo das “mediações culturais da comunicação” pelas “mediações comunicacionais da cultu-

6 Conforme Introdução da 5ª edição de *De los medios a las mediaciones*, Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1998.

ra”. Nessa segunda formulação, na leitura de Lopes, “o olhar não se inverte no sentido de ir das mediações aos meios, senão da cultura à comunicação” (2014, p. 71). E Martín-Barbero, citado por Braga (2012), acentua que “[é] preciso assumir não a prioridade dos meios, mas sim que o comunicativo está se transformando em protagonista de uma maneira muito forte” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 152, ap. BRAGA, 2012; grifos removidos pela autora).

Martín-Barbero, no entanto, embora enfatizando o protagonismo do comunicacional, não se refere explicitamente ao fenômeno da midiatização. O termo midiatização parece ter sido introduzido na América Latina por Eliseo Verón, no artigo *Esquema para el análisis de la mediatización* (1997), referindo-se a esse momento em que a lógica da mídia passa a atingir todas as práticas sociais.

Na Inglaterra, Roger Silverstone (2002, 2005)⁷ prioriza o conceito de mediações ao se referir à maneira como processos comunicacionais mudam o ambiente social e cultural que os suporta, assim como à relação que indivíduos e instituições têm com seu ambiente, e entre si. Nick Couldry (2008) critica o conceito de midiatização, pois este estaria indicando *uma* lógica da mídia – quando diferentes mídias operam em lógicas distintas. O autor prefere, assim, o conceito de mediações, que poderia capturar a variedade de dinâmicas dentro dos fluxos de mídia.

São sobretudo os pesquisadores escandinavos que reforçam o uso do termo midiatização. Hjarvard (2014, p. 16) aponta os limites do conceito de mediação, que foca no processo comunicativo em si próprio, enquanto midiatização teria um alcance mais amplo – tratando das transformações estruturais de longo prazo e larga escala. Nessa perspectiva, a mídia se coloca como a grande e definitiva mediação da vida cultural e social.

Neste embate conceitual, o risco (no uso de midiatização) é tender ao midiacentrismo, ao determinismo tecnológico. Se é muito evidente que estudos atuais do cenário comunicativo (e da própria contemporaneidade) não podem prescindir da análise da presença e papel das tecnologias comunicacionais

7 Veja-se, a propósito de Silverstone, o interessante artigo de Serelle (2016).

(das tecnomediações), separar a comunicação e a constituição da vida social, o comunicacional e o cultural, tratando-os como dinâmicas distintas e procurando identificar qual interfere em qual, parece-nos equivocados. Não sendo a mesma coisa, seu funcionamento é absolutamente imbricado, e é esta inserção e atravessamentos que devem constituir o foco de nossos estudos.

IV – Síntese das contribuições

Embora a palavra midiatização se encontre bastante difundida entre nós, é necessário dizer que o termo, em si, é prescindível, porém os debates em torno dele, reafirmando ou mesmo minimizando seu alcance, trazem importantes contribuições para o estudo da sociedade contemporânea – esta que tem na presença da mídia um de seus pilares. Ou seja, não é possível estudar a sociedade hoje, nas suas diferentes instâncias e campos, sem falar na mídia.

Então é o caso de perguntar se a recíproca é verdadeira: é possível estudar a mídia focando estritamente no processo comunicacional, ou nas características desse ou daquele suporte, no exame de linguagens e códigos específicos, prescindindo de uma abordagem contextual? Possível é. Porém o que as reflexões em torno da midiatização nos ensinam é que recortar a comunicação do solo onde ela se instaura é pelo menos limitado – pois a comunicação é exatamente um dos movimentos (talvez o movimento central) que, junto com outros, constitui a vida social e nos constitui.

Assim, e numa breve revisão e resgate das questões suscitadas por nosso percurso, vale acentuar aspectos e diretrizes trazidos por um e outro autor (de diferentes tendências) que se mostram significativos para os estudos comunicacionais – independentemente de nossa maior ou menor adesão ao tema da midiatização:

- *Resgate do lugar institucional da mídia.* Uma vertente importante dos estudos sobre a midiatização enfatiza sobremaneira seu lugar institucional na sociedade. Podemos tomar aqui instituição em seus dois sentidos. Numa perspectiva mais ampla, conforme Marcel Mauss e outros, consideramos instituição

aquelas ideias, práticas, usos que estão “instituídos”, são aceitos e seguidos por todos, como a família, a linguagem. Mas instituição também nomeia organizações jurídicas, legalmente instituídas em uma sociedade, como a universidade, as forças armadas.

Práticas comunicativas diretas e mediadas são instituídas em todas as sociedades; a nossa desenvolveu e tem consolidado formas particulares. O uso do telefone e agora do WhatsApp, por exemplo, são práticas instituídas. Além disso, no entanto, a mídia ou as diferentes mídias também ocupam um lugar próprio, obedecem a políticas de organização, seguem um desempenho profissional, obedecem a uma divisão de papéis e funções, são regidas por legislações específicas.

E mais: se a mídia se constituiu como um campo próprio, uma instituição, é fundamental perceber como ela intervém e inclusive provoca modificações em outros campos, outras instituições.

- *Atenção às lógicas específicas.* A mídia, na verdade, compreende várias mídias – vários dispositivos, com funcionamento e lógicas próprias. Hjarvard, recuperando o conceito de *affordance* (usos potenciais de um objeto) apresentado por James Gibson, acentua: “As diferentes formas de intervenção dos meios de comunicação sobre a interação social dependem das características concretas do meio em questão, quais sejam, seus atributos materiais e técnicos, bem como suas qualidades sociais e estéticas” (HJARVARD, 2014, p. 52). Assim, não é suficiente, em nossos estudos, falar da mídia em geral; uma análise criteriosa deve estar atenta às particularidades do funcionamento e ordenamento de cada uma delas.

- *Análise das configurações, processos de construção, cruzamentos midiáticos.* Alguns estudos comunicativos são mais pontuais e focam em situações e ocorrências particulares. No entanto, nenhum ato comunicativo é isolado; eles são sequência de atos, momentos de um processo, encadeamentos. Então mesmo os estudos específicos, cientes da necessidade, mas também da arbitrariedade dos recortes empreendidos no *corpus* empírico de toda pesquisa, devem atentar para a inter-relação entre os diferentes elementos que compõem um dado processo comunicativo, para a natureza de construção de que se revestem, para os entrelaçamentos que o configuram – entrelaçamento entre diferentes práticas midiáticas, entre os diferentes processos interativos, tanto aqueles mediados pelas novas tecnologias digitais como

também aqueles que se dão através de meios massivos ou em interações diretas, de natureza interpessoal.

- *Combinação de visadas sincrônica e diacrônica.* A comunicação ocorre no tempo – e resgatar a dimensão temporal na análise dos processos comunicativos é essencial para perceber mudanças e permanências. Neste sentido, entender a dinâmica do presente (da mediação de nosso tempo) implica combinar dois movimentos. O primeiro deles é uma visada diacrônica: o agora é resultado e desdobramento de outras fases, de muitas práticas, grandes e pequenas mudanças ao longo do tempo. Configurações atuais não resultaram de invenções espontâneas e independentes, mas foram motivadas e inseridas em experiências, comportamentos e técnicas que se sucederam.

O segundo movimento é sincrônico: mudanças não ocorrem de forma homogênea em todos os lugares e num mesmo ritmo. É como se muitos tempos convivessem num presente multifacetado, tempos que não são mais isolados, mas se conectam e se influenciam reciprocamente.

- *Observação do entrelaçamento das múltiplas dinâmicas que animam a vida social.* Reiterando o que vem sendo dito ao longo desta reflexão, defendemos como diretriz básica dos estudos comunicacionais uma necessária inserção contextual – o que significa pensar a comunicação *na* sociedade. As discussões sobre a mediação nos incitam a pensar a penetração das lógicas midiáticas nos distintos campos da vida social, o entrelaçamento entre as diferentes práticas que configuram a vida social. Não se trata de “sociologizar” a comunicação, mas estudar os processos comunicativos sem perder de vista o quadro interativo (posicionamento dos interlocutores, situação) e seu contexto mais amplo. Esta tem sido a abordagem de autores da temática da mediação (como Hjarvard e Hepp, entre outros), que devem ficar como diretriz importante para qualquer estudo da mídia em nossos dias.

Referências

BOLIN, Göran. The Rhythm of Ages: Analyzing Mediatization Through the Lens of Generations Across Cultures. *International Journal of Communication*, v. 10, p. 5252-5269, 2016.

- BRAGA, José L. Mediatização como processo interacional de referência. *ANIMUS – Revista interamericana de comunicação midiática*, Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, v. V, n. 2, p. 9-35, jul./dez. 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/index.php/animus/article/viewFile/6693/4050#page=9>.
- BRAGA, José L. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JR., J.; JACKS, N. (org.). *Mediação & midiatização*. Salvador: Edufba; Brasília: Compós, 2012. p. 30-52.
- COULDRY, Nick. Mediatization or Mediation? Alternative Understandings of the Emergent Space of Digital Storytelling. *New Media & Society*, v. 10, n. 3, p. 373-391, 2008.
- DEBRAY, Régis. *Curso de midialogia geral*. Petrópolis: Vozes, 1993.
- FAUSTO NETO, Antonio. A circulação além das bordas da circulação. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra (dir.). *Mediatización, sociedad y sentido: diálogos entre Brasil e Argentina. Coloquio del Proyecto “Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos”*. 2010. Universidad Nacional de Rosario, Argentina. Departamento de Ciencias de la Comunicación, 2010. p. 2-17. Disponível em: https://www.academia.edu/4665780/MEDIATIZACION%20Y%20SOCIEDAD_Y_SENTIDO.
- FAUSTO NETO, Antonio (org.). *Midiatização da ciência: Cenários, desafios, possibilidades*. Campina Grande: EDUEPB, 2012.
- GOMES, Pedro G. *Dos meios à midiatização: Um conceito em evolução*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2017.
- HJARVARD, Stig. *A midiatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2014.
- HEPP, Andreas. *Cultures of Mediatization*. Cambridge: Polity Press, 2013.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo. Mediação e recepção: Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. *Matrizes*, v. 8, n. 1, p. 65-80, jan./jun. 2014.

- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1998.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1997.
- MIDIATIZAÇÃO como o acabamento de outro chão. Entrevista com Muniz Sodré. Disponível em: <http://www.ciseco.org.br/index.php/noticias/entrevistas/48-muniz-sodre-midiatizacao-como-o-acabamento-de-outro-chao>. Acesso: 16/02/2020.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX*. Vol. I e II. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977.
- SANTAELLA, Lucia. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1992.
- SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003a.
- SANTAELLA, Lucia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. *FAMECOS*, Porto Alegre, n. 22, p. 23-32, 2003b.
- SERELLE, Márcio. A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone. *Matrizes*, v. 10, p. 75-90, maio/ago. 2016.
- SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia*. São Paulo: Loyola, 2002.
- SILVERSTONE, Roger. The Sociology of Mediation and Communication. In: CALHOUN, C.; ROJEK, C.; TURNER, B. (ed.). *The International Handbook of Sociology*. London: Sage, 2005. p. 188-207.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e mediação. In: MORAES, Denis (org.). *Sociedade mediada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediación. *Diálogos de la Comunicación*, Lima: Felafacs, n. 48, p. 9-17, 1997.

XAVIER, Monalisa P. *A consulta transformada: experimentação de dispositivos interacionais*. Tese (doutorado) – São Leopoldo, PPGCOM Unisinos, 2014.

Midiatização e jornalismo

Mediatization and journalism

Muniz Sodré¹

Resumo: O esvaziamento da representação parlamentar no âmbito da midiatização tem enormes consequências práticas para o jornalismo de feição liberal. Multiplicam-se as indagações sobre as possibilidades de uma prática jornalística independente, capaz de intervir com uma função mediadora relevante na agenda pública e com efeitos de natureza política. Esta função é institucional, a meio caminho entre os aspectos políticos da sociedade civil e os aspectos organizacionais. Sob o império dos autômatos, o jornal poderia estar deixando de ser uma entidade republicana.

Palavras-chave: jornalismo liberal, midiatização, representação parlamentar, agenda pública, autômatos.

Abstract: The withering of parliamentary representation within the scope of mediatization has enormous practical effects upon liberal journalism. There is a growing number of questions about the prospects of a free journalistic activity capable of exercising a relevant mediating function in the public agenda. This is an institutional function midway between the political aspects of civil society and the organizational aspects. Under the rule of robots the newspaper might as well disappear as a republican entity.

Keywords: Liberal journalism. Mediatization. Parliamentary representation. Public agenda. Robots.

1 Professor Emérito da Universidade Federal do Rio de Janeiro.
E-mail: sodremuniz@hotmail.com

I - Introdução

Eu vou me ater aqui ao item da relação entre midiatização e jornalismo. Para mim, uma questão crucial nos estudos de midiatização é investigar como as relações de poder poderiam oferecer matéria-prima para um novo tipo de política, levando-se em conta o depauperamento da representação parlamentar no âmbito da midiatização, que é poder sem política visível, mas certamente poder que aprofunda o controle social. Desde agora se sabe que o poder algorítmico é enorme, mas não ilimitado. Um dado relevante é que, entre 2009 e 2011, os serviços de inteligência militar dos Estados Unidos investiram muitos milhões de dólares em modelos algorítmicos para prever distúrbios políticos em escala global. Não conseguiram sequer prever o fenômeno da “primavera árabe”, que desestabilizou velhas estruturas políticas e levou à derrubada de governos.

Assim, diante do crescente açambarcamento da vida social por economia (finanças) e tecnologia, é pertinente especular sobre se a política em sentido largo, isto é, como evento essencial à organização da pluralidade humana em comunidades, considerando-se a crise sistemática dos aparatos de Estado e a decomposição das formas tradicionais de representação, ainda se revela um caminho institucional aberto às sociedades civis. E junto com ela uma prática jornalística independente – entenda-se: independência como razoável equilíbrio entre corporação econômica e posição de classe social – capaz de intervir com uma função mediadora relevante na agenda pública e com efeitos de natureza política. Esta função é institucional, a meio caminho entre os aspectos políticos da sociedade civil e os aspectos organizacionais.

A mediação, como já frisamos, faz o trânsito simbólico ou faz a “comunicação” da propriedade de um elemento para outro, por meio de um terceiro termo, que é um meio de articular dois elementos diversos. Há, assim, um dualismo implícito na ideia de mediação, reforçado pela noção decorrente de “intermediação”, ou seja, pela aproximação, por meio de um terceiro, entre dois termos separados. No espaço público, esse intermediário pode consistir em “pequenos grupos” (líderes de opinião)

e *gatekeepers* (porteiros ou filtros informativos). A imprensa tradicional, uma entidade híbrida de organização produtiva e instituição de abrigo da livre expressão civil, tem sido sociologicamente caracterizada como esse “porteiro” – na prática, um intermediário entre o cidadão e a esfera pública.

Aumenta a suspeita, entretanto, de que essa intermediação poderia estar sendo afetada pela decomposição da política parlamentar, ao mesmo tempo que emergem novas formas sociais e novos embriões institucionais. De fato, o prestígio da imprensa escrita decorre de uma mediação politicamente comprometida com o incipiente liberalismo oitocentista, voltado para a questão dos *limites* do Estado. A imprensa propõe-se a desvendar e combater os segredos do poder de Estado. Por outro lado, é culturalmente herdeira do Iluminismo, que contribuiu fortemente para a renovação dos padrões de vida por meio da defesa do discurso racional e da investigação científica.

Na segunda metade do século XIX, o jornalismo foi fundamental para o aperfeiçoamento das condições liberais de discussão e persuasão, abrindo caminho para a democracia das opiniões num espaço público consentâneo com a Revolução Industrial e com o liberalismo político e econômico. O jornal era uma entidade republicana. Dentro deste escopo, seria até possível conceber o jornalismo como um projeto político maior do que o “jornal” em si mesmo. De fato, já em 1920, o educador e filósofo pragmata John Dewey dizia que o jornalismo deveria ir além do mero relato objetivo de acontecimentos (o modelo em que a imprensa “reporta” e o leitor consome) para se tornar um meio de educação e debate públicos. Favorecendo o diálogo direto entre cidadãos e jornalistas, a atividade jornalística, mais do que “reportar”, teria em seu âmago a promoção de uma “conversa” pública.

Na virtualidade dessa conversa, incrementam-se os dogmas da “soberania do povo” subjacentes à moderna ideia de nação. Essa função, que é a virtude intrínseca da imprensa, lastreia eticamente o pacto de comunicação implícito na relação entre os meios de informação e a sua comunidade receptora. Seja no jornalismo escrito ou eletrônico, o dever do jornalista para com seu público-leitor (portanto, seu compromisso ético) seria dizer uma verdade, reconhecida como tal pelo senso comum desde que o enunciado corresponda a um fato.

A virtude desse regime público de veridicção decorre do preceito das liberdades civis instituídas pela Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão. Foi assim que a imprensa livre pôde ser reconhecida como obra do espírito objetivo moderno e, deste modo, constituir um pano de fundo ético-político que tornaria escandaloso para a consciência liberal, em qualquer parte do mundo, o fenômeno do jornalismo sensacionalista ou tornaria condenável pela consciência moral do jornalista o falseamento ou o encobrimento da verdade factual. De fato, a política e a cultura presidiram à reinterpretação da *koiné* antiga na Europa do século XVIII. A irrupção dessa realidade nova na História foi um dos efeitos da transformação das relações de produção (a Revolução Industrial), que se alinhava com a expansão da democracia burguesa. Eram estratégicas (aliás, na mesma esteira das proclamações teóricas e políticas de Rousseau) a educação e a cultura enquanto instrumentos da concepção de democracia como valor e como fim, e não mais apenas como mecanismo de governo. A disseminação dos dogmas da “soberania do povo” demandava o livre trânsito de ideias, o que suscitou o conceito de espaço público.

O espaço público, supostamente o lugar natural de exercício da opinião pública aventada por Rousseau, sempre foi simultaneamente político e cultural, uma conjugação de política e Letras (na acepção ampla, e não apenas literária, da palavra). Discursivamente, ele se apoiava em instituições literárias, arenas de debate e meios editoriais, além da imprensa como “agente promotor de cultura”. A associação entre o Parlamento e as Letras era realmente familiar aos intelectuais oitocentistas.

Para a instância política, era muito importante, se não essencial, como sustentava Dewey, “o aperfeiçoamento dos métodos e condições de debate, discussão e persuasão. Este é o problema do público”.² A realidade histórica desse dito “espírito objetivo” da época é parcialmente também uma projeção discursiva da famosa “República das Letras” ou “república literária” europeia, que favorecia o diálogo de tipo retórico (em vez do

2 DEWEY, John. *The public and its problems*. Athens, OH: Swallow Press, 1980. p. 208.

formalismo lógico da *disputatio* escolástica) e, já em meados do século XVII, podia servir como equivalente da palavra “público”, isto é, o diálogo que contempla assuntos de interesse geral e não meramente privados.³

A *conversa*, a que John Dewey se refere como meio de educação e debate público, é a forma comunicativa nas agremiações de sábios ou academias para incrementar a circulação dos *studia humanitatis*, em que primavam a eloquência, a poesia, a história e a erudição. Embora tendo o seu centro nervoso em Paris, celebrada como “capital do Espírito”, as *sociedades de conversa* desenvolveram-se em círculos dispersos na Europa, graças a uma forma humanista da dialética – a “conversa civil”, inseparável de uma filosofia dos costumes – destinada a interlocutores que não eram doutores nem doutos.

De fato, desde o começo do século XIX, a atividade jornalística se associava à racionalidade discursiva que, no século anterior, caracterizava a esfera pública, materializada em cafés, clubes e revistas. E tudo isso podia ser descrito pelo termo genérico de “literatura”, uma vez que esta designação ainda não tinha se fixado definitivamente como uma “expressão de subjetividade” concretizada em romance ou poesia. A imprensa de que fala o escocês Thomas Carlyle (expoente da historiografia romântica na Inglaterra oitocentista) é o espaço onde se movimenta o “homem de letras”, entendido como escritor profissional, mas também como um indivíduo investido de uma autoridade ideológica análoga à do sábio. Nesta perspectiva, a imprensa teria substituído tanto o púlpito quanto o Senado.⁴

Karl Marx, que muito atuou como jornalista, por alegados problemas econômicos – tanto para a imprensa alemã (*Gazeta Renana, Nova Gazeta Renana*) como a inglesa, e a norte-americana (*New York Tribune*) –, expressou algumas vezes o seu julgamento do jornalismo ora como prática inessencial, ora como algo cansativo que o desviava de seu verdadeiro trabalho. Marx questiona o discurso da informação quando entregue apenas à sua própria lógica (o que enseja comparações com a mídia

3 Cf. FUMAROLI, Marc. *La République des Lettres*. Paris: Gallimard, 2015. p. 120.

4 Cf. SODRÉ, Muniz. *A narração do fato – notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2012.

atual): “Mesmo a publicação diária e completa poderá ser chamada de completa e *pública*? Não estaremos resumindo ao substituir escrita por palavra, planos por pensões, ações de papel por ações reais? Ou a publicação consiste somente no relato do fato *real* ao público e não no relato do fato ao público *real* – isto é, não o público leitor imaginário, mas o público vivo, verdadeiro?”⁵

A crítica marxiana dá margem à suspeita de que a argumentação liberal sobre o direito civil de livre expressão pode não coincidir inteiramente com o funcionamento da imprensa, que é classicamente ligada ao princípio liberal do parlamentarismo como “governo por publicidade e discussão”, mas que é hoje inseparável do sistema informativo como um todo – a midiáticação – regido pela mesma lógica de velocidade de circulação das mercadorias, a que se tem chamado de “tempo real”. No interior desse sistema, o próprio conceito de “acontecimento” pode depender mais de uma modelagem algorítmica do que de negociações simbólicas entre os atores sociais que tradicionalmente concorriam para o jogo de linguagem ou “pauta” do noticiável.

Apesar das críticas e dos históricos desvios de percurso, o ideário liberal da imprensa burguesa mantém como pano de fundo a liberdade de expressão e a “conversa civil”. E não pode ser de outra maneira, visto que esse ideário se alimenta dos efeitos narrativos da historicidade política que caracterizava a imprensa desde o começo de seu florescimento no século XIX, no bojo do conceito iluminista de opinião pública e da concretização do direito (civil) de expressão e liberdade de pensamento. A ideologia subjacente ao jornalismo ainda é o de afinar-se liberal e eticamente (logo, com virtudes públicas) com os princípios básicos da soberania democrática, tais como o constitucionalismo, a liberdade civil e política ou com ideais coletivos – a visibilidade das decisões de Estado, o estabelecimento da verdade sobre questões essenciais para a coletividade, a informação isenta sobre a vida cotidiana, etc.

Esses efeitos políticos – de natureza diversa da mera mobilização obtida por formadores de opinião nas atuais redes eletrônicas – sempre foram gerados pela diversidade das expressões correspondentes a posições de classe diferentes relativas

aos três poderes de Estado e ao funcionamento da economia. A realidade da democracia representativa é alimentada pelo jogo das diferenças entre posições de classe ou de alianças políticas frente a poderes constitucionais. O totalitarismo emerge quando essa realidade é substituída por um simples formalismo jurídico (três poderes e Constituição burocraticamente articulados sem mediação política), apagando-se a pluralidade representativa em favor de um efetivo poder anticonstitucional, cujas modalidades variam da ditadura pessoal, militar, classista, teocrática até a partidário-burocrática (Rússia e China, por exemplo). A transitividade política da informação jornalística tem sido característica exclusiva da democracia representativa.

Mas essa democracia liberal, parlamentar, delegada – historicamente afirmada desde fins do século XIX – comporta alternativas teóricas, esparsamente sugeridas por autores com tendências reformistas ou revolucionárias. Gramsci, por exemplo, que sempre manifestou desconfiança teórica para com a forma da democracia parlamentar, aventa a hipótese de uma “democracia conselhistas” (ou soviética) como superior, criticando o consenso formalista-procedimental quanto ao voto como momento final da disputa eleitoral pela representação e incitando à busca de uma relação diferente entre governantes e governados. Embora nenhuma alternativa tenha vingado em termos real-históricos, era perfeitamente racional a avaliação do pensador italiano no sentido de que a forma parlamentar não conseguia espelhar a “soberania popular”, uma vez que a opinião pública seria artificialmente orientada pelos “persuasores ocultos” daquela época, isto é, por rádio e imprensa, no processo de renovação orgânica do bloco dirigente.

Noutros contextos, em meio à inércia histórica do corpo social, a inanidade política da representação pode coexistir com sua pura forma jurídica no âmbito de um poder anticonstitucional conduzido por organizações corporativas de controle estrito ou ampliado da informação. Assim é que, hoje afinada com a ordem jurídico-social e exclusivamente orientada para o mercado, a organização (corporação, empresa, indústria) sobre-põe-se à lógica institucional da imprensa clássica. Esta sempre foi politicamente legitimada pela preservação dos direitos civis, da liberdade e da democracia e semioticamente lastreada por

um pacto simbólico de transparência ou de veridicção, isto é, de comunicação de uma verdade consensual.

Para o jurista e escritor oitocentista Oliver Wendell Holmes, “o melhor teste da verdade é o poder que tem uma ideia de ser aceita na competição do mercado”. Holmes era um pragmatista norte-americano, afeito à ideologia competitivista do darwinismo social, mas a sua frase se ajusta bem ao embate pela hegemonia (convencimento, persuasão, influência) na moderna esfera pública. Trocar essa esfera pela palavra “mercado” tem, porém, algo de premonitório: a cidadania que hoje serve de referência a essa nova qualificação histórica da existência chamada *bios midiático* é basicamente a cidadania consumidora. O social passa a ser qualificado por capacidade de consumo – isto é o que passa a definir a agenda pública, assim como restaurar a velha tipificação do “cidadão passivo”. Socializar-se não seria politizar-se, mas consumir. A consciência individualista sobrepõe-se, no espaço público, às injunções políticas de responsabilidade social.

Na lógica atual do mercado, verdade é um *produto reiterado*, não por consenso liberal, mas pelo automatismo inerente ao circuito discursivo dos dispositivos de mídia. Análoga à formulação da propaganda nazi-fascista de Goebbels (“uma mentira mil vezes repetida torna-se verdade”), a verdade é como um prego que se martela na parede. Mas fora do escopo da propaganda clássica, ou seja, da intenção de inculcar um ponto de vista supostamente verdadeiro, o jogo atual do mercado e da rede se perfaz pela *amplificação tecnológica* (a eletrônica e a semiose redefinem e alargam o espaço) do ponto de vista. Este, em vez de apenas “martelado”, é “irradiado” (pelo que os especialistas chamam de *câmara de eco*), ao modo de uma contaminação atômica ou viral.

Não há propriamente inculcação (exceto em estratégias deliberadas de desinformação), e sim *autoengano* por sutis mecanismos de *exposição*: não mais se trata da verdade supostamente inscrita no fato como uma essência inquestionável – que dava origem à ideologia técnica da objetividade jornalística –, mas do *desejo do fato* (aquele que se deseja receber) – articulado com a lógica segmentada do mercado, em vez de um paradigma politicamente referido a ideais de soberania popular. Com efeito,

o que estamos chamando de “inculcação” designa um processo ativo de introjeção de conteúdos intelectivos na consciência individual ou coletiva, decorrente de um regime discursivo mais ou menos unitário a que se pode dar o nome de “ideologia”, por menos monolítico ou mais conceitualmente ambíguo que seja. A “exposição”, em contrapartida, diz respeito à criação de uma ambiência (modos de sentir, de viver) que preside ao *socius* como uma atmosfera hegemônica, pautada por uma lógica mais emocional do que sógnica, mais formal (o falatório, por exemplo) do que semântica, logo, mais subconsciente do que consciente.

O que chamamos de prevalência da lógica de mercado – correspondente na esfera de funcionamento dos dispositivos de comunicação/informação ao fenômeno da “midiatização” – é um efeito automático da financeirização, concebida como máquina tecnossocial capaz de mobilizar formas diferentes de poder. Ao lado do poder como pura e simples dominação (a hierarquia do poder institucionalizado), aventa-se a hipótese do poder como rede (as matrizes intersticiais de influência), que constitui na verdade a ampliação da velha metáfora da imprensa como um “quarto poder”.

Nessa configuração se retrai o alcance político da informação, uma vez que o espaço público é configurado primordialmente por mercado e por dispositivos de informação. Entra em crise toda a mitologia liberal da *opinião pública*, desencadeada por Rousseau (pela primeira vez numa carta, às vésperas da Revolução Francesa, depois em *O Contrato Social*) a partir da ideia iluminista de que a opinião pública, supostamente um reflexo da vontade geral, poderia contrabalançar o exercício do poder.

A rigor, não existe essa “opinião pública” (que se confunde com senso comum ou com formações de consenso ideológico) a não ser como ficção do liberalismo político erigida por mecanismos institucionais. A imprensa livre nasce como um corolário da instituição moderna do consenso liberal-democrático. Ainda que se estruturasse empresarialmente (portanto, com objetivos comerciais), o lado “instituição” preponderaria ideologicamente sobre o lado “organização”.

Mas essa institucionalização entra em crise com a reorganização neoliberal do modo de produção e das formas de vida

correntes. Primeiro, apequena-se o alcance do Estado nacional; segundo, livre mercado e globalização financeira sobrepõem-se à lógica da *sociedade política* (relações entre governantes e partidos), a opinião pública torna-se “liberal-censitária” sob controle dos instrumentos de avaliação, e as entidades organizacionais fazem-se socialmente mais visíveis e tecnologicamente mais poderosas no exercício daquela “câmara de eco”, que é a hegemonia implícita no ecossistema midiático. Nessa nova conjuntura, a retração ou a crise da dialética pública da verdade pode investir-se de características regressivas, análogas a algumas que pontuavam as situações fascistas na primeira metade do século XX: fundamentalismos, irracionalismos partidários, exasperações raciais, aversão à temporalidade lenta dos processos democráticos, louvação heterodoxa da eficácia empresarial, etc. É o que estamos experimentando agora.

A midiatização em debate

Debating mediatization

Pedro Gilberto Gomes¹

Resumo: A realidade da midiatização na sociedade atual desperta o interesse e a curiosidade de pesquisadores e estudantes de comunicação social. Os estudos situam-se no marco de uma epistemologia da comunicação. Refletindo sobre o fenômeno da midiatização, os pesquisadores deparam-se com a dificuldade em conceituá-lo adequadamente. Este artigo defende a ideia de que o conceito de midiatização não é unívoco. Os diversos contornos midiáticos se aproximam dele com vozes e perspectivas distintas. Cada grupo, ao utilizar o conceito, o toma de uma maneira peculiar e com diversas significações, muito embora elas, na maioria das vezes, escondam-se subliminarmente nas reflexões realizadas. Há um pré-dado que informa e guia tanto a utilização como a compreensão do conceito. É importante sublinhar que o conceito não é equívoco, mas comporta diversas vozes, de acordo com a realidade particular onde se realiza o estudo. Depois de realizar um percurso inicial de algumas posições, a nosso ver mais relevantes, sobre o conceito de midiatização, o artigo conclui que a sociedade em midiatização constitui, nessa perspectiva, o caldo cultural, repetimos, onde os diversos processos sociais acontecem. Ela é uma ambiência, um novo modo de ser no mundo, que caracteriza a sociedade atual.

Palavras-chave: Mídia. Midiatização. Processos midiáticos. Comunicação.

1 Vice-reitor da Unisinos. Professor titular do PPGCC-Unisinos. E-mail: pgomes@unisinos.br

Abstract: The reality of mediatization in today's society arouses the interest and curiosity of researchers and students of social communication. The studies are within the framework of an epistemology of communication. Reflecting on the phenomenon of mediatization, researchers find it difficult to conceptualize it properly. This paper defends the idea that the concept of mediatization is not univocal. The various media continents approach it with different voices and perspectives. Each group, when using the concept, takes it in a peculiar way and with different meanings, although they are often subliminally hidden in their reflections. There is a pre-data that informs and guides both the use and understanding of the concept. It is important to underline that the concept is not equivocal, but includes several voices, according to the particular reality in which the study is conducted. After performing an initial overview of some positions, in our view more relevant, about the concept of mediatization, the article concludes that society in mediatization constitutes, in this perspective, the cultural broth, we repeat, where the various social processes take place. It is an ambience, a new way of being in the world that characterizes today's society.

Keywords: Media. Mediatization. Media Processes. Communication.

I - Introdução

Essa é uma reflexão sobre a realidade da midiatização na sociedade que desperta o interesse e a curiosidade de pesquisadores e estudantes de comunicação social. Os estudos situam-se no marco de uma epistemologia da comunicação.

Não obstante a linha condutora que emerge do tratamento da midiatização na Academia², a realidade não expressa uma univocidade do conceito. Ao contrário, os diversos continentes midiáticos se aproximam dele com vozes e perspectivas distintas. Cada grupo, ao utilizar o conceito, o toma de uma maneira peculiar e com diversas significações, muito embora elas, na maioria das vezes, escondam-se subliminarmente nas refle-

2 Veja: GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiatização*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2017.

xões realizadas. Há um pré-dado que informa e guia tanto a utilização como a compreensão do conceito.

É importante sublinhar que a equivocidade não reside no conceito, como algo constitutivo dele. Pelo contrário, o que há é uma perspectiva distinta, de acordo com a realidade e o interesse de quem o utiliza. A inclinação, aqui, é para dizer que existe uma multivocidade. Isto é, muitas vozes para um mesmo conceito. Portanto, o conceito não é equívoco, mas plurívoco.

Apresentamos aqui um percorrido inicial de algumas posições, a nosso ver mais relevantes, sobre o conceito de midiatização³. O trajeto permitiu ver a amplidão das abordagens e das compreensões do conceito de midiatização. De um lado, há perspectivas que consideram que a midiatização resulta de um processo de aparecer nos meios; isto é, ser publicitado, trabalhado, transmitido pelos diversos meios. Os campos sociais se relacionam entre si e são afetados e afetam os meios de comunicação, nos seus diversos dispositivos.

De outro lado, estão aquelas visões que veem a mídia agindo profundamente nas relações sociais, transformando a sociedade. Ela desenvolve um papel importante, mas ainda se identifica com um campo social ao lado dos outros. Nesse particular, a economia, a política e a religião, por exemplo, são profundamente afetadas pela estruturação social trazida pelos meios de massa.

Numa visão mais sociológica, a midiatização é tematizada como um paradigma para o estudo da sociedade. Indagase, nessa situação, qual é o futuro da teoria de campo, tão dominante nas reflexões sociológicas contemporâneas.

Outra dimensão, principalmente ligada ao grupo argentino⁴ e seus parceiros brasileiros, procura ver a midiatização como a construção de uma ambiência distinta que está mudando o nosso modo de ser no mundo. É disso que passaremos a tratar agora.

Pesquisadores da Inglaterra, Alemanha, Suécia, Noruega e Dinamarca (com ramificações na França e Portugal)

3 As análises das diversas opiniões no Brasil, Argentina e Europa estão consignadas no relatório de pesquisa apresentado ao CNPq.

4 Desenvolvido no CIMI, da Universidade de Rosário, Argentina.

têm uma considerável produção intelectual sobre o assunto⁵. Entretanto, para alguns deles, o conceito estaria chegando ao fim, tendo a sua carga semântica esgotado a sua capacidade de explicar a realidade. Estaríamos no *fim da midiatização*.

Em conferência proferida no Simpósio Internacional “Comunicação política em uma encruzilhada”, em Milão, em 17 de março de 2017⁶, Winfried Schulz discute a possibilidade do fim da midiatização, tendo em vista a emergência das redes sociais que perpassam toda a vida social.

Sua reflexão tem como ponto de partida a importância da mídia de massa na sociedade contemporânea. Ancora suas posições nos estudos de Gianpietro Mazzoleni sobre a relação entre a lógica da mídia e a lógica partidária, visualizada na pesquisa sobre a cobertura da campanha nas eleições gerais italianas de 1983⁷. O foco foi a mudança do relacionamento entre os partidos políticos e os meios de massa na Itália, identificando duas lógicas: a lógica da mídia e a lógica da política. O pano de fundo é a teoria da mídia de David Altheide, sociólogo americano⁸, que centra a sua teoria no conceito de formato da mídia. Todo e qualquer meio de comunicação, incluindo os modernos meios de massa, organizam suas mensagens utilizando formatos específicos, sendo que esses, antes de tudo, são um meio de controle social.

No entanto, sublinha Schulz, Mazzoleni introduziu o conceito de midiatização, mas não o inventou. O cientista político sueco Kent Asp, frisa Schulz, reclama para si a primazia de ter criado o termo *midialização* em 1986, escrito com “l”⁹, para chamar a atenção para o crescente poder dos meios de comunicação de massa e a retirada de poder dos atores e instituições

5 Veja-se principalmente a obra: LUNDBY, Knut *et al.* *Mediatization of Communication*. Berlin: De Gruyter Mouton, 2014. (Coleção Handbooks of Communication Science, n. 21).

6 SCHULZ, Winfried. *The End of Mediatization*. The International Symposium “Political Communication at a Crossroads: An International Encyclopedia”, Milano, 17 March 2017.

7 MAZZOLENI, Gianpietro. Media Logic and Party Logic in Campaign Coverage: The Italian Election of 1983. *European Journal of Communication*, v. 2, p. 81-103, 1987. A pesquisa foi realizada por ele e seus colegas: Giorgio Grossi e Paolo Mancini.

8 ALTHEIDE, D. L.; SNOW, R. P. *Media Logic*. Beverly Hills, CA: Sage, 1979.

9 ASP, Kent. Medialization, Media Logic and Mediarchy. *Nordicon Review*, v. 11, n. 2, p. 47-50, 1990.

políticas. O termo é mais antigo e era usado para descrever o processo de desempoderamento político no início do século XIX (entre 1802 e 1814)¹⁰.

O neologismo midiatização apareceu e se desenvolveu na comunidade científica durante os anos de 1990, principalmente em publicações de autores alemães e escandinavos. Schulz afirma que uma das primeiras contribuições foi de Gianpietro e dele próprio em 1999¹¹.

Segundo Schulz, o propósito do artigo foi tornar admissível essa palavra de “treze letras”. Para isso, primeiro a distinguiram de mediação. Enquanto mediação é um termo neutro, midiatização *denota consequências problemáticas ou concomitantes no desenvolvimento dos modernos meios de comunicação*¹². Sublinha que a midiatização é mais crítica aos outros modelos de dependência da mídia.

O auge dessa submissão da lógica da política pela lógica da mídia acontece com a consolidação e desenvolvimento da televisão. Não obstante, grandes mudanças estão acontecendo no mundo da mídia. Nas duas últimas décadas, as tecnologias de mídia têm se desenvolvido muito.

A transformação assumiu velocidade e ganhou ampla difusão com a chamada Web 2.0, com a introdução dos smartphones, fáceis de lidar, com aplicativos e redes sociais, tais como o Facebook, Twitter, YouTube, entre outros¹³.

Essa realidade transformou sobremaneira o papel da mídia como intermediária que conecta indivíduos e instituições. Níveis, setores, centro e a periferia do sistema político estão cada vez mais enfraquecidos. Logo, todas essas alterações colocam em questão o conceito de midiatização. Os atores políticos foram emancipados frente ao modo de operação dos meios de comunicação de massa. Por que devem eles se adaptar à lógi-

10 SCHULZ, 2017, p. 2.

11 MAZZOLENI, G.; SCHULZ, W. *Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy? Political Communication*, v. 16, p. 247-261, 1999.

12 SCHULZ, 2017, p. 3.

13 *Ibid.*, p. 4.

ca da mídia e adaptar suas preocupações e suas mensagens às regras de produção jornalística? Agora, eles podem contornar a mídia e ir diretamente ao público, sem maiores mediações¹⁴.

A pergunta lógica é: estamos diante do fim da mediação? Na conclusão, Schulz afirma que se estamos prontos para abandonar o conceito de lógica da mídia como um conceito para organizar a mensagem na era da televisão, também estaremos para abandonar o conceito de mediação¹⁵. Para ele, *ao se examinar a transformação da comunicação política na era da internet, é mais importante analisar suas consequências que o modo de nomear o processo de mudança*¹⁶.

Nesse sentido, a consequência do processo de mudança, para ele, aponta para o fim da mediação. Poderíamos concordar com Schulz se, como ele e outros, considerássemos a mediação como a utilização da mídia e a submissão à sua lógica. Nesse caso, quando as mídias sociais emancipam os atores sociais (no caso, políticos) do poder da lógica da mídia de massa.

Entretanto, como já desenvolvemos em vários lugares¹⁷, não estamos mais diante do fenômeno do uso de dispositivos tecnológicos para a transmissão da mensagem, nem como mediadores da relação dos indivíduos com a realidade. Ao contrário, o que o desenvolvimento das mídias digitais está criando é uma nova ambiência, que, por sua vez, dá lugar a um novo modo de ser no mundo. A consequência disso é que, em lugar de estarmos assistindo ao fim da mediação, estamos apenas no limiar de seu pleno desenvolvimento. Que sociedade nascerá? Que modo de viver estabelecerá? Isso somente o tempo e sua evolução dirão.

Na perspectiva de uma nova ambiência, o tema ainda não foi suficientemente explorado, pois ele ultrapassa a mera reflexão sobre a mídia e seu papel na sociedade. Essa concepção de ambiência é consequência de uma mudança de época na história da humanidade.

14 Cf. *ibid.*

15 Cf. *ibid.*, p. 8

16 *Ibid.*, p. 8.

17 Mais recentemente: FAXINA, Elson; GOMES, Pedro Gilberto. *Mediação: um novo modo de ser e viver em sociedade*. São Paulo: Paulinas, 2016; GOMES, Pedro Gilberto. *From Media to Mediatization*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2017.

Essa situação vem à lume quando se pergunta pela midiatização¹⁸. No trabalho que ilumina a pergunta, fazemos a distinção entre holistas e individualistas na análise da realidade, que, pensamos, pode contribuir para justificar a pergunta. No caso concreto em que nos debatemos, é inegável a contribuição que a consideração dos aspectos individuais trouxe para a compreensão da comunicação. A análise dos diversos meios de comunicação como dispositivos tecnológicos se inscreve no âmbito da visão dos individualistas, na contemplação dos microfenômenos. Aqui se permite falar em midiatização enquanto aparecer na mídia, e a análise dos meios em particular direciona e preside a reflexão sobre o fenômeno. A história da pesquisa na área deixa patente que, na literatura das pesquisas, abundam obras que se dedicam ao estudo do jornalismo, do rádio e da televisão e, agora, da internet em suas variadas dimensões.

Observa-se a tentativa, válida e, muitas vezes, exitosa, de interpretar a comunicação a partir de seus elementos individuais. No caso da midiatização, considera-se que ela é um agregado formado pelas ações, atitudes ligadas às pessoas e veículos particulares. São os veículos, os profissionais que são reais. Os grupos, as instituições e ambientes coletivos são uma espécie de ficção. Esse é o âmbito dos microfenômenos, na perspectiva individualista.

Não obstante, existem, hoje, aspectos e dimensões que se mostram impermeáveis a esse tipo de abordagem. Nesse caso, a postura holística parece ser a mais conveniente e adequada. A dimensão dos processos midiáticos transcende os fatos individuais, os microfenômenos, e aponta para os aspectos coletivos, os macrofenômenos, a construção social coletiva a partir do processo de uma sociedade em estado de midiatização. A questão é: como abordar o processo midiático, que hoje está sendo compreendido como midiatização e gera uma nova ambiência?

O objeto da comunicação é arredo e fugaz. Para encontrá-lo faz-se imperioso educar os olhos para ver além das aparências e se concentrar na busca sistêmica do todo. Considerar

18 As reflexões a seguir foram hauridas do artigo "Como o processo de midiatização (um novo modo de ser no mundo) afeta as relações sociais?" In: BRAGA, José Luiz et al. *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2013. p. 127-139.

as partes sem vê-las para surpreender o *fogo fátuo* da comunicação. Unicamente desse modo o pesquisador encontrará o seu objeto no brilho fugaz dos processos. Os processos midiáticos, com suas relações, interconexões, conexões e inter-relações, exigem que se olhe, sem ver, transcendendo-se a limitação do particular para perceber a interconexão do universal. Ultrapassando os entes para encontrar o ser. Muito embora os dispositivos particulares imponham-se com seu brilho ao olhar do pesquisador, é a humildade do processo que permite desentranhar os processos midiáticos e descobrir o método adequado para com eles dialogar. O objeto precede o método. Enquanto o objeto da pesquisa foi constituído pelos microfenômenos, isto é, os meios de comunicação e seus personagens, o método não significou maiores problemas. O avanço proposto pelas pesquisas qualitativas, com os grupos focais, histórias de vida, etnografia, não foi suficiente para que se ultrapassasse a perspectiva individualista e se encontrasse o sistema na sua totalidade. Os macrofenômenos dos processos midiáticos permanecem soberanos, desafiando a argúcia dos investigadores. O ambiente formado pelas interconexões midiáticas é refratário aos métodos e abordagens singulares. Ele está presente em todos os meios e faz com que a midiatização seja. Entretanto, ele é arredio e se esconde atrás dos fenômenos particulares que tocam apenas periféricamente a questão da sociedade em midiatização. A soma e junções de perspectivas individuais não brindam a compreensão do ambiente na sua totalidade.

A problemática da midiatização da sociedade, além do compartilhamento de metodologias e conceitos entre as diversas ciências, exige uma aproximação distinta. A situação atual não mais permite uma contemplação externa, com conceitos adrede formulados. Ao contrário, o pesquisador que objetiva interpretar o momento presente deve deixar-se tocar e desafiar na explicitação de metodologias que emergem do próprio objeto.

A análise a partir de campos e dos dispositivos tecnológicos fica aquém do desejado e cria problemas (quando não torna impossível) para um correto dimensionamento dos desafios colocados pela ambiência midiatizada atual.

O dilema hoje vivido, dentro de uma visão sistêmica e complexa, é superar as abordagens setORIZADAS, fragmentadas e

parcializadas para compreender a realidade. Nessa dimensão, a soma das diversas partes não fornece o conhecimento do todo. A totalidade social não é alcançada pela soma da visão das diversas áreas isoladas.

Desse modo, o processo de midiatização da sociedade desafia os pesquisadores das diversas ciências para a estruturação de um esquema interpretativo, fruto do trabalho em conjunto, na consciência de que os dispositivos tecnológicos são apenas uma mínima parcela, a ponta do *iceberg*, de um novo mundo, configurado pelo processo de midiatização da sociedade¹⁹. Estamos vivendo hoje uma mudança epocal, com a criação de um *bios* midiático²⁰ que incide profundamente no tecido social. Surge uma nova ecologia comunicacional²¹. É um *bios* virtual. Mais do que uma tecnointeração, está surgindo um novo modo de ser no mundo, representado pela midiatização da sociedade que coloca frente a uma nova ambiência que, se bem tenha fundamento no processo desenvolvido até aqui, significa um salto qualitativo, uma viragem fundamental no modo de ser e atuar.

Para alcançar a totalidade do objeto, o pesquisador deve tomar distância das manifestações particulares para contemplar o mosaico do ambiente formado. Os macrofenômenos, na dimensão holística, aditam novas visões que transcendem o singular e permitem que se forme a imagem do que se estrutura na sociedade em midiatização. A reflexão metamidiática leva-nos à contemplação da questão da midiatização, como um ponto de chegada na evolução e desenvolvimento a partir do que foi chamado de “sociedade dos mídias”.

A trajetória da sociedade dos mídias à sociedade em midiatização é um processo lento e gradual que se desenvolve

19 De acordo com Luhmann, “[...] convence muito pouco a idéia de que só se trata, de qualquer forma, de um anexo de outros sistemas de função, que se servem dos meios de comunicação como um meio técnico para divulgar suas comunicações. [...] Eles não podem ser reduzidos, enquanto comunicação social de grande repercussão, à mera técnica” (LUHMANN, Niklas. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005. p. 119).

20 Na feliz expressão do pesquisador Muniz Sodré.

21 As idéias que seguem e embasam a reflexão foram desenvolvidas em: GOMES, Pedro Gilberto. *A filosofia e a ética da comunicação no processo de midiatização da sociedade*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2006. Ver, principalmente, o capítulo 6.

em dois eixos profundamente interligados. De um lado, temos o eixo do tempo que nos insere na perspectiva de uma evolução cronológica que vai dos primórdios da consciência e chega aos dias atuais. O segundo eixo se situa na dimensão qualitativa, de complexidade sempre crescente nas relações, inter-relações e interconexões humanas. É a bissetriz de ambos que espelha a flecha simbólica da evolução humana.

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

Essas afirmações sustentadas na obra citada mantêm a sua pertinência hoje. Mais ainda, são cada vez mais pertinentes e apontam não para o fim da midiatização, mas a relevância cada vez maior que ela assume hoje.

Referências

- ALTHEIDE, D. L.; SNOW, R. P. *Media Logic*. Beverly Hills, CA: Sage, 1979.
- ASP, Kent. Medialization, Media Logic and Mediarchy. *Nordicon Review*, v. 11, n. 2, p. 47-50, 1990.
- BAUMAN, Zygmunt. *Ética pós-moderna*. 7. ed. São Paulo: Paulus, 2018.
- BRAGA, José Luiz *et al.* *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2013.
- BRAGA, José Luiz. O que a comunicação transforma? In: BRAGA, José Luiz *et al.* *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2013. p. 156-171.
- DE CERTEAU, Michel. *Le lieu de L'Autre: Histoire religieuse et mystique*. Paris: Gallimard, 2005.
- FAUSTO NETO, Antônio. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? In: BRAGA, José Luiz *et al.* *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2013. p. 43-64.

- FAXINA, Elson; GOMES, Pedro Gilberto. *Midiatização: um novo modo de ser e viver em sociedade*. São Paulo: Paulinas, 2016.
- FERREIRA, Jairo. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições? *In: BRAGA, José Luiz et al. Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2013. p. 140-155.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2006.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Da Igreja eletrônica à sociedade em midiatização*. São Paulo: Paulinas, 2010a.
- GOMES, Pedro Gilberto. Fenomenologia da midiatização. *In: FERREIRA, Jairo; SIGNATES FREITAS, Luiz Antônio; PIMENTA, Francisco José Paoliello (org.). Estudos de Comunicação: transversalidades epistemológicas*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2010b. v. 1, p. 101-113.
- GOMES, Pedro Gilberto. Como o processo de midiatização (um novo modo de ser no mundo) afeta as relações sociais? *In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto. Dez Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2013. p. 127-139.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiatização: um conceito em evolução*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2017. Este livro é uma edição bilíngue português/inglês.
- MAZZOLENI, G.; SCHULZ, W. Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, v. 16, p. 247-261, 1999.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gill, 1987.
- MAZZOLENI, Gianpietro. Media Logic and Party Logic in Campaign Coverage: The Italian Election of 1983. *European Journal of Communication*, v. 2, p. 81-10, 1987. A pesquisa foi realizada por ele e seus colegas Giorgio Grossi e Paolo Mancini.

- McLUHAN, M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. [Primeira tradução brasileira pela Editora Cultrix, 1967].
- SCHULZ, Winfried. The End of Mediatization. The International Symposium "Political Communication at a Crossroads: An International Encyclopedia", Milano, 17 March 2017.

Análise geracional e mudança social midiaticizada

Generational analysis & mediated social change

Göran Bolin¹

Resumo: Neste artigo, sugiro que a perspectiva geracional é frutífera para a análise do processo de mediação e, portanto, para a análise da mudança social. Primeiramente, exporei brevemente o que “mediação” significa para mim. Depois, discuto as possibilidades de analisar a mediação pela ótica das gerações. Na seção subsequente, sugiro um modelo de como a paisagem da mídia pode ser explicada, e por que a metáfora do cenário é mais adequada do que conceitos concorrentes para este tipo de análise. Na seção seguinte, exporei como se podem localizar gerações diferentes neste cenário e, então, como se pode analisar a mudança social como resultado das maneiras pelas quais as narrativas geracionais são produzidas. Na última seção, resumirei meus argumentos a respeito do porquê uma análise geracional é benéfica para a compreensão da mudança social.

Palavras-chave: Mediação. Mudança social. Cena midiática. Experiência. Tempo. Suécia. Estônia.

Abstract: In this paper I will suggest that a generational perspective is fruitful for analysing the mediation process, and thus for analysing social change. I will first discuss briefly what I mean with ‘mediation’. I will then discuss the possibilities for analysing mediation through the lens of generations. In the subsequent section I will suggest a model for how the media

1 Södertörn University. E-mail: goran.bolin@sh.se

landscape can be accounted for, and why the landscape metaphor is more fitting than competing concepts for this type of analysis. In the section following that, I will discuss how one can locate different generations in this landscape, and then how one can analyse social change as a result of the ways in which generational narratives are produced. In a last section I will summarise my arguments for why a generational analysis is beneficial for the understanding of social change.

Keywords: Mediatization. Social change. Media landscape. Experience. Time. Sweden. Estonia.

I - Introdução

Esta é uma foto do álbum de minha família. No centro da foto você encontra uma garota com um chapéu branco. A garota é minha mãe e quando a foto foi tirada ela tinha 6 anos de idade. A foto foi tirada no norte da Suécia, de onde meus avós são oriundos, em 1939, provavelmente em julho. O mês de julho é o mês em que a maioria dos suecos tiram férias e, durante aquele tempo, meus avós costumavam levar minha mãe de Estocolmo, no centro-sul da Suécia, onde viviam na época e onde minha mãe nasceu, para o norte – para o lugar de onde eles provinham e para onde retornavam a cada verão para algumas semanas de férias.



Figura 1. Família de três gerações. Copyright do autor.

A foto em si é bastante típica em relação ao que se pode encontrar em álbuns de família. Claramente não se trata de uma fotografia feita por um fotógrafo profissional, já que a composição é desequilibrada – a mulher à direita foi cortada pela metade, para o benefício de uma grande porção de mata à esquerda, o fotógrafo evitou a incidência solar diretamente nas lentes, com o resultado de que todas as pessoas que aparecem na foto quase têm que fechar os olhos quando olham em direção à câmera.

Fotografias de álbuns de família nos levam a pensar sobre o tempo e, especialmente, sobre o passado. No momento em que esta fotografia foi tirada, ainda faltavam alguns meses para que a Alemanha invadisse a Polônia, a União Soviética ainda era uma superpotência, a televisão ainda não havia chegado à Suécia e o principal meio de comunicação de massa ainda eram os livros, os jornais, o rádio, o cinema e os discos de música (de goma-laca). As pessoas tinham telefones, mas se alguém lhes dissesse que, no futuro, as pessoas andariam por lugares públicos conversando com outras que também estariam em lugares públicos, ou ainda que poderiam tirar suas fotos de família de três gerações, espontaneamente organizadas, em seus dispositivos móveis, isso teria parecido ficção científica.

Muita coisa realmente mudou desde que esta foi foto foi tirada. Não apenas a maioria das pessoas nela está morta, e minha mãe não é mais uma garota, mas uma mulher de 85 anos que tem seus próprios filhos, netos e até bisnetos. Estas mudanças, embora sejam muito óbvias para nós, não revelam toda a história da mudança social. Para estabelecer tal mudança, precisamos desenvolver uma perspectiva analítica de pesquisa. Neste capítulo, eu gostaria de sugerir uma abordagem epistemológica, centrada na análise geracional, para a mudança social ou, mais precisamente, para o processo de mediatização.

Farei isto em três etapas. Primeiro, exporei o marco teórico da mediatização e sugerirei que há, pelo menos, três formas de se pensar sobre este conceito, todas com seus benefícios e limitações: chamarei estes três tipos de abordagens da mediatização de abordagens institucional, tecnológica e cultural. Em segundo lugar, discutirei os problemas implicados no estudo da mediatização e sugerirei que precisamos ter uma aborda-

gem epistemológica que possa capturar as mudanças sociais de longo prazo. Esta abordagem é a análise geracional. Em terceiro lugar, darei alguns exemplos de análise geracional em cenários midiáticos. Muitos deles são retirados de meu estudo maior intitulado *Media Generations* (BOLIN, 2016), mas, neste contexto específico, vou me deter sobre os aspectos temporais da análise da midiatização.

II - Três abordagens para a teoria da midiatização

Nesta seção, serão expostas três abordagens para a midiatização enquanto processo social. Todas elas têm suas vantagens e limitações, de modo que, neste sentido, nenhuma delas é qualitativamente superior às demais. Porém, uma vez que se baseiam em tradições ontológicas e epistemológicas diferentes, elas correspondem a conjuntos de perguntas diferentes.

Exporei estas abordagens ao distinguir as maneiras pelas quais elas diferem no tocante a uma série de parâmetros. A primeira delas é a maneira pela qual elas teorizam a relação entre “os meios” e a cultura e a sociedade, e se há um relacionamento causal entre estas entidades ou não. A segunda se refere àquilo que elas querem dizer com o termo “mídias”, ou seja, se abordam os meios como tecnologias, organizações, estruturas sócicas ou instituições. A terceira diz respeito à abordagem delas acerca da história e se elas abordam a história como um processo linear ou se outras perspectivas históricas são também incluídas. A exposição será, por necessidade, breve, e uma análise mais detalhada pode ser encontrada em Bolin (2014).

A perspectiva mais comumente usada na pesquisa sobre midiatização é a *abordagem institucional*, com proponentes como Stig Hjarvard (2013) ou Jesper Strömbäck (2008). Como o nome indica, esta perspectiva enfatiza os meios enquanto instituições, e mais frequentemente o foco está nas mídias de massa tradicionais, impressa e televisão (e às vezes o rádio). Uma grande parte desta pesquisa toma como ponto de partida a perspectiva da lógica da mídia de Altheide e Snow (1979), embora sem seu foco mais sutil na dimensão textual, e uma parte igualmente grande foca na instituição do jornalismo em relação à política –

embora haja exceções como Stig Hjarvard (2004), cujo foco está na midiaticização da indústria de brinquedos.

A relação entre mídia, cultura e sociedade, nesta abordagem, postula que a mídia afeta a sociedade (e, às vezes, a cultura) a partir do exterior, onde a mídia tem o papel de variável independente. Isto também faz com que as análises, nesta abordagem, assumam modelos explicativos causais, em que a perspectiva histórica também é em grande parte linear. As instituições midiáticas são vistas como separadas da sociedade, afetando-a causalmente a partir de fora. A perspectiva histórica também costuma ser bastante curta, raramente voltando além de meados do século XX. Um exemplo dessa perspectiva pode ser encontrado nesta citação:

O processo de midiaticização da política pode ser descrito como um processo pelo qual a importante questão envolvendo a independência da mídia em relação à política e à sociedade se conclui com a independência da política e da sociedade em relação à mídia. (STRÖMBÄCK, 2008, p. 241).

Dentro da *abordagem tecnológica*, os meios de comunicação são considerados em sua função de tecnologias e sistemas de signos. Também aqui são principalmente as tecnologias dos meios de massa tradicionais que estão em foco, mas o seu modo de comunicar é que está em foco, ou seja, os limites que eles estabelecem para uma comunicação significativa. Critica-se especialmente o caráter um-para-muitos dos meios de massa, uma vez que ele não permite a “troca simbólica” (BAUDRILLARD, 1971). Esta perspectiva, baseada na antropologia estruturalista, na linguística e na semiótica, aponta mais para o código como o mecanismo decisivo, em comparação com a perspectiva institucional em que é a instituição da mídia que impacta em outras esferas da sociedade. Esta abordagem também é causal em sua concepção da relação entre mídia e sociedade, onde o código afeta a sociedade de fora para dentro. Semelhantemente à perspectiva institucional, a concepção da história é linear, mas aqui é mais a ruptura no desenvolvimento linear que é enfatizada, e não a continuidade.

Jean Baudrillard, em seu artigo de 1971 “Réquiem pelos meios”, é um exemplo do uso precoce do conceito de mediação, precedendo a perspectiva institucional em mais de uma década. Esta é uma citação da tradução para o inglês do texto de Baudrillard, num contexto em que ele discute Benjamin e McLuhan:

O objeto hoje [...] não tem mais nada a ver com os objetos de ontem, assim como as informações ‘mediatizadas’ não têm nada a ver com a ‘realidade’ dos fatos. Tanto os objetos quanto as informações já resultam de uma seleção, uma sequência editada de ângulos de câmera, eles já testaram a ‘realidade’ e somente fizeram aquelas perguntas que ela responde. A realidade foi analisada em elementos simples que foram recompostos em cenários de oposições estáveis, assim como o fotógrafo impõe seus próprios contrastes, iluminação e ângulos sobre seu objeto. (BAUDRILLARD, 1976/1993, p. 63).

A abordagem cultural da mediação vê a mídia de uma perspectiva mais holística, como sempre já integrada aos processos sociais e culturais. Esta abordagem não se restringe aos meios de comunicação de massa, mas inclui todas as formas de meios de comunicação no seu foco na comunicação enquanto um tipo de ação social moldada no diálogo com processos sociais mais amplos, incluindo a tecnologia e as instituições. Isso também significa que ela não é necessariamente linear na sua concepção de história. Ela tem uma orientação fenomenológica, enfocando percepções dos processos mediados, e faz perguntas como: Como é? Como funciona? Qual é a sensação que causa? Ela também trabalha com uma perspectiva histórica muito mais longa. A citação seguinte, de John Dewey, é indicativa da perspectiva:

A sociedade não apenas continua a existir *pela* transmissão, *pela* comunicação, mas pode-se, com razão, dizer que ela existe *na* transmissão, *na* comunicação. (DEWEY, 1916, p. 5).

Como se pode ver a partir da citação, a sociedade é considerada como uma unidade com os seus meios de comunicação.

E o termo “meios”, aqui, significa todas as formas de tecnologias da comunicação (telégrafo, fotografia, etc.). Os proponentes atuais desta perspectiva incluem James Carey, Kjell Nowak, Ulf Hannerz, Friedrich Krotz, Andreas Hepp e Nick Couldry.

Nesta perspectiva, os meios sempre estiveram entrelaçados com a atividade humana – a construção do estado, a formação cultural, etc. Neste sentido, parece razoável incluir textos antigos como a Epopeia de Gilgamesh, de 4 mil anos de idade, de cerca de 2000 a. C.; as pinturas rupestres na caverna em Altamira, ainda mais antigas, de cerca de 15 mil anos, e textos e tecnologias posteriores ao longo da história. Os meios de comunicação não são enfatizados em termos de causalidade, mas como ferramentas para unir as pessoas, compartilhar, comunicar, e sua marca é o arquivo, a totalidade do conhecimento humano, institucionalizado, por exemplo, na biblioteca. Em resumo, ela inclui a soma da expressão humana, uma vez que a prática humana resulta em textos, coisas e práticas, mas sob condições, restrições e estruturas definidas por outros:

Os homens fazem a sua própria história, mas não a fazem segundo a sua livre vontade; não a fazem sob circunstâncias de sua escolha e sim sob aquelas com que se defrontam diretamente, legadas e transmitidas pelo passado. A tradição de todas as gerações mortas oprime como um pesadelo o cérebro dos vivos. (MARX, 1852/1995).

Nesta famosa citação de Karl Marx, as condições para a atividade humana são descritas como uma série de ações que acontecem no âmbito das pessoas que nos precederam. Isto me leva de volta ao tema das gerações.

III – Gerações nos cenários da mídia

Teoricamente, há dois tipos de abordagens geracionais, que produzem dois tipos de pertencimento ou “senso de nós” (BUDE, 1997; CORSTEN, 1999) – a geração como parentesco, seguindo a pesquisa de Margaret Mead (1970) sobre as lacunas geracionais e a teoria de Karl Mannheim (1928/1952) sobre a

geração como uma formação social de contemporâneos, ou seja, de pessoas da mesma idade, vivendo na mesma época e compartilhando a experiência dos eventos históricos. Nas palavras de Mannheim, de pessoas situadas na mesma localização na história. Por um longo período, contudo, as trocas geracionais não eram drasticamente diferentes entre si. Com a modernidade, o ritmo da mudança aumentou perceptivelmente:

Antes da explosão da mídia no final do século XIX, as gerações iam e vinham, todas expostas à e adquirindo a mesma gramática impressa. Assim, os meios pareciam ter pouca influência nos relacionamentos humanos ao longo do tempo. Embora ainda consideremos as pessoas como relacionadas, ou separadas em gerações cronológicas no tempo, o rápido advento das novas mídias e a aquisição de gramáticas das novas mídias implicam novos alinhamentos, mais curtos e mais diversificados do que aqueles baseados em gerações. (GUMPERT; CATHCART, 1985, p. 31).

Quando isto foi escrito, o novo meio de comunicação era a televisão e pode-se ponderar sobre as consequências para o ambiente digital novo e rapidamente cambiável – se isto produziria espaços de tempo geracionais mais curtos, como preveem Gumpert e Cathcart.

Uma forma de discutir isto é analisar gerações tentativas enquanto localizadas em cenários midiáticos específicos. Abaixo pode-se encontrar um exemplo de tal cenário, baseado num estudo empírico comparativo de gerações midiáticas na Suécia e na Estônia (BOLIN, 2016).

A ideia de situar coortes geracionais num cenário midiático se baseia no fato de que cada coorte sociológica, ou seja, de contemporâneos, está localizada em um cenário midiático cultural e historicamente específico. Este cenário consiste, por um lado, de meios já existentes e, por outro, de meios que surgem durante o tempo de vida da coorte. Isto significa que estas coortes se confrontam com um ambiente midiático em relação ao qual elas têm que agir. Ele é objetivo no sentido de que elas não podem escolher outro cenário, embora possam optar por

usar determinadas tecnologias midiáticas ou evitar conteúdos midiáticos específicos. Contudo, também as tecnologias e os conteúdos evitados terão um impacto em suas vidas, uma vez que – como Marshall McLuhan (1964) apontou, já nos anos 60, “o meio é a mensagem”, e também as pessoas que não usam *smartphones* são afetadas pelo fato de que eles existem.

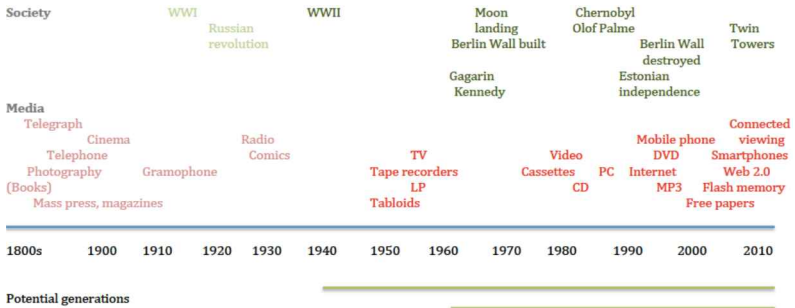


Figura 2. Cenário midiático da Suécia e da Estônia com quatro trajetórias geracionais tentativas. Figura do autor.

A estrutura tecnológica e semiótica do cenário midiático é a estrutura em relação à qual nós agimos. É uma estrutura que é formada pelas gerações anteriores que, por sua vez, cresceram no cenário formado pelos seus antecessores. As pessoas que nascem neste cenário atuam nele de acordo com o modo como percebem sua estrutura, e sua ação, por sua vez, irá impactá-lo, criando uma nova estrutura para as coortes vindouras.

As quatro linhas na figura 2 representam quatro gerações ou coortes tentativas que foram entrevistadas na Suécia e na Estônia – um país vizinho à Suécia, do outro lado do Mar Báltico. Embora os dois países sejam vizinhos, eles têm histórias bastante diferentes. A Suécia é uma democracia de longa data que se manteve neutra durante a Segunda Guerra Mundial, o que significou uma indústria intacta e uma população menos traumatizada, se comparada com seus vizinhos, que foram todos ocupados e onde a guerra se desenrolou de uma maneira muito manifesta. A razão para escolher estes países, então, baseou-se na crença de que as experiências geracionais difeririam – espe-

cialmente entre as coortes mais velhas, em que as condições da sociedade eram mais diferentes.

Cada coorte geracional na figura 2 viajou pelo cenário midiático, mas a distância da sua trajetória não foi igualmente longa. Com Henri Lefebvre (1974/1991), podemos conceber o tempo como movimento no espaço. A trajetória da formação social, ou geração, ao longo da unidade espacial que é o cenário midiático produz, assim, o tempo, tanto em sua concepção linear como *tempo de calendário* quanto no sentido de *tempo pontual*, ou seja, tempo que é definido por sua qualidade específica (cf. GEERTZ, 1973). Enquanto os indivíduos se movem pelo cenário tecnológico e simbólico da mídia, seus movimentos dão tanto a este espaço quanto a este tempo uma qualidade única que não existiria se não fossem as ações sociais destes indivíduos.

O tempo, entretanto, não é produzido somente através do movimento no espaço. Ele também é formado em nossas construções discursivas do passado, quando recontamos nossas memórias midiáticas. Tomemos o rádio, por exemplo. Entre a geração nascida durante a Segunda Guerra Mundial, o rádio era o meio mais importante. Mas o significado do rádio diferia consideravelmente entre coortes geracionais na Suécia e na Estônia. Na Suécia, os entrevistados lembraram do conteúdo – dos programas de rádio reais. Na Estônia, era a tecnologia em si, uma vez que receptores de rádio eram proibidos durante a guerra e logo depois. As experiências que os ouvintes estonianos e os suecos tiveram foram marcadas pelas circunstâncias históricas da sua ocorrência.

IV – Geração como experiência

Toda história de vida contém uma relação com a mídia contemporânea – seja o rádio, litografias reproduzidas em massa, telefones celulares ou jogos de computador. Isto porque uma geração não é algo que a gente é – mas algo que a gente *se torna* (cf. SIIBAK; VITTADINI, 2012); ela é ensaiada repetidamente durante o curso de uma vida, ativada em determinados momentos, por exemplo em uma entrevista ou um reencontro de turma, embora esteja hibernando na maior parte do tempo. Este processo geracional de tornar-se quer dizer que estudar

as gerações midiáticas é, também, estudar o processo de midiaticização. Os dois são dois processos que se desenvolvem ao longo do tempo. O processo geracional, então, significa que se pode esperar que a identidade geracional seja mais forte quanto mais velha a pessoa for, uma vez que percorrer um longo caminho pelo cenário social e midiático significa que a história de vida de uma pessoa foi ensaiada por ela, inclusive o componente que une as pessoas numa autoconsciência geracional. Para captar tais processos empiricamente, pode-se, como fizemos neste projeto, conduzir entrevistas com grupos focais e iniciá-las com a questão indutora “Qual mídia você possuía em casa quando criança? Você pode nos contar sobre suas primeiras memórias de mídia?” Ao induzir as pessoas a se lembrarem de suas primeiras memórias, a situação do grupo focal leva os participantes a se reunirem em torno de experiências comuns, e isto, por sua vez, enfatiza as coisas que os reúnem em memórias compartilhadas de tecnologias e conteúdos midiáticos do passado. Ela produz um “senso de nós”, mesmo que apenas pelo momento e duração da entrevista.

Este “senso de nós” é característico da conceitualização mannheimiana de gerações como situadas na mesma localização do processo histórico, como pode ser visto, abaixo, no fragmento de uma entrevista com respondentes estonianos.

Entrevistador: Quer dizer, que tipo de filmes eles mais exibiam naquela época?

Aire: Filmes indianos.

Marika: Sim, filmes indianos.

Ruth: Comédias francesas.

Aire: Sim. Louis de Funes.

Tomas: Louis de Funes, sim.

Marika: Oktober ou Pioneer, aquele na rua Viru em que eles exibiam um filme o dia inteiro e se podia entrar quando se quisesse.

Tomas: Sim, sim. (Grupo focal, nascidos entre 1959-1966).

A experiência geracional é ilustrada pelo fato de os participantes confirmarem mutuamente as lembranças e experiências de cada um, mais explicitamente no “sim, sim” de Tomas ao final. E embora isto seja provocado pela situação de entrevista, não há dúvida de que os participantes vivenciaram isto e se reconhecem como uma geração na confirmação por parte dos outros participantes.

Se a citação acima ilustra a geração como formação social, isto é, como o “senso de nós” produzido na interação social, a geração é, também, formada no que pode ser chamado de “senso de eles”, onde a pessoa diferencia a si e aos seus contemporâneos de outras gerações. Em nosso material de entrevistas há muitos exemplos destes, e mesmo as pessoas que são bastante jovens se diferenciam das que são ainda mais jovens, como se pode ver na citação abaixo:

Nossa geração parece ter muitas semelhanças em seu uso de mídia. Quando você olha para pessoas que são 10-15 anos mais jovens, elas são muitas vezes mais superficiais. É um outro mundo, na verdade. (Grupo focal, nascidos entre 1978-1980).

Contudo, ele também atua na direção oposta, ao distanciar a pessoa das gerações mais velhas:

Arne: Bem, foi o mesmo com a TV. Muitas [pessoas mais velhas] pensavam que o sinal de TV vinha através da tomada.

Entrevistador: Através do cabo de alimentação?

Arne: [Rindo] Sim, pelo cabo de alimentação. Elas não podiam imaginar que as imagens vinham pelo ar... (Grupo focal, nascidos entre 1940-1945).

A citação mostra claramente como Arne está se distanciando das gerações mais velhas, que ele acha que não estavam atualizadas com o desenvolvimento tecnológico. Esta parte da entrevista também consiste em diversas histórias como esta, em

que os participantes do grupo focal compartilham histórias sobre quão ignorantes eram seus pais e outros adultos na época da introdução da televisão na Suécia em meados dos anos 1950.

Agora, uma análise geracional baseada em entrevistas pode somente atingir o ponto mais distante na história em que temos entrevistados vivos. Se formos utilizar a teoria geracional para estudar perspectivas de tempo mais longo, precisamos de outros tipos de dados empíricos. Tais dados foram usados com êxito por historiadores da mídia como Elizabeth Eisenstein (1979) e Walter Ong (1982), onde o material de arquivo pode revelar aspectos, discursos e modos de pensar comuns do passado. Embora não tenham focado gerações em si, eles estudaram a mudança social e tais dados podem também ser úteis no estudo do processo de midiaticização.

IV - Conclusões

No texto acima, sugeri um modelo para analisar a mudança social midiaticizada ao focar em coortes geracionais e sua trajetória pelo cenário social e midiático. Através das relações entre as gerações, o tempo é produzido e, assim, estas relações também produzem mudança social. Há uma grande necessidade de desenvolver ferramentas de pesquisa para captar o processo de midiaticização tanto como processo *social* quanto *histórico*. Precisamos estudá-lo como processo social porque o modo pelo qual a mudança histórica ocorre envolverá a ação humana e dependerá de como os indivíduos e as formações sociais percebem os cenários social e midiático.

Precisamos focar na dimensão histórica porque precisamos definir em que nível (do indivíduo, grupo, sociedade) a mudança acontece e – acima de tudo – o caráter cultural específico da mudança. Só desta forma podemos estabelecer, empiricamente, os modos pelos quais a mídia contribui para a mudança social e histórica.

Referências

ALTHEIDE, David L.; SNOW, Robert P. *Media Logic*. Beverly Hills: Sage, 1979.

- BAUDRILLARD, Jean. Requiem pour les Media. *Utopie*, v. 4, p. 35-51, 1971.
- BAUDRILLARD, Jean. *Symbolic Exchange and Death*. London: Sage, 1976/1993.
- BOLIN, Göran. Institution, Technology, World: Relationships between the Media, Culture and Society. In: LUNDBY, Knut (ed.). *Mediatization of Communication*. Berlin & Boston: De Gruyter Mouton, 2014. p. 175-197.
- BOLIN, Göran. *Media Generations: Experience, Identity and Mediatized Social Change*. London & New York: Routledge, 2016.
- BUDE, Heinz. Die 'Wir-Schicht' der Generation. *Berliner Journal für Soziologie*, v. 7, n. 2, p. 197-204, 1997.
- CORSTEN, Michael. The Time of Generations. *Time & Society*, v. 8, n. 2, p. 249-272, 1999.
- DEWEY, John. *Democracy and Education: An Introduction to the Philosophy of Education*. New York: Macmillan, 1916/1923.
- EISENSTEIN, Elizabeth. *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Transformations in Early Modern Europe*. New York: Cambridge University Press, 1979. 2 v.
- GEERTZ, Clifford. *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books, 1973.
- GUMPERT, Gary; CATHCART, Robert. Media Grammars, Generations and Media Gaps. *Critical Studies in Mass Communication*, v. 2, n. 1, p. 23-35, 1985.
- HJARVARD, Stig. From Bricks to Bytes: The Mediatization of a Global Toy Industry. In: BONDEBJERG, Ib; GOLDING, Peter (ed.). *European Culture and the Media*. Bristol: Intellect, 2004. p. 43-63.
- HJARVARD, Stig. *The Mediatization of Culture and Society*. London & New York: Routledge, 2013.
- LEFEBVRE, Henri. *The Production of Space*. Oxford & Cambridge: Blackwell, 1974/1991.

- MANNHEIM, Karl. The Problem of Generations. In: MANNHEIM, Karl. *Essays in the Sociology of Knowledge*. London: Routledge & Keegan Paul, 1928/1952. p. 276-320.
- MARX, Karl. *The Eighteenth Brumaire of Louis Bonaparte*. 1852/1995. Disponível em: <http://marxists.org/archive/marx/works/1852/18th-brumaire/>. Acesso em: 21 jan. 2013.
- MCLUHAN, Marshall. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill, 1964.
- MEAD, Margaret. *Culture and Commitment: A Study of the Generation Gap*. Natural History Press/Garden City, NY: Doubleday, 1970.
- ONG, Walter J. *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. London & New York: Routledge, 1982.
- SIIBAK, Andra; VITTADINI, Nicoletta. Introducing Four Empirical Examples of the 'Generationing' Process. *Cyberpsychology*, v. 6, n. 2, p. 1-10, 2012. <http://dx.doi.org/10.5817/CP201221>.
- STRÖMBÄCK, Jesper. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *International Journal of Press/Politics*, n. 133, p. 228-246, 2008.

A dimensão industrial da mídia: investigação do ponto de vista das indústrias culturais

The industrial dimension of mediatization: An inquiry from the cultural industries approach

Ilya Kiriya¹

Resumo: Este artigo situa a midiatização contínua movida, principalmente, pela tecnologia digital no contexto da industrialização da cultura, que é o fenômeno estudado pelo menos durante os últimos 80 anos. A midiatização digital empurra alguns domínios da vida cotidiana para dentro das indústrias de mídia, o que transforma o equilíbrio de forças no mercado e contribui para a industrialização de domínios mais amplos da cultura, como as artes cênicas, a educação, etc. Podemos ver o surgimento de novos esquemas da divisão do trabalho nesses campos.

Palavras-chave: Indústria cultural. Midiatização. Criatividade. Comodificação. Industrialização da cultura.

Abstract: This paper places the ongoing mediatization mainly driven by digital technology within the context of industrialization of culture which is the phenomenon studied at least during the last 80 years. Digital mediatization pushes some domains of everyday life inside media industries which transforms the balance of forces on the market and contributes to the industrialization of more broad domains of culture such as performing arts, education etc. We can see new schemes of the division of labor appearing in those fields.

Keywords: Cultural industries. Mediatization. Creativity, Commodification, Industrialization of culture.

1 Faculdade de Comunicação, Mídia e Design, Universidade Nacional de Pesquisa – Escola Superior de Economia. E-mail: ikiria@hse.ru

Introdução

Atualmente os meios de comunicação estão em todo lugar. A teoria da midiaticização diz respeito à sua complexidade e a seu entrelaçamento com diferentes instituições sociais (HEPP; HJARVARD; LUNDBY, 2015). Essa intensificação contínua da relação entre mídia e vida social está mudando drasticamente o cenário midiático dos países desenvolvidos e a configuração dos modelos de negócios, bem como o equilíbrio entre produtores de conteúdo, distribuidores e plataformas. Propomos examinar esse processo em andamento do ponto de vista da economia política da comunicação, ou seja, a disciplina que lida com “a maneira como os bens comunicacionais são produzidos e distribuídos de maneira desigual por toda a sociedade gerando abusos de diferentes formas de poder” (MOSCO, 2009). Do lado da economia política, a midiaticização do processo social poderia ser considerada uma industrialização progressiva da cultura. Tal industrialização altera consideravelmente o equilíbrio do poder de mercado entre os diferentes atores do campo e fortalece especialmente as chamadas plataformas. Em outras palavras, para nós, midiaticização é a inclusão de novos setores no campo das indústrias culturais e midiáticas.

Durante muito tempo, a função crucial dentro de qualquer campo industrial da cultura era a função do chamado “editor”, que articulava a função criativa com a reprodução e a distribuição no mercado do bem cultural (HUET *et al.*, 1978). O elemento central desse processo era a reprodução técnica (ou seja, criar a disponibilidade em massa da expressão cultural no espaço / tempo), a qual era o motor da comodificação dos bens culturais com base em sua circulação em massa. A reprodução técnica era o principal elemento da teoria crítica da industrialização da cultura proveniente dos tempos de Benjamin (BENJAMIN, 2008) e Adorno (HORKHEIMER; ADORNO, 2002). Por algumas décadas, a noção técnica de reprodutibilidade determinou basicamente o caráter não industrial de domínios específicos da cultura, como o teatro e as artes cênicas, a educação, etc., mantendo-os fora do processo de industrialização. Todos esses domínios eram considerados não reprodutíveis e, conseqüentemente, como não sen-

do indústrias culturais. Consequentemente, o peso industrial de tais segmentos na economia da cultura não era tão grande em comparação com seus ramos históricos (como a indústria do cinema, a indústria fonográfica, o segmento de publicação de livros, a televisão e outras mídias).

Agora, com uma proliferação de tecnologias digitais, podemos observar como, progressivamente, esses domínios não industriais da cultura passam a se orientar para a massa e se tornam mais bem midiatizados, o que os leva rumo à industrialização. Assim, os espetáculos teatrais estão aumentando cada vez mais sua audiência através de festivais e mostras de cinema, a educação se torna *on-line* com a invenção dos cursos *on-line* abertos em massa (*Mass Open Online Courses* – Moocs) e tecnologias de educação à distância, enquanto podemos ver o surgimento de novas formas de divisão do trabalho dentro desses domínios e suas novas alianças estratégicas com outros campos das indústrias da cultura e da comunicação. Este artigo examina esse processo com base nos casos de alguns campos das artes cênicas e da educação.

Teoria das indústrias culturais

A teoria da indústria cultural está baseada em dois pilares teóricos. O primeiro é a abordagem crítica da Escola de Frankfurt. O segundo é a economia política da comunicação. O ponto central dos primórdios da Escola de Frankfurt foi a chamada reprodutibilidade técnica, que está impulsionando a transformação da cultura em bem industrial sob os princípios e leis da economia de mercado (como divisão do trabalho, padronização, etc.) (HORKHEIMER; ADORNO, 2002). A economia política da comunicação se tornou uma abordagem genérica do problema durante as teorias modernas das indústrias culturais (nascidas após 1970, principalmente dentro da escola francesa e parcialmente da britânica).

A principal obra de Horkheimer e Adorno (*Dialética do Esclarecimento*) apresenta sua principal tese crítica sobre a perda, pela arte comercial, de seu caráter transcendental e sua subordinação à lógica do mercado. A tese se baseia na ideia de

Benjamin acerca da reprodutibilidade da arte que leva à perda progressiva da aura de autenticidade e sua orientação pública ampla. Enquanto para Benjamin esse processo é mais positivo (porque contribui para a aculturação da população em sentido mais amplo), para os estudiosos da Escola de Frankfurt ele leva à divisão do trabalho, à alienação em relação ao resultado do trabalho criativo, à constante perda de originalidade e da livre autoexpressão do autor. Aqui podemos ver o nascimento da principal peculiaridade do conceito de indústria.

Na teoria econômica moderna, a noção de indústria é usada para designar um ramo específico da economia (indústria do aço, indústria automobilística, etc.). Mas, do ponto de vista da escola crítica e da economia política, essa noção descreve a reprodução mecânica em massa do bem dentro do marco da divisão do trabalho. Deste ponto de vista, a indústria se opõe à produção artesanal. Essa noção e entendimento da indústria e da industrialização são usados para distinguir a cultura industrial de outra (que permanece baseada nos princípios do artesanato).

De acordo com a teoria das indústrias culturais (no plural), que aparece no final da década de 1970, na França, o elemento central das indústrias culturais é a função do editor. Essa função é geralmente desempenhada por empresas que reúnem o lado artístico e o lado técnico do processo, com base na reprodução técnica e na distribuição (HUET *et al.*, 1978). Geralmente, o processo criativo (ou artístico) não é mensurável e é realizado por equipes criativas, principalmente sob os princípios do artesanato, enquanto a função de reprodução técnica e distribuição está apenas transformando o “conceito” de produção artesanal em mercadoria. A função de editor é desempenhada por uma editora no caso da indústria de livros, empresa cinematográfica (ou maior) no campo da produção de filmes, selo musical na indústria fonográfica.

A chamada escola francesa surge devido a algumas transformações industriais do setor de mídia e comunicação, na Europa, na segunda metade do século XX, como o aumento do peso de tais indústrias dentro da estrutura das economias contemporâneas, a desregulamentação no campo do setor audiovisual em toda a Europa e a intensificação do intercâmbio cultural transnacional. Assim, a problemática era orientada principalmen-

te pela análise da característica das indústrias culturais como bens específicos (HUET *et al.*, 1978) e da natureza político-econômica da mídia como bem público (MURDOCK; GOLDING, 1973).

O elemento-chave nas características político-econômicas das indústrias culturais é a imprevisibilidade individual, movida pelo gosto, da demanda e do valor dado de consumo de qualquer bem cultural. Tal caráter imprevisível coloca o problema do preço dos produtos culturais que é essencialmente acidental e não depende do custo da produção criativa. Essa parte criativa da produção é considerada não mensurável e, como resultado disso, seu custo é puramente artificial. Isso implica um alto risco para as indústrias de produção cultural, que geralmente é restringido por meio de remuneração não atrelada a salário dos trabalhadores criativos (de acordo com modelos de royalties em grande medida relacionados com o resultado comercial do produto final) (HERSCOVICI, 1994; HUET *et al.*, 1978).

Apesar de alguns princípios gerais, as indústrias culturais podem ser diferenciadas entre si porque poderiam se basear em diferentes modelos genéricos de funcionamento e em diferentes tipos de produtos classificados de acordo com a reprodutibilidade, raridade e outros critérios. Geralmente, há dois modelos principais de funcionamento:

- modelo editorial, baseado principalmente no pagamento direto do consumidor pelo bem cultural que geralmente é materializado e representa um produto específico, seja material (como livro) ou imaterial (como faixa digital, por exemplo);
- modelo em fluxo, baseado principalmente no modelo em que a produção cultural é financiada não pessoalmente pelo consumidor, mas por uma terceira parte e, essencialmente, pelo anunciante. O bem cultural, neste caso, está incorporado no serviço, por isso é geralmente imaterial e significa alguma continuidade no espaço e no tempo (daqui vem o nome do modelo – com base no fluxo).

A partir desses dois modelos genéricos, podemos ver muitas lógicas intermediárias que misturam esses dois modelos

e uma grande variedade de produtos culturais diferentes, como produtos reproduzíveis que dependem de trabalhadores criativos, produtos semirreproduzíveis cuja circulação é artificialmente limitada para manter a raridade e os preços altos, intercâmbios sociais organizados principalmente pelas novas mídias sociais e máquinas de busca.

Essa variedade de produtos e lógicas de funcionamento durante os últimos 20 anos é, em grande parte, movida por mudanças digitais, proliferação da penetração da Internet móvel e de plataformas de telecomunicações, diversidade crescente dos dispositivos de consumo. Todas essas mudanças permitiram aos pesquisadores associar indústrias culturais a um segmento maior de “indústrias de conteúdo” e encontrar muitos pontos comuns entre formas industriais e criativas muito heterogêneas de produtos nesses campos (MIÈGE, 2000; BENGHOZI, 2011). A passagem para uma grande variedade de plataformas e a ampliação do campo das indústrias culturais para a indústria de conteúdo foram acompanhadas por algumas mudanças corporativas e, principalmente, a financeirização do setor, que se tornou um dos mais poderosos e presentes no mercado financeiro (BOUQUILLION, 2008).

Este artigo tenta ampliar esse processo através de um processo mais amplo – o incremento do campo industrial devido a alguma mediação.

Artes cênicas midiaticizadas

Nos últimos 15 anos, especialmente após a implementação de alguns programas governamentais para indústrias criativas (*Creative Britain. New Talents for the New Economy*, 2008), estavam surgindo algumas novas formas massivas de artes cênicas e teatrais. Antes de tudo, podemos ver um crescimento drástico de formas de atividades teatrais em massa, como festivais teatrais. Em geral, os festivais em todos os campos das artes do espetáculo (como música, humor, etc.) se tornaram cada vez mais visíveis e significativos em termos de público. No Reino Unido, em 2016, o público total de festivais de música foi estimado em 3,9 milhões de pessoas (*Wish You Were Here. The*

Contribution of the Live Music to the UK Economy, 2017). Por si só, o negócio dos festivais está crescendo e, como não lidamos com a reprodutibilidade técnica (a cada vez os artistas tocam ao vivo), ele não pode ser totalmente considerado como parte das indústrias culturais. Mas a massificação dos festivais, por si só, padroniza a performance, seu formato, e está afetando a parte criativa da produção teatral. Além disso, podemos observar uma colaboração intersetorial mais intensa, com o objetivo de reduzir custos de produção e compartilhar o mesmo local para diferentes tipos de eventos.

Nos últimos 10 anos, após a proliferação da transmissão de dados em alta velocidade e do vídeo em alta definição, podemos ver outra tendência empurrando a produção teatral na direção da indústria. É a transmissão direta das apresentações teatrais nas salas de cinema que traz completamente o teatro para dentro da reprodutibilidade técnica e da indústria da mídia. Em 2015, 19% da população do Reino Unido assistiu a conteúdo artístico ao vivo com transmissão digital no cinema e 7% em casa (NAYLOR *et al.*, 2016). Inopinadamente, isto contribui muito mais para a indústria cinematográfica do que para a indústria do teatro em termos de faturamento, mas podemos tecer a hipótese de que isso transforma o processo criativo dentro da produção teatral e, especialmente, sua parte criativa. Como os espetáculos devem ser atraentes para as massas no exterior, e não apenas no nível local, sua escolha é muito movida pela lógica comercial. Os espetáculos e os atores devem ser reconhecidos pelo público em geral, o que poderia afetar a escolha dos atores (eles são muito mais orientados para a indústria cinematográfica do que para o teatro em si).

Outro campo dentro das artes performativas que está empurrando enormemente todo o setor para a direção da industrialização é o surgimento dos musicais internacionais. No Reino Unido, por exemplo, apenas cerca de 15% dos espetáculos teatrais são musicais, mas eles representam cerca de 30% do total de apresentações teatrais (NAYLOR *et al.*, 2016). Consideramos os musicais como espetáculos teatrais semirreprodutíveis, nos quais a peça artística individual (que ainda continua sendo parte do universo não reprodutível do teatro clássico) convive com um modo de produção muito padronizado e comercializado, ba-

seado no mecanismo da franquia. Em franquias internacionalmente reconhecíveis, como “Chicago”, “Mama Mia”, etc., o principal detentor dos direitos de propriedade específica e padroniza todos os elementos criativos, tais como a música, a coreografia, as características dos artistas. Essa padronização torna a própria performance teatral reproduzível e cria a fronteira entre o próprio criador (o proprietário da franquia) e o artista considerado mais como um distribuidor. Além disso, essa distinção divide o trabalho, alienando o criador em relação ao espetáculo.

A divisão do trabalho penetra mais profundamente no setor da *pop art*, especialmente no campo do humor. Nosso estudo sobre esse campo na Rússia, realizado em 2015, com base em dezenas de entrevistas com produtores de televisão, mostra que, na verdade, na sátira e no humor da televisão há uma forte divisão de trabalho entre quem faz as piadas (os roteiristas de programas de humor) e seus apresentadores.

Industrializando a educação

Diferentemente dos campos anteriores, o setor da educação começou a ser considerado como indústria cultural há poucas dezenas de anos, especialmente por estudiosos franceses da economia política da mídia, como Pierre Moeglin. Em seu livro “Indústrias educacionais”, ele estuda formas industrializadas de educação como a publicação de livros didáticos, a informática pedagógica, o ensino à distância, etc. (MOEGLIN, 2010). Para Moeglin, três grandes processos interconectados acompanham essa industrialização da educação: tecnologização, racionalização e ideologização. O primeiro se refere à rotinização e padronização dos processos da educação enquanto atividade (lidando com a divisão do trabalho). O segundo trata da organização do trabalho, da administração, etc. O terceiro diz respeito à ideologia do progresso e da modernização que se torna o motor da mercantilização, comercialização, novo gerencialismo e lógica capitalista na educação (MOEGLIN, 2016).

O elemento central das semelhanças entre indústrias culturais e indústrias criativas é a preocupação geral sobre os direitos de propriedade. Esse problema, no período das platafor-

mas digitais, torna-se um elemento central para todos os fabricantes de conteúdo. Como a educação é um dos atores mais ativos no campo, algumas iniciativas regulatórias dizem respeito tanto às indústrias culturais quanto à educação (COMBES, 2007). Outra semelhança importante reside na natureza bastante conflituosa das políticas no campo da educação, que enfrenta a globalização e comercialização radical e o aumento do hiato entre a missão pública da educação e sua competitividade, especialmente no contexto transnacional (COMBES, 2007; READINGS, 1996).

Todos esses estudos se concentraram principalmente na industrialização geral da educação ou de alguns de seus produtos de mídia, sem reexaminar essencialmente a relação fundamental entre professor e aluno, que na maioria dos casos permaneceu inalterada. Nosso argumento central é que hoje, com a proliferação de plataformas de mídia digital, esse relacionamento essencial é cada vez mais industrializado, tornando reprodutíveis as formas centrais do ensino superior, como aulas expositivas e seminários. O elemento central dessa industrialização são os chamados MOOCs (*Mass open online courses*), Cursos *on-line* abertos em massa, realizados com base em videoconferências e diferentes formas de testes automatizados e avaliação por pares. Algumas universidades (como o MIT) estão realizando currículos inteiros com base nos MOOCs. A implementação dos MOOCs combina perfeitamente com as ambições das universidades de serem atores globais, de competir entre elas pelos melhores alunos de todo o mundo. Alguns deles tencionavam criar estudantes globais e se desenvolver até chegar à competitividade global.

As desigualdades econômicas e sociais persistentes também criaram a ilusão de que o acesso digital à melhor educação do mundo via plataformas digitais de MOOCs pode resolver o problema dos países em desenvolvimento fornecendo a suas populações uma educação acessível para conseguir um emprego ou melhorar o emprego que têm (FRIEDMAN, 2013). Enquanto isso, as plataformas digitais para MOOCs (como EDX e Coursera) foram proclamadas as “próximas *startups* de bilhões de dólares” (ADAMS, 2018).

Os MOOCs estão mudando fundamentalmente a natureza do trabalho básico do professor. Eles transformam o re-

lacionamento entre aluno e professor, que antes se baseava na comunicação interpessoal (não midiaticizada, no caso de aulas expositivas e seminários tradicionais, ou interação interpessoal midiaticizada, no caso do formato de livro-texto ou videoconferência) em comunicação de massa orientada para um público virtual não definido por meio da plataforma midiática. Isso faz com que o relacionamento fundamental sempre baseado no desempenho individual do professor (da mesma forma que no teatro e em outras artes performativas) seja reproduzível em um meio específico e acessível a milhões de pessoas. Isso faz da educação *on-line* um produto midiático que funciona de acordo com a lógica das indústrias de mídia digital.

O primeiro efeito disso é a “aprendificação” da educação (VAN DIJK; POELL, 2015), resultando na divisão da educação em relativamente poucas partes vendidas separadamente que poderiam ser combinadas para formar currículos inteiros. Na educação clássica, seus resultados representam um objeto holístico e não a soma dos elementos isolados. Já na lógica comercial, o consumidor deve ter uma escolha entre diferentes elementos. Outro efeito da midiaticização da educação por meio de plataformas digitais é a “uberização” da educação e a implementação da avaliação e classificação mútuas entre clientes e prestadores de serviço, o que contribui para a implementação das práticas neogerenciais na academia (KPI – indicadores-chave de desempenho de professores e unidades acadêmicas, salários dependentes da posição em rankings, etc.). Juntamente com a bibliometria digital e o sistema de *big data* de avaliação do desempenho acadêmico, isto simplifica excessivamente a representação da qualidade do trabalho do professor na academia.

Outro efeito que torna a educação *on-line* semelhante às indústrias culturais é a nova divisão do trabalho. O professor continua sendo a figura-chave do novo setor de educação *on-line*, mas sua criatividade precisa ser mecanicamente reproduzida e disponibilizada ao público. Essa reprodução mecânica é garantida tanto pela universidade (geralmente disponibilizando instalações para a realização do curso *on-line*) quanto pela plataforma que garante a distribuição. Em outras palavras, a criação do curso *on-line* é semelhante a qualquer setor da indústria cultural em que a parte criativa do trabalho é separada de sua

reprodução técnica e *marketing*. O modelo de negócios, neste caso, é muito semelhante a qualquer produto digital em rede e se baseia principalmente na venda de dados sobre usuários e agregadores de publicidade. O modelo também implica grande parte da mão de obra digital (uma grande quantidade de trabalho não remunerado feito pelos próprios usuários gratuitamente) (FUCHS, 2015). A avaliação por pares, a orientação (mentoria) e outros métodos de auto-organização dos participantes de cursos *on-line* são elementos desse trabalho digital. Como as plataformas são responsáveis pela distribuição, elas formatam o trabalho criativo do professor impondo um formato determinado (número de semanas, divisão de aulas expositivas nas partes curtas).

Mudanças corporativas

A complexidade do relacionamento entre diferentes segmentos e ramos da economia e da indústria da comunicação está bem descrita (ARSENAULT; CASTELLS, 2008). Mas o que é importante é a dinâmica do poder do mercado. Assim, durante a década de 1990, as empresas da indústria midiática e cultural foram muito mais adquiridas pelo segmento de equipamentos eletrônicos. Desta forma, em 1990, a Matsushita adquiriu o Universal Studios; em 1989, a Sony adquiriu a Columbia e, em 2005, concluiu sua expansão ao absorver a MGM (Metro-Goldwyn-Mayer). Mais tarde, nos anos 2000, foi a vez das empresas de telecomunicações se associarem ao campo da cultura e da mídia. Esse foi o caso da AOL (America Online – com a criação da AOL-Time Warner) e da Time Warner, com a criação da TW Cable (Time Warner Cable) e a aquisição da NBC-Universal (National Broadcasting Company-Universal) pela Comcast.

Mas, nos últimos anos, podemos ver um aumento do poder corporativo dos oligopólios da Internet muito ativos no campo da educação. Na verdade, quase todos os cinco principais oligopólios da Internet fornecem serviços de educação *on-line* e detêm ativos nesse segmento. A Microsoft controla sua própria plataforma de cursos e serviços *on-line* para professores que desenvolvem habilidades digitais nas escolas. A Amazon

está desenvolvendo a plataforma AWS Educate, que oferece a professores e alunos acesso a tecnologias em nuvem no campo da educação. A Google possui o G-suite, uma plataforma de serviços diferentes para instrutores, professores e alunos com base em tecnologias colaborativas. A Apple está desenvolvendo agora plataformas para a gestão conjunta em nuvem de diferentes contas e dispositivos dentro da sala de aula e das escolas (projeto Apple School). Por fim, o Facebook desenvolve o Facebook Education, um complexo de ferramentas educacionais para construir comunidades de aprendizado. Todas essas estratégias não são acidentais. As *Big Five* controlam uma enorme quantidade de dados pessoais dos usuários, o que permite que essas empresas atraiam cada vez mais anunciantes focados em públicos específicos. Ao fornecer soluções educacionais massivas, as cinco maiores empresas obtêm a possibilidade de fazer com que os dados pessoais funcionem permanentemente, propondo-os sempre a diferentes anunciantes em diferentes plataformas controladas. Na maioria dos casos, essas soluções educacionais são baseadas em conteúdo gerado pelos usuários, o qual é compartilhado por diferentes profissionais da educação.

Conclusão

Nesta contribuição, mostramos quão rico e diversificado se tornou o setor de reprodução de domínios “não industriais” das indústrias culturais, com base em diferentes formas de agregação e midiatização de espetáculos teatrais, humorísticos, conteúdo gerado pelos usuários, etc. Todas essas mudanças aproximam as estratégias das empresas da indústria da mídia e do campo da cultura, que antes era bastante autônoma em relação a essa indústria hiperconcentrada. Algumas das atividades, principalmente no campo das artes performativas, tornaram-se reproduzíveis não inteiramente pela técnica (por causa da cópia mecânica do conteúdo criativo em uma mídia ou rede digital específica), mas devido à padronização de sua produção e ao uso da proteção de direitos, como o modelo de franquia. Para outras atividades, como a educação ou a transmissão cinematográfica de apresentações teatrais, podemos ver como o novo ambiente

de distribuição digital as tornou inteiramente reproduzíveis. Em todos os casos, lidamos com uma nova divisão do trabalho, entre trabalhadores criativos e a distribuição, capaz de gerar novas lógicas de negócios.

Referências

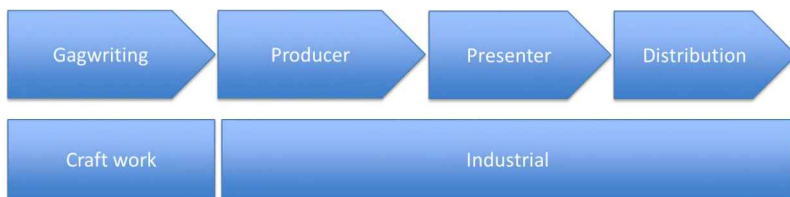
- ADAMS, S. This Company Could Be Your Next Teacher: Coursera Plots a Massive Future for Online Education. *Forbes*, 16 oct. 2018. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/susanadams/2018/10/16/this-company-could-be-your-next-teacher-coursera-plots-a-massive-future-for-online-education/#56714ea52a39>.
- ARSENAULT, A. H.; CASTELLS, M. The Structure and Dynamics of Global Multi-media Business Networks. *International Journal of Communication*, v. 43, n. 2, p. 707-748, 2008.
- BENGHOZI, P.-J. Économie numérique et industries de contenu: un nouveau paradigme pour les réseaux. *Hermès, La Revue*, v. 59, n. 1, p. 31-37, 2011.
- BENJAMIN, W. *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. London: Penguin, 2008.
- BOUQUILLION, P. *Les industries de la culture et de la communication: les stratégies du capitalisme*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 2008.
- COMBES, Y. Quelles perspectives possibles entre industrialisation de la formation et industries culturelles? In: *Colloque AIERI*. Paris: Unesco, 2007. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01387613>. Acesso em: 5 maio 2019.
- CREATIVE BRITAIN. *New Talents for the New Economy*. 2008. London. Disponível em: <https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/images/publications/CEPFeb2008.pdf>.
- DIJK, J. van; POELL, T. Higher Education in a Networked World: European Responses to U.S. MOOCs. *International Journal of Communication*, v. 9, p. 2674-2692, 2015. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3398/1448>.

- FRIEDMAN, T. L. Revolution Hits the Universities. *New York Times*, p. SR 1, 27 jan. 2013.
- FUCHS, C. *Social Media: A Critical Introduction*. London: Sage, 2015.
- HEPP, A.; HJARVARD, S.; LUNDBY, K. Mediatization: Theorizing the Interplay between Media, Culture and Society. *Media, Culture & Society*, 18 fev. 2015, p. 1-11, DOI: 10.1177/0163443715573835.
- HERSCOVICI, A. *Economie de la culture et de la communication: éléments pour une analyse socio-économique de la culture dans le capitalisme avancé*. Paris: l'Harmattan, 1994.
- HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. Ed. G. Schmid Noerr. Stanford: Stanford University Press, 2002.
- HUET, A.; ION, J.; LEFEBVRE, A.; MIEGE, B.; PERON, R. *Capitalisme et industries culturelles*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 1978.
- MOEGLIN, P. *Industrialiser l'éducation: anthologie commentée (1913-2012)*. Saint-Denis: Presses universitaires de Vincennes, 2016.
- MOEGLIN, P. *Les industries éducatives*. Paris: Presses universitaires de France, 2010.
- MIÈGE, B. *Les industries du contenu: face à l'ordre informationnel*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 2000.
- MOSCO, V. *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publications, 2009.
- MURDOCK, G.; GOLDING, P. For a Political Economy of Mass Communications. *Socialist Register*, v. 10, n. 10, p. 205-234, 1973.
- NAYLOR, R.; LEWIS, B.; BRANZANTI, C. *Arts Council England Analysis of Theatre in England*. Credits written and prepared by Photo credits for section covers. London: Arts Council England, 2016. Disponível em: [https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Analysis of Theatre in England - Final Report.pdf](https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Analysis%20of%20Theatre%20in%20England%20-%20Final%20Report.pdf)

READINGS, B. *The University in Ruins*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996.

WISH YOU WERE HERE. The Contribution of the Live Music to the UK Economy. Report. London, 2017. Disponível em: https://www.ukmusic.org/assets/general/Report_WYWH_17.pdf.

Anexo 1: A nova cadeia de produção no humor na televisão



Circulação e transformações dos discursos jornalísticos

Circulation and transformations of journalistic discourses

Antônio Fausto Neto¹

Resumo: O tema da circulação aparece em um cenário complexificado das dinâmicas da midiatização em processo. A circulação é deslocada de uma compreensão naturalizada para uma problemática central, especialmente no âmbito do funcionamento discursivo de práticas sociais, como as de natureza jornalística. Deixa de ser entendida pela perspectiva transmissional, conforme assim concebia visão de estudos funcionalistas, e passa para uma outra, de natureza relacional. Segundo esta perspectiva, a circulação é o resultado da diferença entre atividades de produtores e receptores de mensagens, cuja dinâmica se manifesta através de “feixes de relações” de discursos, segundo trabalho enunciativo que aponta para inevitável “desajuste” de sentidos. A partir destas questões, examina-se neste artigo o funcionamento da circulação em três cenários que envolvem discursos jornalísticos e não jornalísticos. O primeiro, no qual as mídias jornalísticas se destacavam como lugar em que a circulação operava como “zona de transposição” de mensagens, e os jornalistas como seus veiculadores; um segundo, no qual ela é transformada em uma “zona de articulação” tecida por entrelaçamentos de mensagens entre produtores e receptores, e na qual os jornalistas se apresentaram como atores-mediadores da interação entre instituições e os atores sociais; e um terceiro,

1 Professor Titular do PPGCC-Unisinos. E-mail: afaustoneto@gmail.com.

no qual a circulação rouba a cena da especificidade da atividade mediadora do jornalismo e afeta as condições de produção e gestão do acontecimento. Estas passam a ser tecidas segundo operações de discursos de campos sociais que se acoplam em torno de interpenetrações, gerando circuitos que vão além das fronteiras sistêmicas, ingressando em territórios desconhecidos e gerando bifurcações e descontinuidades. Os cenários examinados chamam atenção para mutações circulatórias entre práticas discursivas que vão além de operações de suas interfaces.

Palavras-chave: Miatização. Circulação. Discursos jornalísticos.

Abstract: The theme of circulation appears in a new complexified landscape of the dynamics of mediatization in process. Circulation is displaced from a naturalized comprehension to a central issue, especially within the discursive functioning of social practices, such as the journalistic ones. It is no longer understood by the transmission perspective, as conceived in the traditional view of functionalist studies, and moves to another perspective of a relational nature. According to this perspective, circulation is the result of the difference between the activities of producers and recipients of messages, whose dynamics is manifested through “bundles of relations” of discourses according to an enunciative work that points to an inevitable “misfit” of meanings. Based on these questions, this article examines the functioning of circulation in three landscapes that involve journalistic and non-journalistic discourses: in the first one, the journalistic media stood out as the place where circulation operated as a “zone of transposition” of messages, and the journalists as their carriers; in the second one, it is transformed into a “zone of articulation” woven by intertwining messages between producers and receivers, and in which journalists presented themselves as actors/mediators of the interaction between institutions and social actors; and in the third one, circulation takes from the scene journalism’s mediating activity and affects the conditions of production and management of the event. These conditions begin to be woven according to operations of discourses of social fields that are coupled around interpenetrations, producing circuits that go beyond the systemic borders and enter unknown territories, causing bifurcations and discontinuities. The examined

landscapes draw attention to mutations of circulation among discursive practices that go beyond the operations of their interface.

Keywords: Mediatization. Transformations of circulation. Journalistic discourses.

I - Nota introdutória

O tema da circulação reaparece nas primeiras décadas do século XXI, tendo como cenário a complexificação dos processos de midiatização. É objeto do ensino, de dissertações e teses, de eventos nacionais e internacionais, de grupos de trabalho de sociedades científicas, como é o caso da COMPÓS², além de estar presente nos bancos de dados acadêmicos nacionais e internacionais.

De algum modo, são relançadas neste contexto questões sobre a circulação que foram apontadas inicialmente na extensa obra de Eliseo Verón, no transcurso dos seus pioneiros estudos empírico-conceituais, já a partir da década de 70 do século passado, e, em seguida, em pesquisas nas quais lança sobre ela novas hipóteses sobre suas manifestações (VERÓN, 1978; 1989; 2004; 2013).

Pode-se dizer que, por algum tempo, o semiólogo argentino foi um investigador solitário sobre o conceito, fazendo-se acompanhar apenas por interlocutores que se constituíram em referências centrais de sua obra, como Peirce, Marx, Lévi-Strauss, Bateson. Deles extraiu referências que apontaram a comunicação a partir de uma matriz relacional e que repercutem no trabalho que faz sobre o conceito de circulação como uma referência central na produção de estudos empírico-analíticos. Muitos destes dados estão referidos na bibliografia abaixo, especialmente aqueles sobre as condições de funcionamento do discurso jornalístico.

A discussão sobre o conceito se faz, nos últimos anos, no campo científico-acadêmico, onde são feitos primeiros balan-

2 Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Grupo de Trabalho 'Recepção, circulação e usos sociais das mídias'; www.compos.org.br.

ços e são lançadas hipóteses que retiram a circulação de uma zona de passagem e automática (FAUSTO NETO, 2009; 2010)³. A circulação é deslocada de uma compreensão naturalizada para o âmbito de uma problemática central, segundo perspectivas que a retiram do âmbito causalista e a situam numa zona de complexidades, de incertezas e de descontinuidades. São momentos significativos nos quais se debate a circulação na América Latina e, particularmente, no Brasil através de dois encontros anuais do CISECO⁴ consagrados ao tema. Debates ali travados resultam em livros bem como em dissertações e teses nos programas de pós-graduação da área de comunicação, sendo também o objeto de pesquisa apoiada por agências institucionais (FAUSTO NETO, 2017).

Pode-se atribuir a vários fatores a retomada do estudo da circulação segundo outros pressupostos, que vão além daqueles extraídos da teoria matemática da informação. Trata-se de algo que foi, em parte – e de modo curioso –, abandonado pelos estudos de inspiração funcionalista, realizados no âmbito da *research communication*. De modo resumido, pode-se dizer que o tema da circulação é reintroduzido segundo outras matrizes analíticas, na medida em que se abandona o ponto de vista que retém a compreensão da comunicação segundo uma noção transmissional, elegendo-se um outro, que a concebe como uma problemática relacional.

De acordo com este novo enquadre, a circulação seria o resultado de uma diferença da relação entre produtores e receptores de mensagens. Estes se relacionariam a partir de gra-

3 FAUSTO NETO, Antônio. Olhares sobre a recepção através das bordas da circulação. Trabalho apresentado no GT Recepção, usos e consumos midiáticos, do XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, em junho de 2009. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1164.pdf. Acesso em: 18 dez. 2019.

FAUSTO NETO, Antônio: Circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antônio; VALDETTARO, Sandra (org.). *Mediatización, sociedad y sentido: Coloquio del Proyecto “Mediatización, Sociedad y Sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos”*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario, 2010. Disponível em: https://www.academia.edu/4665780/MEDIATIZACION%20Y_SENTIDO. Acesso em: 18 out. 2014.

4 “A Circulação Discursiva: entre produção e reconhecimento”, tema do Pentálogo VII, Hotel Albacora-Japaratinga/AL, 19 a 23 de setembro de 2016; e “Circulação Discursiva e transformação da sociedade”, tema do Pentálogo VIII, Japaratinga, Hotel Albacora-Japaratinga/AL, 25 a 29 de setembro de 2017.

máticas e de lógicas distintas, que norteariam as condições de produção de sentidos através de “feixes de relações” organizadas segundo dinâmicas de descontinuidades e de assimetrias. Os efeitos de sentidos que emergiriam das práticas de comunicação resultariam de um trabalho de uma intercambialidade discursiva caracterizado por inevitável “desarticulação” entre significados produzidos pelos polos da comunicação.

Vale lembrar, de modo sucinto, que a problemática da circulação já apareceria envolta em uma complexidade de protocolos comunicativos no âmbito do contato interpessoal, passando pela comunicação mediada por tecnologias, como os *mass media*, e assumindo novas características na ambiência da midiatização em processo. Em qualquer um destes cenários, a circulação seria o resultado da diferença da relação (assimétrica) de enunciações engendradas nos âmbitos de produção e recepção de discursos.

Este artigo não pretende tratar a questão da circulação de modo abrangente, mas recuperar, deste amplo e complexo cenário, alguns aspectos que ajudam a compreender o papel que ela tem nas mutações que sofrem, ao longo das últimas décadas, processos comunicacionais de natureza jornalística.

Apresentamos, inicialmente, algumas características do funcionamento da circulação, destacando aspectos de seu trabalho de transmissão de mensagens no contexto da “sociedade dos meios” e no qual os *mass media* tiveram importância central como estruturas mediadoras. O processo de enunciação estava centralizado em lógicas e gramáticas dos meios de comunicação de onde se gerava a produção e transmissibilidade de mensagens para os receptores. A circulação teria apenas uma função auxiliar, qual fosse, a de promover a veiculação de mensagens, mas dela não se destacava nenhum aspecto de um outro trabalho, como, por exemplo, a articulação das interações entre instituições produtoras de mensagens e seus receptores.

Destacaremos uma outra perspectiva, que situa a dinâmica da circulação na arquitetura comunicacional da sociedade em midiatização, na qual o funcionamento de todas as práticas sociais é afetado, de modo reciprocizante, por lógicas e operações tecno-midiáticas. Vínculos são gerados entre chamadas velhas e novas mídias, e as relações entre os polos da comuni-

cação se fariam através de entrelaçamentos de operações que se manifestariam segundo *feedbacks* complexos, de natureza não linear, indo além de retroações regulatórias. Nessa paisagem, a circulação deixa vestígios, expressando pistas sobre um modelo interacional o qual, além de mostrar que ela não é apenas uma “zona de passagem”, evidencia a realização de um outro tipo de trabalho na configuração de novas condições de produção e de efeitos de sentidos.

II - Circulação na paisagem transmissional

De um ponto de vista mais clássico, a noção de circulação aparece no processo comunicacional-jornalístico associada às funções atribuídas aos meios e suas operações. Sua dimensão mediadora é destacada através de tarefa por eles realizada, a de codificação da realidade, e que se faria na tentativa de restituição da “cena primária”. Esta somente viria à tona através de operações de caráter discursivo materializadas na notícia enquanto formação substitutiva. É neste nível que se destaca a protagonização da pedagogia do jornalismo, enquanto trabalho representacional.

Este “sistema de codificação” corresponde ao que Darnton atribui às normas que se edificam na fronteira do próprio campo jornalístico e que o leva a afirmar que tudo aquilo que estiver em convergência com a sua racionalidade é objeto do trabalho da noticiabilidade (DARNTON, 1990). Assim desponta a racionalidade mediadora do trabalho jornalístico: restaurar o real através da natureza de sua atividade enunciativa. Este pressuposto enfatiza a centralidade do sistema jornalístico enquanto um determinado lugar, espécie de um “sistema leitor”.

Esta perspectiva chama atenção para o trabalho jornalístico como prática transmissional, não captando, ainda, que, a despeito de sua racionalidade, o discurso jornalístico estaria imerso em meio a outras dinâmicas de enunciações em cujos cenários a circulação seria uma instância dinamizadora de conexões, de contaminações de vários signos e de discursividades, segundo operações alicerçadas em diferentes “gramáticas”. Segundo ainda a perspectiva transmissional, a circulação seria

uma zona de passagem de uma mensagem (jornalística) de um polo produtivo (A) a outro (B) receptor, na qual o trabalho de fazer emergir a “cena primária” estaria associado apenas à transmissão de signos, que se materializaria em atividade de publicitação segundo acionamento de regras de um determinado sistema produtivo (jornalístico). Ou seja, o discurso informativo seria consequência de um jogo e de regras, derivadas do ponto de vista consciencialista segundo o qual as notícias são aquilo que os jornalistas e a cultura do seu sistema definem como tal.

A natureza de um processo comunicacional mais complexo somente é reconhecida na medida em que as condições de produção do discurso jornalístico são envoltas em outras articulações que tratariam de situar a circulação além de uma dinâmica transmissional, dotada de uma atividade enquanto elo de intermediação entre produtores e receptores de mensagens. Ela seria uma instância que possibilitaria aos meios jornalísticos a efetivação de sua vocação mediadora. A circulação apareceria como lugar de produção de contato entre meios e a sociedade, e é nesta esfera que se destaca a vocação mediadora que lhes é atribuída, pois tudo que sabemos acerca do mundo devemos aos meios (LUHMANN, 2005). Giddens (1991) converge com esta perspectiva mediacional ao lembrar a importância desta nova dinâmica como possibilidade de redução da complexidade resultante do funcionamento de outros sistemas sociais (GIDDENS, 1991). Tais propriedades especificariam a atividade protagônica do jornalismo como prática social, uma vez que é através de seus dispositivos, como o jornal, que sentidos são preparados por suas estratégias discursivas, contratos de leitura, etc. (MOUILLAUD, 2002).

Tais aspectos podem ser particularmente observados, por exemplo, em operações discursivas nas revistas informativas através das quais o discurso jornalístico semantiza os processos de *impeachment* de Collor (FAUSTO NETO, 1995) e Dilma Rousseff (FAUSTO NETO, 2017), segundo economia discursiva de cada publicação. São apresentadas ao leitor esquemas discursivos que explicitam a tarefa mediadora do discurso jornalístico, segundo perspectivas distintas das que foram apreoadas e que circularam por longos anos, segundo as hipóteses desenvolvidas por McCombs (2009), no âmbito da teoria do agendamento.

Nestas condições, indo além de dispositivos que transmitem informações, os *mass media* jornalísticos propõem, através de suas ofertas de “mundos possíveis”, vínculos com o tecido social, ao se colocarem como uma instância intermediária entre as instituições e a sociedade. São ofertas que destacam o papel do jornalismo na gestão da organização social, segundo atividade heterorreferente de tematização de questões de diferentes instituições sociais. O ambiente da circulação deixa de ser inóspito, “liso” e apenas de uma “zona de passagem”, para assumir outra configuração, a de “enfeixar” dinâmicas de práticas discursivas dos polos interacionais. Através de suas conformações se engendrariam configurações da atividade comunicacional, como também através dela se coproduziria a própria intercambialidade dos polos em interação. A circulação despontaria como um lugar de relação e no qual se gestaria a potencialidade da atividade mediacional dos discursos e da própria interdiscursividade, mediante um trabalho de várias operações. Um dos efeitos destas articulações é o fato das discursividades se colocarem em contato via processos de empréstimos, apropriações e codeterminações, etc. entre si. Isso se dá quando a cultura midiática e suas práticas discursivas funcionam como “condições de produção” para novas discursividades, afetando o funcionamento dos discursos sociais, como, por exemplo, o discurso político. Lembremos que a 1ª campanha eleitoral para a Presidência, pós-ciclo da ditadura, foi organizada e midiaticizada segundo regras do discurso televisivo (FAUSTO NETO, 1990). Todos os candidatos se apoiaram em interdiscursividades e gêneros, etc. telemidiáticos, e a vitória do presidente Collor foi associada à sua performance no debate final com Lula, na televisão. Posteriormente outro trabalho da circulação se manifesta, quando fragmentos deste debate são editados para serem veiculados pelo Jornal Nacional. As primeiras interpretações sobre resultados eleitorais sustentaram-se na “teoria dos efeitos”, ao destacar a possibilidade de um discurso afetar o resultado das eleições. Tal ponto de vista destacou o trabalho da circulação midiática como uma variável independente, ignorando outras operações que permeariam a atividade da circulação. De acordo com tal perspectiva, ela se restringiria apenas à tarefa de transporte de

sentidos... desconhecendo-se, portanto, seus vínculos com outras mediações, bem como o potencial que as mesmas teriam no trabalho de coengendramento de significações.

Anos depois, em nova campanha eleitoral, Lula venceu as eleições, e sua vitória é explicada por interpretações que se afastam da valorização da circulação sob o prisma do agendamento midiático. São destacadas outras articulações entre o discurso político e o discurso midiático bem como processos circulatórios que engendram a sua exposição. Destaca-se a transformação do corpo-imagem do candidato vencedor, que se despojaria da aura do “velho sindicalista” e passaria a ser investido por regras que tratariam de transformá-lo em um “corpo-significante” de natureza midiática (FAUSTO NETO, 2003). A eleição se engendra no âmbito de complexas estruturas de mediações midiáticas e não midiáticas que se expressam segundo uma outra paisagem circulatória.

Nesta, as mídias codividiriam a produção de sentidos com outras práticas discursivas, segundo o trabalho de gramáticas distintas e de coenunciações. A circulação enquanto “zona de passagem” dá lugar a uma outra, de uma complexa zona cujas fronteiras são constituídas por pregnâncias e por interfaces tecidas por estratégias de vários campos e por seus agenciamentos. Desponta a circulação investida de uma dinâmica que dá origem a uma espécie de “zona de contato”, gerando possibilidades de complexas interações, conforme veremos a seguir.

III - Circulação entre dissoluções e entrelaçamentos

Mutações que se manifestam na paisagem jornalística no contexto da midiaticização mostram que os sentidos que circulam deixam de ser examinados por lógicas/efeitos da *agenda setting* e passam a levar em conta uma problemática suscitada pela “transação de agendas”. Se outrora o que sabíamos da realidade procederia do trabalho dos meios, em tempos mais recentes observam-se níveis de complexificações das mediações. Percebem-se articulações heterogêneas entre práticas sociais e suas manifestações discursivas, que repercutem sobre as pos-

sibilidades do que sabemos do mundo. Disputas de sentidos se cruzam, crescentemente, em torno de fundamentos de múltiplas referências midiáticas e de outras naturezas. Uma das primeiras consequências destas articulações complexificantes do processo de construção e veiculação do acontecimento é o fato da sua tessitura se fazer menos – e de modo unilateral – nas fronteiras exclusivas do campo jornalístico e, crescentemente, pela articulação com lógicas, práticas e operações discursivas de outros campos. Estes viam outrora, nos enquadres dos discursivos midiáticos, a possibilidade de tomá-los como empréstimos visando à circulação de acontecimentos relacionada com suas estratégias de produção de sentidos. Observa-se na atualidade que uma das possibilidades que os campos encontram para se apoiar na correferência dos discursos midiáticos ocorre pela apropriação das próprias “práticas significantes” midiáticas. Mas não se trata mais de um “empréstimo”, e sim de apropriação que passa a ser integrada à cultura do campo apropriador, especialmente por parte dos seus *experts*. Não se trata de convivência de coenunciações de campos distintos, mas submissão de fundamentos de uma “episteme” determinada à de natureza midiática. Graças à transformação da organização social em uma ambiência constituída por meios, lógicas e operações midiáticas, dimensões da cultura midiática já vão além da circunstância de “condições de produção” para estratégias discursivas de campos diversos. Práticas institucionais diversas se apresentam através de operações midiáticas, enquanto “senha de reconhecimento”.

Exemplificando: investigações policiais misturam seus procedimentos com aqueles que emanam das lógicas da mídia. E seus atores, como delegados à frente de inquiridos, valem-se diretamente de habilidades e competências midiáticas para engendrar acontecimentos, cuja enunciação, no entanto, se faz cada vez mais à margem da responsabilidade direta de jornalistas. Tanto o processo de apuração como o de produção e de circulação de materiais deixam de ser produzidos através de jornalistas, que são transformados em receptores de orientações e de veiculação de materiais gerados diretamente pelo *staff* policial (FAUSTO NETO, 2007).

Trata-se de procedimentos seminais que vão sendo complexificados, tempos depois, pela atividade interpenetrante

de sistemas sociais diversos. Jornalistas que cobrem temas relacionados à operação “Lava-Jato” recebem assessoria direta de quadros especializados do *staff* jurídico, cujo apoio é considerado essencial na edição de matérias relacionadas com a investigação. Ao mesmo tempo, *experts* do campo jurídico realizam cursos intensivos de *media training* com o objetivo de dominar lógicas e operações da produção midiática a serem tomadas como referências para a midiaticização de suas atividades. Ainda em decorrência da “revolução do acesso” que a internet vai produzindo na constituição e no funcionamento da ambiência midiaticizada, agentes de campos e atores sociais adquirem “letramento” midiático, de tal forma que operações de produção e de circulação de mensagem passam a ser geradas fora do domínio específico de ambientes profissionais da comunicação. Porém, a questão do acesso ao ambiente da circulação midiática de mensagens destaca-se como desafio central para instituições diversas, fontes, agentes de campo e os próprios leitores.

Trata-se do acesso que vai além dos ambientes até então controlados pelo sistema jornalístico e seus operadores. Mas não apenas do acesso físico, e sim do ingresso de práticas discursivas geradas por outros campos, no próprio ambiente operado pelos *mass media* ou por estes controlados. Grupo de pressão, como reclusos do sistema carcerário, utiliza-se de sequestros de jornalistas (transformados sob coação em seus assessores), para aceder ao *setting* televisivo, visando fazer circular mensagem que denuncia as condições carcerárias do país (FAUSTO NETO, 2006b). O que é destacado deste acontecimento é apenas a circunstância do ato pôr em risco a segurança das instituições midiáticas. Não se faz nenhuma outra leitura sobre as condições de geração e circulação do acontecimento. Não se chama atenção para os efeitos que novas “transações de agendas” têm sobre as condições de produção e de circulação discursiva, especialmente as complexas condições através das quais se dá a circulação do acontecimento (FAUSTO NETO, 2006b).

Deslocamentos que envolvem alterações nas rotinas da programação televisiva guardam estratégicos vínculos com a comunidade de receptores. A mudança de jornalistas e de apresentadores de TV deslocados para novas funções não é considerada apenas uma “rotina interna” da televisão, passando a ser

submetida a cuidadosos cerimoniais de passagem. Não se trata mais de eventos restritos ao *setting* televisivo, mas algo que se conecta com o mundo dos telespectadores, considerando-se níveis de contatos que o dispositivo televisivo alimenta cotidianamente, via oferta de seus contratos de leitura, com seus usuários (FAUSTO NETO, 2013a). Estes deslocamentos que se processam no ambiente interno da produção midiática vão além da fachada do *setting* televisivo, afetando também a performance de jornalistas, especialistas, colunistas, etc., se veem presentes em atividades multimodais, deslocados para a atividade circulatória dos discursos. Um conhecido jornalista esportivo, acometido por um câncer, narra, ele mesmo, cotidiana e diuturnamente, o processo de sua doença. Desloca-se entre várias mídias e seções editoriais da empresa onde trabalhava, anunciando que “sou eu mesmo quem noticia o meu tratamento” (FAUSTO NETO, 2011b).

Transformações da circulação geram crise em outras rotinas do ambiente jornalístico. O *ombudsman*, até então considerado um personagem central na construção de um protocolo mediador entre jornal e leitores, afasta-se de sua função diante da resistência do jornal em abrir a coluna para interação em tempo real, via internet, com seus leitores (FAUSTO NETO, 2008b). Trata-se de uma situação típica, na qual a organização jornalística teme injunções da economia e da lógica digitais, cujas ações e estratégias poderiam retirar das práticas jornalísticas o cerne de sua atividade central: tecer o processo de noticiabilidade segundo suas próprias lógicas e operações.

Efeitos dos complexos *feedbacks* produzidos pela midiaticização afetam a ambiência sociocomunicacional. Já não se trata mais da “era dos meios” e de suas práticas representacionais enunciando sentidos segundo lógicas permeadas por expectativas tentativamente regulatórias, mas sim de novos enunciamentos enunciativos que se dão através de processos discursivos que cuidam de acoplar em um cenário outro de circulação as diferentes práticas (midiáticas e não midiáticas).

Efeitos desta nova ambiência se manifestam em vários estágios da atividade mediadora do jornalismo, e este campo vê, progressivamente, sua configuração sendo atravessada por circuitos de operações, sendo que muitos deles já são manejados por instituições e atores diversos.

Ilustrando a existência de um nicho configurador de uma nova atividade enunciativa, destaca-se o papel de grandes empresas digitais que operam segundo esquemas de interação nos quais instituições midiáticas e atores sociais se tornam componentes de práticas interacionais por elas organizadas, segundo outros procedimentos de circulação.

Nessa nova ambiência, jornais e leitores se tornam clientes de “macroinstituições”, particularmente de suas matrizes comunicativas (como o Facebook), enquanto grandes empresas engendram processos interacionais através de “zonas de contatos” que transformariam a arquitetura midiático-informativa e, de modo pontual, a atividade de circulação de mensagens. São também projetos geradores de processos interacionais envoltos em tensões intermédias, como as que envolveram recentemente o Facebook e organizações jornalísticas, quando foi reduzida a presença de páginas destas últimas no ambiente do Facebook, em favorecimento de pessoas físicas. À época, o Facebook divulgou nota explicando que as pesquisas feitas pela rede social apontavam a redução de momentos e de contatos entre seus usuários e, com base nisso, anunciou que iria reduzir o espaço concedido às empresas de comunicação em suas páginas (Meio e Mensagem, 2018). De alguma forma, o Facebook estanca a presença de mídias institucionais em sua página, desestimulando um tipo de interação que valorizaria a circulação de serviços jornalísticos, bem como a opinião de suas instituições, mas algo que geraria menos receita financeira para a instituição. O Facebook recua na promoção das interações entre sistemas de “velhas e novas mídias”, algo modesto para suas ambições que vão além de um lugar mediacional (Meio e Mensagem, 2018).

Articulações entre “velhos” e “novos” meios ocorrem através de tensões geradas pela midiaticização de acontecimentos, evidenciando novas problemáticas resultantes das afetações entre culturas midiáticas e outras culturas institucionais. Já no início deste século, matéria jornalística prenunciou efeitos das relações de acoplagens entre sistemas jurídico e midiático. Destaca imagens da sessão do STF na qual juízes fazem uso da intranet para combinar, através de conversas eletrônicas, votação de matéria sobre o Mensalão: “Voto combinado na rede – ministros do Supremo especulam sobre

a ligação entre julgamento e sucessão na corte” (O Globo, 23/08/2007). A denúncia aponta marcas de um processo de circulação de mensagens e de negociações no ambiente do STF, fugindo aos âmbitos e limites dos seus rituais e de suas práticas. Ela desencadeia reações de representantes de vários campos sociais, complexificando a circulação do acontecimento: “OAB vê cultura do Big Brother; advogados defendem publicação” (FSP, 24/08/2007); “Jobim afirma que a publicação de diálogo é inconstitucional” (FSP, 24/08/2007, p. 8). A transcrição dos diálogos e das imagens das conversas entre juízes, por parte de jornais, enseja ainda leituras por parte de vários atores. O ex-presidente do Congresso José Sarney relaciona o fato com a transformação do ambiente físico do STF: “Arquitetura destrói privacidade entre os membros da corte” (José Sarney, FSP, 24/08/2009, p. 1). “Jurista-desembargador alega que a imprensa invadiu intimidade” (FSP, 02/09/2007, p. 2). Colunista comenta o fato em artigo, utilizando-se no seu título de construções discursivas que se associam à dinâmica da circulação: “A invasão do jornalismo”. Salienta que “a relação entre jornalismo e invasão de privacidade é muito mais complexa do que aparenta a intensa discussão [...]. Não há dúvidas de que os diálogos seriam atos privados. Mas não significa que ocorrem em privacidade” (FSP, 26/08/2007, p. 9). O jornalista lança ao debate questão que não consta no rol de opiniões sobre o assunto, enfatizando a singularidade de processos observacionais jornalísticos na construção do acontecimento que se engendra no ambiente da midiaticização e segundo dinâmicas da circulação: “[...] estar próximo de quem fala ao telefone e notado o interesse público do que é dito, noticiá-lo; ou ouvir, de fora de um gabinete, um diálogo de interesse público – são atos de invasão de privacidade ou de função do jornalismo?” (FSP, 26/08/2007, p. 9).

Tal registro traz à tona um debate em torno da midiaticização das instituições e dos seus efeitos, chamando atenção particularmente para a singularidade do exercício da observação jornalística e o papel de seu trabalho enunciativo sobre a relação entre instituições não midiáticas e midiáticas.

Marcas de uma nova atividade circulatória, bem como seus efeitos no contexto da midiaticização em curso, se

dão também nas manifestações de rua ocorridas no Brasil em 2013. Dentre elas, pistas sobre a “dissolução” das formas de observação das mediações jornalísticas, especificamente a sua cobertura sobre as manifestações. Vimos que estas foram geradas segundo diferentes motivações, mas fortemente articuladas em torno das mídias digitais. Estas funcionaram como uma espécie de grande “manto” na tentativa de abrigar e unificar sentidos em profusão... Este arranjo tirou de cena outras mediações exercidas por instituições, segundo a expressão dos próprios atores em marcha. Alegaram que elas não poderiam ser reconhecidas nas circunstâncias da passeata levada adiante, diante da formação de aglomerações nas quais “somos todos Facebook”... O processo observacional jornalístico também entra em pane, pois a dinâmica das manifestações não seria captada pelas metodologias de reportagem que cobriam as passeatas: “Temos que mudar o espelho”, grita um editor a um repórter, presente nas ruas, ao acusar a defasagem entre o que se passava nas ruas e as tentativas jornalísticas desenhadas para cobri-las (FAUSTO NETO, 2013b). Ilustrando as irrupções entre as lógicas dos manifestantes e aquelas da cobertura midiática, disse um repórter, ao refletir sobre a performance da mídia diante das manifestações: “Elas deram um nó na cabeça dos jornalistas” (FAUSTO NETO, 2013b).

As dissoluções das mediações acontecem em acontecimentos como as manifestações de rua, mas também na esfera das próprias organizações jornalísticas. Notícias relatam o desaparecimento do *ombudsman* na arquitetura editorial-redacional do *New York Times*. Trata-se de um dos registros mais emblemáticos a simbolizar transformações profundas por que passa o jornalismo, especialmente na sua “economia da circulação”. Não se trata apenas do afastamento de um jornalista do seu posto de trabalho, mas da extinção de um dos níveis do processo de observação de que se valia o jornal para constituir protocolo vinculante com o leitorado. Ao destituir o mediador, a instituição jornalística estaria abrindo mão de um liame central, colocando no seu lugar estruturas que tratariam de dissolver formas que possibilitariam a presença do leitor em contato qualitativo com o jornal. Ao acabar com o cargo de *ombudsman*, o jornal planeja inaugurar outras formas de relações (de trabalho) com o leitor,

como, por exemplo, expandir sua plataforma de comentários, de modo que os leitores passem a atuar como editores. Como justificativa, o jornal alegaria que “uma relação tão fundamental não poderia ser terceirizada a um único intermediário, disse o editor do NYT, em comunicado à redação” (Meio e Mensagem, 01/06/2017).

IV - Acoplamentos, interpenetrações, bifurcações, descontinuidades

No final da segunda década deste século, três fatos são tecidos no contexto jornalístico brasileiro, chamando atenção para mudanças nas condições de sua transformação em acontecimentos, segundo dinâmicas de novas “metodologias” de circulação. Os registros que seguem logo abaixo destacam-se de outras dinâmicas que foram descritas anteriormente e segundo outros níveis de complexidade, uma vez que seus engendramentos escapam às fronteiras do campo jornalístico, pois são tecidos nas interfaces de vários sistemas sociais, já na ambiência midiaticizada (GOMES, 2017).

1º registro (2017): A circulação do acontecimento se desencadeia em ambiente hospitalar. Horas após a internação da falecida esposa do ex-presidente Lula, Marisa Letícia da Silva, acometida por um AVC, médica enviou, ainda em ambiente hospitalar, mensagem via WhatsApp a um grupo de antigos colegas da faculdade, confirmando o internamento da paciente acometida por um AVC hemorrágico e de nível considerado um dos mais graves. Embora normas do código médico proibam o acesso de terceiros a prontuários de paciente, o informe migrou não só para área médica, mas para vários segmentos, gerando vários tipos de discursos.

As mídias ocuparam-se não só de relatar a ocorrência, tomando como referência o informe da médica, já em circulação, como os jornais abriram páginas para especialistas comentarem o relato desencadeador do acontecimento sob pontos de vista diversos (médico, jurídico, ético, etc.). A mensagem ingressa também no circuito das redes sociais através de várias modalidades de relatos e mediante comentários, fazendo emergir, in-

clusive, discursos de ódio. Embora a médica tenha sido demitida dos serviços prestados na instituição hospitalar, sua mensagem seguiu adiante sem sofrer óbices de controles e de restrição no processo de sua circulação.

2º registro (2016): Não só a construção do acontecimento, mas sua própria circulação engendra-se no âmbito do sistema jurisdicional. O juiz Sérgio Moro, encarregado das investigações da “Operação Lava-Jato”, ordena, à revelia de autoridades superiores, a captura, através de escuta telefônica, de conversas entre os ex-presidentes Lula e Dilma Rousseff. Também ordena que o teor das mensagens viesse a circular à disposição das mídias jornalísticas, momentos após a operação. Esta foi suspensa por ele horas depois, ao cumprir determinação do STF para que as mensagens gravadas fossem recolhidas e retiradas do processo. Mas, entre a extração dos dados e a sua proibição, os conteúdos das conversas já haviam ingressado em vários circuitos de mídias e de outras instituições. Seu teor, além das montagens feitas originalmente pelos enquadres dos investigadores que cuidaram da extração dos materiais, sofreu processos de edição por parte de relatos midiáticos, cujos dispositivos já estavam conectados aos serviços de comunicação do MPF. Recorde-se que rotina de contatos entre mídia e sistema jurídico já havia sido estabelecida anteriormente, através de uma complexa cobertura midiática que vinha sendo dada à “Operação Lava-Jato”. Neste caso, a construção midiática não recebeu por parte do juiz nenhuma orientação/restrrição sobre uso dos materiais, pois as precondições já estavam prontas para sua disseminação. O acontecimento ganha vários fóruns, inclusive o “tribunal” das redes sociais.

3º registro (2019): O acontecimento nasce de circuitos e de dinâmicas de processos de circulação que se bifurcam em formatos cujas origens e processos de construção não se conhecem, em termos de origens sistêmicas. Mensagens chegam ao site The Intercept, na forma de gravação que relata conteúdos de conversas entre autoridades encarregadas da “Operação Lava-Jato”. Conteúdos destas gravações são postos em circulação pelo The Intercept jornalístico, transformadas em acontecimento, ganhando circuitos diversos, ao longo de, praticamente, todo o segundo semestre de 2019. O circuito formal é constituído

pelo próprio Intercept, a *Folha de S. Paulo* e a revista *Veja*, que se associaram formalmente ao site jornalístico no processo de veiculação dos conteúdos das gravações capturadas. Porém, sua disseminação se expande em várias mídias e outras instituições, na forma de “discurso citado”. O acontecimento é tematizado de modo complexo, na extensa pauta jornalística – de blogs e sites; nas agendas de instituições de vários campos sociais; bem como no próprio âmbito da conversação pública.

Segundo estes três registros, expedientes diversos, envolvendo tecnologias e processos editoriais, tratam de gerar acoplamentos entre vários sistemas os quais se encarregam da gênese, gestão e produção do acontecimento, segundo processos de interpenetração recíproca em suas práticas de acoplamentos de discursos. Estes, ao serem dissolvidos e re-enunciados pelas/nas fronteiras de campos específicos, ganham, através de operações técnicas, amplitudes no âmbito de circuitos diversos. As interpenetrações entre práticas sociais diversas – midiáticas e de várias naturezas – se fazem através de construções enunciativas heterôgenas, sendo impossível de se deter o curso da circulação de sentidos. Chamam atenção para o fato de que a gênese do trabalho de construção do acontecimento se enseja, desta feita, fora das fronteiras específicas do campo midiático, mas na conjugação de acoplamentos de autoridades e de operações que já se encontram no domínio de vários sistemas sociais, sendo que as expectativas sobre possíveis efeitos de sentidos – por seguirem cursos não sabidos, acionados pela circulação – não podem ser conhecidas previamente. O acontecimento ganha, literalmente, horizontes bifurcantes que são permeados por sentidos diversos e, ao mesmo tempo, imprevistos.

Os três acontecimentos apontam para articulações entre sistemas sociais diversos, apresentando, porém, marcas de enunciações de um trabalho observacional gerador dos primeiros relatos operados por atores de sistemas, em termos de primeiros estágios da sua circulação. No vazamento sobre o estado de saúde da mulher do ex-presidente, observa-se que a sua circulação é enunciada a partir de um operador do campo médico, embora sua produção não resulte de ações formais deste sistema. Dissemina-se através de circuitos de produção discursiva mediante especialistas do mesmo campo, levando adiante a ver-

são inicialmente tematizada pela colega médica – sem os constrangimentos de códigos reguladores – para uma ampla ambiência constituída por diversidade de leituras. Estas desdobram-se em outras tantas à medida que percorrem outros circuitos, cujos funcionamento e horizontes são desconhecidos.

O acontecimento resulta, assim, de acoplagem e de *feedbacks* engendrados na própria dinâmica social, desdobrando-se em novas construções e assim por diante, por conta de novas derivações significantes. Sentidos não podem ser contidos, porque, a exemplo das *fake news*, este tipo de relato repousa na potência de um processo circulatório onde algo escapole, ingresando em outros processos de construção de significações.

Também da perspectiva das lógicas de acoplamentos e de interpenetrações, podemos dizer que a “Operação Lava-Jato” representa um nível de complexificação da atividade comunicacional dos sistemas sociais. Suas ações se acoplam sistematicamente, segundo estratégias e operações que se articulam tendo como aspecto dominante as lógicas de comunicabilidade do acontecimento. Vimos que um conjunto de fundamentos e ações jurídico-midiáticas sustentam e orientam a operação desde a captura da escuta da conversa entre dois ex-presidentes até seu ingresso na circulação. Pertence o acontecimento a uma extensa família de lógicas e de atos que transcendem o ritual jurídico. É permeado pelo “caldo” de atos midiáticos, como: entrevistas de procuradores a meios de comunicação; artigos assinados e livro publicado pelo juiz Moro; rotinas dos interrogatórios sempre veiculadas para mídias, a partir do fornecimento do seu teor por parte dos serviços de comunicação do MPF; também pelas campanhas de relações públicas que visam favorecer o posicionamento das instituições policial e jurídica à frente das operações; e, finalmente, treinamentos a que os operadores jurídicos são submetidos para domínio de operações de *media training*.

Se o processo de escuta efetuada pelo juiz Moro teve seu material posteriormente recolhido por determinação de tribunal superior, os efeitos da circulação de seus conteúdos já tinham ido muito além. Embora tenha havido um *gap* entre gravação e suspensão da escuta, e mesmo que os materiais tenham sido mantidos fora do processo da investigação, as ações de midiaticização do teor das escutas telefônicas foram levadas adiante.

Nada poderiam fazer outras preocupações institucionais visando conter a disseminação das mensagens das escutas de vigilância, diante da avalanche de mensagens que se capilarizaria, discursivamente, em toda a ambiência social. Ou seja, se formalmente foram as gravações retiradas dos circuitos, seguiam em frente, na forma de outros textos, dinamizadas por outros sistemas, atores e redes sociais.

Diferentemente dos casos acima refletidos, entende-se que as características da mediatização de gravação de falas de autoridades jurídicas cujo teor foi revelado pelo *The Intercept* reúne outras pistas interpretativas ao lado de tantas que foram levantadas, alegando, por exemplo, a sua ilegalidade, ou considerando inverídico o teor dos seus registros. Se os dois casos anteriores que estavam tensionados por aspectos normativos dos sistemas em que foram engendrados, assim mesmo, seguiram adiante, ações normativas não poderiam igualmente deter caminhos percorridos pelas mensagens da “Vaza Jato”. E apesar de algumas “retroações” acreditarem poder contê-las, como a prisão de possíveis suspeitos pelo vazamento, seria impossível sustar sentidos em curso. As gravações de falas dos atores jurídicos, que estavam sitiadas em uma “zona de sombras”, escapolem das fronteiras do seu universo de produção, ingressam na forma de textos jornalísticos em outros circuitos, segundo acoplagens sistêmicas não desenhadas previamente, ganhando territórios de inúmeras discursividades.

Entendemos que o terceiro caso – “Vaza Jato” – recoloca uma questão central exposta neste artigo e que diz respeito ao status da mediação jornalística. Ao longo dos relatos aqui desenvolvidos, vimos que a mediação jornalística sofre injunções de várias naturezas, especialmente aquelas engendradas pelos processos de mediatização em curso, ao afetarem a especificidade do trabalho do jornalista enquanto um mediador. Chamamos atenção para a natureza de algumas dissoluções suscitadas pela complexificação do processo circulatório. Mas devemos observar que a mediação jornalística faz uma outra operação na qual o jornalista aparece não como um receptor de materiais, conforme afirmam algumas análises. Ou como um ator subordinado a uma maquinaria na qual o seu papel seria apenas o de colocar entre aspas declarações procedentes de um ou outro lugar.

Situado em outro processo, devemos chamar atenção para um ato jornalístico que valoriza de outra forma o seu lugar de observação, equidistante de relatos automatizados feitos geralmente em “políticas de interfaces” entre sistemas (jornalísticos/não jornalísticos), bem como a relação deste com algo que emana de outros circuitos de sentidos...

V - Notas em conclusão

Procuramos neste artigo mostrar as mutações da circulação sobre cenários jornalísticos, de modo específico, apontando situações e destacando seus efeitos sobre a natureza da atividade estrutural do jornalismo, de caráter mediacional. Apoiamo-nos em materiais que aparecem no contexto jornalístico brasileiro, ao longo destas duas primeiras décadas, e em dados situados em pesquisas em desenvolvimento. Observamos pistas sobre a natureza e manifestações do trabalho do processo circulatório em várias situações envolvendo o ato jornalístico. Salientamos aquelas em que o jornalista era situado como ator destacado em uma atividade voltada para a veiculação de fatos figurando como operador e vetor de expansão de significados. Em tempos outros, chamava-se atenção para prática jornalística que apresentava outra dimensão mediadora. Percebia que o trabalho da notícia requereria colocar em relação seu processo de reportar com saberes externos de outros campos.

Fica claro que esta tentativa de desvendamento não é autônoma, pois passa por vários protocolos de mediação. O ‘resgate’ da realidade implicaria lançar mão de processos de observação, cujos trajetos mostram e complexificam a não autonomia do jornalismo e dos seus mediadores, particularmente, sua dependência de coenunciações. Seu trabalho estaria subordinado a feixes de relações e, nestas condições, ele operaria em conexão tácita com múltiplas dimensões dos processos circulatórios de sentidos.

Complexidades posteriores fariam com que jornalistas passassem a lidar com um novo cenário no qual constatariam que realidades de relações e de fronteiras entre sistemas sociais diversos passariam a se constituir em novos balizadores do seu ato. Racionalidades destas articulações sistêmicas tratariam de

afetar as condições de enunciação do ato jornalístico. O trabalho tentativo de ‘resgate’ da ‘cena primária’ estaria permeado por entrelaces de suas dinâmicas e tudo faz crer que os efeitos destas permitiriam apenas a construção de ‘mundos possíveis’.

O ato jornalístico se complexifica diante do processo de midiatização em curso, pois este faz emergir a irrupção de novos protocolos tecnomidiáticos, compartilhados com instituições e atores sociais, resultando o surgimento de outros circuitos de contatos e de manifestações. A produção de acontecimentos desloca-se de nichos produtivos, ingressa em territórios da circulação, escapa ao protocolo interno do sistema jornalístico, passando a ser compartilhada por uma diversidade de matrizes sistêmico-institucionais. A revolução do acesso promovida pela inflexão de processos tecnológicos suscita possibilidades de um modelo enunciativo centrado no “eu sozinho”, circunstância em que o indivíduo, apesar dos outros, seria capaz de inventar processos interacionais. Retira-se de alguma forma, do sistema jornalístico e dos seus atores, a singularidade do seu trabalho, apontando que há outros processos em curso e que passam às mãos de outros universos. Seriam tempos de dissoluções das estruturas intermediárias nas quais práticas mediadoras também seriam afetadas pela existência de rituais interacionais movidos por novas estruturas sociotécnicas que ensejam o aparecimento de dois cenários comunicacionais: o primeiro, constituído por ações dos indivíduos, impulsionados pelas chamadas novas tecnologias que fazem emergir determinadas arquiteturas tecnomidiáticas. E um segundo cenário constituído por práticas sistêmicas, misturando-se umas com as outras, em torno de processos e de acoplamentos que são dinamizados em torno de retroações de complexos *feedbacks*. O acontecimento resulta, neste caso, de múltiplas intervenções, de lógicas e de racionalidades que se mesclam às injunções de sistemas e suas práticas sociomidiáticas, operado através de mediadores “sistêmico-midiáticos”.

O acontecimento se faz em circulação. É enunciado em dinâmicas de práticas sociodiscursivas que são engendradas e disseminadas pela atividade circulatória que, a seu turno, não é lisa, mas constituída por insumos de lógicas e gramáticas, regras, discursos de diferentes instituições e saberes. O acontecimento resulta da diferença da relação entre dinâmicas interacionais,

culturas das acoplagens sistêmicas, construções discursivas, de interpenetrações e dos seus efeitos.

O tema dos efeitos retorna na conclusão deste texto. É impossível não abordá-lo diante de um cenário comunicacional no qual se observa que as intercambialidades de sentidos se manifestam e se disputam em ritmos de lutas e de inevitáveis diferenças, em termos de sentidos. Os efeitos voltam, desta feita em torno de uma nova problemática, a de retroações complexas, e não daquelas concebidas em termos de mecanismos regulatórios, conforme previa o sistemicismo funcionalista. Vemos que os processos interacionais que se constituem na ambiência da mediação apontam para transformações estruturais e qualitativas que envolvem os campos, os novos circuitos e a natureza de transformações da atividade mediadora dos jornalistas. Enfatizamos a questão das descontinuidades, enquanto efeitos das interpenetrações entre sistemas, que são, muitas vezes, não capturáveis porque escapam às lógicas causalistas, através das quais são operados os acoplamentos entre sistemas. As descontinuidades poderiam ser atribuídas aos efeitos de processos discursivos que não podiam, certamente, ser contemplados, por não se saber o que se passaria, em circuitos cuja produção de sentidos ainda estaria em curso.

De tais defasagens emergem novos processos observacionais jornalísticos, enquanto atividades de mediação que possibilitam a exteriorização de sentidos que, até então, permaneciam retidos nas fronteiras das ‘zonas de sombras’, impedidos de serem remetidos para zonas de contato. Os processos de observação cujos conteúdos *The Intercept* traz à tona através de suas operações colocam em cena – e em discussão – outro modelo de enunciação requalificando a especificidade de uma atividade observacional, distante do ventriloquismo e também das coações de práticas intersistêmicas, de caráter instrumental e regulatórias.

Os relatos das ‘conversas privadas’ entre funcionários do mundo judiciário e vazados através de circuitos vão adiante. Os efeitos de seus acoplamentos são, portanto, não sabidos. A “ação comunicativa” chama atenção pelo fato de seus conteúdos virem à tona como fruto de descontinuidades, ou de deslocamentos que não são controlados pelo seu processo, bem como pelas lógicas que os engendraram. Algo delas escapa, transcendendo a

própria fronteira do ato que os produziu, passando mensagens capturadas a circular impulsionadas por “sistemas periféricos”. Quando saem das fronteiras de determinado processo produtivo, enunciados ingressam na “inércia” de brechas da circulação, ou são por esta capturados, onde circuitos outros cuidam de lhes dar outros rumos e sentidos. Ingressam, por exemplo, no âmbito de outros processos observacionais, sendo mediados por outras metodologias que reúnem potencialidades mediadoras. Como fenômenos de mediação estão subordinados a temporalidades e a processualidades, as observações aqui desenvolvidas descrevem apenas registros de pequenos estágios de dinâmica de práticas jornalísticas (e também algumas não jornalísticas) cada vez mais subordinadas ao trabalho da circulação. Marcas deixadas pelos rastros desta atividade sugerem algumas hipóteses para novos estudos sobre as implicações da circulação nas mutações do jornalismo.

Referências

- ALBUQUERQUE, Ana Luiza. Sem exposição, é impossível avançar contra poderosos, afirma Dallagnol. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/11/1937812-sem-exposicao-e-impossivel-avancar-contr-poderosos-afirma-dallagnol.shtml?origin=folha>. Acesso em: 06 jan. 2020. São Paulo, SP: Folha de S. Paulo, 2017.
- BATESON, Gregory. *Mente e natureza*. Rio de Janeiro, RJ: Francisco Alves, 1986.
- BENEVIDES, Pedro. Jornalismo sob fluxos e ajustes: da autopercepção de editores ao processo midiático. In: BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina (org.). *Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande, PB: EDUEPB, 2017. p. 253-272.
- BOUTAUD, Jean-Jacques; VERÓN, Eliseo. *Sémiotique ouverte: itinéraires sémiotiques en communication*. Paris, FR: Lavoisier, 2007.
- BRAGA, J. J. Circuitos versus campos sociais. In: MATOS, Maria Ângela; JANOTTI JÚNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (org.).

Mediação e Midiatização. Salvador/Brasília: EDUFAB/COMPÓS, 2012. p. 31-51.

- BRAGA, José Luiz. Lógicas da mídia, lógicas da midiatização? *In: Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario, AR: UNR Editora, 2015. p. 15-32.
- CÉSAR CASTRO, Paulo (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió, AL: Edufal, 2017.
- CULIOLI, Antoine. *Escritos*. Sophie Fisher; Eliseo Verón (compilação, prefácio e epílogo). Buenos Aires, AR: Santiago Arcos Editor, 2010.
- DA CUNHA KLEIN, Eloísa Joseane. As manifestações de junho, 2013: espalhamento e recriação midiática. *In: BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina (org.). Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande, PB: EDUEPB, 2017. p. 281-309.
- DARNTON, Robert. Jornalismo: toda notícia que couber, a gente publica. *In: O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo, SP: Schwarcz, 1990. p. 70-97.
- DE CERTEAU, Michel. Croire: une pratique de la différence. *In: Documents de Travail et pré-publications*, n. 106. Urbino, IT: Università di Urbino, 1981.
- FAUSTO NETO, Antônio. O presidente da televisão: a construção do sujeito e do discurso político no guia eleitoral. *Revista Comunicação & Política: Comunicação pela América Latina*. São Paulo, SP: CBELA-Ed. Oito de Março, ano 9, n. 11, p. 7-27, 1990.
- FAUSTO NETO, Antônio. *O impeachment da televisão: como se cassa um presidente*. Rio de Janeiro, RJ: Diadorim, 1995.
- FAUSTO NETO, Antônio; VERÓN, Eliseo; RUBIM, A. *Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo/São Leopoldo: Hacker/Unisinos, 2003.
- FAUSTO NETO, Antônio. O jornalismo e os limites da representação. *In: BRANDÃO, Ana Paula; FAUSTO NETO, Antônio; MAGALHÃES, Laerte; JOSÉ PINTO, Milton; DUARTE,*

- Maurício. *Discursos: estudos da linguagem como prática social*. Rio de Janeiro, RJ: ECO/URRJ, 2005. p. 23-40.
- FAUSTO NETO, Antônio. Mutações nos discursos jornalísticos: da 'construção da realidade' à 'realidade da construção'. *In: FELIPPI, Ângela; DE AZEREDO SOSTER, Demétrio; PICCININ, Fabiana (org.). Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática*. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2006a. p. 46-63.
- FAUSTO NETO, Antônio. Será que ele é? Onde estamos? A midiatização de um "discurso proibido". *Revista Ícone*, Recife, PE: PPGCOM/UFPE, ano 7, n. 9, p. 18-30, 2006b.
- FAUSTO NETO, Antônio. A midiatização jornalística do dinheiro apreendido: das fotos furtadas à fita leitora. *Revista Comunicação: Veredas*, Marília, SP: Universidade de Marília, ano VI, n. 6, p. 77-90, nov. 2007.
- FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma "analítica" da midiatização. *Revista MATRIZES*, São Paulo, SP: Edusp, n. 2, p. 89-105, 2008a.
- FAUSTO NETO, Antônio. Ombudman: a interrupção de uma fala transversal. *Revista Intexto*, Porto Alegre, RS: UFRGS, v. 2, n. 19, p. 1-15, 2008b.
- FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. *In: FAUSTO NETO, Antônio; VALDETTARO, Sandra (org.). Mediatización, sociedad y sentido: diálogos entre Brasil y Argentina*. Rosario, AR: Universidad Nacional de Rosario, 2010. p. 2-17.
- FAUSTO NETO, Antônio. Dissolução ou o enfraquecimento da *Mediação* jornalística? Goiânia, GO: III Seminário Epistemologia e Pesquisa em Comunicação, 2011a.
- FAUSTO NETO, Antônio. Enfermidade em circulação: sou eu mesmo que noticia o meu tratamento. *Revista Galáxia*, São Paulo, SP: PPGCOM/PUCSP, n. 22, p. 237-249, 2011b.
- FAUSTO NETO, Antônio. Narratividades jornalísticas no ambiente da circulação. *In: DE AZEREDO SOSTER, Demétrio; PICCININ, Fabiana. Narrativas comunicacionais complexificadas*. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2012. p. 45-67.

- FAUSTO NETO, Antônio. A travessia de Fátima Bernardes: “estamos órfãos, o JN não tem mais sentido”. In: *Comunicação, discurso e organização*. São Caetano, SP: Difusão Editora, 2013a. p. 195-211.
- FAUSTO NETO, Antônio. Reflexividade jornalística diante das manifestações de junho. In: FREIRE FILHO, João; COELHO PINTO, Maria das Graças. *Jornalismo, cultura e sociedade: visões do Brasil contemporâneo*. Porto Alegre, RS: Sulina, 2013b. p. 30-53.
- FAUSTO NETO, Antônio; SGORLA, Fabiane. Zona em construção: acesso e mobilidade da recepção na ambiência jornalística. *Revista Lumina*, v. 7, n. 1, p. 1-17, 2013c.
- FAUSTO NETO, Antônio. O fotógrafo-guia. In: PICCININ, Fabiana; DE AZEREDO SOSTER, Demétrio. *Narrativas comunicacionais complexificadas 2: a forma*. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2014. p. 16-31.
- FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: gênese, funcionamento e complexificações das zonas de contato na sociedade em midiaticização. Projeto de Pesquisa, p. 1-17. São Leopoldo/Brasília, BR: Unisinos/CNPq, 2016.
- FAUSTO NETO, Antônio. Dos circuitos à sentença: o impeachment de Dilma Rousseff no ambiente da circulação midiaticizada. *Revista InMediaciones de la Comunicación*, Montevideo, UY: Universidad ORT Uruguay, v. 11, p. 97-111, 2016.
- FAUSTO NETO, Antônio. O périplo discursivo de um “corpo significante”: capturas de Sérgio Moro pelos discursos midiáticos. In: CICÍLIA, M. K.; FERREIRA, Giovandro (org.). *Comunicação na América Latina: da meta-pesquisa aos estudos midiáticos*. São Paulo, SP: INTERCOM, 2018. p. 249-277.
- FAUSTO NETO, Antônio. Revés na midiaticização. In: SAID, Gustavo; XAVIER, Monalisa (org.). *Comunicação, identidade e subjetividade*. Teresina, PI: Editora e Livraria Nova Aliança, 2017. p. 93-114.
- FAUSTO NETO, Antônio. Fake news e circulação de sentidos nas eleições presidenciais brasileiras – 2018. In: FIGUEIRA,

- João; SANTOS, Silvio. *As fake news e a nova ordem (des) informativa*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019. p. 177-198.
- FERREIRA, Jairo. As metamorfoses da circulação: dos fluxos à questão de reconhecimento. In: CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió: Edufal, 2017. p. 109-124.
- CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva entre produção e reconhecimento*. Maceió, AL: EDUFAL, 2017.
- GIDDENS, Antony. *As consequências da modernidade*. São Paulo, SP: UNESP, 1991.
- GOMES, Pedro G. *Dos meios à midiatização um conceito em evolução; From Media to Mediatization an evolving concept*. São Leopoldo, RS: UNISINOS, 2017.
- GOODMAN, Nelson. *Maneras de hacer mundos*. Madrid, ES: Viset, 1990.
- JOSÉ, Emiliano. *Imprensa e poder: ligações perigosas*. Salvador, BA: EDUFBA, 2019.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Olhar, escutar, ler*. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2010.
- LUHMANN, Niklas. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo, SP: Paulus, 2005.
- LUHMANN, Niklas. *Teoria dos sistemas na prática: vol. I, estrutura social e semântica*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.
- MALCOLM, Janet. *O jornalista e o assassino*. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 1990.
- MCCOMBS, Maxwell. *A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- MESQUITA, Mário. *O quarto equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra, PT: MinervaCoimbra, 2004.
- MOUILLAUD, Maurice. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2002.

- PEIRCE, Charles Sanders. *A fixação da crença*. Disponível em: http://www.lusosofia.net/textos/peirce_a_fixacao_da_crenca.pdf Acesso em: 28 fev. 2019. p. 1-15.
- PRADO, José Luiz Aidar. *Brecha na comunicação: Habermas, o outro, Lacan*. São Paulo. Hacker Ed.; CESPUC, 1996.
- QUIROGA, Tiago. *Pensando a episteme comunicacional*. Campina Grande, PB: EDUEPB, 2013.
- RABELO, Leon. Assange, Snowden, Greenwald. In: BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina (org.). *Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande, PB: EDUEPB, 2017. p. 87-111.
- VERÓN, Eliseo. La antropología, hoy: una entrevista a Claude Lévi-Strauss. *Cuadernos de Filosofía*, Bogotá, COL: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, n. 1, p. 160-167, 1962.
- VERÓN, Eliseo. Sémiotique de l'idéologie et du pouvoir. *Communications*, Paris, FR: Editora Seuil, n. 28, p. 7-20, 1978.
- VERÓN, Eliseo. La semiosis et son monde. In: La sémiotique de C. S. Peirce. *Langages*, Paris, FR: Larousse, v. 14, n. 58, p. 61-74, 1980.
- VERÓN, Eliseo; LEVASSEUR, Martine. *Ethnographie de l'exposition: l'espace, le corps et le sens*. Paris, FR: Centre Georges Pompidou, 1989.
- VERÓN, Eliseo. Entre Peirce et Bateson: une certaine idée du sens. In: WINKIN, Y. (ed.). *Primer inventario de una herencia*. Buenos Aires, AR: Paidós, 1991. p. 171-184.
- VERÓN, Eliseo. *Fragments de um tecido*. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2004.
- VERÓN, Eliseo. Os públicos entre produção e recepção: problemas para uma teoria do reconhecimento. In: ABRANTES, José Carlos; DAYAN, Daniel. *Televisão: das audiências aos públicos*. Lisboa, PT: Livros Horizonte, 2006. p. 113-126.
- VERÓN, Eliseo. *Papeles en el tiempo*. Buenos Aires, AR: Paidós, 2011.
- VERÓN, Eliseo. *La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires, AR: Paidós, 2013.

WESCHENFELDER, Aline. *Manifestações da midiatização, transformação dos atores sociais em produção e recepção: o caso Camila Coelho*. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2019.

Jornais e revistas eletrônicos

“Facebook aumenta prioridade a posts de amigos e família”. *Meio e Mensagem*, 12/01/2018. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2018/01/12/facebook-para-de-dar-prioridade-a-publishers-no-feed-de-noticias.html> Acesso em: 28 fev. 2020.

“New York Times acaba com cargo de ombudsman”. *Meio e Mensagem*, 01/06/2017. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2017/06/01/new-york-times-acaba-com-cargo-de-ombudsman.html>. Acesso em: 28 fev. 2020.

“Voto combinado na rede – ministros do Supremo especulam sobre a ligação entre julgamento e sucessão na corte”. *O Globo*, 23/08/2007, p. 28-32.

“Jobim afirma que a publicação de diálogo é inconstitucional”. *Folha de SP*, 24/08/2007, p. 8.

“Arquitetura destrói privacidade entre os membros da corte”. *Folha de SP*, 24/08/2009, p. 1.

“Jurista-desembargador alega que a imprensa invadiu intimidade”. *Folha de SP*, 02/09/2007, p. 2.

“A invasão do jornalismo”. *Folha de SP*, 26/08/2007, p. 9.

Discutindo a mediatização da política a partir do caso português

Discussing mediatization of politics based on the Portuguese case

Rita Figueiras¹

Resumo: O artigo foca-se no espaço de comentário nos noticiários no horário nobre dos canais de televisão generalistas e por cabo em Portugal. O conceito de mediatização da política é utilizado para guiar a pesquisa empírica. Os resultados do estudo indicam que o comentário é uma manifestação de consociação entre os *media* e a política. Os resultados oferecem ainda pistas para debater o conceito de mediatização.

Palavras-chave: Mediatização da política. Politicização dos media. Jornalistas. Políticos. Noticiários. Comentário. Comentadores. Portugal.

Abstract: The article focuses on the punditry sphere in prime time newscasts of the Portuguese broadcasting and cable news networks. The concept of mediatization of politics is used to guide the empirical research. Portuguese prime time punditry seems to be a manifestation of consociation between media and politics. Results also offer clues to discuss the concept of mediatization of politics.

Keywords: Mediatization of politics. Politization of the media. Journalists. Politicians. Newscasts. Commentary. Commentators. Portugal.

1 Universidade Católica Portuguesa. E-mail: figueirasrita@gmail.com.

O comentário chegou à televisão portuguesa em 2000 com a contratação de Marcelo Rebelo de Sousa para comentador do noticiário principal da estação privada TVI, onde permaneceu até outubro de 2015, pouco tempo antes de começar a sua campanha para a presidência da República. Marcelo era conhecido apenas entre as elites nacionais quando iniciou os comentários na televisão, mas após 16 anos a falar diretamente aos portugueses durante quase 1 hora por semana, Marcelo tornou-se a figura mais popular do país e, em janeiro de 2016, foi eleito presidente da República à primeira volta numa eleição disputada entre 10 candidatos.

A entrada do comentário num noticiário popular e de elevada audiência, como o da TVI, democratizou o acesso à opinião esclarecida e massificou o consumo de um produto de elite até então apenas disponível na imprensa de referência e consumida pela elite nacional (FIGUEIRAS, 2009; 2011). Marcelo trouxe ainda um novo perfil de audiências para o espaço informativo, com os outros *media* a darem eco das suas opiniões e o noticiário da TVI a ganhar o estatuto de *agenda-setter* de outros meios de comunicação, de jornalistas de referência e das esferas de poder em Portugal.

A contratação de Rebelo de Sousa pela TVI colocou a figura do comentador na sociedade portuguesa num patamar totalmente novo. O “fenómeno Marcelo” é, assim, fundamental para compreender por que é que o comentário em Portugal se tornou uma componente estruturante das emissões dos canais de televisão no novo milénio, ao mesmo tempo que consolidou o comentário como um espaço de poder. Como interface *do* e *de* poder, a esfera do comentário é, assim, um lugar privilegiado de análise de uma das instâncias que é, simultaneamente, central na formação da opinião pública e na representação das esferas de poder em Portugal.

Este artigo foca-se no espaço de comentário, e nos comentadores, nos noticiários do horário nobre dos canais de televisão generalistas e por cabo em Portugal, entre 2000 e 2015. O estudo perspetiva o comentário como um indicador da relação entre os *media* e a política e utiliza o conceito de mediatização da política para guiar a pesquisa empírica. Adotar este construto como uma ferramenta analítica não significa ignorar o debate

existente em torno dele (DEACON; STANYER, 2014; 2015; HEPP *et al.*, 2015; LUNT; LIVINGSTONE, 2016), mas reconhecer, em linha com Frank Esser e Jesper Strömbäck (2014), que o quadro teórico da mediatização da política é relevante para explicar a relação entre os *media* e a política.

A ascensão das plataformas de comunicação digital e o imaginário cultural associado ao “poder dos fluxos”, por contraposição aos “fluxos do poder” (CASTELLS, 2009), mudaram o papel e a autoridade dos *media*. No entanto, na era da internet existe o perigo de se sobrevalorizar dimensões de mudança tecnológica e de se subestimar dimensões de continuidade social. A comunicação hierárquica e a comunicação em rede são dois modelos de organização social que coexistem nas sociedades contemporâneas, assim como no passado, ainda que com intensidades distintas. Deste modo, como os *media* definem estruturas de deliberação institucional – como é o caso da esfera do comentário – continua a ser uma questão de investigação relevante na era da internet e dos *media* sociais.

I - A relação entre os *media* e a política no contexto ocidental e português

A interação entre os *media* e a política no mundo ocidental foi sempre caracterizada por um elevado nível de ambivalência, oscilando entre a cumplicidade e o confronto, uma vez que ambos necessitam dos recursos um do outro para atingir os seus objectivos.

Esta dependência mútua tem assumido contornos diversos ao longo do tempo e de diferentes contextos políticos. As variações oscilam entre o partidarismo dos *media* (McQUAIL, 1992) e diferentes graus de controlo entre jornalistas e políticos, num equilíbrio de poderes em constante mudança (DAVIS, 2009). A literatura mais recente, no entanto, tem desafiado esta perspectiva, argumentando que a política está progressivamente mais dependente dos *media* como consequência da mediatização.

O termo sinaliza o processo político centrado nas lógicas mediáticas (BLUMLER; KAVANAGH, 1999; MAZZOLENI;

SCHULZ, 1999; ESSER; STRÖMBÄCK, 2014; MARCINKOWSKI, 2014; FIGUEIRAS, 2017a). Todavia, este processo não deve ser entendido como um resultado direto do desenvolvimento dos *media*. Estes são uma condição necessária, mas não suficiente para explicar o processo de mediatização da política. A história da mediatização da política não se explica, assim, pelo desenvolvimento dos *media*, mas pelos desenvolvimentos históricos que produziram a possibilidade da mediatização. A mediatização da política faz parte de um processo mais geral em curso nas democracias desenvolvidas e pós-industriais.

No processo de modernização das sociedades, a mediatização é uma consequência da complexidade social decorrente da crescente diferenciação funcional de sistemas especializados e autônomos que lutam pela defesa e ampliação dos seus interesses (LUHMANN, 1997). Essa especialização produziu, no entanto, limitações em cada sistema, tornando-os dependentes da ação de outros para assegurar certas necessidades estruturais. No âmbito do sistema político, a mediatização pode, então, ser entendida como uma reação a uma deficiência estrutural deste sistema, decorrente da sua incapacidade em garantir a atenção pública e em assegurar de modo eficiente a sua própria visibilidade (THOMPSON, 2005).

A visibilidade pública ancorada nas lógicas mediáticas conferiu aos *media* um poder crescente na re(a)presentação da realidade política. Os *media* constroem uma determinada realidade política ao usar determinados quadros explicativos (enquadramentos) que são negociados com os atores políticos (interação entre os *media* e a política) e que impõem uma certa definição da realidade (definição da agenda pública). A capacidade dos *media* influenciarem as atitudes e opiniões públicas é considerável, mesmo que seja sempre difícil encontrar provas claras de uma relação causal entre um determinado estímulo e uma determinada resposta.

As regras envolvidas na cobertura política incluem, pelo menos, três sistemas de regularidades interligados (MARCINKOWSKI, 2014, p. 7): regularidades de seleção – escolha consciente de eventos, situações e questões –, regularidades de narração – forma de contar as histórias que obedece a uma estrutura sequencial padronizada – e regularidades de inter-

pretação – construção padronizada de significados. Os *media* usam estas rotinas para selecionar e apresentar ao público os assuntos públicos em formatos familiares. Sob tais condições, a comunicação política produzida pelos *media* frequentemente tem propriedades previsíveis, como o foco em imagens fortes, uma preferência por eventos em vez de estruturas, tal como por pessoas em vez de instituições ou ideias. Os *media* dão ainda especial atenção a conflitos e desvios da norma e a interpretações da política como uma competição.

Estes sistemas de regularidades interligadas permitem perspetivar as organizações de notícias no hemisfério norte como uma instituição interorganizacional (ESSER; STRÖMBÄCK, 2014). Isto porque as suas organizações constituintes – que vulgarmente designamos por meios de comunicação, *media* noticiosos ou simplesmente *media* – são estruturadas da mesma forma, seguem normas comuns do que é considerado um comportamento profissional adequado, operam em ambientes económicos e políticos semelhantes e adoptam as mesmas regras básicas sobre o que definem como importante e interessante para ser transformado em notícia.

Toril Aalberg *et al.* (2012) consideram que o intervencionismo é uma das estratégias primordiais utilizadas pelos jornalistas para manterem o controlo sobre a forma como re(a)presentam o mundo político. A principal implicação desta conduta é o enquadramento da realidade política em certos esquemas privilegiados, como os enfoques no «jogo» e na «estratégia».

O enquadramento do «jogo» decorre da integração das sondagens de opinião na narrativa jornalística. Refere-se a notícias que retratam a política como uma disputa. Centra-se em quem está a ganhar e em quem está a perder as eleições, na batalha pela opinião pública (sondagens de opinião, *vox pops*) e na luta entre personalidades na política em geral. Por sua vez, o enquadramento da «estratégia» é uma consequência da deriva interpretativa do jornalismo. Este enfoque produz notícias centradas em interpretações sobre atores políticos ou em motivações para determinadas ações e posições. Interessa-se também pelas estratégias e táticas usadas para alcançar determinados objetivos e pelas escolhas veladas a respeito das lideranças, incluindo traços pessoais de carácter.

O predomínio do «jogo» e da «estratégia» tem igualmente feito com que os políticos deixem de ser sujeitos com voz nas peças jornalísticas. Um outro exemplo do intervencionismo dos jornalistas é-nos então dado pelo comprimento das declarações dos políticos incluídas nas peças jornalísticas. Os *sound bites* dos políticos têm encolhido dramaticamente e de modo proporcionalmente inverso à voz dos jornalistas. São os *media* que decidem por quanto tempo os políticos estão autorizados a falar em discurso direto nas peças noticiosas.

Um outro exemplo do crescente intervencionismo dos *media* é o grau de visibilidade jornalística, ou seja, a presença visível dos jornalistas nas peças televisivas (GRABE; BUCY, 2009). Esta visibilidade revela-se na presença dos jornalistas em frente às câmaras a abrir e/ou a fechar as peças e enquanto entrevistam políticos. O intervencionismo verifica-se, igualmente, quando os jornalistas, ao encerrarem os diretos, reorganizam o discurso dos políticos com o que consideram ser o mais relevante do que foi dito por um determinado protagonista político. Outro elemento importante é o predomínio da voz do jornalista, em *voice over*, sobre imagens dos políticos.

Em todos estes tipos de intervencionismo mediático, os jornalistas estão, de algum modo, a silenciar os políticos e a gerir a sua visibilidade. Isto revela o poder discricionário dos *media* (BLUMLER; KAVANAGH, 1999) para moldar a política – agenda política, representação política e percepção do público sobre a política – de acordo com os seus próprios interesses. Esta é uma consequência do jornalismo pretender cumprir objetivos profissionais e económicos, mas corresponde também ao desejo de se demarcar da política, que aumenta à medida que a comunicação das instituições e dos atores políticos se torna mais sofisticada. Isto significa que, quanto mais os políticos desenvolvem estratégias para determinarem a cobertura mediática, mais os jornalistas reagem aumentando o intervencionismo para manterem o controlo sobre a forma como re(a)presentam o mundo político.

Aspetos estruturais que moldam o sistema dos *media* e o sistema político também devem ser considerados quando se analisa a relação entre ambos. Os sistemas midiáticos estão estrutural e historicamente conetados ao desenvolvimento dos sistemas políticos, evoluindo ambos de modo indissociá-

vel (HALLIN; MANCINI, 2004, p. 5). Dan Hallin e Paolo Mancini (2004) identificaram três modelos diferentes de relacionamento entre os *media* e a política nas sociedades ocidentais. O modelo pluralista-polarizado descreve os países do sul da Europa (Portugal, Espanha, Itália e Grécia) e define-se por um controle político dos *media* por atores externos, como partidos políticos e agentes económicos, a fim de obterem influência política. Esta relação também pode ser descrita pela sua natureza clientelar (HALLIN; MANCINI, 2004; FIGUEIRAS, 2017b).

Estas características estão de acordo com o que Gianpietro Mazzoleni (2004) define por “modelo colateral” entre as elites políticas e os *media*. Estes compartilham pontos de vista expressos pelas elites, o que os leva a apoiar posições próximas do *status quo*. Esta compatibilidade de interesses entre a política e os *media mainstream* acontece porque a política tradicional oferece melhores garantias às empresas de *media* de continuarem a operar num determinado macrocontexto político-económico. Segundo Mazzoleni, em oposição ao “modelo adversarial” anglo-saxónico, o modelo colateral reflete melhor a tradição europeia de laços culturais entre os *media* e a política, ainda que se verifiquem graus de intensidade distintos em diferentes países. Em contextos nacionais onde o controle político dos *media* parece ser mais forte, como no sul da Europa, os interesses dos *media* e das elites políticas tendem a ser mais próximos.

Ainda que o caso português seja sistematicamente integrado no modelo pluralista-polarizado (HALLIN; MANCINI, 2004), a relação entre os *media* e a política em Portugal é bem mais complexa do que o proposto por aquela teorização (FIGUEIRAS, 2017b).

A instrumentalização dos meios de comunicação pelos partidos políticos em Portugal foi menos intensa do que em outros países do sul da Europa, e esta característica diferenciadora explica-se na conjugação de variados fatores.

A fim de melhor controlar o país, a ditadura de António Salazar (1933-1974) quebrou a cultura política que estava em construção em Portugal e que assentava nos partidos políticos, criando, antes, um regime de partido único que durou mais de 40 anos (COSTA PINTO, 2002). Por outro lado, após a Revolução

dos Cravos (1974), os partidos políticos recém-formados moldaram a sua identidade mais em torno da definição do regime português – uma democracia ocidental ou uma república socialista de inspiração soviética – do que em torno de uma definição ideológica (FREIRE *et al.*, 2004). Além disso, a instabilidade que os *media* enfrentaram devido ao intenso partidarismo das redações conduziu a um legado de aversão à instrumentalização dos jornalistas e à vontade de consolidar o profissionalismo jornalístico. Importa ainda considerar que a competição entre partidos políticos para conquistar uma parte do espaço mediático, como manifestação de consociação (MANCINI, 2009), desenvolveu-se mais nos mercados maiores e mais competitivos do sul da Europa. A dimensão reduzida do mercado português não favoreceu uma divisão como a que se verifica em Espanha e Itália, por exemplo.

Estes fatores levaram à erosão das características do modelo pluralista-polarizado, que caracterizou o panorama dos *media* pós-revolução em Portugal, e promoveu um caminho evolutivo distinto. Atualmente, o panorama mediático português incorpora algumas das características originais do modelo pluralista-polarizado e a profissionalização do jornalismo, enquadrada por práticas e órgãos reguladores, juntamente com uma dependência do mercado.

É nesta configuração político-mediática específica que o estudo utiliza o comentário como um indicador da relação entre os *media* e a política em Portugal, tendo em vista, também, debater o conceito de mediatização da política. Todavia, antes de expormos os resultados empíricos, apresentamos as opções metodológicas da pesquisa.

II - Metodologia

Tal como noutros países ocidentais, a televisão continua a ser a fonte de informação mais importante em Portugal (Reuters Digital News Report, 2017). Por esta razão, a análise centra-se no comentário na televisão generalista e por cabo. O país tem um sistema dual de serviço público e comercial: dois canais estatais, RTP1 e RTP2, e duas estações de televisão priva-

das: SIC e TVI. O estudo tem como unidade de contexto da análise os noticiários do horário nobre nos canais generalistas RTP1², SIC e TVI (transmitidos às 20 horas) e no canais por cabo RTP3³, SIC Notícias e TVI24 (transmitidos às 21 horas).

A análise engloba o período compreendido entre 2000 e 2015. A escolha deste período temporal deve-se ao facto de ter sido no ano 2000 que o comentário fixo, e de regularidade semanal, instituiu-se nos noticiários de *prime time* na televisão portuguesa. Além disso, foi nesta década que os canais por cabo começaram a operar, aumentando a competitividade no mercado dos *media*. Foi também neste período que se assistiu à profissionalização da comunicação política em Portugal, visível numa adaptação ativa dos atores e instituições políticas às lógicas mediáticas, contratando especialistas e acomodando departamentos com a tarefa centralizadora de definir, implementar e gerir uma estratégia política orientada pelas lógicas mediáticas.

A abordagem sistemática e longitudinal seguida por este estudo visa investigar como evoluiu o perfil dos comentadores ao longo dos anos e apreender a relação entre os *media* e a política. Para tal, utilizamos o conceito de mediatização da política para guiar a pesquisa empírica. A partir do exposto na secção anterior do texto, este conceito pode ser sintetizado em duas grandes premissas: (1) a relação de forças entre os *media* e a política estrutura-se no predomínio de um campo sobre o outro, e (2) a interdependência crescente entre as diversas áreas da vida e as infraestruturas tecnológicas de comunicação (DRIESSEN *et al.*, 2017; COULDRY; HEPP, 2017) tem conduzido ao domínio das lógicas mediáticas e à reconfiguração da política (MEYER, 2002; STRÖMBÄCK, 2008; COULDRY, 2010; MARCINKOWSKI, 2014; ESSER; STRÖMBÄCK, 2014). Estas premissas estão na base da operacionalização do conceito de mediatização da política e, consequentemente, das hipóteses

2 Como a RTP2 foi projetada para atender às expectativas de nichos específicos e não segue o mesmo tipo de estratégia generalista que os outros canais de acesso aberto, a RTP2 foi excluída desta análise.

3 A RTP comprou o canal de notícias em 2004, e desde então o canal mudou de designação por três vezes: RTP Notícias (2004-2011), RTP Informação (2011-2015) e chama-se RTP3 desde 2015.

construídas para substanciar o estudo. Deste modo, a análise quantitativa do perfil dos comentadores visa testar as hipóteses que se seguem.

Tomando o comentário como uma componente do noticiário e considerando que o comentário produzido por comentadores jornalistas pode ser entendido como mais um componente do intervencionismo mediático, a primeira hipótese deste estudo é a seguinte: a visibilidade dos jornalistas como comentadores aumentará com o tempo. Dito isto, tendo em conta a natureza híbrida do sistema mediático português – nomeadamente, a tradição do patronato entre a política e os *media* – e considerando que o espaço de comentário é um local estratégico para os políticos comentarem questões políticas na televisão, a segunda hipótese é: a visibilidade dos políticos como comentadores não diminuirá com o tempo.

Sob essa tradição de patrocínio, os partidos tradicionais em Portugal têm uma relação privilegiada com os *media*, e essa cumplicidade leva à terceira hipótese: os comentadores provêm principalmente de partidos políticos tradicionais. Tendo em conta que no período de análise os dois partidos de poder em Portugal – o Partido Socialista (PS, centro-esquerda) e o Partido Social Democrata (PSD, centro-direita) – governaram o país aproximadamente a mesma quantidade de anos, a quarta hipótese é a seguinte: a presença de comentadores dos dois partidos principais é equilibrada ao longo dos anos.

Estruturado deste modo, o estudo longitudinal fornecerá evidências para debater a relação entre os *media* e a política em Portugal, bem como o construto da mediatização da política na secção final do texto.

III - Resultados e discussão

Começamos por conhecer o perfil dos comentadores que têm espaços de opinião fixos na televisão portuguesa. A tabela 1 mostra que os espaços de comentário foram inaugurados por políticos e que este perfil se destacou ao longo dos anos. Estes comentadores têm em comum o facto de desempenha-

rem, terem desempenhado, ou virem a desempenhar, posições de topo na política nacional, como são os casos do já referido Marcelo Rebelo de Sousa, mas também de António Costa, José Sócrates e Pedro Santana Lopes. Se o segundo é o atual primeiro-ministro de Portugal, os outros dois comentadores ocuparam previamente essa mesma função.

Apesar de se verificar uma maior presença de comentadores oriundos da política, o espaço de opinião tem sido partilhado com jornalistas. Os dados agregados indicam que, entre 2000 e 2015, a presença de políticos e de jornalistas nos espaços de comentário nos noticiários generalistas tem combinado modalidades distintas: partilha equitativa entre ambos (2000-2001), mais políticos do que jornalistas (2002-2011; 2013-2014) e mais jornalistas do que políticos (2012; 2015). De registar que, no conjunto dos canais, em nenhum ano encontramos apenas jornalistas ou políticos a comentarem nos noticiários.

No entanto, se olharmos para cada uma das emissoras em particular, encontramos nuances que sugerem diferentes estratégias de gestão do espaço de comentário. Durante 15 anos, a RTP1 teve exclusivamente comentadores provenientes da política para, em 2015, mudar radicalmente de rumo: nesse ano encontramos apenas jornalistas como comentadores fixos, sendo a presença no noticiário definida não por uma qualquer periodicidade, mas pelos temas em agenda.

Na TVI, a distribuição do comentário pelos dois perfis referidos tem também combinado modalidades distintas ao longo do tempo: partilha equitativa entre jornalistas e políticos (2000-2004; 2012-2014), apenas jornalistas (2005-2009), mais políticos do que jornalistas (2010-2011), e apenas políticos (desde 2015). A SIC começou por ter exclusivamente comentadores provenientes da política (2003-2004), para depois contar apenas com comentadores oriundos do jornalismo (2010-2012) e, finalmente, passar a repartir o espaço de opinião entre ambos (a partir de 2013).

Tabela 1: Perfil dos comentadores por emissora de televisão

		Emiss./ Perfil	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
G E N E R A L I S T A S	RTP1	0	0	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	0	0	2	2	3
	J.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	P.	0	0	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	0	0	2	2	0
	SIC	0	0	0	3	4	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	2	2
	J.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
	P.	0	0	0	3	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
	TVI	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	4	4	2	2	2	2
	J.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
	P.	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	3	3	1	1	1	2
	A.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	Total	2	2	4	7	6	3	3	3	3	3	4	7	5	3	6	6	7
	J.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	4
	P.	1	1	3	6	5	2	2	2	2	2	2	5	3	1	4	4	3
	A.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	C A B O	RTPINF	-	-	-	-	-	9	10	13	12	4	4	5	5	5	5	8
J.		-	-	-	-	-	2	2	2	0	4	4	4	5	5	5	0	
P.		-	-	-	-	-	0	0	3	7	0	0	0	0	0	0	0	
A.		-	-	-	-	-	7	8	8	5	0	0	0	0	0	0	0	
Outros		-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SICN		-	6	6	6	5	5	6	6	5	7	7	7	9	15	15	14	
J.		-	6	6	6	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	
P.		-	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	5	5	5	
A.		-	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	2	3	3	2	
Outros		-	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	2	4	4	2	
TVI24		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	10	10	17	10	11	18
J.		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	2	2	0	0	1	5
P.		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	5	5	16	10	10	13
A.		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	3	3	0	0	0	0
Outros		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	1	0	0	0
Total	-	6	6	6	5	14	16	19	18	32	21	22	31	30	31	28		
J.	-	6	6	6	5	7	7	7	5	11	10	9	8	8	9	16		
P.	-	0	0	0	0	0	1	4	7	16	5	6	18	15	15	18		
A.	-	0	0	0	0	7	8	8	5	5	5	5	2	3	3	2		
Outros	-	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	3	4	4	2		

Legenda: Emiss. = Emissora; J = Jornalistas; P = Políticos; A = Académicos.

No que diz respeito aos comentadores provenientes da política, verificamos que nos noticiários do horário nobre da RTP1 houve sempre o mesmo número de comentadores provenientes dos dois partidos de poder em Portugal, ou seja, do PS e do PSD. O princípio do pluralismo encontra-se expresso na Lei da Televisão como uma das obrigações gerais dos operadores generalistas e, em particular, como uma das obrigações do serviço público. O n.º 6 do artigo 38.º da Constituição portuguesa impõe que seja assegurada a “possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião” nos meios de comunicação do sector público. Este contexto legal ajuda a explicar o equilíbrio de presenças de comentadores provenientes da área do PS e do PSD no noticiário principal da RTP1 nos anos analisados.

Por sua vez, os canais privados têm comentadores provenientes da área do PS e do PSD, com este último a destacar-se em número e na longevidade das colaborações. Em vários anos encontramos, inclusive, apenas políticos deste partido no comentário da TVI (2000-2004; 2010; 2012-2014) e da SIC (2013-2015). No geral, os comentadores estão alinhados com a sua área política e os políticos não-alinhados com os seus partidos são uma exceção no comentário em Portugal. Este tende a ser um espaço engajado com as perspetivas do partido do político comentador.

Nos canais de cabo, o comentário é um elemento importante na estratégia das emissoras desde o arranque da SIC Notícias, em 2001, da RTP Notícias, em 2004, e da TVI24, em 2009. Este investimento tem sido contínuo ao longo dos anos e nos noticiários do *prime time* encontramos, a par de espaços de comentário em nome individual, outros que incluem dois comentadores num dia fixo da semana.

Ao contrário do verificado nos canais generalistas, são os jornalistas que inauguraram os espaços de comentário nos noticiários de *prime time* no cabo, nomeadamente da SIC Notícias, em 2001. Os políticos chegaram a este espaço em 2007, ano em que os académicos são o perfil dominante, mas cuja presença começa a diminuir em 2008, quando a dos políticos e dos jornalistas aumenta. Esta tendência contribuiu para que a diversidade dos perfis identificados no cabo, nos primeiros anos, tenha diminuído e convergido, à imagem dos generalistas, para

um espaço dominado por comentadores com ligação às esferas política e jornalística.

Face a esta caracterização geral, salientamos especificidades de cada um dos noticiários do *prime time*. Os políticos chegaram ao comentário da RTP Notícias em 2007, mas, a partir de 2009, o noticiário passa a contar apenas com jornalistas. Na TVI24, os políticos estiveram sempre em clara maioria, enquanto na SIC Notícias o comentário foi prerrogativa exclusiva dos jornalistas até 2005. A diminuição da sua presença coincidiu com uma diversificação do perfil dos comentadores, a partir de 2009 e, de modo ainda mais significativo, a partir de 2011. Desde então, encontramos jornalistas, políticos, académicos e juristas, ainda que os políticos sejam o perfil dominante desde 2013.

No cômputo geral, verificamos que a mudança no perfil dos comentadores nos noticiários em horário nobre da televisão pública, de políticos para jornalistas (2015), já havia sido iniciada no canal de notícias por cabo da RTP alguns anos antes (2009). Nos canais comerciais, os dados indicam uma distribuição dos espaços de comentário entre jornalistas e políticos, ora de forma equilibrada, ora com uma clara prevalência de um perfil sobre o outro, destacando-se, ainda assim, os políticos.

Os dados confirmam, assim, as hipóteses um e dois deste estudo: a visibilidade dos jornalistas não diminuiu ao longo dos anos, ao mesmo tempo que a visibilidade dos políticos aumentou durante o período temporal de análise. O domínio dos políticos no comentário das estações privadas pode ser interpretado como uma dimensão do contínuo reafirmar da coalizão entre os *media* e a política em Portugal.

Importa, igualmente, ter em conta que o comentário ajuda a construir a carreira dos políticos que desempenham funções de comentador. Recordemos o caso de Marcelo Rebelo de Sousa apresentado no início do texto e vejamos mais alguns exemplos. António Costa, atual primeiro-ministro de Portugal, foi ministro da Justiça num governo do PS (1999-2002) antes de ser comentador no noticiário da SIC (2003-2004). Durante este período, fez campanha para as eleições europeias e tornou-se eurodeputado. Em 2007 foi eleito presidente da Câmara Municipal de Lisboa e no ano seguinte integrou o painel de comentadores de um dos mais importantes programas de comen-

tário do país na SIC Notícias, a *A Quadratura do Círculo*. Em 2014 foi eleito líder do PS e, em 2015, deixou o comentário e a Câmara de Lisboa para concorrer às eleições legislativas daquele ano.

Pedro Santana Lopes é filiado no PSD. Começou os seus comentários na estação pública portuguesa em 2002, quando era presidente da Câmara Municipal de Lisboa e foi comentador na RTP1 até 2004, poucos meses antes de se tornar primeiro-ministro. Em 2010 voltou a ser comentador na TVI24 e, em 2012, foi contratado pela SIC Notícias. Na RTP1 partilhou o espaço de comentário com José Sócrates, ministro do governo do PS (1999-2002). Em 2004, Sócrates tornou-se líder do PS e primeiro-ministro no ano seguinte, sucedendo Pedro Santana Lopes no cargo. Sócrates foi primeiro-ministro até 2011 e, no início de 2013, retornou à RTP1 como comentador, mas esta colaboração terminou com a sua prisão no final de 2014.

A tabela 2 indica-nos que os políticos comentam nos canais generalistas e nos de cabo e que estes têm ligações aos partidos representados no Parlamento. Todavia, os dados mostram que há diferenças nos partidos presentes no comentário de *prime time* quando confrontamos os canais de sinal aberto com os de subscrição.

Os políticos que comentam nas emissoras generalistas são membros do PSD e do PS, o que significa que o espaço de opinião nos noticiários de *prime time* dos canais de televisão de sinal aberto provêm unicamente destes dois partidos de poder. Quando consideramos os dados por ano, percebemos que o centro-direita tem tido uma presença maior nos espaços de comentário do que o centro-esquerda. No entanto, há diferenças quando se considera o serviço público contra os canais comerciais.

É a partir de 2007 que começamos a encontrar políticos no comentário dos noticiários da RTP Notícias e da SIC Notícias. No canal público, os políticos comentam até 2008, e, apesar das prerrogativas do serviço público no cumprimento do pluralismo político, em nenhum destes anos encontramos comentadores do Partido Comunista (CDU) no noticiário de *prime time* do canal público.

Se em 2007 encontramos apenas comentadores do PSD e do partido de direita (CDS) na SIC Notícias, quando os políticos regressam ao noticiário do canal, em 2011, encontramos, nesse ano e no seguinte, apenas um comentador do PS. Em 2013, o espaço de comentário é composto por membros dos partidos do arco do governo, ou seja, PS, CDS e PSD, destacando-se este último partido. A partir do ano seguinte, Francisco Louçã, ex-líder do Partido Bloco de Esquerda, integra esta área do espectro ideológico no comentário do noticiário principal do canal.

A TVI24 conta com a colaboração de políticos nos seus noticiários de *prime time* desde o arranque das suas emissões em 2009. Este é o canal com mais comentadores oriundos da política e é o canal com uma carteira de comentadores com uma maior diversidade partidária. Apenas em 2010 e 2011, por serem anos em que encontramos exclusivamente comentadores oriundos do PS e do PSD, os restantes partidos com assento parlamentar não comentaram no noticiário deste canal.

Se subdividirmos os resultados de acordo com o arco temporal de cada legislatura, no período do governo PS, liderado por José Sócrates, verifica-se uma configuração do comentário que se pode assemelhar a um contrapoder, manifesto numa maior presença de elementos do PSD e do CDS no conjunto dos canais por cabo. A prevalência de membros destes partidos continuou a verificar-se quando ambos estiveram em coligação no governo, mas os dados indicaram uma nova distribuição de forças à esquerda com o aproximar das eleições de 2015.

Em termos gerais, salientamos uma composição que denota uma relação entre a representação parlamentar e a distribuição partidária no comentário. A presença dos comentadores com ligações partidárias é feita nos moldes do que podemos designar por uma representação de cariz convencional, ou seja, de origem partidária (FREIRE *et al.*, 2004). Nenhum dos comentadores pro-

vém de um partido sem representação parlamentar, dominam os partidos de poder (PS e PSD) e regista-se uma maior presença de comentadores provenientes dos partidos de direita (PSD e CDS) do que dos partidos de esquerda (PS, CDU, BE).

Em síntese, enquanto nos canais generalistas o espaço de comentário configura-se em torno dos partidos de poder, no cabo encontramos algo próximo de uma *partidocracia*, mesmo se novamente a favor do PS e do PSD. Nos canais de televisão no cabo, as audiências são mais reduzidas e fragmentadas entre os vários canais e a diversidade de opiniões é maior. Por sua vez, os comentários emitidos nos canais generalistas alcançam um número muito mais vasto de espetadores, mas têm uma menor amplitude de opiniões. Esta aliança entre os partidos de poder e os *media* dominantes tem benefícios para as duas partes, porque ambas dirigem-se, ou pretendem dirigir-se, aos mesmos grupos de indivíduos e estão interessados em obter audiências elevadas para as suas mensagens. O comentário no horário nobre apresenta-se, assim, como uma extensão da política dominante, e esta conformidade dos *media* às necessidades partidárias pode explicar por que é que os comentadores políticos são maioritariamente provenientes dos partidos de poder nos canais generalistas e por cabo, confirmando, assim, a terceira hipótese desta pesquisa.

Estudos anteriores sobre o comentário na televisão assinalaram a sobre-representação de comentadores políticos de direita nos noticiários na Alemanha e na Dinamarca (HOPMANN; STRÖMBÄCK, 2010). Durante o período de 16 anos analisado, o PS e o PSD governaram aproximadamente o mesmo número de anos em Portugal, e este estudo tinha a expectativa de encontrar uma presença relativamente equilibrada de políticos comentadores do centro-esquerda e do centro-direita. No entanto, os resultados não confirmaram a quarta hipótese na íntegra. Quando os políticos dominavam o espaço de opinião na RTP1, houve sempre uma presença equilibrada de comentadores do centro-direita e do centro-esquerda, devido às diretrizes do órgão estatal regulador que vinculam os *media* públicos ao equilíbrio político entre a esquerda e a direita em todos os conteúdos informativos, incluindo os de opinião. No entanto, na televisão comercial, os dados evidenciaram uma representação mais forte de comentadores políticos de direita, o que é ainda mais eviden-

te nos canais de televisão generalista, que alcançam um público muito mais amplo.

Enquanto o modelo de intervenção mínima do Estado no setor dos *media*, defendendo a privatização dos *media* públicos portugueses, tem sido a perspetiva dominante dos partidos de direita (PSD e CDS), o modelo expansionista, que defende uma intervenção e regulação do setor pelo Estado, tem sido uma componente do discurso dos partidos de esquerda (PS, CDU, BE) (CONDE, 2019). Assim sendo, para além da tradicional relação histórica entre os meios de comunicação e os partidos políticos assente numa coalizão em torno dos partidos de poder, as alianças políticas são um fator importante no negócio dos *media* – especialmente num mercado cujo negócio dos *media* é débil e volátil como o português –, e esta necessidade pode também oferecer pistas explicativas da prevalência da direita no comentário em Portugal.

IV - Conclusão

A internet e as televisões que operam 24 horas por dia alteraram o carácter e o conteúdo dos programas de informação e tornaram o comentário uma componente estruturante das noites informativas. O destaque dado ao comentário pode ser explicado, pelo menos, por três ordens de razão que se intersejam. O comentário é um conteúdo que ajuda a preencher os espaços informativos, é um elemento competitivo na luta pelas audiências e é uma instância que ajuda a pensar o mundo, constituindo-se como um elemento no processo comunicativo democrático.

Este contexto ajuda a explicar por que é que o comentário se tornou um espaço de poder em Portugal e um lugar privilegiado para analisar a relação entre os *media* e a política. O estudo realizado permite-nos, então, concluir que a complexidade da paisagem mediática portuguesa – que assenta numa tradição clientelar entre a política e os *media* e, simultaneamente, numa afirmação da autonomia editorial do jornalismo – pode explicar a composição do comentário nos noticiários de *prime time*. Deste modo, a independência dos *media* e o patrocínio político

são ambos fatores explicativos do modo como o comentário no horário nobre evoluiu ao longo do tempo em Portugal.

A crescente presença de jornalistas no comentário nos noticiários indica que este espaço pode ser perspetivado como mais um elemento de intervencionismo jornalístico, ou seja, como mais uma instância mediática onde os jornalistas têm o poder de construir esquemas interpretativos sobre a atividade política. Por outro lado, os resultados indicam, também, que políticos e partidos aproveitam a mediatização para os seus próprios fins.

Num nível micro de análise, determinados políticos usam o comentário como uma ferramenta estratégica para construir o seu percurso político e para se destacarem na paisagem político-mediática. Num nível meso, o comentário beneficia os partidos políticos dos comentadores, contribuindo para legitimarem o seu discurso na esfera pública, definirem temas nos *media* e moldarem a percepção pública sobre questões políticas. Numa perspectiva macro verifica-se que o comentário pode ser perspetivado como uma estratégia de politização dos meios de comunicação que, desde sempre, caracterizou a forma como a política perspetiva os *media*. Assim, a divisão do espaço de comentário entre políticos e jornalistas, traduzindo um modelo de consociação, demonstra que a mediatização crescente da política nas sociedades ocidentais, e em Portugal em particular, não tem enfraquecido a politização dos *media*.

Deste modo, os resultados da pesquisa permitem secundar o debate teórico em torno do conceito de mediatização da política. Os críticos destacam o cariz «mediacêntrico» do constructo, ao colocar os *media* no centro dos processos sociais, e a conceptualização dos *media* como instituições autónomas e regidas exclusivamente por regras internas próprias (DEACON; STANYER, 2014; 2015; HEPP *et al.*, 2015; LUNT; LIVINGSTONE, 2016).

Em linha com estas críticas, os resultados do estudo empírico sugerem que a incorporação das lógicas mediáticas na atividade política não substituiu a sua lógica original, mas integrou-se nela. Consideramos que o interesse dos políticos nos espaços de comentário explica-se pelo que James Mahoney e Kathleen Thelen (2010) designam por *institutional layering*. A mediatização da política pode ser descrita como a introdução

de novas regras (mediáticas) por cima de, ou a somar a, regras (políticas) já existentes.

Por sua vez, tal como a rendição incondicional da política às lógicas mediáticas traduz uma abordagem redutora da relação entre a política e os *media*, o discurso da autonomia plena dos *media* é igualmente redutor, mesmo em contextos socio-políticos onde estes operam num quadro legal democrático.

Tal como os resultados do estudo indicam, no macro-contexto político-económico português, o negócio da comunicação também se constrói através de uma relação de proximidade com o campo político, legislador e regulador do mercado dos *media*. Neste âmbito, o espaço de comentário pode ser, igualmente, perspetivado como uma instância de diplomacia político-económica.

Isto sugere-nos que, à imagem de quaisquer outros campos sociais de poder (BOURDIEU, 1989), os *media* são instituições cujo poder decorre da sua afirmação face a outros poderes, mas também das alianças que estabelece com esses mesmos poderes. O poder dos *media* constrói-se através de lutas e parcerias, alicerçando-se na confluência tensional entre forças profissionais, económicas, tecnológicas e políticas. Deste modo, a autonomia dos *media* enquanto campo social de poder é sempre relativa. Essa autonomia condicional também se manifesta nas lógicas mediáticas que são constituídas por várias outras que incluem, nomeadamente, regras e valores do campo político.

Para finalizar, gostaria de destacar que a pesquisa aqui debatida revela que o comentário é um espaço privilegiado de análise das dinâmicas – entre a autonomia e a dependência – que, em Portugal, estruturam a relação entre os *media* e a política. Noutras geografias, a relação tensional poderá manifestar-se preferencialmente noutros objetos de análise. Este é, então, o momento de continuar a desenvolver pesquisas que operacionalizem a mediatização da política e permitam contribuir para o aperfeiçoamento destas teorias que são um corpo de trabalho relevante para os estudos em mediatização.

Referências

- AALBERG, T.; STRÖMBÄCK, J.; DE VREESE, C. The Framing of Politics as Strategy and Game: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings. *Journalism*, v. 13, n. 2, p. 162-178, 2012.
- BLUMLER, J.; KAVANAGH, D. The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, v. 16, p. 209-230, 1999.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989. 328 p.
- CASTELLS, M. *Communication Power*. London: Polity Press, 2009. 571 p.
- CONDE, N. 2019. O papel do Estado português nos media. In: FIGUEIRAS, R.; RIBEIRO, N. (org.). *O sector dos media no espaço lusófono*. Lisboa: UCE, 2019. p. 47-77.
- COSTA PINTO, A. Elites, partido único e decisão política nas ditaduras da época do fascismo. *Penélope*, v. 26, p. 161-186, 2002.
- COULDRY, N. *Voices that Matter: Culture and Politics After Neoliberalism*. London: Sage Publications, 2010.
- COULDRY, N.; HEPP, A. *The Mediated Construction of Reality*. London: Wiley, 2017. 256 p.
- DAVIS, A. Journalist-source Relations, Mediated Reflexivity and the Politics of Politics. *Journalism Studies*, v. 10, n. 2, p. 204-219, 2009.
- DEACON, D.; STANYER, J. Mediatization: Key Concept of Conceptual Bandwagon. *Media, Culture & Society*, v. 36, n. 7, p. 1032-1044, 2014.
- DEACON, D.; STANYER, J. 'Mediatization and' or 'Mediatization of'? A Response to Hepp et al. *Media, Culture & Society*, v. 37, n. 4, p. 655-657, 2015.
- DRIESENS, O.; BOLIN, G.; HEPP, A.; HJARVARD, S. (ed.). *Dynamics of Mediatization. Institutional Change and Everyday Transformations in a Digital Age*. London: Palgrave Macmillan, 2017. 338 p.

- ESSER, F.; STRÖMBÄCK, J. (org.). *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*. New York: Palgrave Macmillan, 2014. 242 p.
- FIGUEIRAS, R. *O comentário político e a política do comentário*. Lisboa: Paulus Editora, 2009. 542 p.
- FIGUEIRAS, R. Press Pundits and Portuguese Society. *Journalism: Theory, Practice, and Criticism*, v. 12, n. 3, p. 317-333, 2011.
- FIGUEIRAS, R. *A mediatização da política na era das redes sociais*. Lisboa: Alêtheia, 2017a. 109 p.
- FIGUEIRAS, R. Primetime Consociation: Portuguese Punditry in Between Media Independence and Political Patronage. *European Journal of Communication*, v. 32, n. 4, p. 312-332, 2017b.
- FREIRE, A.; COSTA LOBO, M.; MAGALHÃES, P. (org.). *Portugal a votos*. Lisboa: ICS, 2004. 374 p.
- GRABE, E.; BUCY, E. *Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections*. New York: Oxford University Press, 2009. 336 p.
- HALLIN, D.; MANCINI, P. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 358 p.
- HALLIN, D. Not the End of Journalism History. *Journalism*, v. 10, p. 332-334, 2009.
- HEPP, A.; HJARVARD, S.; LUNDBY, K. Mediatization: Theorizing the Interplay between Media, Culture and Society. *Media, Culture & Society*, v. 37, n. 2, p. 314-322, 2015.
- HOPMANN, D.; STRÖMBÄCK, J. The Rise of the Media Punditocracy? Journalists and Media Pundits in Danish Election News 1994-2007. *Media, Culture & Society*, v. 32, n. 6, p. 943-960, 2010.
- INGLEHART, R. Postmaterialist Values and the Erosion of Institutional Authority. In: NYE, J.; ZELIKOW, P.; KING, D. C. (org.). *Why People Don't Trust Government*. Cambridge: Harvard University Press, D. C., 1997. p. 293-323.
- JACOBS, R.; TOWNSLEY, E. *The Space of Opinion: Media Intellectuals and the Public Sphere*. New York: Oxford University Press, 2011. 296 p.

- LUHMANN, N. *Observaciones de la Modernidad*. Barcelona: Paidós, 1997. 100 p.
- LUNT, P.; LIVINGSTONE, S. Is 'Mediatization' the New Paradigm for Our Field? *Media, Culture & Society*, v. 38, n. 3, p. 462-470, 2016.
- MAHONE, J.; THELEN, K. A Theory of Gradual Institutional Change. In: *Explaining Institutional Change. Ambiguity, Agency, and Power*. Cambridge, New York: Cambridge University Press, 2010. p. 1-37.
- MANCINI, P. *Elogio della lottizzazione: La via italiana al pluralismo*. Bari: Laterza, 2009. 144 p.
- MARCINKOWSKI, F. Mediatization of Politics: Reflections on the State of the Concept. *Javnost*, v. 21, n. 2, p. 5-22, 2014.
- MAZZOLENI, G. Media e populismo: alleati o nemici?. *Working Papers del Dipartimento di Studi Sociali e Politici*, v. 4, p. 1-12, 2004.
- MAZZOLENI, G.; SCHULZ, W. «Mediatization» of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, v. 16, p. 247-261, 1999.
- McQUAIL, D. *Media Performance*. London: Sage, 1992. 350 p.
- MEYER, T. *Media Democracy*. Oxford: Polity Press, 2002.
- NIMMO, D.; COMBS, J. *The Political Pundits*. New York: Praeger, 1992. 197 p.
- REUTERS Digital News Report. Oxford: Reuters Institute, 2017.
- STRÖMBÄCK, J. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, v. 13, n. 3, p. 228-246, 2008.
- THOMPSON, J. The New Visibility. *Theory, Culture & Society*, v. 22, n. 6, p. 31-51, 2005.

Religiões na *pólis* midiática: mídiatização, evangélicos e política no Brasil

Religions in the mediatic polis: mediatization, Protestants and politics in Brazil

*Magali do Nascimento Cunha*¹

Resumo: Este estudo se dedica ao fenômeno da ampliação da ocupação de espaço pelos evangélicos na política nacional, com ênfase no lugar das mídias neste processo. É destinada atenção a um fenômeno em particular: a emergência do ativismo político evangélico. O objetivo é demonstrar como a mídiatização das religiões, especificamente o processo que envolve a fé evangélica no Brasil, é potencializadora deste fenômeno, provocando o surgimento do ativismo político digital evangélico. O estudo é desenvolvido em perspectiva interdisciplinar com base em abordagens teóricas da comunicação (estudos sobre mídiatização social) e das ciências da religião (evangélicos na política no Brasil) e em trabalhos da autora que relacionam mídia, religião e política. Resulta deste estudo a constatação de que o ativismo político digital evangélico emerge dos processos de mídiatização vividos por este segmento religioso no Brasil.

Palavras-chave: Mídiatização. Religião. Evangélicos. Política.

Abstract: This study is dedicated to the phenomenon of the expansion of the occupation of space in national politics by Protestants, with emphasis on the place of the media in this process. Attention is focused on a particular phenomenon: the emergence of Protestant political activism. The goal is to demonstrate

1 E-mail: magali.ncunha@gmail.com

how the mediatization of religions, specifically the process involving the Protestant faith in Brazil, potentiates this phenomenon, provoking the emergence of a Protestant digital political activism. The study is developed in an interdisciplinary perspective based on theoretical approaches on communication (studies on social mediatization), of religious studies (Protestants in politics in Brazil) and on previous works by the author that relate media, religion and politics. The results of this study show that digital Protestant political activism emerges from the processes of mediatization experienced by this religious segment in Brazil.

Keywords: Mediatization. Religion. Politics.

I - Introdução

Não se pode mais ignorar ou negar a visibilidade que as religiões alcançaram no espaço público no tempo presente. As religiões estão em evidência seja no âmbito do cotidiano (cultivo da religiosidade e sua pluralidade de práticas), no plano do acesso às mídias e da interação midiática (aquisição de espaços nas mídias tradicionais e digitais, produção e consumo de conteúdos, constituição de suas próprias celebridades, mediatização da linguagem e das práticas religiosas), como objeto da indústria cultural (temas de publicações, filmes, telenovelas), como segmento do mercado (consumo de bens, serviços e entretenimento), na esfera da representação e da participação política institucionalizada ou não (busca de religiosos e de instituições religiosas pela ocupação de cargos públicos, ativismo político e ações de grupos extremistas, com destaque para o Islã), ou nos debates relacionados aos direitos civis (corpo, gênero, sexualidade, reprodução, biopolítica, liberdade de crença).

As abordagens das ciências humanas e sociais sobre o declínio das religiões por conta dos processos de secularização e modernização, introduzidos a partir do século XVIII, passaram, então, a demandar revisões (BERGER, 2001). As religiões, que na modernidade iluminista e humanista deixavam de ser reguladoras da vida coletiva, sendo relegadas ao domínio do privado, do indivíduo, da subjetividade, mostram-se na contemporaneidade desprivatizadas.

Para João Batista Libânio (2002), isto não significa uma volta ao tempo em que as religiões eram referência fundamental das sociedades; pelo contrário, permanece a noção de emancipação sociocultural da modernidade. No entanto, a subjetivização e a individualização das religiões passam a ser questionadas por distintos grupos religiosos, em nome da superação do “apriionamento” das religiões “ao universo do indivíduo”. Estes diferentes segmentos religiosos reivindicam a liberdade crítica social da fé, fazendo emergir as teologias políticas (da libertação, da prosperidade, por exemplo), o que resulta na ocupação do espaço público em suas diferentes dimensões (SANTOS, 2013).

Esse contexto desprivatizante, de publicização das religiões, dá mais visibilidade à pluralidade religiosa e às religiões como componentes que constituem identidades múltiplas e pluraes que marcam as sociedades contemporâneas. Por isso, ele torna possível tanto a emergência de novas formas de comunicação e diálogo quanto as reações com manifestações de violência e de intolerância.

No que diz respeito ao Brasil, transformações nos quadros sociocultural e político, em especial nos anos de passagem da década de 1990 para a primeira dos 2000, têm chamado a atenção de estudiosos e de pessoas interessadas nas questões que envolvem “religião” no Brasil.

Podemos identificar nesta transformação a articulação de seis fenômenos interligados entre si (CUNHA, 2017a):

(1) o fortalecimento do segmento pentecostal, com seu extenso número de igrejas autônomas, autóctones, que deu novos contornos ao cenário do cristianismo e provocou um crescimento significativo da população evangélica no País, em termos numéricos e geográficos, ressaltando a forte queda do número de católicos²;

2 Este trabalho refere-se a evangélicos como todos os cristãos não católicos e não ortodoxos do Brasil. Há uma grande variedade de tipologias elaboradas por estudiosos da religião. Aqui optamos por uma síntese com base nos estudos em mídia e religião desenvolvidos por Cunha, 2007: evangélicos históricos, que aportaram no país por meio da atuação de missionários originados dos Estados Unidos, no século XIX (congregacionais, metodistas, batistas, presbiterianos, episcopais, luteranos), e por meio de processos migratórios (anglicanos e luteranos); pentecostais, que chegaram ao Brasil por meio de trabalho missionário dos Estados Unidos, no início do século XX (Assembleia de Deus, Congregação Cristã do Brasil, Evangelho Quadrangular) ou que se organizaram em torno de

(2) a intensa ocupação de espaços nas mídias tradicionais (rádio e TV) por grupos evangélicos, majoritariamente os pentecostais, em programação própria e não, ampliada pela extensa participação dos variados segmentos desse grupo cristão nas mídias digitais;

(3) o crescimento do mercado da religião e o avanço do marketing religioso, que consolida os cristãos como um segmento de mercado, por meio da oferta de produtos e serviços especialmente concebidos para atender às suas necessidades religiosas, sejam de consumo de bens ou de lazer e entretenimento;

(4) maior ocupação de espaço pelos evangélicos na política institucional, com a consequente consolidação da bancada evangélica no Congresso Nacional, articulada como Frente Parlamentar Evangélica (FPE), e a ampliação dos esforços, da parte de algumas igrejas e de suas lideranças, por mais presença e participação nos poderes executivo, legislativo e judiciário;

(5) emergência de um ativismo político entre evangélicos, para além da política institucional, com discussão e realização de campanhas relacionadas a temas da pauta política, convocação para ações públicas e intensa atividade nas mídias digitais;

(6) ampliação dos casos de intolerância religiosa, com maior incidência contra pessoas e grupos de religiões de matriz afro-brasileira, o que provoca presença mais intensa destes grupos no espaço público com reivindicações do direito à liberdade religiosa.

Este estudo se dedica ao fenômeno da ampliação da ocupação de espaço pelos evangélicos na política nacional, com ênfase no lugar das mídias neste processo. Destina-se atenção a um fenômeno em particular: a emergência do ativismo político evangélico. O objetivo é demonstrar como a midiaticização das religiões, especificamente o processo que envolve a fé evangélica no Brasil, é potencializadora deste fenômeno, provocando o surgimento do ativismo político digital evangélico.

O estudo é desenvolvido em perspectiva interdisciplinar

divisões dos grupos missionários (Deus é Amor, Brasil para Cristo, Cristo Vive, Igreja de Deus) ou que iniciam igrejas com base na ação de um líder carismático e privilegiam propostas mais massivas e centradas em presença midiática (Universal do Reino de Deus, Internacional da Graça de Deus, Renascer em Cristo, entre muitas outras).

com base em revisão bibliográfica das abordagens teóricas da comunicação (estudos sobre midiatização social e das religiões) e das ciências da religião (evangélicos na política no Brasil), combinada com o mapeamento e a classificação da atuação de indivíduos e grupos evangélicos que praticam ativismo político nas mídias sociais no Brasil do tempo presente, realizado pela autora em pesquisa de estágio pós-doutoral (CUNHA, 2017a).

Importa registrar que neste trabalho o olhar é voltado para a relação entre evangélicos, política e mídias interpretando-a como um fenômeno cultural. Joanildo Burity (2016) chama a atenção para isto, quando reconhece que como a cultura é mais do que o modo de vida de um grupo, sendo campo de disputas pelo horizonte de uma ordem alternativa, a religião não veio apenas ocupar um lugar no espaço público, mas construir o que denomina religião pública. Nesta compreensão, não apenas a religião se projeta para além da fronteira do privado, por meio da vivência pessoal e coletiva, das práticas religiosas informais e institucionalizadas, mas se torna uma ação coletiva, no espaço público, como cultura e como discurso sobre valores. Daí ter se tornado uma religião pública.

No Brasil da segunda década dos anos 2000, os evangélicos se apresentam desprivatizados, tendo saído da condição de minoria invisível para uma visibilidade publicizada por meio de estreita relação com as mídias e de participação política com a realização de projetos sociais em parceria com o poder público, com voz nos debates de temas amplos e na mediação de conflitos sociais, com profissionalização da atuação política e estabelecimento de estratégias. Esta nova postura e imagem se localizam no contexto da cultura gospel (CUNHA, 2007), com a recriação da identidade religiosa evangélica e o alargamento das fronteiras delineadas no passado entre sagrado e profano baseadas numa relação em torno da tríade música-consumo-entretenimento. E a participação política em interação no espaço público é elemento fundamental neste processo.

O conceito de espaço público neste estudo está relacionado ao de *pólis*, tal como recuperado da filosofia grega e ressignificado por Hannah Arendt. É uma compreensão que transcende a noção geográfica e territorial relacionada ao espaço público da cidade, do Estado e da Nação, e também à visão que a vincula ao

Estado moderno, à cidadania, à democracia, à mobilização, ao engajamento e à participação na política, ao discurso e à opinião pública (HABERMAS, 1984). Arendt refere-se à *pólis* como um lugar de aparição e de interação, “não importa onde [as pessoas] estejam”:

A rigor, a polis não é a cidade-estado em sua localização física; é a organização da comunidade que resulta do agir e falar em conjunto, e o seu verdadeiro espaço situa-se entre as pessoas que vivem juntas com tal propósito, não importa onde estejam. ‘Onde quer que vás, serás uma polis’: estas famosas palavras não só vieram a ser a senha da colonização grega, mas exprimiam a convicção de que a ação e o discurso criam entre as partes um espaço capaz de situar-se adequadamente em qualquer tempo e lugar. Trata-se do espaço da aparência, no mais amplo sentido da palavra, ou seja, o espaço no qual eu apareço aos outros e os outros a mim; onde os homens assumem uma aparência explícita, ao invés de se contentar em existir meramente como coisas vivas ou inanimadas (ARENDDT, 2009, p. 211).

É aqui que o lugar das mídias e do processo da sociedade em midiatização se destaca. Reconhecemos que não é possível compreender a desprivatização dos evangélicos brasileiros e a construção da religião pública por este segmento cristão sem se considerar a dinâmica acelerada e diversa de formas de interação dos diferentes grupos evangélicos entre si e com outros (religiosos e não religiosos) por meio das diferentes mídias. Parafraseando José Luiz Braga (2012, p. 37), assim vemos os processos de interacionalidade midiatizante estimulando os modos pelos quais os evangélicos se comunicam e, em consequência, tentativamente se organizam no espaço público, em um movimento que os tira da reclusão dos templos à visibilidade da *pólis* midiatizada.

II - Evangélicos na política: dos templos à *pólis*

A estreita relação entre religiões e política não é novidade. Basta retomar na história a romanização do catolicismo e sua constituição como poder cultural e político; as disputas cul-

turais e políticas que envolvem o islamismo e as religiões asiáticas; a emergência das teologias contextuais que buscam responder a demandas de movimentos sociais identitários (teologias negras, teologias feministas, teologias da libertação – latino-americana, dalit, minjung, africana, por exemplo).

No caso brasileiro, além de ser importante se considerar o poder do catolicismo e o lugar das teologias contextuais, é preciso reconhecer que há um lugar consolidado das religiões no espaço público, que delinea formas de relação entre religião e política no País, que inclui participação político-partidária, mas vai muito além dela. Poderíamos listar vários elementos que demonstram isto:

(1) inúmeros programas sociais em parceria com o poder público, com ONGs e movimentos sociais e a presença de religiosos em conselhos de direitos, de políticas e de gestão de políticas sociais específicas;

(2) atuações de grupos religiosos em redes e articulações da sociedade civil; participação das religiões na economia não só com o comércio interno de produtos das religiões, mas com o crescimento das ofertas de entretenimento religioso (turismo e lazer em torno da religião);

(3) intensa presença nas mídias.

Joanildo Burity lê este momento da relação religião-política como uma redefinição do conceito e da abrangência da democracia:

O incômodo e a incerteza causados por essa “reparição” da religião foi, aos poucos, sendo articulado à redefinição do conceito e abrangência da democracia, como forma política da inclusão social e da justiça, por meio da cidadania e do reconhecimento. De um lado, parte das políticas multiculturais dirigiu-se à incorporação da identidade religiosa ao rol das formas legítimas de afirmação da diferença cultural. De outro lado, um crescente número de ativistas religiosos foi acertando contas com o discurso democrático, e construindo seus espaços de visibilidade no interior das lutas democratizantes (BURITY, 2016, p. 27-28).

Portanto, nas demandas contemporâneas em torno de políticas culturais, das identidades coletivas, de ações afirmativas, do pluralismo, do consumo, dos movimentos sociais, de redes de articulação social, da política partidária, há uma intensa presença das religiões que deve ser reconhecida, seja ela avaliada de forma positiva, crítica ou relativizada.

Além deste “retorno” das religiões ao espaço público, elas são também lugares de afirmação de identidades e de práticas cotidianas que estruturam a vida, produzindo comunidade, integrando socialmente, inculcando valores. É neste sentido que as religiões se inscrevem culturalmente no espaço público e (re)legitimam sua função pública (BURITY, 2016). Com isso, a vivência pessoal e coletiva, informal e institucionalizada das práticas religiosas não fica mais retida na fronteira do privado, mas também se projeta pelo espaço público como ação coletiva, como cultura e como discurso sobre valores, configurando-se uma religião pública.

Religião pública significa levar a religião para além de suas fronteiras institucionais e simbólicas, permitindo que o outro-religioso e o não-religioso interajam na vivência religiosa. O religioso vai ao secular e o secular vai ao religioso, em um intercâmbio que, por vezes, leva a confrontos, por vezes leva à formação de alianças antes impensáveis. Eis uma importante característica da religião pública: ser constituída de fronteiras permeáveis, transpassáveis, fluidas.

É nesse sentido que podemos afirmar que a configuração da religião pública entre os evangélicos brasileiros dá-se no contexto da dinâmica da sociedade em midiatização. Por midiatização referimo-nos, com base nos estudos de José Luiz Braga (2006), aos processos interacionais (de sociabilidade) que “se realizam de modos bastante diversos, em sociedades específicas”, e se desenvolvem segundo as lógicas das mídias (BRAGA, 2006). A expressão “em midiatização” refere-se ao fenômeno como um processo em curso, uma dinâmica, não um elemento consolidado ou determinado por uma única forma de estruturação.

Recorremos também a Roger Silverstone na compreensão de que a midiatização é “um processo fundamentalmente dialético, ainda que não sempre igual, mediante o qual

os meios de comunicação institucionalizados formam parte da circulação geral de símbolos dentro da vida social” (1999, *apud* SILVERSTONE, 2006, p. 168-169, tradução livre).

Esta noção se relaciona ao que Jesús Martín-Barbero explica quando se refere às “mediações comunicacionais na cultura”:

Inverto meu primeiro mapa [as mediações culturais da comunicação] e proponho as mediações comunicativas da cultura que são: a “tecnicidade”; a “institucionalidade” crescente nos meios como instituições sociais e não apenas aparatos, instituições de peso econômico, político, cultural; “a socialidade” – como o laço social está se transformando para os jovens, como as relações entre pais e filhos, e entre casais estão mudando. [...] E, finalmente, as novas “ritualidades” que acontecem em relação aos novos formatos industriais possibilitados pela “tecnicidade”. De alguma maneira, nesse momento aceito que muda o lugar a partir do qual estava olhando. [...] Era preciso assumir não a prioridade dos meios, mas sim que “o comunicativo está se transformando em protagonista de uma maneira muito mais forte” (2009, p. 151-152).

No que diz respeito à midiatização das religiões, Fausto Neto afirma essas “novas ritualidades” ao reconhecer que, no contexto a que Martín-Barbero se refere das novas interações via “tecnicidade”, ocorrem uma “construção e publicização das novas formas de religiosidades” (2002, p. 152). Para o pesquisador, estas novas formas se constituem na dinâmica em que grupos religiosos “subordinam” suas práticas e pautas de ação a processos de produção “que são tomados como empréstimos à esfera do campo dos media”.

Identificamos, portanto, que novos fluxos comunicacionais – a circulação de sentidos e valores pelas fronteiras religiosas porosas – passam a dar novo significado às experiências e práticas e às doutrinas enraizadas nas tradições religiosas evangélicas brasileiras, conforme trataremos a seguir.

III - Novos significados

Independentemente das peculiaridades dos distintos grupos que formam o segmento evangélico, os evangélicos brasileiros foram classicamente identificados, nos estudos de religião, de acordo com Magali Cunha (2007):

(1) por uma predominante leitura fundamentalista (literalista) do texto sagrado cristão, a Bíblia;

(2) pela ênfase na piedade pessoal na busca da salvação da alma (influência do puritanismo e do pietismo dos pioneiros missionários que vieram do sul dos EUA do século XIX ao Brasil);

(3) por frequentes posturas de rejeição das manifestações culturais não cristãs do país (fruto da mesma ação de missionários);

(4) por um isolamento das demandas sociais (resultante da espiritualização das questões da existência individual e social), entre elas a participação política.

Como descrito anteriormente neste trabalho, transformações na cultura evangélica, na passagem do século XX para o XXI, provocaram alterações deste quadro.

Uma delas é identificada no apagamento da máxima “crente não é deste mundo, por isso não se mete em política”. Esta mudança ocorre especialmente a partir do Congresso Constituinte de 1986, quando foi formada a primeira bancada evangélica. A partir dali, pode-se dizer que a postura de isolamento deste segmento com relação à participação política – até então interpretada como algo “do mundo”, identificado a paixões terrenas – passou a conviver com outros ideais, referentes à participação e visibilidade na vida pública, que podem ser resumidos na formulação “irmão vota em irmão”. Depois de altos e baixos numéricos, decorrentes de casos de corrupção e fisiologismo, a bancada evangélica se consolidou como força, o que resultou na criação da Frente Parlamentar Evangélica (FPE) em 2003. Até 2010, esses parlamentares não eram identificados como conservadores do ponto de vista sociopolítico e econômico. Suas vitórias consistiam em barrar o avanço de projetos considerados ofensivos à moralidade sexual religiosa: descriminalização do aborto e casamento gay, especialmente. Seus projetos

raramente interferiam na ordem social: revertiam-se em “praças da Bíblia”, criação de feriados para concorrer com os católicos, benefícios para templos. O perfil dos partidos aos quais a maioria desses políticos estava afiliada refletia isto, bem como recorrentes casos de fisiologismo.

Em pesquisa³ sobre dinâmicas sociopolíticas e culturais enfatizadas nas narrativas de grandes mídias noticiosas e mídias religiosas sobre a participação de evangélicos no processo eleitoral, podemos identificar uma potencialização da força do segmento no espaço público. Identificamos os seguintes elementos que contribuíram para isto:

(1) uma nova aproximação dos políticos evangélicos com o governo federal. Ela já havido sido forte durante o Congresso Constituinte, foi enfraquecida nos anos 1990, apesar de todo o apoio eleitoral dado por lideranças das diferentes igrejas a Fernando Collor e Fernando Henrique Cardoso em suas candidaturas, mas se renovou com a eleição de Luís Inácio Lula da Silva à presidência, em 2002. Esta situação foi facilitada pelas alianças feitas pelo PT com diversos partidos, nos quais deputados evangélicos estavam alocados, e à estratégia de campanha de aproximação com lideranças evangélicas das igrejas e da política partidária a fim de se superar a demonização da figura de Lula como comunista, opositor das igrejas, com a abertura do governo a várias iniciativas e a diversas lideranças evangélicas.

(2) Duas igrejas evangélicas tornam visíveis seus projetos de ocupação da política institucional do país: as Assembleias de Deus (AD) e a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Ambas passaram a ocupar, depois de 2003, espaços plenos de poder em partidos (respectivamente o Partido Social Cristão/PSC e o Partido Republicano Brasileiro/PRB) e em cargos públicos, como as nomeações dos ministros de Estado de Dilma Rousseff, Marcelo Crivella (PRB, Pesca, IURD) e George Hilton (PRB, Esportes, IURD), e de Michel Temer, Marcos Pereira (PRB, Indústria, Comércio Exterior e Serviços, IURD) e Ronaldo Nogueira (PTB, Trabalho, AD). A Convenção Geral das

3 Cf. pesquisa desenvolvida para estágio pós-doutoral que resultou na obra Cunha, 2017a.

Assembleias de Deus no Brasil tem trabalhado para o registro do seu próprio partido, o Partido Republicano Cristão (PRC). Nos últimos dois pleitos eleitorais, as ADs foram capazes de lançar dois candidatos à Presidência da República, Marina Silva (2010 e 2014) e o Pastor Everaldo (2014), e a IURD conseguiu eleger o bispo e senador Marcelo Crivella como prefeito do Rio de Janeiro, o que dá o tom da força política alcançada por estas duas denominações evangélicas.

(3) A partir de 2010 as grandes mídias passaram a enfatizar o tema dos direitos LGBTI na campanha eleitoral e nos projetos debatidos no Congresso Nacional (Plano Nacional de Direitos Humanos-3). Junto com este tema, veio também a pauta da legalização do aborto, com pressão sobre a então candidata à Presidência da República pelo PT Dilma Rousseff. Houve muita mobilização de grupos evangélicos contra Dilma Rousseff, cuja campanha era defensora destes temas. Em 2013, o caso do deputado Marco Feliciano (antes PSC/SP, depois PODE/SP) retomou com força estas temáticas, com amplo espaço nas mídias. Tratou-se da inusitada nomeação do deputado como presidente da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara e de escândalos que estiveram a ela relacionados. Este processo culminou no revigoramento das bandeiras políticas da banca evangélica e de lideranças evangélicas, com projetos de visibilidade pública em torno da garantia da moralidade sexual no plano da legislação, sob o rótulo “Defesa da Família Tradicional” contra movimentos feministas e LGBTI. Na esteira desta tendência, houve o fortalecimento do Partido Social Cristão (PSC) nas eleições de 2014, favorecendo o lançamento de candidato próprio à Presidência da República, o Pastor Everaldo, e projetando a candidatura do deputado federal Jair Bolsonaro (ex-PSC, agora no PSL) à Presidência da República em 2018.

(4) A eleição do deputado federal evangélico Eduardo Cunha (MDB/RJ) como presidente da Câmara dos Deputados, em 2015, ano de sua transferência da Igreja Sara a Nossa Terra para a Assembleia de Deus, contribuiu para uma reconfiguração da presença dos evangélicos na política nacional e para o fortalecimento de pautas conservadoras no Congresso. Eduardo Cunha atuou intensamente na articulação do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, em 2015 e 2016. Sua queda foi posterga-

da, mas não evitada, tendo ele sido preso, em 2016, com acusações de corrupção, pela Operação Lava-Jato da Polícia Federal (PF). Entretanto, continua a exercer seu poder.

(5) Uma série de pautas garantidoras da moralidade religiosa puritana, sob o rótulo de “defesa da família”, ganhou espaço na Câmara dos Deputados a partir de 2015, em especial sob a liderança de Eduardo Cunha, na forma de projetos de lei e projetos de emendas constitucionais, e mais espaço foi dado para pautas relativas a privilégios à atuação pública das igrejas.

(6) Posicionamentos de parlamentares evangélicos ganharam espaço para além das pautas religiosas, por meio de alianças com parlamentares e frentes conservadoras, para a revisão de temas sociais como a redução da maioria penal e o fim do Estatuto do Desarmamento. A articulação da banca denominada BBB (Bala/Segurança, Boi/Ruralista e Bíblia/Evangélica) torna este processo visível, assim como o apoio de evangélicos à candidatura do deputado Jair Bolsonaro à Presidência da República em 2018.

(7) A Operação Lava-Jato, da Polícia Federal com a Força Tarefa do Ministério Público Federal (MPF), que investiga crimes de corrupção na Petrobrás, ganhou caráter messiânico com a liderança do procurador evangélico Deltan Dallagnol.

(8) As mídias noticiosas consolidaram a figura do pastor da Assembleia de Deus Vitória em Cristo Silas Malafaia como porta-voz dos evangélicos. Ele foi credenciado nos espaços midiáticos como “a” voz apta a emitir opiniões e avaliações sobre a relação evangélicos-política. Tornou-se porta-voz do discurso conservador de defesa da “família tradicional”, de reação contrária a avanços sociais, em especial no tocante aos direitos das mulheres e aos direitos sexuais. É possível afirmar que o discurso conservador de Malafaia alcança amplo espaço nas grandes mídias, pois responde a expectativas com a religião (imaginário e ideologia) da parte dos produtores do noticiário. A acreditação de Silas Malafaia como grande líder evangélico, atuando como porta-voz do grupo, foi também consolidada em mídias religiosas de grande alcance.

(9) As mídias religiosas passaram a dar visibilidade e a alimentar as ênfases temáticas e as dinâmicas em torno de pautas da moralidade sexual, veiculadas nas grandes mídias,

em especial em torno da “guerra” entre políticos evangélicos e militantes de movimentos feministas e LGBTI. Com isso, essas mídias proporcionaram a recriação do “imaginário do inimigo” entre os evangélicos com abordagens como “salvar a família” dos militantes LGBTI, das feministas e da esquerda, cujo projeto maior é implantar o comunismo no país. Estes temas passaram a aparecer em conteúdo de campanha de candidatos a cargos públicos e estão presentes em discursos de lideranças das igrejas. Neste contexto, as mídias religiosas contribuíram para a recriação do imaginário da perseguição dos evangélicos em terras brasileiras, presente desde a implantação do protestantismo no século XIX, e do estímulo a uma “guerra espiritual” como resposta.

Estes elementos compõem o quadro que hoje coloca os evangélicos como grupo religioso protagonista no processo político em curso no Brasil, o que resulta na intensa visibilidade da bancada evangélica no Congresso Nacional, e também no surgimento de lideranças religiosas ativistas políticas não institucionais, com forte presença nas redes sociais digitais.

IV - Relação evangélicos-política e as mídias

Esta pauta acima descrita passa pela compreensão dos processos comunicacionais que envolvem a ampla ocupação dos espaços das mídias tradicionais por evangélicos, nos últimos 30 anos, por meio de concessões públicas, fenômeno denominado “coronelismo eletrônico evangélico” (FIGUEIREDO FILHO, 2010). Passa também pelo entendimento dos significados em torno da popularização da presença dos evangélicos nas grandes mídias em espaços noticiosos e de entretenimento, como parte do fenômeno “cultura gospel” (CUNHA, 2007). Inclui ainda a avaliação da relação do (novo) ativismo político evangélico com a forte presença de indivíduos e instituições vinculados a este segmento religioso nas mídias digitais com inúmeros sites, blogs e perfis em mídias sociais (CUNHA, 2017a).

É fato que a dimensão da participação e da transformação dos receptores em emissores, por meio de processos de interação possibilitados pelas mídias digitais, especialmente pela internet, mudou o quadro da relação igrejas-mídias, de forma

expressiva. Quando se reflete sobre as mídias sociais, uma infinidade de articulações e espaços é nítida. Igrejas e grupos cristãos passam de usuários das mídias, com o objetivo de apresentar o Evangelho e lhe dar visibilidade, a participantes de um espaço para além das fronteiras do sagrado e do profano – a *pólis* midiática, espaço de aparição mediatizado (SILVERSTONE, 2010), uma realidade que não substitui as experiências vividas, mas as atravessa e as representa, espaço no qual indivíduos e grupos aparecem aos outros e os outros a eles. Nesse sentido, igrejas e grupos cristãos podem firmar comunidade, articular, promover socialidade, expor posições diante de demandas sociais e discuti-las.

Por outro lado, as igrejas passam a não ter mais o controle do sagrado e da doutrina como tinham antes (HOOVER, 2014). As mídias digitais tornam possível que qualquer pessoa que manifeste uma fé, tenha ela vínculo formal com uma instituição cristã ou não, expresse suas ideias, reflexões e opiniões de forma livre. Nesse sentido, tirou o controle dos conteúdos da fé (doutrinas, símbolos, rituais, dogmas) das mãos das lideranças. Uma pessoa que tenha um simples espaço digital, seja um blog ou uma conta em mídias sociais, o que envolve baixíssimo custo de acesso e de produção, tem abertura ampla para a livre manifestação, o que nem sempre foi possível nos espaços presenciais religiosos. Este processo de presença da religião no universo digital faz surgir novas autoridades religiosas: as celebridades evangélicas (pastores midiáticos e cantores gospel) e os blogueiros e youtubers gospel. Essas novas autoridades tornam-se referência para muitos evangélicos quanto ao que pensar e como agir (KARHAWI, 2017).

Venício Lima instiga a uma compreensão deste fenômeno quando chama a atenção para o importante papel que as mídias desempenham nas dinâmicas sociopolíticas: o poder de longo prazo que elas têm na construção da realidade por meio da representação que fazem dos diferentes aspectos da vida humana e, particularmente, dos políticos e da política. “É através da mídia – em sua centralidade – que a política é construída simbolicamente, adquire um significado” (LIMA, 2009, p. 21). Desta forma, pode-se afirmar que a relação entre evangélicos e política no tempo presente, no Brasil, é marcada pelo processo de mediatização social.

Não deixando de se tomar em conta os argumentos positivos e negativos referentes ao lugar da internet na promoção da participação política em sociedades democráticas (GOMES, 2005), é preciso reconhecer que a ocupação deste espaço possibilitou algum avanço na limitada visibilidade política destes grupos evangélicos minoritários, com efeitos nas mídias tradicionais, o que instiga à análise. É uma “arena de visibilidade” que forma a “esfera de visibilidade pública” (GOMES, 2014) dos evangélicos no Brasil.

Nesse sentido, como indicado em todos os elementos descritos nos itens anteriores deste estudo, os evangélicos se colocam na arena como um bloco organicamente articulado. Não são mais “os crentes” ou os grupos fechados de outrora. A separação social, “do mundo”, deixa de ser um valor evangélico da tradição fundamentalista-puritana: são hoje um grupo que desenvolve a cultura “da vida normal” combinada com a religião com presença nas mídias, moda própria, artistas e celebridades, inserção no mundo do mercado e do entretenimento. Além disso, este segmento religioso se vê fortalecido como parcela social que tem suas próprias reivindicações e pode eleger seus próprios representantes para os espaços de poder público.

A estas situações, paradigmáticas para a relação evangélicos-política, soma-se um elemento novo e expressivo: o ativismo político evangélico, que deixa de ser restrito a épocas de eleições, com a atividade voltada à ação de cabos eleitorais dos candidatos em suas respectivas igrejas. Este ativismo ganhou corpo a partir de 2010, com o envolvimento de lideranças religiosas e fiéis, tanto em períodos eleitorais, predominantemente (e curiosamente) em campanhas de oposição (para que não se vote em candidatos, fundamentalmente, da esquerda), quanto na defesa ou na oposição a temas, como o apoio ao pastor Marco Feliciano, em 2013, quando presidente da CDHM, o projeto de redução da maioria penal liderado pelo senador evangélico Magno Malta, em 2015, ou o *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, em 2016 (CUNHA, 2017a).

Este ativismo tem-se dado presencialmente nas ruas, como na anual Marcha para Jesus, evento de massa realizado pela Igreja Renascer em Cristo, no feriado católico de Corpus Christi, na cidade de São Paulo, com a presença de políticos evangélicos

cos ou apoiados por igrejas evangélicas; ou em manifestações especificamente convocadas por lideranças evangélicas, como a Marcha pela Família Tradicional, realizada em Brasília, em 2013, convocada pelo Conselho Nacional de Pastores do Brasil, à época presidido pelo pastor Silas Malafaia; ou ainda em atos públicos em locais estratégicos, como os que são realizados pela Frente Evangélica pelo Estado de Direito, criada em 2016, para fazer oposição ao processo de *impeachment* de Dilma Rousseff. Os ativistas também são mobilizados a distância, por meio de manifestações múltiplas na internet, em especial postagens escritas, em áudios e em vídeos em mídias digitais (websites, blogs e mídias sociais), especialmente o Twitter e o Facebook, como é demonstrado no mapeamento realizado pela autora em 2016 (CUNHA, 2017a).

Este processo de dilatação do ativismo político evangélico coincidiu com o período do fortalecimento da bancada evangélica entre 2002 a 2004, e com a intensa campanha de grupos conservadores, em 2010, contra a eleição de Dilma Rousseff à Presidência da República. De forma surpreendente, a partir daí, e mais ainda depois de 2014, evangélicos de diferentes denominações, identificados com o discurso assumido por lideranças da bancada evangélica e por celebridades do cenário religioso, passaram a se identificar publicamente como “conservadores” e “de direita” (CUNHA, 2017a). Os protestos de junho de 2013 e os movimentos conservadores dele derivados, a eleição do Congresso Nacional mais conservador desde 1964 no pleito de 2014 (DIAP, 2014) e a posse de Eduardo Cunha como presidente da Câmara Federal forneceram o ambiente propício para que os grupos identificados com o conservadorismo religioso, teológico e político se revitalizassem e passassem a se expor mais publicamente.

É possível identificar que é no espaço da *pólis* midiática que a vida política se tem desenvolvido com mais intensidade e paixão, com construção e reconstrução das visões de mundo (imaginários) e com discursos tornados públicos e chamamento a ações coletivas.

Aqui temos o que Fausto Neto (2010) denomina “jogos complexos de oferta e reconhecimento”. Por meio deles se legitimam valores morais e se deslegitimam outros. No mundo da

religião isto é muito intenso; basta observar a oferta do discurso religioso de “salvação da família que está em risco”, com as propostas e campanhas por direitos sexuais por parte de mulheres e de LGBTIs (CUNHA, 2017a). Esta oferta promoveu identificação e reconhecimento de evangélicos e católicos romanos conservadores a ponto, por exemplo, de consolidar o termo “ideologia de gênero” como delimitador de uma nova fronteira identitária (CUNHA, 2017b).

Nesse sentido, as lógicas de fidelização e “contratos de leitura” (FAUSTO NETO, 2010) são postas em xeque. Evangélicos que, historicamente, condenam católicos como idólatras e pagãos rompem esta fronteira pelas mídias e quebram a lógica clássica da hostilidade e do antiecumenismo, por meio da associação de combate a um inimigo comum.

Pesquisa publicada sobre a relação entre mídia, religião e política indicou um predomínio da corrente conservadora evangélica no Brasil nos espaços midiáticos religiosos tradicionais e digitais (CUNHA, 2017a). É o reflexo do predomínio que alcançam no espaço político partidário. Nesse contexto, a ação midiática promove a invisibilidade de outros grupos religiosos e de evangélicos mesmos, de vertente progressista.

O mapeamento realizado na pesquisa mostrou que os grupos evangélicos em maior evidência nas mídias tradicionais no Brasil são pentecostais na totalidade e dispõem de recursos financeiros, alcançados pelas práticas religiosas baseadas na teologia da prosperidade, aquela que reafirma as lógicas do mercado (a bênção de Deus se manifesta em elementos materiais – saúde, felicidade na família e bens). Isto tornou possíveis a profissionalização de sua presença nas mídias e o estabelecimento de um padrão de visibilidade midiática. Nesse rastro, criou-se uma cultura midiática evangélica que possibilitou que estes grupos e os indivíduos e segmentos evangélicos que neles se inspiram se pusessem inteiramente à vontade no mundo das mídias digitais. Como exemplo, temos a figura do pastor Silas Malafaia, que por conta desta visibilidade foi alçado à condição de “porta-voz” dos evangélicos também pelas mídias tradicionais não religiosas, sendo personagem alvo da coleta de depoimentos, opiniões e pronunciamentos na quase totalidade das grandes mídias (CUNHA, 2015).

Portanto, o mapeamento indica que os ativistas evangélicos conservadores têm noção do lugar das mídias na conquista de espaço e de visibilidade no espaço público e dominam as técnicas e métodos de alcance das mídias sociais. Estes grupos também têm discursos com teologia e linguagem que respondem ao imaginário fortemente fundamentalista dos evangélicos brasileiros. Recorrem à Bíblia como regra literal de fé e como respaldo às ideias que propagam.

O espaço privilegiado a grupos evangélicos conservadores na programação das grandes mídias tradicionais pode ser compreendido pelo fato de estas serem historicamente alinhadas a valores e políticas conservadoras, dado o perfil dos seus proprietários.

O ativismo progressista evangélico não tem o mesmo nível de alcance dos conservadores: não há celebridades midiáticas neste grupo; sua teologia e linguagem são conflitantes com o imaginário religioso conservador que caracteriza os evangélicos brasileiros; não tem a simpatia das grandes mídias. Como minoria, os evangélicos progressistas ocupam as mídias digitais e têm este espaço midiático como sua maior possibilidade de expressão e visibilidade no presente. As mídias digitais são o seu ambiente de ação contra-hegemônica tanto na esfera política como no cenário evangélico brasileiro, e têm possibilidade de alcance e visibilidade nunca antes alcançada.

Como exemplo, o pastor da Igreja Batista do Caminho Henrique Vieira, liderança do PSOL no Rio de Janeiro, por conta de sua presença em mídias digitais e eventos públicos, tem conquistado espaço em mídias alternativas noticiosas como também em grandes mídias tradicionais⁴. Da mesma forma, a Frente Evangélica pelo Estado de Direito, fundada em 2014, e a visibilidade alcançada por sua liderança maior, o pastor de origem batista Ariovaldo Ramos, que tem conquistado a atenção e espaço em mídias digitais alternativas, como o blog Nocaute e o coletivo Mídia Ninja. Nesse sentido, a superação da condição de invisibilidade dos evangélicos progressistas é elemento

4 De novembro de 2017 até a redação deste texto, em maio de 2018, o pastor Henrique Vieira teve três participações como comentarista do Programa Encontro, ancorado pela apresentadora Fátima Bernardes, nas manhãs da Rede Globo.

novo que deve ser observado e analisado em novas e atualizadas pesquisas.

V - Notas conclusivas

O ativismo político digital evangélico é componente novo na forma como evangélicos brasileiros se inscrevem culturalmente na *pólis*, como um grupo religioso desprivatizado, construtor de uma religião pública. Este ativismo torna-se elemento destacado no processo de participação política deste grupo religioso.

O ativismo político digital evangélico emerge dos processos de midiaticização vividos pelo segmento evangélico no Brasil, diga-se, dos circuitos criados e recriados pela intermediação das mídias que viabilizam interação entre evangélicos e de evangélicos com outros grupos religiosos e não religiosos, interessados em discutir temas, realizar campanhas e estabelecer ações em torno das pautas políticas do país.

Do ponto de vista da participação política, a presença dos evangélicos na *pólis* midiática, ao mesmo tempo que potencializa a visibilidade deste segmento religioso, amplifica o sentimento de existência e pertença, ressignifica identidades e identificações político-ideológicas e redesenha as fronteiras institucionais e simbólicas.

Referências

- ARENDDT, Hannah. *A condição humana*. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.
- BERGER, Peter. A dessecularização do mundo: uma visão global. *Religião e Sociedade*, v. 21, n. 1, p. 9-23, 2001.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (org.). *Mediação & midiaticização*. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 29-52.
- BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.

- BURITY, Joanildo. Religião, cultura e espaço público: onde estamos na presente conjuntura? In: MEZZOMO, Frank Antonio; PÁTARO, Cristina Satiê de Oliveira; HAHN, Fábio André (org.). *Religião, cultura e espaço público*. São Paulo/Campo Mourão: Olho D'Água/Fecilcam, 2016. p. 13-50.
- CUNHA, Magali do Nascimento. *Do púlpito às mídias sociais: evangélicos na política e ativismo digital*. Curitiba: Prismas, 2017a.
- CUNHA, Magali do Nascimento. Construções imaginárias sobre a categoria “gênero” no contexto do conservadorismo político-religioso no Brasil dos anos 2010. *Perspectiva Teológica*, v. 49, n. 2, p. 253-276, maio-ago. 2017b.
- CUNHA, Magali do Nascimento. Quem tem moral entre os evangélicos? *Observatório da Imprensa*, n. 848, 28 abr. 2015. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/quem-tem-moral-entre-os-evangelicos/>.
- CUNHA, Magali do Nascimento. *A explosão gospel: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico contemporâneo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ASSESSORIA PARLAMENTAR (DIAP). *Radiografia do Novo Congresso: Legislatura 2015-2019*. Brasília: DIAP, 2014. (Estudos Políticos do DIAP).
- FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra (org.). *Mediatización, sociedad y sentido: diálogos entre Brasil y Argentina*. Rosario: Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Rosario, 2010. p. 2-15. Disponível em: https://www.academia.edu/4665780/MEDIATIZACION_C3%93N_SOCIEDAD_Y_SENTIDO.
- FAUSTO NETO, Antônio. Processos midiáticos e construção das novas religiosidades: dimensões discursivas. *Galáxia*, v. 2, n. 3, p. 151-164, 2002.
- FIGUEIREDO FILHO, V. *Coronelismo eletrônico evangélico*. Rio de Janeiro: Publ!T Soluções Editoriais, 2010.

- GOMES, Wilson. Dinâmicas e estruturas da esfera pública contemporânea – a esfera pública além da deliberação pública. In: SOUSA, Mauro Wilton; CORRÊA, Elizabeth Saad (org.). *Mutações no espaço público contemporâneo*. São Paulo: Paulus, 2014. p. 177-214.
- GOMES, Wilson. Internet e participação política em sociedades democráticas. *Famecos*, n. 27, p. 51-78, ago. 2005. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3323/2581>.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Biblioteca Tempo Universitário, 1984.
- HOOVER, Stewart. Mídia e religião: premissas e implicações para os campos acadêmico e midiático. *Comunicação & Sociedade*, v. 35, n. 2, p. 41-68, 2014. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/viewArticle/4906>. Acesso: 20 jun. 2016.
- KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. *Communicare*, v. 17, n. 12, p. 46-61, 2º sem 2017. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/09/Artigo-1-Communicare-17-Edi%C3%A7%C3%A3o-Especial.pdf>.
- LIBÂNIO, João Batista. *A religião no início do milênio*. São Paulo: Loyola, 2002.
- LIMA, Venício. Revisitando as sete teses sobre mídia e política no Brasil. *Comunicação & Sociedade*, n. 51, p. 13-37, jan.-jun. 2009.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Uma aventura epistemológica. *Matrizes*, v. 2, n. 2, p. 143-162, 2009. Entrevista a Maria Immacolata Vassalo de Lopes.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. *Se Deus fosse um ativista dos direitos humanos*. São Paulo: Cortez, 2013.
- SILVERSTONE, Roger. *La moral de los medios de comunicación: sobre el nacimiento de la polis de los medios*. Madrid: Amorrortu Editores, 2010.

Mediatização, *pólis* e eventos de fronteira. Análise da noticiabilidade sobre o CUT BRA-PY-AR

Mediatization, polis and frontier events. Analysis of the newsworthiness of CUT BRA-PY-AR

*Ada C. Machado da Silveira*¹

Resumo: O texto apresenta reflexões sobre o processo de mediatização e suas implicações para a noticiabilidade da periferia brasileira. O estudo da noticiabilidade de espaços periféricos, notadamente a fronteira internacional quando tomada além do aspecto geopolítico ou da primazia do Estado, permite trazer elementos que auxiliem na compreensão da singularidade e das interações ali existentes, francamente afetadas pela globalização. Intenta-se colocar em relevo os múltiplos interesses e implicações para a mediatização da *pólis* e noticiabilidade da periferia quando se estudam os denominados Complexos Urbanos Transfronteiriços (CUT) constituídos por três cidades distintas congregadas em um mesmo tecido urbano, embora integrantes de três Estados nacionais diferentes, a saber, Brasil, Paraguai e Argentina. A escalada de incremento midiático observável pelo padrão de acontecimentos construídos como eventos de fronteira consagra a progressão da lógica da mídia institucionalizada. A escalada permite ainda formular indagações acerca da mediatização da *pólis* e noticiabilidade da periferia em termos de sua militarização.

Palavras-chave: Mediatização. Noticiabilidade. Periferia.

1 Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: ada.silveira@ufsm.br

Abstract: The text presents reflections on the process of mediatization and its implications for the newsworthiness of the Brazilian periphery. The study of the newsworthiness of peripheral spaces, notably the international frontier when taken beyond the geopolitical aspect or the primacy of the State, allows to bring elements that aid in the understanding of the singularity and the interactions therein that are definitely affected by globalization. It tries to highlight the multiple interests and implications for the mediatization of the polis and newsworthiness of the periphery when studying the so-called Transfrontier Urban Complex (CUT), constituted by three distinct cities congregated in the same urban fabric, although belonging to three different nation states, namely Brazil, Paraguay and Argentine. The escalation of media increment observable by the pattern of events constructed as frontier events enshrines the progression of the logic of institutionalized media. It also raises questions about the mediatization of the polis and newsworthiness of the periphery in terms of its militarization.

Keywords: Mediatization. Newsworthiness. Periphery.

I - Introdução

O texto apresenta reflexões sobre o processo de midiatização e suas implicações para a noticiabilidade da periferia brasileira. O estudo da noticiabilidade de espaços periféricos, notadamente a fronteira internacional quando tomada além do aspecto geopolítico ou da primazia do Estado, permite trazer elementos que auxiliem na compreensão da singularidade e das interações ali existentes francamente afetadas pela globalização. Intenta-se colocar em relevo os múltiplos interesses e implicações para a midiatização da *pólis* e noticiabilidade da periferia quando se estudam os denominados Complexos Urbanos Transfronteiriços (CUT). Na situação em apreço, decorrente de projeto de pesquisa, considero o CUT constituído pela conurbação de três cidades distintas congregadas em um mesmo tecido urbano, embora integrantes de três Estados nacionais diferentes, a saber, Brasil, Paraguai e Argentina. Um forte adensamento

populacional de quase um milhão de habitantes e de grande intensidade de fluxos humanos e econômicos.²

Tomando em consideração a questão sobre o que se mediatiza no processo comunicacional que a atividade noticiosa promove, o presente texto considera quatro momentos de reflexão. Inicialmente problematizo a possibilidade de abordagem da midiatização na análise da noticiabilidade da periferia. Trata-se de averiguar o entendimento presente da abordagem da midiatização para estudar as vias em que acontecimentos ocorridos em espaços periféricos do Brasil, notadamente suas fronteiras internacionais, são passíveis de converterem-se em material noticioso e submetido às lógicas do jornalismo praticado em parâmetros da mídia comercial de referência brasileira. Numa segunda seção, busco avançar sobre as repercussões da noticiabilidade da periferia quando esta é compreendida desde sua condição de *pólis* midiatizada, especialmente tendo em consideração o ambiente globalizado de uma fronteira internacional brasileira. Tais considerações avançam para, ao final, debater a midiatização da *pólis* nas condições em que o CUT BRA-PY-AR é compreendido e projetado pela ação noticiosa da atividade institucional do jornalismo tomado como objeto empírico de reflexão.

II - Midiatização e noticiabilidade da periferia

A abordagem da midiatização considera uma variedade de perspectivas. Luis Mauro Sá Martino (2019), ao pretender sistematizar suas características, propõe que o entrelaçamento entre mídias e práticas sociais caracterizaria o processo de midiatização ao mesmo tempo que enfrenta um tensionamento “entre ações, usos e significados entre as práticas sociais e o am-

2 Trata-se do projeto de pesquisa financiado com Bolsa PQ pelo CNPq (2018-2020) intitulado Midiatização, identidade social e segurança pública nos Complexos Urbanos Transfronteiriços. Os apontamentos empíricos registrados no texto provêm de um conjunto de atividades de pesquisa realizadas pelo GruPesq ClFront, liderado pela autora, e tratam de atividades junto a alunos de graduação em IC e TCC, mestrandos e doutorandos, ademais de profissionais em pós-doutoramento (HARTMANN; SILVEIRA, 2018, 2019; SILVEIRA, 2007, 2012, 2016; SILVEIRA et al., 2017; SILVEIRA; GUIMARÃES, 2016; SILVEIRA et al., 2017a).

biente das mídias” (MARTINO, 2019, p. 27). Sua interpretação remete ao âmbito da articulação como próprio a investigações em midiatização, notadamente na perspectiva apontada por Andreas Hepp (2014), dado que o ambiente midiático seria propriamente o lugar da técnica, enquanto que as práticas sociais seriam objeto pertinente às Ciências Sociais.

É, portanto, ao aprofundar a perspectiva de tal articulação que busco reconhecer na midiatização da periferia uma certa prática que envolve a noção de noticiabilidade e as condições propícias para que o ambiente midiático proporcione reconhecer um processo inovador, de consequências radicais. Trata-se de aspectos considerados a partir do que Niklas Luhmann (2000) apontou sobre a condição de, cada vez mais, sabermos da realidade desde noções provenientes de notícias; o autor inquirere sobre as consequências de tal atitude especialmente quando sabemos como elas são feitas.

Por outra via, recordo Luis Alberto de Carvalho e Gustavo Lage (2012) quando encontram na característica da reflexividade uma condição da midiatização, dado que a primeira

[...] nos possibilita entender os processos de midiatização como articulados a novas potencialidades sociotécnicas, pela via dos modos de apreensão crítica em circularidade – no qual as mídias leem seus públicos, decifrando-os para melhor ofertar-lhes produtos e processos, mas também para com eles negociar sentidos. Ao mesmo tempo, os produtos e processos das mídias são também lidos por estes mesmos públicos, que podem modificar algumas de suas dinâmicas de interação social, articulando ações que provocam mudanças nas mídias e nas formas de vida em sociedade (CARVALHO; LAGE, 2012, p. 264).

Ao colocar em questionamento a atuação dos meios globais, ou de uma mídia de atuação globalizada, como ocorre com plataformas comerciais digitais, se entendidos como conformadores de uma *pólis* dos meios, um espaço comum de comunicação política e social, entende-se que eles atuam estabelecendo as fundações das relações sociais tanto dentro de comuni-

dades nacionais como entre sociedades vizinhas e estrangeiras, estruturando a circulação globalizada de informação.

Aponta-se, noutro aspecto, o posicionamento de Roger Silverstone (2010) sobre a cultura dos meios, no qual a midiatização se caracteriza “como um processo fundamentalmente dialético, ainda que nem sempre igual, em que os meios de comunicação institucionalizados fazem parte da circulação geral de símbolos no interior da vida social” (SILVERSTONE, 2010, p. 168). O falecido autor britânico apontaria para a característica performativa da cultura midiatizada quando dizia:

Poderia definir-se a cultura dos meios [...] como o espaço de aparição na modernidade tardia, não apenas no sentido de lugar em que o mundo aparece, mas também no sentido de que a aparição (o fato de aparecer) como tal constitui esse mundo (SILVERSTONE, 2010, p. 51).³

A midiatização é aqui tomada como processo social prenhe da vida cotidiana, afetada pela relação material que os sujeitos detêm com as tecnologias. Sua concepção reconhece o que os pesquisadores da Comunicação brasileiros nos acostumamos a denominar mídia, vale dizer, um conjunto de dispositivos de distinta origem e complexidade diversa. Entranhados na cultura midiática, o contexto social investe em percepções semióticas que, conforme o juízo de Eliseo Verón (2014), produzem os elementos caracterizadores da midiatização.

Prosseguindo na perspectiva institucionalizada da midiatização através do estudo das mídias profissionais, tratando especificamente da atividade jornalística de produção de notícias, persigo o propósito de reconhecer o que se midiatiza num processo de midiatização que envolve as chamadas periferias. Para tanto, uma digressão se faz necessária.

O estudo da noticiabilidade dos espaços periféricos brasileiros, vale dizer, as condições que presidem o relato sistemático em parâmetros vulgarizados pela mídia comercial, per-

3 No original: “*Se podría definir la cultura de los medios [...] como el espacio de aparición en la modernidad tardía, no sólo en el sentido de lugar en el que el mundo aparece, sino también en el sentido de que la aparición (el hecho de aparecer) como tal constituye ese mundo*” (SILVERSTONE, 2010, p. 51).

mite depreender que há um determinado tratamento previsto para ser aplicado na projeção jornalística de acontecimentos ocorridos ou atinentes à espacialidade periférica. A vida social dos espaços periféricos, aqueles acontecimentos que não são reconhecidos como ocorrentes numa pretensa centralidade, não desfruta de um *status* reputado como de referência informativa. Sendo assim, uma profusão de conteúdos são desestimados como de valoração secundária para a atividade cotidiana de cobertura em parâmetros concebidos como jornalísticos.

Parto do afirmado em outro texto (HARTMANN; SILVEIRA, 2018, p. 202): “Em que pese ter sido ofuscada historicamente, como a face negativa da sociedade brasileira, a periferia metropolitana ganharia, no século XXI, uma luz inesperada”. Entendo que estamos habituados, por força de uma formação que naturalizou discriminações de classe, a uma estrutura de certo padrão noticioso, uma ordem de noticiabilidade em termos foucaultianos, marcada pela exclusão social.

Outro procedimento observável na noticiabilidade em apreço consta da exterioridade, tomada como operação constitutiva de uma política discursiva reativada em discursos circulantes (FOUCAULT, 1997). Ela pretende garantir a comunicabilidade pretendida pela mídia de referência. Devido a ela, concebemos um padrão noticioso em que a visibilidade do periférico decorre de problemas infligidos à população habitante do que se caracteriza como inerente à centralidade do urbano e, tradicionalmente, localizado na costa litorânea brasileira. De outra parte, trata-se da ampla disseminação ideológica dos definidores primários na atividade jornalística, ocupados da reprodução de amplos consensos, conforme se analisou no noticiário da segurança pública (SILVEIRA; DALMOLIN; MASCARENHAS, 2017b).

Desta maneira, reafirmo o entendimento de que “a ordem da noticiabilidade expressa as condições de trato dos acontecimentos; ela é fruto da convivência social, de crenças religiosas e laicas, do exercício do poder e do exercício da resistência. A noticiabilidade resulta da compreensão de uma ordem noticiosa que reproduz a percepção de uma dada ordem social” (HARTMANN; SILVEIRA, 2018, p. 202).

Uma das consequências conhecidas pela cobertura midiática decorre de que ela trabalha com a concepção de que

nas fronteiras não haveria vida civilizada, espaço constituído de caos e abandono do Estado, portanto, uma *pólis* esvaziada. Como substrato arcaico da oposição entre vida civil e vida militar, as fronteiras seriam mero depósito de disputas territoriais. Já as teorias da globalização, no entanto, reconhecem os espaços fronteiriços como especiais e antecipadores de condições posteriormente provadas nos espaços metropolitanos, administrando sistematicamente a precariedade e a incerteza. A globalização, portanto, proporciona novos elementos na construção da noticiabilidade, cujo impacto busco apontar. Considero que tensionar a relação entre a midiatização da sociedade e o surgimento de um novo discurso jornalístico acerca da periferia brasileira atravessa uma problemática mais ampla que concerne à “produção social do sentido em tempos de sociedade midiatizada que tem no consumo um de seus definidores primordiais” (HARTMANN; SILVEIRA, 2019, p. 49). Trata-se de um amplo desafio, dado que a população brasileira tem uma tradição de cultura oral e que seu consumo de jornais e revistas esteve historicamente restrito às elites culturais e econômicas. Assim, o conjunto de lapsos, ausências e outras formas do não representacional circunscrevem os desafios do jornalismo em tempos de cultura da convergência.

III - A noticiabilidade do CUT BR-PY-AR

A amplitude do impacto da globalização no CUT BRA-PY-AR permite detectar o encaixe dos fenômenos estudados com o que José Luiz Braga (2014, p. 25) denominou de três tipos de eventos de fronteira:

- entre campos sociais e os da mídia;
- entre campos não diretamente tomados como midiáticos; e
- entre campos e sociedade.

Braga os denomina de eventos de fronteira dado que “O acionamento, aí, de processos interacionais com uso de tecnologias midiáticas não se encontra regulado pelas práticas mais estabelecidas, gerando indefinições de todas as ordens”. É, portanto, dentro de uma perspectiva de grande dificuldade de

acercamento que estou propondo o estudo do CUT na perspectiva comunicacional-midiática.

Um CUT pode ser entendido como zona de pregnância, caracterizada por práticas digitais e desdobramentos inexplorados. Um CUT pode ser entendido ainda como sociedade articulada por processos comunicativos cuja institucionalidade é considerada não apenas por veículos profissionais de mídia, como também pela atividade de empresas de telecomunicações, provedores, servidores dos mais inovadores processos da indústria informática. Existem ainda as redes que historicamente conectaram populações de nacionalidades distintas cujo convívio não foi impedido por circunstanciais limitações nacionalistas e que, até o presente, não entram na disputa informativa das mídias profissionais, com exceções.

As condições de midiatização dos CUTs com foco na noticiabilidade albergam a meta de estudar a comunidade de comunicação constituída nas fronteiras brasileiras a partir da noção de comunicação de proximidade que ali se instaura na cena enunciativa. Pretende-se dar continuidade a estudos anteriores sobre a estrutura de mídia e noticiabilidade nas Tríplices Fronteiras entre o Brasil e as nações vizinhas. Havendo acumulado conhecimento sistematizado de aspectos atinentes à realidade comunicacional midiática, o texto busca avançar nos elementos constitutivos da progressiva midiatização de seu espaço local.

A midiatização nos CUTs existentes no Brasil conhece condições muito diversas. No noticiário da mídia de referência brasileira, o CUT BRA-PY-AR é usualmente denominado como Tríplice Fronteira. Embora o Brasil detenha outros oito encontros tríplices com seus vizinhos sul-americanos, o encontro com Paraguai e a Argentina é paradigmático para o noticiário brasileiro e internacional.

Estudar a noticiabilidade construída midiaticamente em torno dos CUTs, promovendo o conhecimento sobre agendas locais de interesse nacional nos aspectos concernentes à segurança pública, tem se tornado premente frente ao sombreamento com temas de segurança nacional (SILVEIRA, 2012; 2016). Parafaseando o exemplo citado por Stig Hjarvard (2012) pertinente à Guerra do Golfo como um antecedente reconhecido,

entendo que o conhecimento que os brasileiros temos de nossa continentalidade e das relações que a partir dela sustentamos é profundamente influenciado pela construção midiaticizada da realidade.⁴

O CUT BRA-PY-AR possui três ambientes urbanos característicos, conurbação inserida no chamado Arco Sul da linha fronteira brasileira.⁵ As cidades de Foz do Iguaçu (Brasil), Ciudad del Este (Paraguai) e Puerto Iguazú (Argentina) constituem um espaço metropolitano transnacional, delimitado pelos rios Paraná e Iguaçu. O consórcio trinacional de turismo verde, gastronômico e de compras integra o conjunto de atrativos conhecido mundo afora.

A midiaticização de tal espaço está amparada num intercâmbio desigual, sendo considerado o terceiro polo turístico brasileiro, ao mesmo tempo que subsiste uma potente estrutura de mídia. Tal estrutura de mídia é orientada verticalmente por oligopólios nacionais. No entanto, o nível local do CUT referido prova também a influência de agentes localizados provincialmente, ao mesmo tempo que entram em interação com outros agentes, além da fronteira internacional ali localizada. Sobressaem a noção de transfronteirização platina e o entendimento de fronteira como contato e abertura, mais do que como limite.

Constata-se a permanência da relação conflitiva amparada na Guerra do Paraguai (1864-1870), tratada pelos historiadores como o grande precedente na definição da identidade nacional brasileira, quando os nacionais de diversas regiões brasileiras se conheceram pessoalmente. O conflito, no entanto, não pode apagar a precedência do desterro e subalternização das populações originárias, cujas referências persistem no idioma guarani e nos topônimos, denominadores de rios e pontos geográficos. Ademais, a historicidade do conflito e seus profundos

4 Diz Hjarvard (2012, p. 62): “Assim, a Guerra do Golfo orquestrada pelos meios de comunicação não foi uma guerra como as que conhecíamos até então, porque nossa percepção sobre ela foi guiada pelas imagens e símbolos que os meios de comunicação nos apresentaram.”

5 O CUT situa-se naquilo que se caracteriza como Arco Sul, à diferença de um Arco Central e de um Arco Norte nas fronteiras brasileiras. Em que pese suas diferenças intrarregionais, o Arco Sul é caracterizado por sua densidade ocupacional, pela presença do legado socioeconômico e cultural europeu e pela dinâmica transfronteira (BRASIL, 2005, p. 61).

desdobramentos nas relações do ambiente platino conservam, na atualidade comunicativo-midiática, marcas de militarização e controle policial, conforme comento adiante.

Em estudo anterior (SILVEIRA, 2007), aponte a existência da malha de comunicação local-internacional, ao conectar distintos espaços, que é uma das características da articulação própria da midiatização. NO CUT BRA-PY-AR há uma Babel de idiomas, alfabetos e religiões que cotidianamente entram em interação:

- caracteres chineses e falantes de idiomas do ramo sino-tibetano;
- alfabeto árabe com falantes de árabe provenientes do Líbano, Síria, Palestina e outros;
- alfabeto latino e falantes de guarani, espanhol, português e inglês.

Aponte no mesmo texto (SILVEIRA, 2007) que as fronteiras brasileiras, ao constituir comunicacionalmente a malha local-internacional, constituem-se em exemplos de espaço em que estão enfatizadas as dimensões de cruzamento de horizontalidade e de verticalidade. Sua particularidade decorre da conexão à dimensão internacional, onde predominam os contatos entre diferentes Estados-nação (vertical), praticados pelo interesse local das municipalidades que, estrangeiras entre si, em suas nacionalidades diversas, envolvem-se mutuamente num conjunto de problemáticas comuns e interdependentes (horizontal). Ressalta, ademais, o fluxo inerente à globalização econômica, colocando em xeque os valores da horizontalidade, subordinando-os aos fluxos transnacionais.

Assim, enfatiza-se que, da perspectiva comunicacional, sua particularidade é construída como resultante de características, especificidades e contingências, expressas nos distintos idiomas e alfabetos referidos. As práticas comunicacionais afetadas pela cultura da convergência digital alinham atividades locais (horizontal) à precedência (ou não) de mensagens provenientes de grandes grupos de comunicação presentes nos respectivos Estados-nação, tanto quanto de metrópoles de outros continentes (vertical).

Seguindo tal perspectiva, entendo que é relevante ponderar a partir do esquema de Hjarvard (2012), pertinente à compreensão da midiatização e das forças que a ela concorrem (Figura 1):

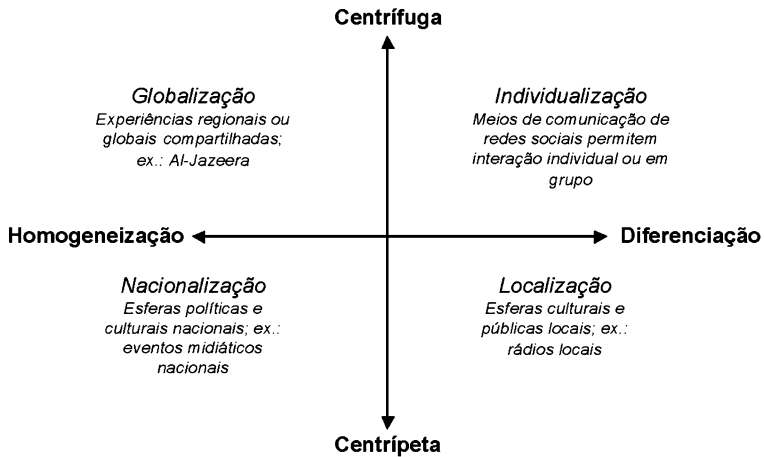


Figura 1. Os meios de comunicação facilitam e estruturam *espaços virtuais* para comunicação e ação

Fonte: Hjarvard (2012, p. 86).

Entendo que a tensão entre uma força centrífuga e outra força centrípeta responde por uma tendência heteronômica que subordina a autonomia inerente ao nível local a ordens que lhe são superiores e oriundas das centralidades (inter) nacionais dos Estados nacionais limítrofes. A força heteronômica provém igualmente de fluxos globalizados que afetam zonas livres e espaços portuários de expressão como aquele de que se trata aqui.

A tendência homogeneizadora, própria da mídia de referência, por sua vez, atua inibindo a diferenciação proveniente do nível local, atuando como força redutora de sua idiossincrasia, limitando a expressão e a carga comunicativa do nível local em favor de um entendimento favorável à perspectiva das esferas políticas e culturais dominantes no nível nacional. A ótica do jornalismo local submete-se, assim, aos enquadramentos produzidos pela mídia de referência.

A colonização da fronteira possui agregações peculiares que se mobilizam de acordo com a ordem heterônoma implantada em distintos Estados-nação, articulados em conurbações e em CUTs, entendidos como velhas e novas formas de partilhar um destino comum à distância dos centros políticos e econômicos.

Entender a *pólis* em sua condição atual de sociedade em rede contempla assumir as contradições nela existentes. Ademais, em um contexto globalizado como é o fronteiriço, em que tecnologias móveis atropelam as mais diversas condições de produção de narrativas midiáticas, apresenta-se convincente a distinção operada por Manuel Castells (2012, p. 82) entre espaço de fluxos (global) e espaço de lugares (local).

Creio ser pertinente recordar uma análise do ingresso do CUT BRA-PY-AR na agenda internacional a partir do 11 de setembro de 2001, realizada por Montenegro e Giménez (2010, p. 63): “Ao mesmo tempo, os artigos da *Military Review*, bem como o informe sobre a Tríplice Fronteira elaborado pela *Federal Research Division* citaram como fonte a imprensa, num *feedback* que homogeneizou a visão desse espaço”. As autoras apontam que a cobertura da região permitiu colocar em relação eventos distantes com circunstâncias locais, uma perspectiva externa que se plasmou numa matriz de discurso homogêneo e recorrente que começou a ser contestado por argumentos de outros meios internacionais ou locais alternativos.

A cobertura sobre a periferia das fronteiras internacionais brasileiras compreende dois tipos de atividade que concorrem para a midiaticização da *pólis*, embora estejam submetidas a lógicas distintas. Uma cobertura factual atuaria no âmbito das práticas noticiosas e implica preceitos como: correção dos limites, imputação do desvio (a prática ilegal do descaminho), condenação da liminaridade, prescrições morais para os envolvidos e vigência da ordem heterônoma em sobreposição aos indivíduos. A atividade institucional das mídias profissionais é responsável pelo CUT ser conhecido por altas taxas de homicídios, atividades ilegais, bem como as suspeições de associação com o tráfico de drogas, armas e demais mercadorias ilícitas. As características promovidas midiaticamente alimentam decorrente atribuição de relação com o terrorismo por parte das agências de segurança.

Já a atividade ficcional ou de entretenimento atua na produção audiovisual de telesséries e cinematografia, tanto quanto na cobertura de futebol e esportes em geral, e implica um projeto articulado com as forças da globalização e com a autonomia dos indivíduos (SILVEIRA, 2016).

Neste sentido, é possível postular a midiatização como metaprocesso por não ter início e fim, conforme propõe Friedrich Krotz (2007; 2014). Suas implicações são comparáveis a outros metaprocessos que, na presente perspectiva, são bastante caros, como a oposição entre globalização e individualização, dentre outros fenômenos apontados por Hjarvard.

Observa-se como o ambiente de transfronteirização em apreço supõe profundas assimetrias. Conforme destacado anteriormente (SILVEIRA et al., 2017a), o comparativo de distâncias que as cidades do CUT BRA-PY-AR guardam de suas respectivas capitais nacionais supõe um saldo desequilibrado. Ciudad del Este dista cerca de 330 quilômetros da capital paraguaia, a cidade de Asunción, enquanto que Puerto Iguazú dista cerca de três vezes mais de Buenos Aires, e Foz do Iguazú dista pelo menos cinco vezes mais que a primeira da capital brasileira.

A estrutura de mídia do CUT BRA-PY-AR igualmente congrega discrepâncias importantes, conforme se recolhe comparativamente no Quadro 1 (dados de 2015). Ela permite invocar a existência de uma “lógica de mídia” cuja performance possui grande potencial num futuro próximo e, assim, qualifica-se como referência para a atividade institucional de mídia nas fronteiras brasileiras. Atua, principalmente, numa orientação que sustenta atitudes subimperialistas do Estado brasileiro na relação com os vizinhos (SILVEIRA et al., 2016). O CUT BRA-PY-AR atua como porto livre com base em acordos aduaneiros, distribuidor de produtos que promovem a ampla assimilação do consumo de eletrodomésticos, smartphones, games e eletroeletrônicos em geral, ademais de armamentos, equiparável aos grandes portos planetários de Miami e de Hong Kong. Ele é exemplo de realidade híbrida entre horizontalidade e verticalidade de fluxos, ainda que sua projeção midiática os consagre como ambiente de descaminho. Sua infraestrutura está em condição privilegiada de atualização tecnológica permanente, a

qual permite seu pronto alinhamento às “forças de moldagem” próprias da globalização econômica (HEPP, 2014).

O Quadro 1 sintetiza a estrutura de jornais e radiodifusão das cidades referidas e também apresenta informações que evidenciam diferenças e semelhanças no interior do CUT. A cobertura dos serviços de telefonia e internet talvez seja um dos motivos para Foz do Iguaçu contar com nove jornais – a maior parte on-line. Outras iniciativas comunicativo-midiáticas também expressam a primazia da cidade brasileira no CUT, em que pese a vulnerabilidade econômica das empresas de mídia. Enquanto Puerto Iguazú na Argentina possui um jornal, 16 rádios e sinal de uma emissora de televisão, Ciudad del Este no Paraguai apresenta quatro jornais, 21 rádios e sinal de seis emissoras de televisão, aproximando-se do número de veículos de comunicação encontrados do lado brasileiro. A cidade argentina de Puerto Iguazú conta com uma rádio pública, raro exemplo no contexto trinacional, a Rádio Cataratas, recuperada em 1992 e integrante de uma rede de emissoras públicas (SILVEIRA, 2011). O potencial do cenário midiático no CUT é perceptivelmente poderoso e requer atenção no sentido de investigar a ordem da noticiabilidade que ali se atualiza permanentemente.

Cidade País	Jornais, Blogs e Portais	Emissoras de Rádio	Repetidoras e Emissoras de TV
Foz do Iguaçu Brasil	Gazeta do Iguaçu (diário) Jornal do Iguaçu (diário) Primeira Linha (semanal e online) O Iguassu del Paraná (online) Click Foz (online) H2Foz (online) Foz Notícia (online) Portal Iguaçu (online) Tribuna Popular (semanal e online) http://www.foz.portaldacidade.com/ http://www.primeiralinha.com.br/ http://www.fronteirafm.com http://pr.ricmais.com.br/cidade/foz-do-iguacu/ http://www.jtribunapopular.com.br/ http://www.independenciaam.com.br http://www.cbnfoz.com.br/foz http://www.oiguassu.com/jornal.php	Rádio CBN (AM) Band Foz (FM) Fronteira (FM) Harmonia Mercosul (FM) Transamérica Foz (FM) Rádio Cultura (FM) Rádio Cultura Filadélfia (AM) Catedral (FM) Gospel (FM) Jovem Pan 2 Mercosul (FM) Melodia Gospel (FM) Radio Cidade (FM) Radio Cultura (AM) Radio 97,7 (FM) Radio Aleluia (FM) Manancial Iguassu (FM)	Canção Nova GNT Paraná Educativa RIC TV (Record) Rede Mercosul Rede Vida RPCTV (Globo) TV Naipi (SBT) TV Taroba (Band)
Puerto Iguazú Argentina	Iguazú Noticias (online e diário)	Activa (FM) Cataratas (FM) http://www.radiocataratas.com Classic Pan Mercosul (FM) Del Plata (FM) Estación Primera (FM) FM Visión (FM) Fronteira (FM) Horizonte (FM) Radio Gospel (FM) Radio Nacional (FM) Radio Sol (FM) Red Iguazú Misiones (FM) Studio 90,7 (FM) 89,9 News (FM) 90,3 (FM) Río Paraná (FM)	Canal 12
Ciudad del Este Paraguai	Diario CDE (online) Diario Vanguardia (diário) Diario La Jornada (diário e online) Diario TN Press (diário e online) http://www.diariocde.com.py http://www.diariovanguardia.com.py http://diariolajornada.com.py/v6/ http://www.cbnfoz.com.br/mercosul/pais/paraguai http://www.vanguardia.com.py/v1/index.php	Adoración (FM) Ciudad del Este (FM) Club FM (FM) e Corpus (FM) Democráticamente (FM) Educación (FM) Encuentro (FM) FM Del Este (FM) Integración FM (FM) Itapiru (FM) e Mundial FM (FM) Parque FM (FM) Pentagama (FM) e Play FM (FM) Radio Revelación 87.9 (FM) Rede La Estación (FM) Tierra (FM) e Universo (FM) Rádio T (FM) e La Voz (AM)	El Trece Latele Paravision Red Guarani Televisora del Este Telefuturo

Quadro 1 – Estrutura de jornais (impressos e online) e radiodifusão do CUT BRA-PY-AR - Fonte: Silveira *et al.*, 2017a.

IV - A *pólis* midiaticizada

Um apontamento que repercute na noticiabilidade da *pólis* midiaticizada consiste na distância das capitais nacionais do CUT BRA-PY-AR. Grande também é sua distância da linha litorânea do Atlântico Sul, espaço portuário de amplas conexões com o Hemisfério Norte. Enquanto a criminalização do CUT é frequente, atividades ilegais nas praias do Atlântico Sul são habitualmente ignoradas pela agenda da mídia de referência brasileira. Conforme destaquei em outra análise, a contradição passa ao largo das análises:

Uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) instaurada pela Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro deteve-se exaustivamente no estudo do noticiário entre 2000 e 2010 e elaborou um relatório em que apresenta um resumo da amostra de 529 reportagens sobre o tráfico de armas, munições e explosivos que foram divulgadas na mídia daquela cidade. Dessa amostra foram extraídas 105 reportagens que passaram por uma análise qualitativa, acrescidas de 102 reportagens de 2011 (SILVEIRA; GUIMARÃES, 2016, p. 11).

A análise da ALERJ aponta o olhar factual realizado pela cobertura midiática e o enfoque na construção do inimigo externo em conivência com agentes de Estado: “De acordo com a amostragem analisada de reportagens sobre o assunto, armamento pertencente ao próprio Estado e que é desviado para a criminalidade, muitas vezes com participação de agentes públicos, representa a maioria absoluta dos casos noticiados” (ALERJ, 2011, p. 225-228). Tal postura acusa a plena conformidade com o olhar colonial disseminado historicamente pelas agências internacionais de notícias.

Os CUT têm sido estudados especialmente pela Geografia. Conforme Dilla A. (2012), são manchas urbanas transfronteiriças; produto de fluxos de capitais, bens e pessoas; corredores e regiões transfronteiriças; demografia, economia, política e relações sociais; possuem uma dinâmica de intercâmbios desigual.

No caso brasileiro, sua noticiabilidade aguarda uma aproximação que reconheça a precedência de que cerca de 27% do território nacional ali se situa e que, além do caráter extraordinário de sua expressividade continental, ela ocorre em situação de confluência e de conurbanidade. A forte presença de cidades conectoras e aglomerações transfronteiriças com outros dez Estados nacionais sul-americanos (BRASIL, 2005) configura relações que colaboram para a complexidade do chamado regime fronteiriço. O sistema de mídia ali presente constitui-se em nó próprio e irredutível a lógicas político-militares e requer uma dimensão própria de análise.⁶

Assim, na questão da cobertura sobre o CUT BRA-PY-AR, entendo que é possível observar, esquematicamente, quatro momentos. Inicialmente, pode-se conceber uma cobertura localizada, atuando com parâmetros próprios da mídia de proximidade que, progressivamente, ganha conotações que enquadram os acontecimentos com a dramaticidade do impacto globalizado. Da recontextualização operada por uma lógica de mídias locais, o processo de midiatização encaminha-se para a descontextualização (Figura 2).

Um Momento 1 em que a mídia local, ou de proximidade (Data 1), ocupa-se do cotidiano com base em valores da esfera cultural e pública local e que, via de regra, subordina-se hierarquicamente aos valores da mídia de referência alinhada com a esfera política e cultural nacional (SILVEIRA, 2012). Trata-se de um Momento em que a operação de exterioridade discursiva atua de maneira suave.

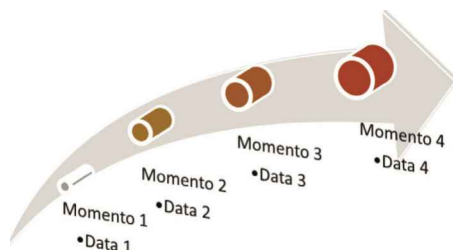


Figura 2 – Os momentos da cobertura e o incremento da midiatização.
Fonte: A autora.

6 Entendo que o tema evoluiu desde que Steiman e Machado (2002) identificaram a carência de estudos sobre fronteiras. No entanto, a abordagem midiática presente nos estudos referidos (BRASIL, 2005) parece enrijecer uma leitura conflitiva das relações provenientes da intensificação dos fluxos globalizados.

Um Momento 2 em que a cobertura nacional realizada com foco nas mazelas da nação provém de acontecimentos ocorridos nas fronteiras terrestres (que em sua maior parte são fluviais ou litorâneas) em seus 16 mil quilômetros (Data 2). São registros já analisados numa grande diversidade de meios e seus decorrentes suportes pelo grupo de pesquisa Comunicação, Identidades e Fronteiras. Ele constatou que os programas jornalísticos que se disponham a desenvolver a noticiabilidade com base nos valores locais ainda exercitam noções de interações transfronteiriças bastante tradicionais. Seria necessário aprofundar no reconhecimento de referências provenientes do hibridismo cultural. Ou, nos termos de Dilla (2015, p. 35), avançar na otimização de custos e benefícios de toda relação transfronteiriça, até agora oscilante entre a hostilidade latente e a fraternidade retórica (SILVEIRA *et al.*, 2017a).

Um Momento 3, em que emerge a consciência por parte das organizações de mídia de uma atitude subimperialista brasileira e, por consequência, o posicionamento noticioso das Organizações Globo, veiculado no Portal G1 e programa de TV aberta *Fantástico*, em 18 de junho de 2016, quando consideram que as fronteiras terrestres são problemáticas, mas que o Brasil começa a exportar organizações criminosas (Data 3). Tratava-se da cobertura do conflito ocorrido no espaço fronteiro entre traficantes brasileiros e paraguaios, envolvendo o PCC (Primeiro Comando da Capital).⁷ Uma ocorrência que viria a confirmar a exportação da criminalidade em padrão brasileiro para o Paraguai. O procedimento de exterioridade discursiva é incorporado em favor da sociedade transfronteiriça, dado que os problemas procedem das metrópoles.

Um Momento 4, com o acontecimento da madrugada de 24 de abril de 2017 quando ocorreu um roubo milionário na sede da transportadora Prosegur de Ciudad del Este (Data 4). Dezenas de assaltantes armados com explosivos, rifles e armas automáticas de grande calibre usaram granadas e bombas de gasolina para incendiar carros e distrair a polícia e invadir o cofre da empresa privada. A cobertura norte-americana classificou o

7 A reportagem foi veiculada pelo programa *Fantástico* e consta de <https://www.youtube.com/watch?v=2aW1Rb2Hl7w>. Acesso em: 20 jul. 2016.

acontecimento como uma operação de guerra.⁸ O Momento 4 utiliza-se da força do procedimento da exterioridade discursiva para integrar a ampla escala industrial da mídia de referência, consagrando o acontecimento em todo seu potencial midiático, incorporando a conhecida denominação de “*Robbery of the century*”.

A escalada de incremento midiático observável pelo padrão de acontecimentos construídos como acontecimentos qualificados (Data 1, 2, 3 e 4) permite consagrar esquematicamente a progressão da lógica da mídia institucionalizada. Tal escalada permite apontar para uma *pólis* militarizada no CUT BRA-PY-AR? Frente ao intercâmbio desigual, a cobertura noticiosa sobre o CUT referido sobressai quando a cobertura midiática ignora roubos muito maiores, conflitos com milícias nas metrópoles brasileiras e, sobretudo, silenciamento quase absoluto sobre o cotidiano nos portos do Atlântico Sul, cenário que inaugura a crônica de colonização europeia na América.

A progressiva incorporação de parâmetros heteronômicos na cobertura observada permite avaliar seu impacto para a noticiabilidade e a tradição institucional dos estudos de midiatização que teria “[...] até recentemente, estado interessada principalmente na mídia tradicional de massa, cuja influência é descrita como uma lógica de mídia” (HEPP, 2014, p. 46).

A progressão da escalada aponta ainda para os eventos de fronteira assinalados por Braga (2014), dado que a ordem da noticiabilidade refere-se às articulações entre campos sociais e os da mídia. Percebe-se um cenário jornalístico francamente desregulado e, ao mesmo tempo, refém de práticas estabelecidas por contextos profissionais forâneos, gerando a colonização de práticas subalternas, a par de indefinições de todas as ordens para a população local.

8 A cobertura sobre o acontecimento contou com amplo alcance nas agências de notícias e em veículos do Brasil, Argentina, Paraguai e Chile. O roubo inicialmente foi estimado em 40 milhões de dólares para, finalmente, ficar estabelecido em 12 milhões. Informações recentes dão conta de que teria sido uma remuneração a um grupo do crime organizado (atribuído ao PCC com sede em São Paulo), por conta de dívidas. Faz-se necessário recordar os rumores sobre vínculos atribuídos ao presidente do Paraguai, Horacio Carpes, com o crime organizado.

V - Considerações finais

Retomando a questão apontada inicialmente sobre o que se midiaticiza no processo comunicacional que a atividade noticiosa sobre a periferia promove, ou que aspecto da midiaticização aqui se toma em consideração, recordo a primazia da condição articuladora da midiaticização e suas consequências metodológicas, conforme as considerações de Martino (2019). A noticiabilidade é entendida como dispositivo que enfeixa um conjunto de condições que abordam a realidade social num contexto de franca midiaticização. Entendo que, a despeito do propósito dos protagonistas dos acontecimentos, a comunicação de proximidade nos CUTs converte muitas vezes a notícia local em interesse nacional ou internacional. No entanto, a escalada progressiva dos quatro momentos comentados permite apontar que também ocorre o contrário: constrói-se uma notícia local desde o ponto de vista do olhar imperante na centralidade nacional ou globalizadora, conforme preconiza a progressão de uma lógica da mídia para uma lógica da midiaticização.

Sabe-se, por um conjunto de pesquisas de base empírica aqui referidas, que as noções vinculadas ao Estado territorial e expressão de sua soberania respondem por uma noticiabilidade estigmatizadora. Considerando que a ação da comunicação midiaticizada não apenas projeta, mas também se adapta à experiência partilhada, convém considerar que ela expressa aspectos particulares e características comuns de uma existência que os sistemas de mídia hegemônica definem como periférica. As narrativas da mídia incidentes sobre as fronteiras internacionais brasileiras estão hierarquizadas por cânones procedentes da mídia de referência nacional, que, por sua vez, observa em maior ou menor medida as pretensões dos fluxos internacionais de notícias e seus definidores primários. Para conhecer a realidade de tais experiências, o estudo do tratamento da mídia concedido a uma das fronteiras tríplices mais expressivas do continente americano localizado na cidade de Foz do Iguaçu, na fronteira com o Paraguai (Ciudad del Este) e com Argentina (Puerto Iguazú), representa uma grande exemplo das confluências midiáticas propostas pela ordem globalizadora e sua incidência na

midiatização da *pólis*. Penso, assim, ter apontado algumas das condições de *pólis* midiaticizada do CUT BRA-PY-AR que concorrem para que o tratamento noticioso da mídia profissional a configure em termos militarizados.

A proposta de estabelecer uma crítica sobre a noticiabilidade construída midiaticamente em torno das fronteiras internacionais brasileiras deve promover o conhecimento sobre agendas locais de interesse nacional nos aspectos concernentes à identidade social com vistas ao combate a estereótipos e estigmatizações. Penso que ainda se deve buscar avaliar o nível de autorreferencialidade da cobertura jornalística local em fronteiras internacionais com vistas a aquilatar a qualidade da comunicação de proximidade em favor do diálogo intercultural, promoção da paz e solidariedade entre os povos. Por fim, uma crítica responsável deve buscar superar o agendamento concentrado apenas em dar visibilidade à criminalidade, corroborante do autoritarismo social.

Entendo que a relevância do tema decorre da importância que as fronteiras detêm, o que requer ponderar acerca da unificação técnica e compartimentação política de territórios. A midiatização da *pólis* nas condições de atividade noticiosa entrincheirada em nacionalismos afasta populações amigas. Trata-se de uma concepção de *pólis* que ignora uma postulação de Dilla A. (2015), a de organizar a gestão cooperada dos espaços transfronteiriços. Assim, a condição do CUT BRA-PY-AR tem contra si experiências e bibliografia sobre fronteiras expressas em inglês e estudadas a partir da realidade social do Atlântico Norte, para a qual o muro entre Estados Unidos e México é o grande paradigma midiático.

E, por fim, registro o alerta proveniente de uma pichação nos muros da aduana brasileira expressa nos três idiomas oficiais em Foz do Iguaçu: “Nascemos de muitas mães, mas aqui só tem irmãos”. Ela proporciona inquirir se o impacto da globalização na atividade noticiosa teria atingido nossas sociedades e a noticiabilidade vigente, ocupada da criminalização da vida transfronteiriça, já não a teria capturado, estabelecendo parâmetros militarizados de relações comunicativo-midiáticas.

Referências

- ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. *Relatório da CPI das armas*. Rio de Janeiro: ALERJ, 2011.
- BRAGA, J. L. Lógicas da mídia, lógicas da midiatização? In: FAUSTO NETO, Antonio *et al.* *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario: UNR, 2015. p. 15-32. Ebook.
- BRASIL. MINISTERIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL. *Programa de Desenvolvimento da Faixa de Fronteira*. L. O. Machado (org.). Brasília: Ministério da Integração Nacional, 2005.
- CARVALHO, C. A.; LAGE, L. Midiatização e reflexividade das mediações jornalísticas. In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (org.). *Mediação & Midiatização*. Salvador/Brasília: EDUFBA / Compós, 2012. p. 245-270.
- CASTELLS, M. *Comunicación y poder*. México: Siglo Veinteuno, 2012.
- DILLA A., H. Los complejos urbanos transfronterizos en América Latina. *Estudios Fronterizos*, v. 16, n. 31, p. 15-38, jan. 2015. Disponível em: <http://ref.uabc.mx/ojs/index.php/ref/article/view/239/496>. Acesso em: 2 fev. 2016.
- FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. Lisboa: Relógio d'Água, 1997.
- HARTMANN, C.; SILVEIRA, A. C. M. Convertendo a exclusão social em notícia: a visibilidade da periferia em capas de revista. In: MENDONÇA, Carlos M. C. *et al.* (org.). *Mobilidade, espacialidades e alteridades*. Salvador/Brasília, EdUFBA/Compós, 2018. v. 1, p. 201-220. Ebook.
- HARTMANN, C.; SILVEIRA, A. C. M. Midiatização da periferia: a transformação do discurso jornalístico nas capas de Veja. *Questões Transversais*, v. 7, n. 13, p. 42-50, 2019. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/19179> Acesso em: 20 dez. 2019.
- HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes*, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>. Acesso em: 10 out. 2013.

- HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiatisados: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. *Matrizes*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p45-64>. Acesso em: 10 out. 2015.
- KROTZ, F. Media, Mediatization and Mediatized Worlds: A Discussion of the Basic Concepts. In: HEPP, Andreas; KROTZ, Fredrich (org.). *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age*. London: Palgrave Macmillan, 2014. p. 72-87.
- KROTZ, F. The Meta-process of ‘Mediatization’ as a Conceptual Frame. *Global Media and Communication*, v. 3, n. 3, p. 256-260, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/17427665070030030103>. Acesso em: 10 maio 2017.
- LUHMANN, N. *The Reality of Mass Media*. London: Polity Press, 2000.
- MARTINO, L. M. S. Rumo a uma teoria da midiatização: exercício conceitual e metodológico de sistematização. *Intexto*, Porto Alegre, UFRGS, v. 45, p. 16-34, maio/ago. 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-858320190.16-34>. Acesso em: 10 maio 2019.
- MONTENEGRO, S.; GIMÉNEZ, B. V. *La triple frontera: globalización y construcción social del espacio*. Buenos Aires: Miño D’Ávila, 2010.
- SILVEIRA, A. C. M. Mídia, memória e discursividade das fronteiras brasileiras. *Líbero*, São Paulo, v. 10, n. 19, p. 73-83, 2007. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/M%C3%ADdia-mem%C3%B3ria-e-discursividade.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2011.
- SILVEIRA, A. C. M. *Anotações do X Congreso FADECOS*. Universidad Nacional de Misiones, Argentina, 2011.
- SILVEIRA, A. C. M. A cobertura jornalística de fronteiriços e favelados. *Intercom – RBCC*, São Paulo, v. 35, n. 1, p. 75-92, jan./jun. 2012.
- SILVEIRA, A. C. M. Imaginário e cobertura jornalística sob a mão forte do Estado. In: SILVEIRA, Ada C. M.; GUIMARÃES, Isabel P. (org.). *Conexões (trans)fronteiriças: mídia, noti-*

- ciabilidade e ambivalência. Foz do Iguaçu: EdUnila, 2016. p. 158-174. Ebook.
- SILVEIRA, A. C. M.; DALMOLIN, A. R.; MASCARENHAS, G. L. Segurança pública e violência: análise do discurso da revista Carta Capital. In: SILVEIRA, Ada C. M.; GUIMARÃES, Isabel P.; SCHWARTZ, Clarissa. *Jornalismo na linha de fogo: coberturas em segurança pública*. Porto Alegre: Homo Plasticus, 2017. p. 19-44.
- SILVEIRA, A. C. M.; GUIMARÃES, I. P. Sobre lugares de crimes e castigos: periferia e imaginário colonial. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 23, n. 1, s. p., 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2016.1.20928>
- SILVEIRA, A. C. M.; GUIMARÃES, I. P.; SCHWARTZ, C. The Name of the Other: Media, Heterotopias, and Border Country Interactions. In: ROBINSON, Laura et al. (ed.). *Brazil: The Country of the Future*. (Studies in Media and Communications). West Yorkshire, England: Emerald, 2017a. p. 137-162.
- SILVEIRA, A. C. M.; GUIMARÃES, I. P.; SCHWARTZ, C. *Jornalismo na linha de fogo: coberturas em segurança pública*. Porto Alegre: Homo Plasticus, 2017.
- SILVERSTONE, R. *La moral de los medios de comunicación: sobre el nacimiento de la polis de los medios*. Buenos Aires: Amorrortu, 2010.
- STEIMAN, R.; MACHADO, L. O. *Limites e fronteiras internacionais: uma discussão histórico-geográfica*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2002.
- VERÓN, E. Teoria da mediatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Matrizes*, v. 8, n. 1, p. 13-19, 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p13-19>. Acesso em: 12 mar. 2013.

Quando os olhos não piscam nem param: da imagem- operação à ascensão ao fluxo

When the eyes do not blink nor stop: from the operation image to the rise to the flow

Ana Paula da Rosa¹

Resumo: Este trabalho busca investigar o processo de circulação das imagens. Assim, adotamos como ponto de partida dois aspectos centrais: 1) as mudanças nas condições de circulação e circularidade dos discursos sociais a partir do acesso possibilitado pela web e 2) as complexificações do processo comunicacional em si, já que os atores sociais ascendem aos meios, interferindo também em suas lógicas, em especial nas jornalísticas. Para compreender como se dão as estratégias de fixação das imagens, este artigo analisa o episódio da circulação de materiais audiovisuais sobre um bombardeio que dizimou centenas de pessoas na Síria. O ataque ocorreu no ano de 2018, próximo à capital síria, Damasco. Imagens do resgate de crianças entre os escombros percorreram o mundo e foram amplamente inseridas em dispositivos jornalísticos nacionais e internacionais. Este artigo se propõe discutir a seguinte questão: que imagens estão em disputa? E em se tratando de uma disputa de sentidos, que lógicas são perceptíveis no fazer destes atores? Como proposta inicial, identificamos imagens em jogo que optamos por considerar neste trabalho como imagens-operações.

Palavras-chave: Mídiação. Imagem. Circulação. Síria.

1 Ana Paula da Rosa é docente e pesquisadora no PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos. E-mail: anaros@unisinos.br

Abstract: This work seeks to investigate the process of circulation of images. Thus, we adopt, as our starting point, two central aspects: 1) the changes in the conditions of circulation and circularity of the social discourses since the access allowed by the web; and 2) the complexification of the communicational process per se, since the social actors rise to the media, also interfering in their logics, particularly the journalistic ones. To comprehend how the strategies of fixing images take place, this article analyses the episode of the circulation of audiovisual materials about a bombing that decimated hundreds of people in Syria. The attack occurred in 2018, near the Syrian capital, Damascus. Images of the rescue of children among the debris went worldwide and were broadly inserted in national and international journalistic dispositifs. This article proposes to discuss the following question: what images are in dispute? And if this is a dispute of meaning, which logics are perceptible in the actions of these actors? As an initial proposition, we identified images at stake that we opted to consider, in this work, as operation images.

Keywords: Mediatization. Image. Circulation. Syria.

A compreensão do processo comunicacional passa, hoje, inevitavelmente pela noção de circulação. Não se trata de desconsiderar os elementos clássicos como produção e recepção, mas entender que não podemos mais focar nem no meio, nem na mensagem. Isso significa que a circulação nos desloca para outro lugar: o da disputa de sentido. O lugar da circulação é o “entre”, o da indeterminação, da dilatação dos tempos e dos espaços, de lógicas que nos escapam. Ao analista da comunicação, lugar que assumimos neste texto, cabe a responsabilidade de tentar, ainda que ciente da incompletude, reconstituir operações e percursos para tentativamente capturar o que se move em fluxos.

Assim, adotamos como ponto de partida dois aspectos centrais: 1) as profundas mudanças nas condições de circulação e circularidade dos discursos sociais a partir do acesso possibilitado pela web e 2) as complexificações do processo comunicacional em si, já que os atores sociais ascendem aos meios, inter-

ferindo também em suas lógicas, em especial nas jornalísticas. Para pensar estes dois pontos nos voltamos para as imagens. Dentro deste cenário midiaticizado, onde o acesso aos dispositivos é cada vez mais amplificado, percebemos uma irrupção de produções imagéticas vindas dos mais diferentes lugares, tanto jornalísticos quanto de instituições não midiáticas e muito frequentemente dos atores sociais. Tais produções explicitam que há lógicas em jogo, já que os vídeos, as fotografias, os memes e as transmissões em tempo real não são apenas produzidas para a visibilidade ou como democratização de perspectivas, mas são imagens produzidas e pensadas para a circulação. Isto é, são visíveis marcas de estratégias de fixação e de operações de valor que prolongam a circulação de determinadas imagens.

Para compreender a circulação em sua dinâmica, propomo-nos construir um caso de análise, marcado por um campo de observação não passível de ser recortado no tempo, especificamente, mas que se desmembra em relações. Como bem observa Fausto Neto (2013), a midiaticização se dá em um feixe de relações, mas estas são naturalmente desiguais, quando passamos a atribuir a força do processo comunicacional não mais a elementos isolados, mas à circulação do sentido. É neste aspecto que estruturamos nosso texto: num primeiro momento a tensão entre acesso e excesso, para num segundo problematizar as lógicas de mídia e de midiaticização que atravessam a produção de imagens. Por fim, dedicamo-nos ao caso desta pesquisa, um caso que emerge da circulação e que, ao mesmo tempo, só se configura em virtude de estratégias adotadas por seus “participantes”. Referimo-nos ao recente episódio da circulação de materiais audiovisuais sobre um bombardeio que dizimou centenas de pessoas na Síria. O ataque ocorreu entre os dias 19 e 20 de fevereiro de 2018, em Ghouta oriental, um enclave rebelde nos arredores da capital síria, Damasco. Imagens do resgate de crianças entre os escombros da cidade percorreram o mundo e foram amplamente inseridas em dispositivos jornalísticos nacionais e internacionais. Em destaque estavam a infância e a iminência de sua extinção. No entanto, para além das discussões sociais e emanadas das fotografias, este artigo se propõe tensionar as imagens que circulam. Que imagens estão em disputa? E em se tratando de uma disputa de sentidos, que lógicas são perceptí-

veis no fazer destes atores? Como proposta inicial, identificamos três tipos de imagens em jogo que optamos por considerar neste trabalho como imagens-operações, isto é, são imagens que fazem algo, não mais contemplativas, nem janelas, nem biombos (FLUSSER, 2002). São eles: imagem-síntese, imagem-resíduo e imagem-circuito. As imagens-operações serão aprofundadas ao longo deste trabalho a partir da articulação com a empiria.

I - Tensões entre o acesso e o excesso

Quando pensamos, hoje, as imagens que nos cercam, em um primeiro momento a sensação despertada é a da polifonia, ou seja, temos múltiplas vozes que reverberam em múltiplas imagens de fontes cada vez mais diversas. Quando paramos para piscar, efetivamente, e naquela fração de segundo em que nossos olhos se movem e fecham, somos capazes de perceber que há uma intensificação da monofonia. Isso está ligado diretamente ao fato de que o acesso não redundava em polifonia. Fausto Neto destaca que no atual estágio da midiaticização a questão do acesso deve ser vista de modo mais profundo. Segundo ele, a perspectiva de natureza analítica argumenta que

[...] a questão do acesso tem de fato profundas implicações sobre as formas de contato que o tecido social passa a desenvolver, mas entende também que esta dimensão não contempla a problemática da produção de sentido. Uma coisa diz respeito às condições de produção do acesso e circulação de mensagens e outra, inteiramente distinta – e, portanto, não contemplada pela convergência –, está relacionada com as condições de produção de sentidos (FAUSTO NETO, 2016, p. 56).

Isto implica dizer que o afã de que o acesso aos dispositivos ampliaria o acesso social aos discursos e, logo, aos sentidos é ilusório. Tal afirmação é cabível quando consideramos que o acesso não se traduz em mais vozes, e sim em mais pessoas fazendo uso de tecnologias diversas, em especial as fotográficas potencializadas por aparatos móveis como os ce-

lulares. Há muitas imagens nos rondando, mas será que muitas perspectivas? Ou tais imagens só nos levam para a não visão? As provocações são importantes quando a convergência midiática e a proliferação dos aparatos são consideradas revolucionárias. Certamente, estamos diante de novas formas de contato possibilitadas pela oferta, mas não necessariamente de apropriações² efetivas. Neste sentido, Verón (1997, p. 14-15) já destacava que “as condições de acesso às mensagens e as condições de acesso ao sentido são duas problemáticas totalmente distintas. A primeira remete ao funcionamento de regras econômicas explícitas [...] Já a segunda corresponde a uma análise em reconhecimento”.

O autor reforça que não basta compreender a produção midiática, mas é preciso também atentar para o modo de lidar e, portanto, reconhecer o que os indivíduos fazem com o produzido. Transpondo para nossa discussão das imagens, isso significa que já não podemos entender o acesso às câmeras e aos celulares como uma via única entre a produção ancorada em lógicas de mercado e a multiplicidade de ângulos de visão sobre uma questão ou fato. E tampouco pensar que o indivíduo não desenvolve táticas que escapam das lógicas da produção, já que este também produz na medida em que ascende aos meios. Mario Carlón (2012) vem estudando exatamente este processo de ascendência e descendência dos atores sociais, com suas lógicas amadoras, aos meios.

Em nossa ótica, a insuficiência do acesso como solução para as assimetrias sociais reside, exatamente, no fato de que os sentidos não estão na tecnologia; eles são frutos da produção humana, do seu processo mental, do acionamento de seu imaginário. Assim, todo acesso resulta em diferenças, como salienta Fausto Neto (2016), que alerta para “uma assimetria estrutural”. Obviamente, porém, esta assimetria é da ordem do sentido, mas não necessariamente de acesso, já que atualmente instituições midiáticas e atores sociais se contamam e se hibridizam em suas práticas discursivas. Tais contatos são evidenciados na produ-

2 Entendemos apropriação a partir de Proulx (2014) como o ato que subverte a lógica do aparato. Tal fazer ultrapassa o uso do objeto técnico. Este torna-se insu-
mo para outros fazeres bem mais complexos e que implicam literacidade quanto
às lógicas dos meios, aos aparatos em si e ao entendimento de comunicação.

ção de vídeos, fotos e todo tipo de imagem que é produzida para circular, muitas vezes sendo consumida por instituições midiáticas, naquilo que chamamos de *fagia midiática* e *fagia social* (ROSA, 2016a).

Diante desse cenário, há o excesso. Excesso de falas desconexas, excesso de opiniões, excesso de imagens que nos levam a um efeito de embaralhamento. Latour (2008) trata da cascata de imagens para se referir às imagens que se sobrepõem no cotidiano. Do mesmo modo, Baitelo Junior refere-se a uma “*serial imagery*”.

A nova sociedade não mais vive de pessoas, feitas de corpos e vínculos, ela se sustenta sobre os pilares de uma infinita “*serial imagery*”, uma sequência infundável de imagens, sempre idênticas. O admirável e desejável já não é mais a diferença, mas a absoluta semelhança. Não mais a capacidade criativa e adaptativa é o que se sobressai, mas sim a necessidade de pertencimento. Ser aceito, ser adepto, ser adaptado (BAITELO JUNIOR, 2005, p. 51).

Isto é, nesta ambiência, aqui chamada de midiatização, produzir e se transformar em imagem é uma condição, pois não há espaço para “*não imagens*”. Em certa medida, isso significa dizer que há uma redução, em função do excesso, do espaço para o corpo, já que este ingressa pelo acesso, mas é tragado pelo fluxo e se rarefaz na circulação.

II - A circulação e a ênfase no valor

A circulação, aqui mencionada, não se traduz por aquilo que se espalha ou propaga. Mesmo não sendo uma expressão nova, ela apresenta uma ampliação de sua importância no fenômeno comunicacional, em especial mediante o advento das redes e da *web*. Isto porque as lógicas ou gramáticas de produção e de reconhecimento (VERÓN, 2004) se atravessam, possuem ordens ascendentes e descendentes, o que não víamos de modo

tão intenso até meados dos anos 90³. Com isto, o espaço (temporal e de ação) entre a produção e o reconhecimento que foi denominado, durante muitos anos, como uma espécie de intervalo ou um hiato torna-se uma instância operadora da comunicação, já que o sentido é produzido efetivamente não por um ou outro elo do processo, mas em disputa, no contato.

Quando tratamos da circulação como espaço, não estamos nos referindo a meios de comunicação, embora a circulação tenha sua ponta visível exatamente nos dispositivos midiáticos. Mas para recuperar a circulação é preciso ir mais a fundo do que simplesmente identificar o que emerge; é necessário recuperar os rastros. Neste propósito, a noção de circulação aqui empregada está voltada para este momento invisível, passível de ser reconstituído pelos rastros das materialidades e que nos dá condições de compreender a dinamicidade do sentido. Em termos de imagem, isso demanda observar suas inscrições e ausências em pluridispositivos, de múltiplos “atores”. Entendemos que as imagens, no contexto da midiatização, são produzidas e pensadas para a circulação, ou seja, não há um fato como um atropelamento, uma ação social, um atentado que não seja transformado em acontecimento midiático e em imagem. Chegamos ao ponto de termos atentados terroristas sendo transmitidos pelo Facebook ou assaltos filmados pelas próprias vítimas feridas, o que indica que a imagem não é um registro, mas é a condensação do mundo, a metáfora visual do que somos incapazes de traduzir. No entanto, as imagens que são postas em circulação, produzidas para dar visibilidade e para que sejam visíveis, nem sempre são imagens produzidas por quem as coloca no fluxo (BRAGA, 2012); muitas vezes, ao contrário, são fruto de apropriações, reelaborações e perlaborações. Tais movimentos implicam novos sentidos em curso ou a manutenção de sombras que se acoplam ao processo de circulação e, inevitavelmente, de circularidade⁴.

3 Importa dizer que a circulação é parte intrínseca do processo comunicacional. Contudo, quando demarcamos sua intensificação a partir dos anos 90, estamos reiterando o lugar do acesso ao espaço do ambiente digital, o que Verón (2013) destacou como uma intensificação da complexidade do processo de produção de sentido e de seus embates derivados.

4 Há uma diferença importante entre circulação e circularidade. A circulação está voltada para a processualidade interacional, que implica novas camadas de sentido e interações. Já na circularidade temos objetos que efetivamente são repeti-

A circulação é fruto de um intenso jogo interacional que se dá a partir da noção de contatos e hibridizações. Fausto Neto (2013) destaca que a tecnologia possibilita o encurtamento das distâncias, uma vez que os polos produção-recepção já não podem ser pensados senão como contatos. Cada contato ou acoplamento demanda um esforço de produção de sentido; ou seja, a imagem do registro dos ataques na Síria publicada na mídia canônica, que se liga às publicações e ações desencadeadas no Facebook, é acoplada a novas produções de cartunistas e atores sociais em seus dispositivos. Isto é, há uma cadeia de produções, coproduções, apropriações, ressignificações que levam o sentido adiante por meio de circuitos, pondo em prática os movimentos de fagia. Para Braga (2012),

os ritmos da circulação se encontram modulados por articulações diversas possíveis entre as táticas da instantaneidade que procuram abreviar o tempo de acesso e de circulação; e as táticas de acervo, voltadas para a permanência e para a recuperação. O fato de que os circuitos em desenvolvimento tenham a tendência assinalada, de “atravessar” os campos sociais estabelecidos – mesmo quando o ponto de origem de um circuito é um desses campos, como, por exemplo, o educacional –, leva a uma espécie de “recontextualização”. As referências habituais se encontram deslocadas ou complementadas por referências menos habituais – fazendo com que os próprios circuitos em desenvolvimento elaborem e explicitem os contextos requeridos para atribuição de sentidos aos produtos e falas que circulam (BRAGA, 2012, p. 49).

Cabe destacar que, na midiatização, a criação e cocriação contínua de circuitos são uma marca, sejam tais circuitos desenvolvidos na esfera da mídia ou fora dela, como uma reverboração de seus temas. Neste sentido, interessa pensar que a circulação não se restringe aos produtos que circulam ou que desenvolvem potencial de circularidade (idas e vindas), mas se

dos, aparecem, reaparecem e se instalam. A circularidade envolve o próprio processo do olhar, como já indica Flusser (2002) a respeito do *scanning*. Temos, em nossos casos de análise, uma circularidade do tempo e das imagens no tempo.

manifesta no embate pela produção de sentido que se realiza no âmbito dos dispositivos midiáticos. As imagens que compõem nosso campo de observação podem ser entendidas como agenciadoras de circuitos interacionais, pois a cada nova publicação ocorrem repercussões, reelaborações, interpretações diversas que resultam em tensões, ratificações ou apagamentos da força da imagem. Assim, sustentamos a hipótese teórica de que a circulação se constitui como uma relação de atribuição de valor (ROSA, 2016b; 2017). Isto é verificável na própria criação dos circuitos, pois apenas as imagens percebidas e tomadas como relevantes passam a permanecer em circulação, o que demonstra que, a cada nova inserção, tais imagens são acrescidas de valor, potencializadas. Em parte, isso explica o porquê de algumas imagens desaparecerem, embora estejam disponíveis para o acesso. Este desaparecimento pode resultar em um dos tipos de imagens-operações que veremos à frente: o resíduo.

Em nossa ótica, a força de pregnância de determinadas imagens permite que estas desenvolvam um poder de fixação, quanto mais reinscritas na circulação. No entanto, o que dizer das imagens que deixam de ser inscritas e ainda assim se fazem presentes? Neste caso, temos de voltar nossa atenção para a ideia de circulação e não para o produto material, ou seja, a fotografia ou um vídeo. Se recuperarmos a noção de circulação como o trabalho neste espaço de tempo para a produção do sentido, perceberemos que as imagens materiais deixam de ser inscritas⁵ quando as imateriais ganham força e adquirem condição de circular como decalques ou emblemas, quando as imagens integram o imaginário e se tornam, assim, autonomizadas. Quando falamos dos atentados ou da guerra na Síria, já preenchemos nossa vista de fotografias e vídeos de crianças, todas um pouco Aylan Kurdi, todas um pouco a criança que fomos, todas um tipo de apelo, geralmente sem a devida contextualização histórico-política em profundidade. A imagem nos invade, e neste caso os olhos não piscam, mas também não param.

5 Muitas vezes elas só deixam de ser inscritas após um processo contínuo de apresentação, replicação e reelaboração.

Desta forma, identificamos que há um percurso entre o aparecimento, a valorização nas interações, o processo de reinteração, o desaparecimento e o reaparecimento de determinadas imagens. Nesse trajeto há a autonomização da imagem em relação ao acontecimento, pois as remissões feitas estão voltadas mais à força imagética do que ao próprio fato. Retomemos Aylan Kurdi: já nem precisamos de sua imagem para vê-lo como aderente, imagem-síntese da crise na Síria. No entanto, nos últimos anos outras centenas de rostos de crianças vieram à tona. Quer dizer, não se trata da crise em si, mas da transformação de imagens valorizadas na circulação em decalques ou em imagens-totens (ROSA, 2012)

O conceito de imagens-totens, ancorado nas formulações de Cassirer e de Durkheim, refere-se às imagens que convocam um laço profundo do social, acionando, assim, um imaginário coletivo. No entanto, a diferença central da imagem-totem é que esta implica restrições ao acesso de novas imagens ou de imagens diversas e à própria interpretação, já que as imagens primeiras se transformam em espécies de barreiras que impedem sua exclusão ou questionamento. Importa dizer que, no caso em análise, as imagens restritoras são exatamente aquelas produzidas de modo aparentemente livre, por instituições e atores sociais a partir de lógicas de mediatização.

José Luiz Braga (2012) destaca que há diferenças entre lógicas midiáticas e de mediatização. As primeiras dão conta do atravessamento dos processos empresariais, ancorados na indústria cultural, no cotidiano do cidadão e dos usos das tecnologias midiáticas e suas materialidades. No entanto, as lógicas de mediatização são mais complexas e se referem à processualidade interacional da mediatização. Ou seja, não se trata de influência ou impacto da mídia no fazer social, mas do que a sociedade faz com a mídia e seus dispositivos. Isso significa dizer que, além do atravessamento de campos, a lógica de mediatização suscita estratégias e táticas experimentais por parte dos atores sociais. Certamente, muitas delas ecoam as marcas das lógicas de mídia, mas não se restringem à reprodução, estando longe disso. Para Braga, as lógicas de mediatização são

algo que deveríamos chamar, com mais precisão, de lógicas tentativas ou de processos experimentais, tendentes a gerar, por desenvolvimento e seleção, futuras lógicas interacionais disponíveis à sociedade. Encontramos aí usos experimentais, mais que práticas ancoradas. São processos em vias de desenvolvimento. Se dermos atenção preponderante às lógicas institucionalizadas – às lógicas da mídia – torna-se fácil não perceber esses processos tentativos, explicados depressa demais pela influência do que já está inscrito nas práticas ancoradas (BRAGA, 2012, p. 29).

A partir desta distinção de lógicas, passamos a adentrar em nosso caso de observação. Nele aparecem tanto lógicas de mídia como de midiatização, mas entendemos que as primeiras são didatizadas e, quando apropriadas, passam a estimular as lógicas de midiatização, baseadas em circuitos complexos, na percepção da circulação como espaço de valor e em um jogo interacional tentativo que se nutre de imagens anteriores. Neste sentido, fazer circular imagens, sejam elas referenciais, como as jornalísticas, ou imaginárias, como a evocação do ideário de infância, é mobilizar operações de experiências. Não se trata mais, no âmbito da midiatização, de imagens contemplativas ou registro, são imagens-operações que extrapolam o universo da mídia canônica, mas que nem por isso deixam de habitá-la ou contê-la.

III - O caso da crise síria: operações de imagem ante a incompletude

Entre os dias 19 e 20 de fevereiro de 2018, mais um episódio envolvendo a crise política e social da Síria veio à tona, ganhando destaque em jornais de todo o mundo. Entendidos como o “massacre do século XXI”, os bombardeios comandados pelas forças do regime de Bashar al-Assad resultaram, segundo o Observatório Sírio para os Direitos Humanos⁶, em mais de 250 pessoas mortas, das quais dezenas de crianças. O ataque em

6 Dados disponíveis em <https://observador.pt/2018/02/21/siria-mais-de-250-mortos-no-massacre-do-seculo-xxi/>; acesso em 08 abr. 2018.

Ghouta Oriental não foi um ataque transmitido ao vivo pelos meios, mas os resgates das vítimas ganharam ampla repercussão, principalmente os produzidos pelos chamados Capacetes Brancos ou membros da *Syria Civil Defense*. Os vídeos e fotografias produzidos pela instituição não midiática e disponibilizados via Twitter⁷ foram tragados para o sistema midiático canônico quando um resgate de uma criança foi acompanhado minuto a minuto (figura 1).

Figura 1 – Imagem de Capacete Branco retirando criança de escombros



Fonte: Postagem Twitter White Helmets.

Observam-se nesta produção, aparentemente amadora, lógicas de midiatização balizadas por lógicas midiáticas e que implicam novas operações. Tem-se aí o que entendemos, claramente, por operações: a) os Capacetes Brancos optam por efetuar, eles próprios, os registros dos acontecimentos, passando a tentar gerir o sentido do publicado; b) um voluntário é designado para ser não o agente do resgate, mas o agente da captura imagética. A este “profissional integrado” é dado o direito de não intervir na cena, mas de registrá-la, tendo ele claros domínios de enquadramento e movimentos de câmera. c) As imagens são fei-

7 <https://twitter.com/SyriaCivilDef>. Página de mobilização dos Capacetes Brancos.

tas para o Twitter, portanto, para sua circulação. Não se trata de um registro da atuação da defesa civil, mas da produção da imagem do massacre, que se consolida na articulação com outras imagens anteriores. d) Ao ser disponibilizada na *web*, a imagem aciona circuitos e passa a desencadear fluxos jornalísticos e de atores sociais que não só reverberam a imagem, como voltam a atribuir visibilidade aos conflitos instaurados há mais de sete anos; tome-se, por exemplo, o número de seguidores, mais de 120 mil. e) Os Capacetes Brancos deixam de ser produtores e se transformam, de modo fágico, em fontes das instituições midiáticas, agenciando a circulação, o que pode ser visto nas figuras 02, 03 e 04.

Figura 2 – *Print* de tela do telejornal da Band onde se destaca o ato de resgate



Fonte: TV Bandeirantes a partir dos White Helmets.

Figura 3 – Imagem da editoria de Mundo do Portal G1 do momento do resgate a partir da BBC



Fonte: Rede BBC a partir dos White Helmets para G1.

Figura 4 – Reportagem da BBC Brasil que recorre à mesma imagem anterior evidencia trecho de vídeo



Fonte: Imagem extraída a partir de vídeo produzido pelos White Helmets e disponibilizada à BBC.

Estes elementos nos permitem perceber que o primeiro objeto empírico de nosso campo de observação tem muitas nuances, está nas bordas das lógicas, entre as de mídia e as midiaticizadas. As imagens geradas não são, porém, só registros, mas imagens que fazem algo, imagens-circuito, já que são uma espécie de estopim para novas circulações e tensões em meios e dispositivos múltiplos. A imagem-operação circuito põe em evidência a potência da *web* como acesso, mas também a necessidade de uma elaboração tática do uso do meio enquanto dispositivo interacional. Não é o Twitter por si só, mas o Twitter como espaço de contato e afetamento tanto das instituições jornalísticas quanto dos atores sociais.

O outro componente de nossa análise, vinculado ao fato do ataque a Ghouta Oriental em 2018, é um adolescente de 15 anos. Muhammad Najem faz uso das redes sociais para partilhar vídeos e *selfies*, em especial no Twitter⁸. O que aparentemente soa como uma ação corriqueira muda de figura quando percebemos que o adolescente relata os bombardeios que atingem a cidade onde mora, bem como a iminência da morte que se mistura em seu cotidiano. Assim como outros meninos, de outros regimes fechados, Najem (figura 05) se vale de um saber midiático constituído por meio da indústria cultural (o entretenimento e o jornalismo), portanto de uma lógica de mídia, para produzir o que Castells (2016) chama de *autobroadcast*⁹.

8 https://twitter.com/muhammadnajem20/status/961666477853151232/photo/1?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.tvi24.iol.pt%2Finternacional%2Fmuhammad-najem%2Fmuhammad-o-jovem-de-15-anos-que-nos-mostra-a-guerra-na-siria-nas-redes-sociais

9 A autocomunicação de massa é, para Castells, aquela comunicação que segue os padrões e regras da mídia de massa, mas é produzida por um ator individual em seus espaços tendo como foco a ampla visibilidade.

Figura 5 – Jovem sírio realiza postagem em padrões jornalísticos



Fonte: Twitter de Muhammad Najem.

Têm-se aí algumas operações: a) o menino produz audiovisuais a partir de uma câmera de celular, o que revela o acesso à tecnologia e ao espaço midiático; b) suas imagens lhe permitem ascender aos meios tradicionais quando passa a se tornar pauta jornalística, não apenas pelo teor do que mostra, mas pelo fato de valer-se do espaço interacional que é o Twitter para tornar visível uma realidade inacessível; c) as produções imagéticas de Najem seguem os preceitos do jornalismo, na medida em que trazem o fundo, a passagem e a enunciação em ato, apresentada pelos marcadores “isto que vocês estão vendo agora é mais um bombardeio”, mas, ao mesmo tempo, há uma hibridização com

o discurso amador, já que ele se coloca não como alguém que observa afastado, e sim como quem está imerso e, por isso, autorizado para transformar em imagem o que não é visto; d) suas postagens criam um espaço de interações, mas estas são fruto da diferença do sentido, já que há comentários solidários à dor e outros que questionam o mau uso do Photoshop, portanto, do quesito técnico; e e) o adolescente se transforma em pauta para veículos de comunicação como a CNN e *The New York Times*, entre outros, que chegam ao jovem através das replicações de suas postagens escritas e narradas em inglês, isto é, não feitas para os sírios, mas para catapultar as imagens na circulação. Assim, o adolescente também agencia a circulação.

Nesta situação, complexa, percebemos que o objeto empírico que constitui nosso campo de observação envolve lógicas de mídia e lógicas de midiatização. No entanto, é no âmbito da midiatização que o adolescente ocupa um lugar de fala, já que se vale de estratégias midiáticas (a reprodução do visto no jornalismo, os enquadres de vídeos, a escolha a dedo das falas que remetem a um roteiro prévio) para criar um espaço tentativo de afetamento social e de visibilização. O próprio adolescente assume, em entrevista para a CNN, que sua motivação principal para relatar o cotidiano reside no fato de que: “As pessoas têm de saber tudo o que está a acontecer na Síria. *Eu quero estudar e ser jornalista, quando crescer.*” Ao mesmo tempo, em um dos vídeos publicados destaca a banalização da imagem dos conflitos: “*A nossa fome, o nosso frio, as nossas fugas tornaram-se uma visão comum. Salvem o nosso povo em Ghouta*”. A retórica, ainda que passível de ser questionada quando interesses econômicos e políticos estão em jogo, adere às imagens produzidas e que se transformam em novas circulações. A imagem-operação neste caso, em um primeiro momento, poderia ser considerada a imagem-resíduo ou lixo (figura 06). Aquela que aparentemente não teria condições de ascender aos meios, porque fica submersa no meio de milhares de imagens postadas e publicadas diariamente. No entanto, a imagem-resíduo pode ser alçada à imagem-circuito quando valorada na circulação. O Twitter do adolescente tem 25 mil seguidores e vídeos com mais de 200 mil visualizações. Assim, como os Capacetes Brancos, Najem deixa de ser um amador e é alçado, fagicamente, à categoria de fonte e pauta.

Figura 06 – Imagem de família e amigos alçada de resíduo a operação



Fonte: Twitter de Muhammad Najem.

Estas duas materialidades possuem pontos comuns e divergentes: de um lado, o aspecto do uso das redes para algo além. Não se trata só do acesso ao espaço do dispositivo midiático, mas da ascensão à circulação. Aquilo que produzem, seja como instituição não midiática, seja como um ator social, é valorado socialmente, implicando tanto um consumo por parte de outros atores sociais, como também pelas instâncias da mídia canônica. As lógicas de mídia perpassam os dois fazeres, já que ambos estão atravessados por conhecimentos que não lhes pertencem *a priori*, pois o enquadramento, o roteiro, o registro do flagrante são fazeres dos especialistas, mas que, amplamente ditados, são subsumidos. Entretanto, o que dizer das imagens em jogo? Se não são as imagens enquanto produtos que circulam,

mas que encontram, segundo Braga (2012), um ambiente para circular; as imagens produzidas tanto pela Defesa Civil como pelo jovem de 15 anos coincidem na tematização da infância em extinção e, portanto, consolidam a imagem da criança atacada como imagem-síntese do conflito, logo uma imagem-operação.

A imagem-síntese¹⁰, entendida como imagem-operação, não é simplesmente a imagem que representa, que configura, que dá contorno ao acontecimento midiático, mas é aquela imagem que supera as imagens-resíduo. Tais imagens são aquelas concorrentes, que tentam mostrar alternativas, trazer outros ângulos. Porém, a imagem-síntese consolidada não permite que as residuais se sobreponham. Elas existem, elas circulam por dutos invisíveis, porque não conquistam espaço no âmbito midiático nem são valoradas por atores sociais, diferentemente da imagem-circuito, que nos circunda e é produzida especificamente para desembocar em cascata.

Neste aspecto, trazemos à tona a imagem-síntese da crise síria. O corpo de Aylan Kurdi, encontrado na praia de Bodrum, não precisa aparecer, sequer ser mencionado. Não se trata daquela criança, mas da capacidade imagética de sombreamento. A fotografia da criança afogada na praia como fantasma-goria reaparece nas produções dos Capacetes Brancos, do jovem de 15 anos, e as imagens-operações circuito e resíduo não ultrapassam a consolidação da imagem-síntese, porque não a negam, mas a carregam.

IV – O operador “resgate” que resgata imagens-síntese

Ao olhar para as materialidades que compõem nosso caso de investigação, verificamos o uso mais do que frequente da palavra “resgate” como um operador de sentidos. Seja na manchete jornalística de repercussão do vídeo dos Capacetes Brancos: “O momento em que crianças são **resgatadas** de es-

10 O termo imagem-síntese já aparece nos estudos da autores desde 2012 e vem sendo constantemente atualizado. Texto mais recente sobre a abordagem pode ser visto em http://www.compos.org.br/data/arquivos_2018/trabalhos_arquivo_XDFB3D07I9DNXSGSYMFL_27_6543_22_02_2018_07_01_08.pdf.

combros após bombardeio na Síria” (G1, 20/02/2018), seja no texto produzido pelo adolescente sírio que clama por um resgate de dignidade e de visibilidade, ficam evidentes apelos que fazem uso desse operador “resgate”. O resgate é aquilo que salva, que recupera, mas também aquilo que liberta. Quantos resgates estão em disputa no caso sírio? Estamos diante do resgate dos feridos, das crianças, do realizado pelos Capacetes Brancos, e consequentemente da própria organização, o resgate de uma vida e da visibilidade, pelo menino sírio. Mas, enfim, o resgate de uma imagem anterior: a infância, a imagem do anjo, logo a imagem-síntese e totêmica. No entanto, podemos nos questionar: o que implica a expressão resgate? Resgatar o quê e para onde? Em certa medida nos deparamos com um operador semântico que é uma metáfora do vazio; há ali um resgate de um corpo, de uma organização, mas acima de qualquer ação prática o resgate promovido é o da visibilidade. Isto implica dizer que se trata muito mais de retirar as camadas de escombros e fuligem simbólicas do que as físicas, retirar as camadas de apagamentos sócio-históricos para colocar no fluxo da midiatização pessoas, rostos, semblantes que ainda que não representam e passam a figurativizar algo que até então parecia inexistir.

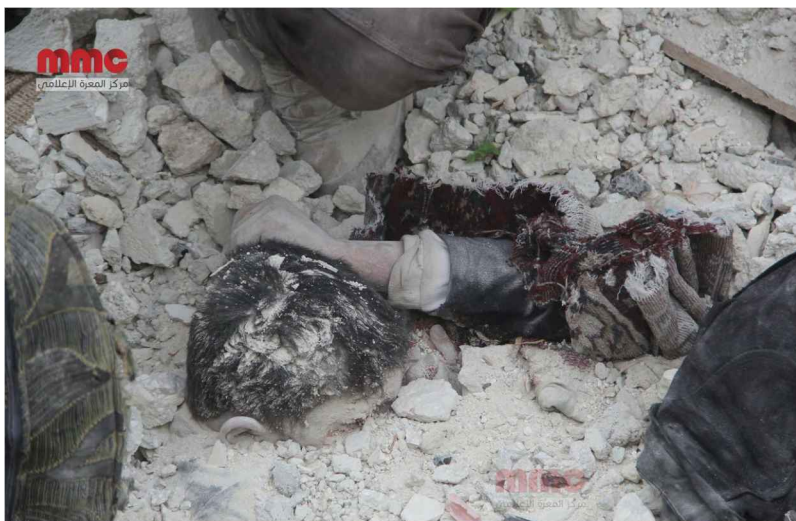
Dito de outro modo, o operador resgate visualizado com muita frequência em manchetes produzidas tanto pelo jornalismo tradicional como pelos Capacetes Brancos em seu novo fazer (o agenciar a circulação) não é uma palavra forte apenas, mas é uma palavra que resgata imagens-sínteses. Ao pensar nos conflitos da Síria, que se prolongam por décadas, e na crise migratória derivada, há imagens que se relacionam e se fundem em resgates produzidos em nossa memória, entendendo-a aqui não como um baú de coisas vistas, mas como um processo vivo e em constante mobilização.

Neste sentido, resgatar imagens-sínteses implica retomar as imagens em disputa. Ao longo deste texto identificamos quatro tipos de imagens em jogo como sendo imagens-operações. Tais imagens são operações porque não exemplificam ou mostram algo, mas fazem algo. Dentro desta perspectiva, as imagens dos Capacetes Brancos fazem circuitos, produzem inscrições e agenciam movimentos de visibilidade, seja dos conflitos, seja da própria organização. Inclusive seu fazer amador-pro-

fissional permite que o “massacre do século XXI” tenha rosto, corpo e, acima de tudo, heróis. Já a imagem-operação produzida pelo adolescente Najem é dupla: ele transforma imagens-resíduos (sem força, sem apelo, aquelas que estão disponíveis aos milhares na *web*, fruto de uma produção amadora) em imagens-circuitos quando assume para si lógicas de contato midiáticas como as expressões do jornalismo ocidental, o recurso técnico e a narração em inglês. Outro tipo de imagem-operação fortemente identificada ao longo do texto é a imagem-síntese que tem seu fazer demarcado por sua capacidade de fazer lembrar mesmo quando não está presente. A simples menção a elementos da imagem ou à sua simbólica já lhe confere os contornos, e, neste sentido, a imagem-síntese atua como restritora do ingresso de novas imagens, ainda que estas estejam acessíveis. Por fim, o quarto e último tipo de imagem-operação, evidenciado neste artigo, é a imagem-resgate que tem como propósito resgatar imagens-sínteses. A operação imagem-resgate também se vincula ao próprio operador semântico, mas se hibridiza com a imagem-síntese, porque envolve relações complexas com o imaginário coletivo e social.

No caso em análise temos a potência da *web* como acesso e, também, a necessidade de uma elaboração tática do uso do dispositivo como o Twitter. Fica evidente, ainda, que as operações da Defesa Civil e do adolescente sírio reforçam a imagem primeira, não só midiática, mas a estabelecida no imaginário social que coloca a criança como “a imagem” dos conflitos, apagando em alguma medida as demais imagens possíveis da tragédia que reporta e determinando sua não existência. Isto nos leva a pensar em operações de imagens que são operações de valor que prolongam a circulação de determinadas imagens, opacando outras. E quando falsas imagens (figura 07) aparecem ou parecem tão ficcionais a ponto de serem falsas?

Figura 07 –Imagens de pedaços de corpos de crianças em valas são descobertas, mas tidas como montagens



Fonte: Maara Media Center.

A dúvida posta faz com que produções (figura 08) que recuperam imagens já fortemente introjetadas em nosso repertório iconográfico e com força, inclusive, sagrada sejam reiteradas.

Figura 08 – Montagem a partir da colagem da imagem da obra Pietá e de publicações dos Capacetes Brancos



Fonte: Elaborado pela autora a partir de imagens da *web*.

A imagem acima mostra uma espécie de tentativa de evitar que nossos olhos se desviem. A eles não é permitido nem piscar, nem parar, só seguir o fluxo, ainda que, de tanto ver, algumas táticas se tornem, aos poucos, aparentemente imperceptíveis.

Referências

- ATENTADO em Ghouta Oriental. *Syria Def*, Syria, n. 16.414, p. 2, 19 fev. 2018. Disponível em: <https://twitter.com/SyriaCivilDef>. Acesso em: 20 fev. 2018.
- BAITELLO JR., Norval. *A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- BELTING, Hans. *Pour une anthropologie des images*. Paris: Gallimard, 2004.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: JANOTTI JR., J.; MATTOS, M. A.; JACKS, N. *Mediação & Mídiação*. Salvador: EDUFBA; Brasília: COMPÓS, 2012. p. 31-52.
- BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antonio; GOMES, Pedro Gilberto (org.). *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2013.
- CASSIRER, Ernst. *A filosofia das formas simbólicas: O pensamento mítico*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antonio. *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012.
- CASTELLS, Manuel. *O poder da comunicação*. São Paulo: Paz & Terra, 2016.
- DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- FAUSTO NETO, Antonio. Da convergência/divergência à interpenetração. In: MIEGE, Bernard; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antonio; BITTENCOURT, Maria Clara (org.). *Operações de mediação: das máscaras da convergência à crítica ao tecnodeterminismo*. Santa Maria: FACOS, 2016. p. 53-80.
- FAUSTO NETO, Antonio. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? In: BRAGA, J. L.; FERREIRA, J.; FAUSTO NETO, A.; GOMES, P. G. (org.). *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2013. p. 43-64.

- FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. Organizado por Rafael Cardoso. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FLUSSER, Vilém. *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.
- KAMPER, Dietmar. *Mudança de horizonte: o sol novo a cada dia*. São Paulo: Paulus, 2016.
- LATOURE, Bruno. O que é iconoclash? Ou, há um mundo além das guerras de imagem? *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 14, n. 29, 2008. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832008000100006. Acesso em: 20 fev. 2018.
- MORTE de 20 crianças em Ghouta deixa UNICEF “sem palavras”. *Observador*, Lisboa, 20 fev. 2018. Disponível em: <https://observador.pt/2018/02/20/morte-de-20-criancas-em-ghouta-deixa-unicef-sem-palavras/>. Acesso em: 8 jun. 2019.
- MUHAMMAD, o jovem de 15 anos que nos mostra a guerra na Síria nas redes sociais. *TVI 24 horas*, Portugal, 22 fev. 2018. Disponível em: <https://tvi24.iol.pt/internacional/muhammad-najem/muhammad-o-jovem-de-15-anos-que-nos-mostra-a-guerra-na-siria-nas-redes-sociais>. Acesso em: 25 fev. 2018.
- PROULX, Serge. Estudos de recepção em contexto de mutação da comunicação: rumo a uma quarta geração? *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação*, v. 1, n. 2, p. 83-90, 2014. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/7660>. Acesso em: 24 jun. 2015.
- ROSA, Ana Paula da. O êxito da gula: a indestrutibilidade da imagem totem no caso Aylan Kurdi. *E-Compós*, v. 20, n. 2, p. 1-22, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.1298>. Acesso em: 08 jun. 2019.

- ROSA, Ana Paula da. De reflexos a fagias: os níveis de circulação e apropriação midiática das imagens. In: CINGOLANI, Gastón; SZNAIDER, Beatriz. *Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos*. Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2016a.
- ROSA, Ana Paula da. Imagens em proliferação: a circulação como espaço de valor. In: *Anais do V Colóquio de Semiótica das Mídias*. Japaratinga, 2016b. p. 1-14
- ROSA, Ana Paula da. Imagens-totens em permanência x tentativas midiáticas de ruptura. In: ARAUJO, Denize; CONTRERA, Malena (org.). *Teorias do Imaginário*. Brasília: Compós, 2014. p. 28-50. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/teorias_da_imagem_e_do_imaginario.pdf. Acesso em: 10 jan. 2019.
- ROSA, Ana Paula. *Imagens-totens: a fixação de símbolos nos processos de mediatização*. Tese, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2012. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3429>. Acesso em: 20 dez. 2019
- SÍRIA. Mais de 250 mortos no “massacre do século XXI”. *Observador*, Lisboa, 21 fev. 2018. Disponível em: <https://tvi24.iol.pt/internacional/muhammad-najem/muhammad-o-jovem-de-15-anos-que-nos-mostra-a-guerra-na-siria-nas-redes-sociais>. Acesso em: 25 fev. 2018.
- VERÓN, Eliseo. *La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da mediatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Revista Matrizes*, v. 08, n. 01, p. 13-19, 2014.
- VERÓN, Eliseo. *Fragments de um tecido*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos*, Lima: Fela-fac, n. 48, p. 09-17, 1997.

Entre el poder de los enunciadores y el poder de los discursos. La circulación hipermediática de las imágenes contemporáneas

Between the power of enunciators and the power of speeches. The hypermeditic circulation of meaning

Mario Carlón

Resumen: Estamos lejos de caracterizar a la sociedad contemporánea. Puede argumentarse que se debe a que es difícil conceptualizar a un objeto que recién comienza a desplegarse en el tiempo, y seguramente es así. Pero se debe también a otros motivos. En lo que hace a las imágenes, uno de ellos es que no hemos constituido aún los dispositivos conceptuales y analíticos necesarios para dar cuenta de sus nuevos estatutos, que deben pensarse en relación a la nueva mediatización y circulación del sentido, fenómenos que están íntimamente vinculados entre sí. En este texto nos proponemos realizar un aporte al estudio de las imágenes contemporáneas estableciendo algunas hipótesis. Respecto a la mediatización sostenemos que, al margen de los aportes que se han realizado, es necesario tomar distancia de los discursos generalistas. Lo que caracteriza a nuestra época es la emergencia de un conjunto de imágenes específicas como *selfies*, *gifts*, *memes*, *vlogs*, etcétera. Pero ¿cuál debe ser el enfoque analítico que se debe aplicar a su estudio? Nuestra tesis es que es necesario abandonar los en producción privilegiando, más allá del reconocimiento, a la circulación. Pero también caracteriza a

nuestra época la supervivencia de discursos que contienen imágenes en los cuales han dejado huellas dispositivos y lenguajes generados en la historia profunda de la mediatización. Es a estos fenómenos a los que nos referimos cuando hablamos de un incremento de la complejidad. En lo que hace a la circulación, distinguiremos dos macroprocesos: las nuevas guerrillas semiológicas y la circulación desbordada. Y nos detendremos en dos lógicas: el poder de los enunciadores y el poder de los discursos. Será en el seno de estos desarrollos que diferenciaremos la vida actual de las imágenes mediáticas modernas, las posmodernas y las emergentes contemporáneas en su nueva y compleja interacción.

Palabras clave: Circulación. Mediatización. Imágenes. Poder. Contemporáneo.

Abstract: We don't understand contemporary society yet. As regard images, one of the main reasons is that we have not yet constituted the conceptual and analytical tools necessary to account for their new statutes, which must be considered in relation to the new mediatization and circulation of meaning. In this text we propose some hypotheses. In relation with mediatization, it is necessary to take distance from generalist discourses. What characterizes our era is the emergence of a set of specific images such as selfies, gifts, memes, vlogs, and so on. But what should be the analytical approach that should be applied to their study? It is necessary to privilege circulation. But our time is also characterized by the survival of speeches that contain images in which they have left traces of devices and languages generated in the deep history of mediatization. That is why there is an increase in complexity. With regard to circulation, we will distinguish two macro-processes: the new semiological guerrillas and the overflowing circulation. And we will delve into two logics: the power of enunciators and the power of speeches. We differentiate the current life from modern, postmodern and contemporary media images emerging in their new and complex interaction.

Keywords: Circulation. Mediatization. Images. Contemporary. Power.

1. Introducción

Estamos lejos de caracterizar a la sociedad contemporánea. Puede argumentarse que se debe a que es difícil conceptualizar a un objeto que recién comienza a desplegarse en el tiempo, y seguramente es así. Pero se debe también a otros motivos.

En lo que hace a las imágenes, uno de ellos es que no hemos constituido aún los dispositivos conceptuales y analíticos necesarios para dar cuenta de sus nuevos estatutos, que deben pensarse en relación a la nueva mediatización y circulación del sentido, fenómenos que están íntimamente vinculados entre sí.

En este texto nos proponemos realizar un aporte al estudio de las imágenes contemporáneas estableciendo algunas hipótesis. Respecto a la mediatización, sostenemos que, al margen de los aportes que se han realizado, es necesario tomar distancia de los discursos generalistas que no terminan de dar cuenta del sistema de base que habilita las nuevas condiciones de circulación. Lo que caracteriza a nuestra época es la emergencia de un conjunto de imágenes específicas como *selfies*, *gifts*, *memes*, *vlogs*, etcétera. Pero ¿cuál debe ser el enfoque analítico que se debe aplicar a su estudio? Nuestra tesis: es necesario abandonar los análisis inmanentistas y en producción, privilegiando la circulación. Pero también caracteriza a nuestra época la supervivencia de discursos que contienen imágenes en los cuales han dejado huellas dispositivos y lenguajes generados en la historia profunda de la mediatización. Es a estos fenómenos a los que nos referimos cuando hablamos de un incremento de la complejidad.

En lo que hace a la circulación, distinguiremos dos macroprocesos: las *nuevas guerrillas semiológicas* y la *circulación desbordada*. Y nos detendremos en dos lógicas: *el poder de los enunciadores* y *el poder de los discursos*. Será en el seno de estos desarrollos que diferenciaremos la vida actual de las imágenes mediáticas modernas, las posmodernas y las emergentes contemporáneas en su nueva y compleja interacción.

2. El caso: los “zócalos” de Cristina Fernández de Kirchner (CFK)¹

Partimos del análisis de un ejemplo en el que las imágenes tienen un lugar relevante y en el que, como esperamos demostrar, se ponen en juego de forma específica los temas que deseamos tratar. Se desarrolló en el mes de abril de 2017 durante el gobierno del Presidente Macri, quien sucedió a CFK, que ejerció el poder durante dos mandatos consecutivos (2007-2011 y 2011-2015). Antes de CFK fue su esposo, Néstor Kirchner, Presidente de la Nación (2003-2007).

24 de abril 2017:

- *Facebook*: la ex Presidenta Cristina Fernández de Kirchner (CFK) publica en su cuenta la siguiente imagen con el título “Cadena nacional (de la mentira)”

1 En Argentina se utiliza principalmente en el ambiente de la televisión la expresión *zócalo* para hacer referencia al espacio que suele ir debajo de la pantalla con un texto escrito con videograf (leyenda). Esos textos generalmente al inicio titulan la noticia que se va a presentar y luego van realizando comentarios sobre el desarrollo del contenido (en una entrevista, por ejemplo, destacan las principales frases que se dicen).

La imagen ilustra cómo cuatro programas de dos de los principales canales de la televisión abierta de la Argentina comparan la situación de la provincia de Santa Cruz con la de Venezuela. La provincia de Santa Cruz fue durante años gobernada por Néstor Kirchner, por ese entonces fallecido, y en ese momento lo era por su hermana Alicia Kirchner. Se produce en el contexto de un conflicto por atraso de pago salarial y de inicio de clases que llevó en la madrugada del 22 de abril a un enfrentamiento entre manifestantes y la policía. Dos de los cuatro programas que aparecen en la imagen son *Los Leuco*, del periodista Alfredo Leuco (arriba a la derecha) y su hijo Diego, y *Diario de Mariana*, de Mariana Fabiani (abajo a la derecha) y se emitían por *Canal 13*, propiedad del Grupo *Clarín*, con quien el kirchnerismo mantuvo una fuerte disputa a partir de 2008. Los otros dos son *Animales sueltos*, conducido por Alejandro Fantino (abajo a la izquierda), e *Intratables*, por Santiago del Moro (arriba a la izquierda), que se emiten por *Canal 2* (América). La referencia a una “cadena nacional” se debe a una acusación que se hacía a CFK, que en los últimos años de su mandato utilizó frecuentemente ese modo de transmisión para comunicarse. Históricamente las transmisiones en *cadena nacional* se producen principalmente cuando habla el Presidente. En esos casos todos los canales abandonan su programación habitual y retransmiten la transmisión oficial. Desde los medios críticos, no oficialistas y antikirchneristas se consideraba que ese uso de la cadena nacional era autoritario y abusivo. El hecho de que la ex Presidente haya escrito que la imagen muestra una “cadena nacional (de la mentira)” puede leerse como una respuesta a las críticas que recibió. Puede interpretarse que para ella los medios privados, autoconsiderados independientes, constituyen también una “cadena”, porque difunden homogéneamente y en simultaneidad un punto de vista antikirchnerista. El escenario en el que se produce la publicación de este discurso es el de una *polarización* entre kirchneristas y antikirchneristas que caracteriza a la sociedad argentina desde 2008.

- *Twitter*: el mismo día Santiago del Moro, conductor de *Intratables*, publica un *tweet* en el que dice “Le pido respeto: no me llame mentiroso”.²

2 Según la reconstrucción de Pedro Perucca, que comentaremos luego, Del Moro advierte que la imagen era apócrifa, debido a los mensajes que recibe, abando-

- *Televisión*: la edición nocturna del programa dedicó una parte importante de su tiempo a este tema. Del Moro dijo que “denunciando la cadena de la mentira, la que estaba mintiendo era ella”. En ese contexto uno de los panelistas, conocido por su militancia kirchnerista, Diego Brancatelli, expresó “Cristina pifió (se equivocó), no está bien publicar algo sin chequear”³.
- *Televisión*: ese mismo día, en la edición nocturna de *Animales sueltos*, Alejandro Fantino respondió a CFK. En su discurso expresó que “alguien le dijo a CFK que tenían (los programas) el mismo zócalo”. “Averigüé con la producción y ese zócalo nunca lo pusimos”. Para Fantino, “el que editó ese zócalo se olvidó (de borrar) el texto de arriba”. Terminó diciendo: “labure (trabaje) con gente más profesional”.

26 de abril:

- *Televisión*: Mariana Fabiani, en su programa de la tarde *Diario de Mariana*, muestra que la imagen de ella llorando desconsoladamente con el zócalo “Dolor y Tristeza” no se refería a Venezuela, era anterior y se debía a que habían muerto un amigo y su madre. En su intervención Fabiani interpela a CFK diciendo: “Soy honesta y honrada. ¿Ud. puede decir lo mismo?”
- *Televisión*: a la noche Diego Leuco conduce *Los Leuco* y muestra que el zócalo que publicó CFK con

na la indignación y expresa: “Respetuosamente les comunico que el graph de *Intratables* x el cual la Sra. Kirchner nos acusó de mentir es FALSO, está trucado, nunca existió”. El segundo dice: “Digo esto después de que la producción chequeó todos los programas, ¡lo mismo le sucedió a los colegas!” #verdadvmentira”.

3 Ese mismo día el canal de noticias *TN*, de *Clarín*, publica en su sitio web: “Como fue la ruta de los zocatruchos”; en el realiza una reconstrucción de los acontecimientos, pero aún no se revela quién fue el creador de la imagen que compartieron Aníbal Fernández y CFK. Y el periodista Fernando González, del diario *Clarín*, publica la nota “Cristina, zócalos de la Tv y el bumerang de la post-verdad”, discutiendo lo acontecido en el marco de los debates de época sobre la post-verdad.

la imagen de su padre era de una edición antigua y que la articulación entre texto e imagen no se corresponde con lo que se había emitido: el zócalo en ese momento era otro, referido a la Fiscal General de la Nación. Diego Leuco dice: “Cristina, basta de mentir”.

- - *Blog*: con el título “#Falsoenlasredes: los zócalos sobre Santa Cruz que difundió CFK nunca existieron”, el sitio de periodismo de datos *Chequeado.com*, del diario *La Nación*, publica una investigación que corrobora lo expresado por los medios de comunicación que desmintieron la publicación de CFK.

3. Una reconstrucción

Para empezar a encontrar una respuesta sobre lo que sucedió debemos salir de los medios de comunicación masiva, los principales actores involucrados y lo publicado por el sitio de periodismo de datos *Chequeado.com*. El día 28 de abril un *blog* poco conocido, “Notas de periodismo popular”, publica una nota firmada por Pedro Perucca⁴ titulada: “Santos Vargas, zocalogate y el poder de los memes” en la que por primera vez comienza a develarse lo acontecido.

Perucca reconstruye los principales acontecimientos mediáticos de la semana y devela que la imagen no fue creada por los poco profesionales equipos de comunicación que imaginó Fantino, sino que el creador fue Santos Vargas, quien dos días antes de que CFK la diera a conocer, el 22 de abril, publicó la siguiente imagen también en su cuenta de *Facebook*:

4 Perucca es un nombre sospechoso porque es una nominación con la que suele denominarse a los peronistas y el *blog* se anuncia como un espacio del “periodismo popular”, por lo cual puede ser una *fake*. Aunque no lo hemos podido confirmar, creemos que Pedro Perucca es el mismo que publica en la cuenta @PedroP71 en *Twitter*. Esa cuenta tiene una imagen del hombre araña y dice ser “Periodista particularmente interesado en cuestiones culturales. Literatura, teatro, cine, series y fiñadas varias. Socialista”. Pese a que se dice socialista es su amor por la cultura popular el que nos hace pensar que es el mismo.
<https://notasperiodismopopular.com.ar/2017/04/28/santos-vargas-zocalogate-poder-memes/>



PRIMER DISCURSO

Acto seguido, fue *tweeteada* por su ex jefe de Gabinete Aníbal Fernández:



Como se observa, es la misma imagen que luego compartió CFK. Es una imagen que fue alterada: se le quitó la parte de arriba, en la que aparece *Leon-O*, un personaje de los *Thundercats* con el texto “SantaCruzuela”⁵. La tesis de Perucca

5 Una condensación de la provincia de Santa Cruz y Venezuela, expresado en el lenguaje del *Batman* de los sesenta.

es que “en algún momento alguien quitó a Leon-O y la imagen giró hasta llegar a Aníbal y Cristina”. Lo cual es, quizás, mucho suponer: porque no comprueba quién la editó, perfectamente pudo haber sido Aníbal Fernández, quien ama generar polémicas. Al margen de este hecho, es evidente que Aníbal Fernández y CFK compartieron un fragmento de la imagen generada por Santos Vargas.

En este contexto Perucca, mostrando conocimiento del tema, dice que Santos Vargas “ama profundamente a Cristina”⁶ y califica a la imagen de *meme*, aunque es bastante más compleja que la mayoría de los memes. A continuación nos detendremos en la mediatización y la circulación que caracterizan a este caso, pero antes de presentar nuestro análisis realizaremos algunas consideraciones generales sobre las imágenes y el enfoque que consideramos necesario aplicar.

4. Imágenes y mediatización contemporánea

Nuestro objeto de análisis, la sucesión de discursos que *contienen imágenes* que acabamos de comentar, nos sitúa en una situación particular: necesitamos analizar imágenes diversas. Para poder avanzar y situar nuestra reflexión debemos realizar ciertas precisiones.

4.1 No hay una teoría general de las imágenes

La primera es siguiente: entre tanto que se ha escrito sobre este tema a lo largo de la historia ¿existe alguna *teoría general de la imagen* a la que podamos apelar para dar cuenta del conjunto de ellas prescindiendo de sus condiciones de mediatización? Nuestra respuesta en este nivel es que *no*, porque de modo semejante a como sucedió en la era de los medios masivos con las imágenes modernas y posmodernas, *no puede haber un estudio que se desentienda de la mediatización y de las prácticas sociales receptivas y discursivas que al tomar contacto con ellas se*

6 Según Perucca, Vargas ha manifestado en sus cuentas “Khalessi, soy tu Durán Barba”. El enunciado merece una explicación. La referencia a Khalessi es porque CFK expresó en una oportunidad su simpatía por ese personaje de *Game of Thrones*. Durán Barba es el asesor comunicacional del Presidente Mauricio Macri.

ponen en práctica. Y si bien es cierto que en estos años han surgido aportes para el estudio de la nueva mediatización, lo que caracteriza a nuestra época es que, como lo acabamos de ilustrar con el ejemplo que elegimos, gran parte de los discursos que se publican en las redes sociales mediáticas retoman imágenes de los medios masivos y viceversa. Y en ese ir y venir imágenes contemporáneas, es decir, específicas de nuestra época, conviven con otras que devienen contemporáneas, pero en las que los lenguajes y dispositivos de los medios masivos han dejado sus huellas.

La inexistencia de una teoría general de la imagen que pueda aplicarse al estudio de discursos que contienen imágenes generadas por distintos dispositivos, lenguajes y medios fue advertida ya en la era de los medios masivos y, como veremos enseguida, es una observación que sigue vigente, aún en la era de la digitalización. Recordemos lo que expresa Jean-Marie Schaeffer (1990 [1987]) en su notable libro *La imagen precaria (del dispositivo fotográfico)*:

[...] si queremos comprender lo que distingue a la imagen fotográfica de las demás imágenes, hay que abandonar la idea según la cual existe *una* imagen 'en sí' que sólo sufre cambios menores en función de los dispositivos que la producen. Christian Metz observaba ya en 1970 que estudiar la imagen no consiste forzosamente en buscar el 'sistema de la imagen, el sistema único y total'. Su pertinencia siempre es de rigor (p. 11-12).

Por eso el camino para estudiar la imagen fotográfica para Schaeffer era el de conocer al *dispositivo específico que la genera*⁷ y a los *saberes laterales* que ante cada imagen los sujetos movilizan. En este caso el dispositivo es icónico-indicial y los saberes laterales son sobre el mundo, es decir, sobre las entidades (por ejemplo, una frutilla) y sobre el *arché* (es decir, sobre la técnica: reconocer que una imagen es fotográfica implica comprender que entre el impregnante y el impregnado hay una

7 "Inversión de prioridades, pues: la imagen no será el dato originario de la descripción, sino que deberá desprenderse de sus presupuestos técnicos" (SCHAEFFER, 1990 [1987], p. 12)

relación indicial, existencial, garantizada por el dispositivo que a través de una placa fotosensible ha captado una situación luminosa). Es decir que las imágenes no pueden ser estudiadas en sí mismas, sino que deben ser enmarcadas en un estudio de la mediatización y de la circulación.⁸

4.2 Nuevo sistema mediático, interfaz y digitalización

Ahora bien ¿cómo abordar el estudio de las imágenes contemporáneas, las que produce y de las que se apropia con toda su complejidad la nueva mediatización? La principal novedad que ha traído la contemporaneidad es la emergencia de un *nuevo sistema mediático* basado en las redes telefónicas e internet. Ese sistema ha sido conceptualizado principalmente a través de conceptos como interfaz y digitalización. Las teorías de las interfaces han realizado aportes sustanciales para comprender un fenómeno central de ésta de época que diferencia nuestra experiencia con los históricos medios, lenguajes y dispositivos de la era de los medios masivos: la *interacción* (SCOLARI, 2018). El sistema de redes sociales mediáticas es interactivo mientras que la televisión histórica, el cine y el diario de papel, por ejemplo, no lo son. La *digitalización*, a su vez, ha afectado en dos niveles claves la vida de las imágenes, como se demostró en los debates sobre el “fin” de los medios masivos (CARLÓN; SCOLARI, 2009): la discursividad, ya sea por la generación de imágenes digitales o por la digitalización de imágenes canónicas y la circulación, impidiendo que las instituciones controlen y monetizen, como lo hacían antes, todas las etapas en las que se puede tomar contacto con ellas en la vida social (CARLÓN, 2016).

Sin embargo, a la vez que consideramos imprescindible sumar estas conceptualizaciones, entendemos que es necesario tomar cierta distancia de los desarrollos generalistas de esas teorías: por sobre todo cuando tienden a *reducir los herramientas analíticas* construyendo un *escenario plano de la mediatización*,

8 Recuérdese aquí que para Jean-Marie Schaeffer la imagen fotográfica es un signo de recepción. Dice: “[...] afirmo que es imposible comprenderla plenamente en el marco de una semiología que define el signo desde el punto de vista de su emisión” (1990 [1987], p. 7-8). Esta perspectiva tiene puntos de contacto con las formulaciones sobre la diferencia entre producción y reconocimiento de Eliseo Verón, para quien el sujeto en producción es un punto de pasaje del sentido.

en el que, por ejemplo, la especificidad de las imágenes icónico-indiciales de la era moderna y posmoderna que aun circulan en la posmodernidad tiende a desaparecer con el argumento de que pueden digitalizarse o de que a todas accedemos a través de una interfaz. Como dice Manovich (2006 [2001]):

La interfaz moldea la manera en que el usuario concibe el propio ordenador. Y determina también el modo en que piensa en cualquier objeto mediático al que accede a través del ordenador. Al despojar a los diferentes medios de sus diferencias originales, la interfaz les impone su propia lógica (p. 113).⁹

Nuestra posición en este punto es:

- a) que el anterior sistema de medios masivos con sus lenguajes y dispositivos se ha transformado en muchos aspectos pero *no ha desaparecido*,
- b) que la indicialidad se ha tornado *débil*, incluso como saber lateral, y su sujeto espectador *ha perdido la inocencia* (CARLÓN, 2016), *pero aún persiste y su actividad es tan importante para comprender los discursos contemporáneos como el saber sobre lo digital*¹⁰,

9 Es el problema de los enfoques generalistas. Al igual que sucede con la digitalización, la importancia de las interfaces no debe reducir los herramientas analíticos, porque los necesitamos para dar cuenta de la complejidad. En nuestra era los medios masivos siguen funcionando, en muchos aspectos, en base a fenómenos que fueron conceptualizados con categorías como dispositivos, lenguajes, medios, etcétera. Aunque las cámaras sean digitales, la televisión en directo sigue siendo fuertemente icónico-indicial. Tampoco es una interfaz: su sujeto espectador es básicamente el histórico, un *testigo mediático de los acontecimientos* (CARLÓN, 2004). El cine en sala, que se encuentra en crisis pero tampoco ha desaparecido, tampoco lo es: filmes que se apoyan en narrativas transmediáticas recientes como *Toy Story 4*, por ejemplo, se basan en su discursividad fuertemente en un conjunto de operaciones de montaje de larga tradición, como la secuencia, y si bien su sujeto espectador no es el de viejos filmes de *Disney*, muchos aspectos persisten: identificación con la cámara, textos no interactivos durante más de dos horas, sujeto espectador cuya posición está definida por el texto, etcétera. De lo que se trata, en definitiva, es de no simplificar, porque una de las razones por las cuales domina el incremento de la complejidad en la historia de la mediatización es porque los dispositivos de producción de sentido antes que desaparecer se acumulan.

10 Rápido ejemplo: las *selfies*. Son fotografías digitales, que circulan a través de interfaces, pero es imposible comprenderlas si no comprendemos la importancia que tiene en ellas la dimensión icónico-indicial.

- c) que es necesario investigar las imágenes contemporáneas en el marco de una conceptualización que contemple el funcionamiento simultáneo de dos sistemas, es decir, un escenario de mayor complejidad.

4.3 Imágenes modernas, posmodernas y contemporáneas

A partir de lo señalado retomo aquí libremente planteos formulados anteriormente, respecto a las imágenes modernas y posmodernas, basados en un análisis del funcionamiento de los sistemas mediáticos y de la circulación. El interés de esta distinción reside en que es útil para determinar la especificidad de las imágenes que circularon en el caso que estamos analizando.

Las imágenes que consideremos modernas son las que el sistema mediático instaló entre los siglos XIX y XX y se diferenciaron de las pre-mediáticas a partir de la instalación de dispositivos icónico-indiciales: la fotográfica, la cinematográfica y la del directo televisivo. Circularon con una gran diferencia entre producción y reconocimiento y se caracterizaron por su autonomía.

Las que consideramos posmodernas nacieron en los márgenes de los discursos mediáticos de la modernidad, principalmente en el campo de la experimentación artística vanguardista, y desarrollaron una serie de operaciones específicas: apropiación, montaje, intervención, interdiscursividad, etcétera. Estas imágenes se expandieron en el campo del arte en la fotografía posmoderna, y luego hacia los medios masivos, convirtiéndose en uno de sus desarrollos más importantes. La gran diferencia entre producción y reconocimiento se mantiene.

Las imágenes contemporáneas surgen luego de la emergencia de Internet, son digitales, y se accede a ellas principalmente a través de interfaces. Gracias a las interfaces y a la interacción la distancia de los procesos de producción/reconocimiento (no su diferencia conceptual) disminuye y adquiere un ritmo dinámico. La circulación contemporánea posee ciertas características específicas: es intra-sistémica (en un sistema mediático) o inter-sistémica (se establece entre los dos sistemas

mediáticos, el de los medios masivos y el de las redes sociales mediáticas), y en ambos casos circulan imágenes con componentes modernos, posmodernos y contemporáneos (las modernas y posmodernas con una indicialidad débil), y su ritmo puede ser frenético. Retomamos ahora el análisis del caso “Los zócalos de CFK”.

4.4 Persistencia y reconfiguración de las imágenes modernas en el caso de los zócalos de CFK

Intentaremos demostrar lo que acabamos de señalar con el análisis del ejemplo que estamos considerando. Comenzaremos atendiendo al posteo de CFK que es el que desencadenó la acción de los medios masivos y, en definitiva, el que hace que el ejemplo revista para nosotros tanto interés. Al margen de la polarización que enmarca los intercambios entre kirchneristas y antikirchneristas y a la cual volveremos, ¿en qué se concentró la retoma y discusión de su posteo por parte de los cuatro programas de televisión? En la falsedad de la articulación entre texto e imagen. Los cuatro programas recurrieron a sus archivos y determinaron que los discursos posteados por CFK se basaban en imágenes que fueron tomadas de su transmisión televisiva, que es predominantemente icónica indicial (CARLÓN, 2004; 2006), pero que la específica articulación entre texto e imagen nunca sucedió.

Ahora bien ¿cuál es el estatuto de las imágenes que generaron tanta polémica? Las imágenes fueron tomadas por Santos Vargas de transmisiones audiovisuales efectivas y al ser procesadas su *especificidad es digital*¹¹, pero también icónico-indicial (en su estatuto contemporáneo de indicialidad débil, como señalamos anteriormente). Lo que se discute es que en ningún momento de esas transmisiones, de las cuales tomaron y procesaron esas imágenes, aparecieron esos *videographs* que además resituaban a las imágenes en el contexto de otro acontecimiento, el conflicto del sábado 22 de julio en la provincia de Santa Cruz. Pero no se pone en discusión su estatuto.

¿A qué se debe tanta ofensa e interés por desmentir, sólo a que la articulación nunca se dió? Es el motivo principal,

11 Según Perucca, Santos Vargas realiza sus memes con Windows 95.

pero no el único: las imágenes icónico-indiciales son altamente verosímiles, identifican a través de la dimensión icónica a quien aparece representado, que se siente interpelado, y activan por la persistencia de la dimensión indicial la presuposición de que lo que se ve aconteció, mucho más que otras. Esa indicialidad no tiene el mismo poder en una imagen compartida en las redes que en una transmisión, por eso nos referimos a que en la contemporaneidad subsiste una indicialidad *débil* y a que el sujeto espectador *ha perdido la inocencia*, pero eso no quiere decir que haya desaparecido¹².

Por otro lado, es importante no dejar de lado que este tipo de discusión no nació en la era contemporánea, ni por la acción de Facebook o cualquier otra red social: se monta, con su especificidad, sobre debates característicos de la era de los medios masivos. Es decir que el temor de esos programas radica en que saben que aunque el posteo se produjo en una red social cuya lógica es la digitalización y se accede a las imágenes a través de una interfaz, esa imagen necesita ser desmentida, porque tiene una gran capacidad de influir a los demás, no sólo a los kirchneristas, sino a cualquiera que tome contacto con ella. Quizás ahora se comprenda mejor a qué nos referimos cuando decimos que tomamos distancia de ciertos desarrollos generales de la teoría de la digitalización: en particular los que disuelven o “aplanan” las diferencias entre las distintas imágenes.

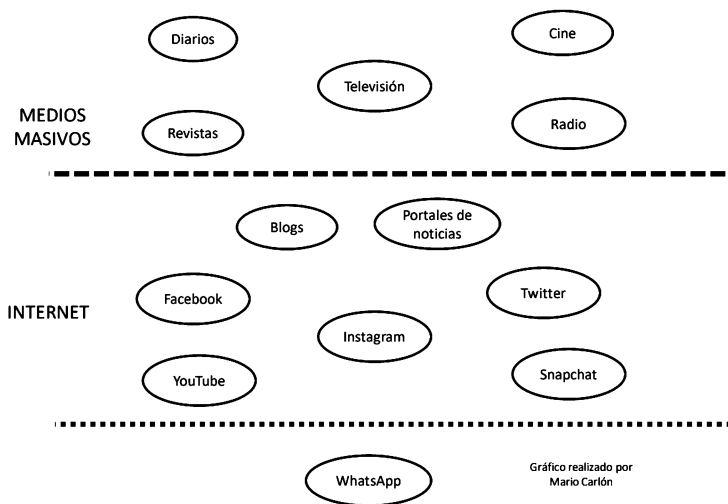
4.5 La mediatización contemporánea

Establecida nuestra posición sobre teoría de las interfaces y de la digitalización, pasemos ahora a la conceptualización de la nueva mediatización¹³. El siguiente gráfico, que ubica arriba al sistema de medios masivos y abajo a las redes sociales mediáticas, da cuenta de la articulación entre sistemas mediáticos que habilita la nueva circulación. En el escenario contemporáneo ambos están dominados por la digitalización, pero eso

12 Puede encontrarse en Carlón (2012) una reflexión sobre lo simbólico, lo icónico, lo indicial y lo digital.

13 El análisis que aquí se presenta sobre mediatización y circulación tiene múltiples puntos de contacto con los que vienen desarrollándose por autores como Antonio Fausto Neto, José Luiz Braga, Jairo Ferreira y Pedro Gilberto Gomes en diálogos entre Argentina-Brasil. Se reenvía aquí a Carlón (2019).

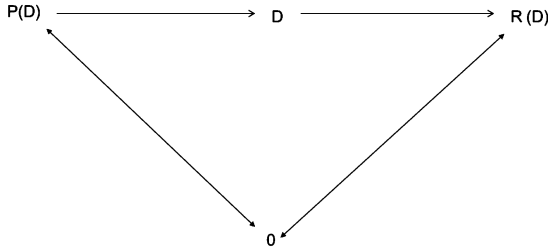
no implica que la digitalización sea todopoderosa: la imagen de Santos Vargas, como vimos, no es sólo digital.



5. La circulación contemporánea

Presentaremos ahora un nuevo gráfico, que ilustra cómo fue específicamente la circulación del *meme* de Santos Vargas y cuáles fueron las retomas que realizaron los medios de comunicación masiva según el relato que cuenta Pedro Perucca y la reconstrucción que pudimos realizar.

Pero antes de hacerlo destinamos unas palabras a los fundamentos epistemológicos y al lenguaje gráfico utilizado. El gráfico que vamos a presentar se basa en el modelo de “unidad mínima” que, basado en la teoría de Charles Sanders Peirce, Eliseo Verón presentó en “El sentido como producción discursiva” (1987), un texto clave de *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Como es imposible exponer aquí brevemente lo que Verón expone en un capítulo en el seno de una exposición más extensa, remitimos a cualquier interesado en profundizar este tema al texto de Verón. Este es el esquema:

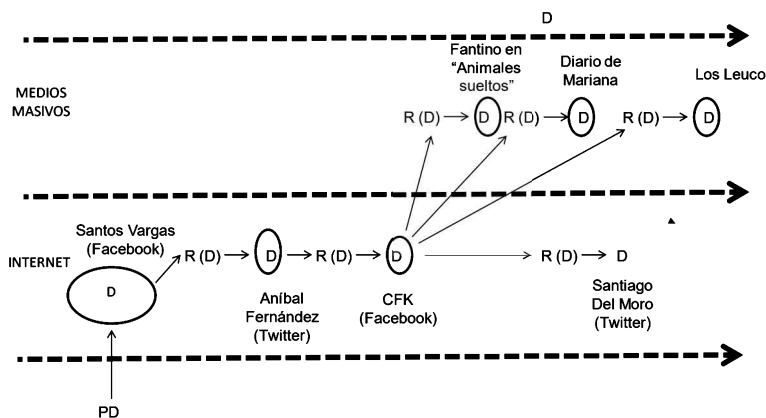


Para nuestros fines aquí es suficiente con expresar que en el gráfico se abren dos instancias, producción y reconocimiento. Un discurso (D) tiene condiciones de producción (PD) y condiciones de reconocimiento (RD). La circulación es para Verón la diferencia entre producción y reconocimiento y, por lo tanto, no es lineal. Así no es posible conocer los efectos de un discurso en reconocimiento sólo a partir de un análisis en producción. El análisis en reconocimiento se realiza sobre nuevos discursos que necesariamente deben enunciarse en una instancia posterior. El gráfico que presentamos en el próximo ítem está basado en el de Verón, pero también en el de la mediatización contemporánea que vimos anteriormente. Como hay dos sistemas de medios, la circulación puede ser *descendente* (de “arriba hacia abajo”), *ascendente* (de “abajo hacia arriba”) u *horizontal* (entre pares en el sistema de medios masivos o en el de redes sociales).

6. Circulación: guerrilla semiótica hipermediática y circulación desbordada

Regreso ahora al caso que estamos analizando. Dada su complejidad, que generó una intensa actividad durante una semana en las redes sociales y en los medios masivos, y al hecho de que han pasado más de dos años desde que aconteció, lo cual dificulta la reconstrucción exhaustiva de la circulación, el gráfico que presentamos a continuación ofrece una aproximación. Es un “gráfico mínimo”, dado que sabemos que sucedieron muchos

otros procesos: focalizamos ante todo las respuestas directas de los programas aludidos en el posteo de CFK señaladas por Perucca. Pero alcanza para lo que nos proponemos mostrar: la especificidad de la nueva circulación hipermediática y un camino hacia su análisis.¹⁴



La circulación comienza en dirección *ascendente*, porque empieza desde abajo: Santos Vargas realiza su publicación en *Facebook*. Luego Aníbal Fernández comparte la parte de abajo del montaje de Santos Vargas y después lo hace CFK. A la ex Presidenta le contesta Santiago del Moro desde su cuenta de *Twitter*. A partir de aquí comienza una intensa actividad hipermediática entre las redes sociales y los medios masivos, de la cual damos cuenta sólo parcialmente. Privilegiamos la retoma de los programas televisivos referenciados. Entonces se produce el *ascenso* de la imagen amputada a los medios masivos: la comentan Alejandro Fantino en *Animales sueltos*; Mariana Fabiani en *Diario de Mariana*; Santiago del Moro y su panel en *Intratables*; y Diego Leuco en *Los Leuco*.

Pasemos ahora del análisis descriptivo al interpretativo. La circulación del sentido tiene como marco la *polarización* entre kirchneristas y antikirchneristas que existe en la cultura argentina. Unos y otros disputan en este caso y muchos otros *una guerrilla semiótica intra e inter-sistémica* por el sentido,

14 El gráfico ha sido elaborado en base al modelo de "unidad mínima" de Eliseo Verón de 1987.

para imponerse en la circulación¹⁵. Pero esta no es la única lógica que interviene. Hay otra, silenciada y específica de la contemporaneidad sobre la cual nos interesa llamar la atención.

Es la que define la especificidad del caso, los sentidos que se dieron a las imágenes, los equívocos que se desencadenaron. Es muy importante atender en el marco de una perspectiva no lineal de la comunicación a que no sólo CFK posteó una imagen de la cual lo más probable es que no conocía su origen, no sabía que había sido generada por Santos Vargas, y probablemente tampoco sabía que había sido adulterada. Pero es interesante destacar también que ninguno de los intervinientes en el debate, que la trataron de mentirosa y demostraron que las imágenes eran apócrifas, sabían quién había generado la imagen a la que se referían. Es decir, la acusaron de mentirosa, pero ignorando su propia ignorancia, situación que no parece ser una condición ideal para una construcción de un saber o señalarle al otro una falta. Es a este fenómeno al que llamamos *circulación desbordada*, que consideramos específico de nuestra contemporaneidad: los sujetos nos encontramos inmersos en un magma de tal complejidad que constantemente estamos a punto de quedar en la misma situación que CFK o de aquellos a los que interpeló.

En este contexto, hay dos enunciadores que se destacan: Santos Vargas y Perucca. En cierta dimensión Santos Vargas *predice* la reacción de los medios a los que interpela. Es lo que se puede decir del enunciado “Espada del abono básico: déjame ver más allá del lunes”.¹⁶ Espada del abono básico, como adelantamos, se refiere a *Clarín*: a que es un medio que más que practicar el periodismo es una espada¹⁷. Lo que predice es que no sólo los programas de

15 La noción *guerrilla semiótica hipermediática* se basa en la de *guerrilla semiológica* de Umberto Eco (1987 [1967]). La gran diferencia es que ahora se despliega entre el sistema de medios masivos y el de nuevos medios.

16 Hay una doble referencia a *Clarín* en la composición de Santos Vargas. Por un lado, se encuentra incrustado el logo del diario en la parte superior. Por otro lado, la referencia al abono básico también remite al grupo dado que, si bien el diario es el emblema a partir del cual se construyó el *holding*, el diario es parte de un multimedio cuyo negocio principal es el servicio de televisión por cable que cobra un “abono básico”.

17 La referencia de Santos Vargas tiene donde hacer pie. Uno de los principales periodistas del diario expresó en una nota publicada en setiembre de 2018 que durante los años del kirchnerismo hicieron “periodismo de guerra”.
<https://www.perfil.com/noticias/medios/julio-black-periodismo-de-guerra-clarin-kirchnerismo-cambiemos-ideas.phtml>

Canal 13 sino también los de *Canal 2* van a comparar críticamente a Santa Cruz con Venezuela a partir de los hechos ocurridos el 22. Pero es una predicción en el mejor de los casos parcial, porque jamás podría haber previsto, por ejemplo, que su imagen iba a ser compartida por la Presidenta y todo lo que esa circulación iba a generar, incluyendo este artículo.

Por otro lado, Perucca es quien en el seno de los encadenamientos ocupa un rol clave dado que devela que el hilo se originó a partir de un posteo de Santos Vargas. Pero su discurso no es retomado, no *asciende* a los medios masivos, es ignorado, no genera una específica circulación.

7. Poder de los enunciadores y poder de los discursos

Retomamos ahora otra distinción que realizó Eliseo Verón para el estudio de la circulación. En el capítulo “La red de distancias” Verón (1987) establece una distinción. Dice que lo ideológico es el “sistema de relaciones de un discurso (o de un tipo de discurso) con sus condiciones de producción, cuando éstas ponen en juego mecanismos de base del funcionamiento de una sociedad” (134). En cambio, el poder es “el sistema de relaciones de un discurso con sus efectos, cuando las condiciones de reconocimiento conciernen a los mecanismos de base de funcionamiento de una sociedad” (p. 134). Es decir que lo ideológico es un vínculo con las condiciones de producción y, por consiguiente, pueden estudiarse sus huellas, mientras que del poder *no hay huellas*, sólo puede estudiarse a partir de un estudio en reconocimiento que focalice la circulación.

En nuestro caso, podemos circunscribir la presencia de estas dos dimensiones y analizarlas en el seno de procesos de circulación hipermediáticos. Santos Vargas no era un enunciadore poderoso antes de su posteo; es para la mayoría un desconocido, como se comprueba con el hecho de que, hasta que Perucca lo identificó, ningún medio supo que había producido la imagen. Sin embargo, un posteo suyo fue compartido por uno de los enunciadores más poderosos y conocidos de la Argentina: CFK. ¿A qué se debió? Nuestra tesis es que aconteció porque puso en

juego otro poder: *la lógica semiótica que reside en el poder de los discursos*. Ese poder es tan grande que no sólo hizo que su discurso fuera compartido por CFK, sino que llegara a los medios masivos. Porque muchos discursos que CFK publica en sus cuentas en las redes no son retomados en los medios masivos. Pero su poder igualmente es limitado, porque no hubiera llegado a los medios masivos a no ser que sucediera lo que sucedió: que lo compartió CFK. Es decir, que interviniera además el poder del enunciador. Así viven las imágenes en nuestra contemporaneidad: entre las guerrillas semióticas y la circulación desbordada, entre el poder de los enunciadores y el poder de los discursos.

Referencias

- A. A. V. V. *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. (França, Vera; Freire Filho, João; Lana, Ligia y Simões, Paula [org.]). Porto Alegre: Sulina, 2014.
- BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina. *Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande, PB: EduePB, 2017.
- BRAGA, José Luiz. Circulação & circuitos. In: CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió: Edufal, 2017. p. 49-64.
- BRAGA, José Luiz. La política de los internautas es producir circuitos. In: *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 43-59.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. *YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade*. São Paulo: Aleph, 2009.
- CARLÓN, Mario. Individuos y colectivos en los nuevos estudios sobre circulación. (O cómo los individuos y los colectivos mediatizados se transforman en la contemporaneidad). *Revista Inmediaciones*, Montevideo: ORT, v. 14.
- CARLÓN, Mario. *Después del fin: una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y YouTube*. Buenos Aires: La Crujía, 2016.

- CARLÓN, Mario. Registrar, subir, comentar, compartir: prácticas fotográficas en la era contemporánea. In: CORRO, Pablo; CONSTANZA, Robles (ed.). *Estética, medios masivos y subjetividades*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica, 2016. p. 31-54.
- CARLÓN, Mario. Contrato fundacional, poder y mediatización: noticias desde el frente sobre la invasión a YouTube, campamento de los bárbaros. *Revista MATRIZES*, São Paulo: Universidade de São Paulo, n. 7.
- CARLÓN, Mario. En el ojo de la convergencia: los discursos de los usuarios de *Facebook* durante la transmisión televisiva de la votación por la Ley de Matrimonio Igualitario. In: *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 173-194.
- CARLÓN, Mario. *De lo cinematográfico a lo televisivo: metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Buenos Aires: La Crujía, 2006.
- CARLÓN, Mario. *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía, 2004.
- CARLÓN, Mario. *Imágenes de arte/imágenes de información: problemas actuales de la relación entre las artes y los medios*. Buenos Aires: Atuel, 1994.
- CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos A. *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*. Buenos Aires, La Crujía, 2009. (Se realizó una re-edición ampliada en 2014).
- ECO, Umberto. Para una guerrilla semiológica. In: *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires: Lumen/La Flor, [1967] 1987.
- FAUSTO NETO, Antônio. Circulação do discurso político: entre meios e atores, as redes e aglomerações momentâneas nas eleições presidenciais brasileiras de 2018. Porto Alegre, COMPÓS, 2019.
- FAUSTO NETO, Antônio. A circulação do impeachment do artigo de fundo a página virada. In: CASTRO, Paulo César (ed.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*, Maceió: Edufal, 2017. p. 235-256.

- FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antônio; VALDETTARO, Sandra (ed.). *Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos*. Rosario: UNR, 2010. p. 2-17.
- FERREIRA, Jairo. As metamorfoses da circulação: dos fluxos às questões de reconhecimento. In: CASTRO, Paulo César (ed.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió: Edufal, 2017. p. 109-124.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiatização: um conceito em evolução*. São Leopoldo: Unisinos, 2017.
- MANOVICH, Lev. *Software Takes Command*. New York: Bloomsbury Academic, 2013.
- MANOVICH, Lev. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós, [2001] 2006.
- NEGROPONTE, Nicholas. *Ser digital (being digital)*. Buenos Aires: Atlántida, 1995.
- PARISER, Eli. *El filtro burbuja: como la red decide todo lo que leemos y lo que pensamos*. Barcelona: Taurus, [2011] 2017.
- SCHAEFFER, Jean-Marie. *La imagen precaria (del dispositivo fotográfico)*. Madrid: Cátedra, [1987] 1990.
- SCHULIAQUER, Ivan. *El poder de los medios: seis intelectuales en busca de definiciones*. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2014.
- SCOLARI, Carlos A. *Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología*. Barcelona: Gedisa, 2018.
- VERÓN, Eliseo. La revolución del acceso. In: *La semiosis social 2: Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*, Lima: Felafacs, n. 48, p. 9-17, 1997.
- VERÓN, Eliseo. El sentido como producción discursiva. In: VERÓN, Eliseo. *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa, 1987. p. 124-133.

VERÓN, Eliseo. La red de distancias. *In: VERÓN, Eliseo. La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad.* Buenos Aires: Gedisa, 1987. p. 134-139.

Redes sociais digitais e sistemas de relações

Digital social networks and relation systems

José Luiz Braga¹

Resumo: O artigo sugere que a pesquisa sobre redes sociais digitais assegure tanto a atenção sobre a diversidade de experiências como uma visada abrangente. Isso implica envolver analíticas referentes a casos singulares buscando, entretanto, dimensões de variação para relacionar a diversidade. Propõe dar mais ênfase aos sistemas de relações sociais em elaboração através de redes que à materialidade das tecnologias. Observa que a dificuldade de apreensão de lógicas das redes se deve, mais que à diversidade das experiências, ao fato de que estas ainda não desenvolveram padrões estabilizados – não dispondo, no conjunto, de regras definidas. Propõe a investigação das urgências que estimulam a experimentação social e das estratégias em curso que buscam eventuais lógicas futuras.

Palavras-chave: Redes digitais. Sistemas interacionais. Códigos & inferências. Mdiatização.

Abstract: The article proposes that research on digital social networks requires both attention to diversity of experiences and studying broad processes This implies an analysis referring to singular cases seeking, however, dimensions of variation to link diversity. It suggests putting more emphasis on the social relations systems developed through networks than on the materiality of technologies. It considers that the difficulty in grasping the

1 Professor Titular no PPG em Ciências da Comunicação, Unisinos. E-mail: jbraga@unisinos.br.

logic of networks is due, rather than to diversity of experiences, to the fact that they have not yet developed stabilized standards – not having defined rules as a whole. It proposes an investigation into emergencies that stimulate social experimentation and current strategies that seek the construction of structures.

Keywords: Digital networks. Interaction systems. Codes and Inferences. Mediatization.

1. A questão

A questão que se coloca para nossa reflexão, neste texto, é a de propor ângulos de investigação sobre o objeto “redes sociais digitais” que possam manter a atenção sobre a diversidade de experiências, processos, problemas e lógicas de funcionamento, evitando, entretanto, que essa necessária analítica de casos e episódios leve à dispersão do conhecimento ou a um empirismo descritivo. Ao mesmo tempo, é importante desenvolver perspectivas abrangentes sobre a diversidade, mas sem cair no risco da generalização indevida de umas poucas características singulares, apenas porque mais vistosas, mais evidentes em termos materiais (da tecnologia, por exemplo) ou geradoras de ocorrências retumbantes, mas que não expressam padrões efetivamente gerais nem arranjos estabilizados.

O contexto em que inscrevemos nossa reflexão sobre redes sociais digitais é o da crescente mediatização social. Esta não se restringe a uma relação entre sociedade e suas mídias – como se fossem instâncias externas uma à outra. A “tradição institucional” (HEPP, 2014, p. 47) explica a mediatização como influência de uma *lógica da mídia* sobre os demais setores sociais, que apenas sofrem as transformações. Não parece que isso seja suficiente.

Considerando o uso das mídias como um processo *de sociedade*, o que percebemos aí é que iniciativas e experimentações sociais, em todos os setores de atividade e reflexão, vão tornando a mediatização um “processo interacional de referência” (BRAGA, 2007). Se devemos observar a circulação das falas midiáticas, não é por considerar as mídias como direcionadoras dos padrões de comportamento social, e sim para perceber, nesta circulação, como os setores sociais agem ao acionar esse modo interacional.

Uma das características das novas tecnologias é justamente oferecer espaço de compartilhamento para interações muito diferenciadas. Não são *especializadas*. Em certo sentido, são códigos parcialmente vazios – ou seja, podem ser preenchidos por uma variedade muito grande de conteúdos, de ações, de estratégias, podem servir a diferentes objetivos, desafios, enfrentamentos e urgências.

A imbricação entre os modos de interação e de encaminhamento de todas as questões sociais é tão intensa que os processos e as experiências de mediação podem ser aproximados como sintomas para sondar e apreender a sociedade. Paralelamente, uma percepção sobre as questões sociais, em diferentes aspectos, nos informa sobre os sentidos e encaminhamentos dados em circulações ativadas com recurso às novas tecnologias.

Com base nessas proposições, entendemos que o estudo de redes sociais digitais pede uma análise dos *sistemas de relações* aí desenvolvidos, mais que uma observação restrita às tecnologias.

2. Diversidade

No que se refere à mediação e à presença, aí, das redes sociais digitais, constatamos uma grande diversificação de processos, demarcada por características como estas:

- Surgimento de uma variedade de mídias sociais e particularmente de aparatos midiáticos – Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, blogs, WhatsApp, Spotify, etc.
- Percepção ampliada de uma diversidade de redes sociais, que surgem ou simplesmente se tornam perceptíveis em um ambiente digitalizado.
- Constatação de que todas as instâncias sociais são atravessadas por redes digitais.
- Ocorrência de modificações processuais variadas em redes sociais já existentes antes das tecnologias digitais, pelo desenvolvimento de experiências de

acionamento tecnológico buscando desenvolver suas táticas e objetivos.

- Florescimento de demandas e propostas que antes não chegavam a manifestar-se em rede, e que veem aparecer uma possibilidade de expressão e de existência perante o olhar público.
- Diversidade, também, na qualidade dos resultados de tais experiências, que se apresentam no âmbito de uma cultura digital – e que vão do estimulante ao desastroso, passando pelo simplesmente inoperante.

Em todos os setores da sociedade, a percepção de existência de recursos tecnológicos inexplorados estimula competências inventivas e inferenciais da espécie humana na direção de “tentar fazer alguma coisa com isso” em favor de seus interesses. Em consequência, o setor político, a indústria, a educação em todos os níveis, as atividades comerciais, a produção intelectual e artística, o entretenimento, o jornalismo e as habituais profissões da comunicação – todas as instituições, todos os campos sociais passam a enfrentar ocorrências não habituais, para as quais não dispõem de regulações práticas estabelecidas.

Esses processos (dadas as características tecnológicas postas em ação e a inexperiência social com tais estratégias tentativas) fazem as redes sociais, de quaisquer tipos, anteriores ou novas, extravasar suas próprias fronteiras previstas – em modo intencionado, ou não. Mesmo quando intencionado – ou motivado justamente por essa busca de ampliação de alcance –, não há controle do efetivo alcance nem dos modos pelos quais essa ultrapassagem se realiza.

3. Analítica x explicações gerais

Correlatamente aos processos em sociedade, desenvolve-se o interesse acadêmico e multiplicam-se teorias explicativas, buscando apreender teoricamente a cacofonia decorrente da profusão de objetivos e táticas. Com isso, as redes são estudadas por diversos ângulos:

- Conforme o campo social de sua ocorrência – político, cultural, econômico, organizacional, de entretenimento, de setores profissionais os mais diversos, de iniciativas individuais. São acionados aí os conhecimentos específicos sobre os campos de ocorrência, e suas práticas habituais se tornam referência para a percepção dos deslocamentos.
- Conforme as disciplinas de conhecimento em ciências humanas e sociais – sociologia, linguística, antropologia, educação, ciência política, etc. – que abordam as questões comunicacionais envolvidas em relação a suas próprias preocupações disciplinares.

Não podemos, portanto, afirmar nenhum padrão comum de explicações sobre o quadro da midiaticização e, neste, não temos ainda concepções suficientemente abrangentes para apreender as redes sociais digitais e seus processos. A tentativa de encontrar uma explicação tecnológica – atribuir ao desenvolvimento tecnológico os encaminhamentos da sociedade – esbarra imediatamente na variedade de ocorrências e experimentações que acionam as mesmas viabilidades técnicas oferecidas para fazer coisas diversas.

Certamente, é pertinente observar e fazer interpretações sobre as funcionalidades de cada aparato midiático e suas tecnologias – o que permite pesquisar suas incidências específicas nas redes singulares. Mas essa abordagem igualmente gera análises tão diversificadoras quanto a variedade de aparatos e de acionamentos feitos pela sociedade. Pode-se, aliás, considerar que, hoje, a diversidade de *hardwares*, de *softwares*, de aplicativos deriva de demandas socialmente expressas ou intuídas pelos desenvolvedores.

Nessa situação não podemos abdicar de uma análise diversificada, tanto pelos processos práticos de sociedade e pelos campos sociais concernidos como pelas disciplinas e linhas teóricas envolvidas nessa busca de compreensão. Mais que propor visadas macroexplicativas do conjunto, nossa abordagem deve se voltar para compreender a diversidade de ocorrências e situações.

Isso não implica, porém, aceitar uma diversificação ao infinito de descrições episódicas que se limitem ao caso a caso empiricista e disperso. Essa analítica não pode se restringir a uma descritividade empírica que apenas evidencia, descreve, se surpreende, ou tira conclusões muito gerais diretamente a partir de episódios. Ou seja: a pesquisa não deve se limitar ao caso nem pretender qualquer tipicidade nas características aí percebidas.

Paralelamente às analíticas, vemos também a importância de visadas transversais, que viabilizem articular as descobertas e os conhecimentos aí obtidos e gerar aprendizagens a partir do próprio tensionamento mútuo entre diferentes propostas interpretativas. Para apreender reflexivamente aquela diversidade, é preciso também constatar os elementos comuns, pois estes podem fornecer as dimensões sobre as quais se constatarão as variações.

O que permitirá um trabalho de continuidade de elaboração teórica é a possibilidade de investigar, em cada caso, determinadas características que possam se apresentar como dimensões de variedade – multiplicar, no conjunto de estudos de casos, essas dimensões percebidas e as variações encontradas em cada uma.

Em uma das mesas do II Seminário Internacional de Mdiatização, o Prof. Muniz Sodré referiu o açambarcamento da vida contemporânea pela economia e pela tecnologia. Eu acrescentaria, no Brasil: e pela (má) política. Efetivamente, os debates para os quais se volta o interesse de grande parte das redes digitais, assim como o âmbito das experimentações interacionais feitas, sofrem a incidência, na perspectiva do participante social, de um ou mais destes ângulos.

Correlatamente, na abordagem acadêmica, ocorre uma tendência de enfatizar essas mesmas perspectivas, nos estudos que tenham uma pretensão de abrangência. É preciso, porém, acrescentar um quarto ângulo de relevância transversal: a dimensão comunicacional.

Minha pesquisa dá prevalência aos processos comunicacionais que se evidenciam em toda a diversidade referida –

ainda que modalizados pelos diferentes campos sociais de sua ocorrência e pelos diversos âmbitos teóricos acionados na investigação. Essas modalizações (econômicas, tecnológicas, políticas, culturais, ...) não devem ser esquecidas nem consideradas secundárias em nossa perspectiva comunicacional. Mas o que quero observar é *como*, nessas estruturações diversas, *a comunicação se realiza*. Melhor ainda, refletir sobre a questão comunicacional que pode ser relacionada a essa situação específica de diversidade e dispersão. Isso corresponde a dizer que uma de nossas preocupações teóricas é a de compreender as próprias lógicas gerais que estão na base da diversificação. E, aqui, acreditamos que uma perspectiva propriamente comunicacional pode oferecer boas pistas.

Não se trata de propor uma explicação comunicacional que se contraponha às demais, ou que tenha a pretensão de ultrapassá-las. Trata-se antes de perceber, em articulação com aquelas dinâmicas sociais, alguns processos diretamente comunicacionais em ação. E, com base nisso, poder propor algumas perguntas gerais que favoreçam uma entrada analítica.

Para isso, precisamos chamar a atenção para algumas características preliminares dos processos que levam a arranjos interacionais e que podem sugerir algumas dimensões de variação (ou “linhas de variação”, diria Deleuze [1989, p. 193]).

4. Sistemas de relações

Redes sociais sempre existiram, assegurando seus processos interacionais conforme as disponibilidades do momento histórico. A sociedade é uma imbricação de redes interacionais, em diferentes níveis e com diferentes poderes e alcances.

Redes não são definidas pelo simples fato de diferentes pessoas e grupos terem a possibilidade de se exprimir, ou de produzir emissões dirigidas a todos os demais participantes. São caracterizadas, antes, pelo sistema de relações que se desenvolve entre esses participantes, e no acionamento de todos os componentes materiais ou simbólicos que sejam aí relevantes para os processos em ação. Podemos aqui usar o conceito de Michel Foucault para o que denomina “dispositivos”:

O que tento demarcar sob esse nome é, primeiramente, um conjunto resolutamente heterogêneo, comportando discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas, em suma: tanto o dito como o não dito, aí estão os elementos do dispositivo.

O dispositivo, propriamente, é o sistema de relações² que se pode estabelecer entre esses elementos (FOUCAULT, 1994, p. 299).

Os sistemas de relações (explicitamente formulados ou não) se tornam padrão para as interações realizadas. Se hoje temos um processo interacional reticular, com utilização de mídias sociais, é porque *a sociedade desenvolve tais sistemas de relações*.

É o sistema de relações, socialmente desenvolvido, e não a tecnologia, o que caracteriza uma rede. Assim, diferentes relações estabelecidas com objetivos diversos, para enfrentar problemas diferentemente abordados, serão redes diferenciadas, ainda que acionem as mesmas tecnologias. Certamente, tais tecnologias fazem parte dos elementos heterogêneos acionados – inscrevendo-se aí com suas características próprias e incidindo sobre os sistemas, mas propiciando interações diversas, de situação para situação.

Outro aspecto que deve ser acrescentado é que os sistemas de relações das redes sociais digitais não apresentam apenas aquela diversidade assinalada: se mostram, também, com bastante frequência e intensidade, como sistemas incompletos, tentativos, indefinidos, em construção. E talvez isso, mais que a variação, é que os caracteriza nos tempos atuais – o fato de que são espaço de experimentação aberta.

Por isso mesmo, é coerente analisá-los sobretudo a partir dessa situação de incompletude e experimentalismo. Não

2 É interessante observar que a expressão usada por Foucault para tratar de sistemas de relações é a palavra *reseau* (rede) – usada em tempos pré-digitais em um sentido mais focado que o atual: para indicar relações complexas que formam sistema.

se trata apenas de uma diversidade de ocorrências, mas também da diversidade experimental, de ensaio-e-erro.

É comum pensar um sistema como uma estrutura pronta e regrada, que determina as ocorrências no espaço em que o sistema alcança. O sistema, ele mesmo, é visto como código. Essa percepção deve ser tornada mais complexa.

Considero como “código” a todo processo, elemento material (natural ou produzido), gesto, símbolo, simples ou complexo, que esteja objetivamente disponível e de algum modo compartilhado (ainda que parcialmente) entre participantes de uma interação. Tais elementos compartilhados servem de mediação para ação comum entre os participantes, qualquer que seja essa ação pretendida. Dão base, assim, pela interação, para o processo comunicacional – que diz respeito mais à ação conjunta que à simples passagem de mensagens de uns a outros (embora esta possa fazer parte daquela ação).

Vejo os sistemas de relações – de interação – como estruturas, socialmente elaboradas, com as seguintes características mínimas (diversamente realizadas):

- Não simplesmente um código – correspondente ao próprio sistema; mas uma diversidade de códigos, confluentes, mas também concorrentes entre si.
- Paralelamente, os códigos, necessários, são sempre insuficientes; devem ser complementados por processos de realização estratégica requeridos para o ajuste dos códigos entre si, e destes com as ocorrências singulares da realidade. Esse âmbito estratégico implica um constante trabalho tentativo, de arranjos interacionais, para viabilizar tais ajustes.
- Com isso, os participantes de todos os processos sociais, embora no acionamento das regras culturais, políticas, institucionais, profissionais, inevitavelmente *improvisam* seu dia a dia. Uma competência inferencial permite, correlatamente, que nossos padrões incorporados se ajustem à circunstância específica.

- Além disso, embora encontremos sempre, na cultura, padrões já estabelecidos, estes padrões foram anteriormente gerados – pelo próprio exercício tentativo da comunicação, sempre que urgências sociais (ou seja: problemas que não dispõem de soluções canônicas) vão gerando arranjos *ad hoc* para seu enfrentamento.

Em síntese: os códigos sociais viabilizam a comunicação que se desenvolve em seu âmbito – mas é o processo comunicacional, por seus arranjos tentativos, que gera os códigos sociais. Os códigos dados (na verdade, anteriormente gerados) são constantemente modificados, não só pelas eventuais mudanças de contexto, mas por seu próprio uso.

O que ocorre, atualmente, é que nos encontramos em um momento histórico em que os códigos estabelecidos veem sua pertinência reduzida, e as situações em experimentação ainda não geraram novos códigos suficientemente estáveis nem confiáveis em sua previsibilidade.

5. O que incomoda

As redes sociais “tradicionais” – os sistemas de relações muito estabelecidos nas práticas sociais que podemos considerar incorporados na cultura e realizados na política, nos sistemas educacionais, nos diferentes campos profissionais, nas instituições da vida privada – são tão diversificadas (entre si e nos processos internos de cada uma) quanto se mostram diferenciadas as atuais redes digitais e seus processos.

Por que um âmbito de diversidades não incomoda, e o espaço recente se mostra intrigante? Provavelmente porque encontramos, na segunda situação, um grau de instabilidade, de existência não consolidada nem “pacificada” por uma prática repetitiva e pelo discurso da normalidade.

Nos sistemas de relações muito estabelecidos, temos “verdadeiros códigos” que indicam essa normalidade e compõem a referência, tanto para o atendimento como para as estratégias de eventual distanciamento do padrão³.

3 Ver, nesse aspecto, “Das regras às estratégias” (BOURDIEU, 2004).

O que incomoda, no que não está estabelecido, parece ser essa quase ausência de código, essa abertura experimental que leva ao imprevisível, essa indistinção entre o possível e o necessário, essa instabilidade do conhecimento.

Uma rede longamente estabelecida tem uma percepção mais ou menos clara a respeito de suas próprias justificativas de ação, assim como sobre as estratégias para o enfrentamento de seus objetivos. Nesse espaço, a comunicação pode se limitar quase apenas a uma adoção espontânea das práticas habituais. As urgências, ainda que menos previstas, dispõem de um acervo de indicações para os ajustes estratégicos ao circunstancial movente.

Quando, entretanto, se dá uma intensa mudança de circunstâncias em grande número de setores, campos especializados, instituições, mundos públicos e privados, a sociedade já não pode manter o conforto do “já compartilhado” para assegurar suas interações. Entramos então em uma fase, que pode ser mais ou menos longa, com necessidade de ajustes maiores, de experimentações menos controladas, de indícios ampliados de invenção social.

Isso é justamente o que ocorre na fase atual da midiatização social. A oferta de potencialidades antes não disponíveis no nível individual, para ações interacionais muito diversas daquelas já estabelecidas, assim como seu acesso para o grande número de interagentes abrem esse espaço (e essa necessidade) de experimentação.

Primeiro, problemas socialmente enfrentados por soluções e estratégias mais habituais passam a buscar soluções mais efetivas com os novos recursos. Depois, as próprias estratégias experimentais geram novas urgências. Isso corresponde ao que Foucault caracteriza como um “perpétuo preenchimento estratégico” (FOUCAULT, 1994, p. 299).

Ou seja: mais que as características propriamente materiais das novas tecnologias, vemos incidir sobre as redes sociais “anteriores” e sobre a comunicação social em geral essa possibilidade, repentina e ampliada, de fazer o que já fazíamos, agora em modos muito diversos; e de fazer coisas que não podíamos fazer por inexistência de linhas de circulação, por ausência de condições concretas de fluxo.

6. Os desafios

É preciso, então, observar as urgências sociais que aparecem na forma de redirecionamento de problemas habituais de sociedade para os quais se constituem (ou experimentam) sistemas de relações digitais em rede.

Algumas dessas urgências decorrem diretamente dos objetivos e desafios anteriores, quando postos diante da possibilidade (ou da necessidade, para interação com o ambiente) de seu enfrentamento pelo acionamento dos novos recursos. O próprio problema anterior muda de perfil: pelos novos objetivos de alcance, de circulação, de perfil de participantes, pelos modos como estes “entram em rede” ou podem ser instados a entrar. Não raro, temos diretamente novos problemas, decorrentes já dessa quase imposição de circulação ampliada, de necessidade de acesso, de possibilidade de invenção de outras interações, de alcances e de ações tornadas viáveis, antes não pensadas.

O que ocorre, então, é um deslizamento do já previsto – como fonte de oportunidades, mas também como ausência de caminhos definidos. As tecnologias comparecem, é claro, com suas ofertas. Essas ofertas, diversamente experimentadas para o exercício ou constituição de sistemas de relações, produzem desafios, estimulantes, adversos ou paradoxais:

- Amplia-se o acesso para ações de iniciativa individual, em variedade e proporções antes não imaginadas.
- Surgem conexões diversificadas entre os espaços da vida privada e o espaço público, dada a ampliação de circuitos possíveis em rede.
- Estes âmbitos, tradicionalmente distinguidos, veem modificados, em consequência, seu desenho, sua abrangência, suas articulações (internas e entre os dois espaços).
- Os fatores de confusão derivados de intercepções entre a esfera pública e mundos privados, de ações individuais e institucionais, de setores especializados e amadores, de porosidade de fronteiras entre

campos sociais, abrem possibilidade para experiências socialmente ricas, mas também dão margem a equívocos e riscos incontroláveis.

- O espalhamento de ações possíveis e das origens de iniciativa – que produz uma ampliação de liberdades – se acompanha, por outro lado, de formas de controle e regulação antes inexistentes ou desnecessárias – potencialidades de vigilância exacerbadas, ampliação das estatísticas instantâneas das ações individuais e sociais as mais diversificadas, geração de dados em escala não diretamente acessível ao cidadão médio – que, entretanto, passa a ser interpretado, estimulado e direcionado com base em tais informações.
- É ampliada também a possibilidade de cada um se tornar gerador de informações – ganhando a liberdade de participar diretamente da circulação social sem depender de ter sua expressão selecionada pelos setores produtores e sistematizadores de notícias.
- Já como problema decorrente desse acesso e iniciativas generalizadas, e na ausência de sistemas curadores estabelecidos nesse nível, uma geração de *fake news* radicalmente diferente (em processos, alcance, origens e objetivos) do tradicional boato; de experimentações marginais; de processos de manipulação (social ou pessoal) com eventuais torções à lei e mesmo ao estado de direito.
- Estas ações, quando assumidas como tática de poder político ou econômico, podem derivar riscos para o processo democrático.
- A facilidade de articular em rede pessoas não relacionadas em espaços de vivência conectados por padrões múltiplos (estes permitem equilíbrios mútuos, dosam diferenças, suavizam tensões, viabilizam cooperações flexíveis) favorece a geração de sistemas de relações monocórdicas, em torno

de um ou poucos focos de identificação comum entre participantes, tornados centralizadores das interações, e fazendo desprezar os demais aspectos, entretanto relevantes para uma interação social menos conflitiva.

- Tais pontos focais de identificação, justamente por serem articuladores exclusivos dos participantes, tendem a gerar polarizações excessivamente veementes, fazendo sobressair tomadas de posição por recusas fundamentalistas, em contraste com identificações por uma sintonia composta, que acolhe aspectos diferenciais entre os participantes.

7. A proposta

O trecho acima, de tonalidade aparentemente apocalíptica⁴, apenas reúne algumas percepções generalizadas, no senso comum e na academia, sobre problemas ocorrentes na sociedade em midiaticização com a ampliação das redes digitais. Não pretendemos “explicar” as redes com base nessa listagem, apenas ilustrativa dos desafios. Diversamente, queremos relacionar esse quadro com perspectivas analíticas e de produção de conhecimento refletido.

Os desafios indicam que, diante das dinâmicas interacionais da midiaticização digital, nos encontramos em uma situação de ausência de padrões de operacionalidade estabilizada para lidar com suas potencialidades. Não existem arranjos interacionais prévios, modos de uso atestados, em tais dinâmicas. A rigor, percebendo as potencialidades, não sabemos muito bem o que fazer com elas, *como* fazer.

Os arranjos estabilizados, que aparecem como dispositivos interacionais mais ou menos estabelecidos, socialmente compartilhados, culturalmente disponíveis, instituídos, não oferecem respostas ou são diretamente abalados por aquelas po-

4 Já não se trata das noções gêmeas sugeridas pela obra de Umberto Eco – dualismo simplificador contra o qual o próprio autor nos alerta logo na introdução da obra que leva esse título (ECO, 1984, p. 11). As redes digitais envolvem antes uma questão complexa de desafios – potencialidades e riscos entrecruzados.

tencialidades – dos recursos tecnológicos e das experimentações sociais feitas com estes.

O problema macrossocial que se manifesta aí é, portanto, este: a sociedade não dispõe de arranjos articulados em interações históricas, no jogo das negociações entre os participantes sociais, dos acordos, das relações de força existentes, para direcionar com precisão mínima seus processos interacionais de qualquer ordem, nas circunstâncias decorrentes da mediatização.

Esta é uma questão comunicacional nuclear da contemporaneidade digital. Seu primeiro aspecto é que, no jogo de rearticulações, os sistemas de relações mais estabelecidos não dão conta das urgências como o faziam na situação anterior.

As estratégias para a interação, na sociedade, funcionam em contraponto com os desafios e os objetivos. Paralelamente, desenvolvem-se experimentações sociais apenas em parte direcionadas pelas lógicas instituídas – as instituições sociais, elas mesmas, mantendo e buscando ajustar suas regras mais ancoradas, são também campo e origem de experimentação. É por isso, aliás, que as visadas institucionais sobre a mediatização não permitem apreender o quadro completo – a ênfase na instituição cria um ponto cego para o não instituído.

Os códigos que, na contemporaneidade da mediatização, estão na base da interação social e da comunicação humana se evidenciam sobretudo por uma de duas características: ou são códigos incorporados na cultura, mas já não funcionam tão bem na diversidade das circunstâncias, ou são códigos em construção, e ainda não estabilizaram seus procedimentos, sua eficácia, suas próprias lógicas. Ainda não elaboraram o discurso que expressa e justifica sua verdade a ponto de poder ser acionado como se fosse sua origem (para essa relação entre lógicas práticas e discurso justificador, ver BRAGA, 2018, p. 6).

Nessa situação, a questão comunicacional não se limita ao acionamento de códigos e ao trabalho inferencial cotidiano de ajustá-los à singularidade dos episódios. Amplia-se para o processo insistente da construção experimental de códigos que se realiza pelo próprio exercício tentativo, como um trabalho em processo. Isso significa que a comunicação social – e aqui devemos enfatizar, na mediatização, sobretudo as redes sociais digitais

– requer enfaticamente o trabalho inferencial, a invenção social, a produção experimental de *arranjos interacionais* (BRAGA, 2018) com base na prática social.

À diferença de outros momentos históricos, em que campos especializados (ou em processo acelerado de especialização) geraram seus códigos de interação em seus âmbitos próprios de sistemas de relações setorializados, parece haver uma generalização *dispersiva* do processo inventivo. Certamente com uma diversidade propiciadora de criatividade, com uma ampliação e diversificação de origens para iniciativas, mas também com uma dispersão de aparência incontrolável.

Esta parece ser, então, a principal questão em estudo – não as lógicas das redes sociais, seus elementos de código mais visíveis (como o são as lógicas materiais das tecnologias postas) –, mas as experimentações em curso na sociedade. É, aliás, nesse ângulo que as tecnologias são melhormente investigadas: não como determinadoras de processos, mas como um setor em experimentação diante do que, tentativamente, se define como “urgência”.

Para articular essa macroquestão comunicacional com uma análise de redes digitais específicas, parece interessante se voltar não para lógicas (específicas ou transversais) que *expliquem* o funcionamento das redes e definam seus padrões mais relevantes (como se se tratasse de códigos plenamente estabelecidos), e sim para evidenciar os problemas e desafios que a experimentação social está trabalhando.

8. Conclusão

O que pode assegurar, do ponto de vista teórico, um trabalho articulador entre resultados de uma análise da diversidade é a busca de dimensões de variação que permitam superar a simples dispersão. As dimensões de variação encontradas permitem relacionar os elementos variados por referência aos aspectos segundo os quais variam.

Não se trata, então, de alinhar lógicas teóricas que decidam os elementos caracterizadores, mas sim fazer observação do que os próprios participantes sociais estão tentando arranjar com suas experiências em curso.

Algumas perguntas gerais podem servir como questões de horizonte para a analítica proposta. Que urgências se evidenciam no sistema de relações que tentam se desenvolver? Como estas urgências se mostram em sintonia e/ou deslocamento com problemas mais habituais ou de mesmo ambiente social? Que objetivos principais se mostram presentes para os participantes, e como estes objetivos se sintonizam ou entram em conflito mútuo? Como se apresentam e se distinguem objetivos e interesses dos participantes, e o que possa ser considerado como objetivo do processo social (estabelecido, em deslocamento, em construção ou imaginado)? O que os participantes (e o processo), na busca de arranjos articuladores, põem como expectativas relacionadas aos recursos tecnológicos acionados? Como estes recursos são exercidos, tensionados, que derivações e articulações são buscadas, na diversidade de recursos? Que ocorrências se manifestam na experimentação, como previsíveis, imprevisíveis, favorecedoras dos objetivos, redirecionadoras destes, geradoras de novos problemas, solicitadoras de continuado “preenchimento estratégico”? Que proto-lógicas são tentadas, com que grau de sucesso, com que possibilidade de generalização e validade para outras situações?

Naturalmente, questões deste tipo são genéricas. Na pesquisa, é preciso sempre especificar – para o objeto, para o caso, para a situação em estudo. Mas acreditamos que, no conjunto, indicam a reflexão desenvolvida no presente texto: para analisar e interpretar sistemas de relações em construção por redes digitais, mais que tentar dizer de imediato *suas lógicas*, trata-se de perceber estratégias que se manifestam como processo interacional tentativo para gerar arranjos e encaminhamentos articuladores que venham a ter algum sentido comunicacional operante. Mais que estudar o já estabelecido, trata-se de investigar os processos de invenção social em que estão sendo criadas condições para a interação social.

Referências

BOURDIEU, Pierre. [1987]. Da regra às estratégias. In: *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 2004. p. 77-95.

- BRAGA, José Luiz. Interagindo com Foucault – os arranjos posicionais e a comunicação. *Questões Transversais – Revista de Epistemologia da Comunicação*, São Leopoldo, v. 6, série 12, p. 81-91, jul./dez. 2018.
- BRAGA, José Luiz. Sobre mediatização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, Ana Sílvia; ARAUJO, Denise; BRUNO, Fernanda (org.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática – Livro da XV Compós*. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141-167.
- BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina; RABELO, Leon; CASALI, Caroline; MACHADO, Michelli; MELO, Paula; ZUCOLO, Rosana C.; MEDEIROS, Ana Lúcia; BENEVIDES, Pedro; KLEIN, Eloísa; XAVIER, Monalisa Pontes; DORNELLES PARES, André. *Matrizes interacionais – a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande: EDUEPB, 2017. 449 p.
- DELEUZE, Gilles. Qu'est-ce qu'un dispositif? In: *Rencontre Internationale Michel Foucault philosophe : Paris 9 à 11 janvier, 1988*. Paris: Éditions du Seuil, 1989. p. 185-195.
- ECO, Umberto [1965]. *Apocalípticos e integrados*. Espanha: Editorial Lumen, 1984.
- FOUCAULT, Michel. [1977]. Le jeu de Michel Foucault. Entrevista dada à revista *Ornicar?* In: FOUCAULT, Michel. *Dits et écrits*: Tome III. Paris: Gallimard, 1994. p. 298-329.
- HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos mediatizados: pesquisa da mediatização na era da “mediação de tudo”. *Matrizes*, São Paulo: ECA/USP, v. 8, n. 1, p. 45-64, jan./jun. 2014.

Midiatização, comunicação e algoritmos: uma proposta teórico-metodológica para investigação das afinidades eletivas¹

Mediatization, communication, and algorithms: A theoretical-methodological proposal for investigating elective affinities

Jairo Ferreira²

Resumo: O objetivo geral desse artigo é contribuir à linhagem de pesquisa em midiatização e processos sociais, com um conjunto de conceitos, hipóteses e explicações teóricas sobre os meios algorítmicos quando esses se interpõem nas interações em redes digitais, incluindo-se aí a produção e recepção de conteúdo, programações e indexação das ofertas. A hipótese que orienta essa formulação está construída nas interfaces entre interações mediatizadas e interposição dos meios. A matriz sugerida é de remissões entre lógicas de produção, recepção e dos meios, em que cada um dos polos é transformado e transforma os ou-

1 Meus agradecimentos ao conjunto dos orientandos do EPISTECOM, com os quais elaboro inferências explicativas aqui apresentadas, quando nos debruçamos sobre questões empíricas, verdadeiros temas problemas nas interações sociais. Em particular, agradeço a Dinis Ferreira Cortes (cujo trabalho demandou a aproximação com a teoria de Palo Alto), a Letícia Gedrat (que, em seu trabalho sobre autismo, me convoca a pensar as vozes autorizadas) e Guilherme Batista (cuja dissertação sobre algoritmos nos convoca a pensar as afinidades eletivas). Em particular, ao grupo de estudos Quilombo Epistemológico (Deivison Campos, Angelo Neckel, William Martins e Thanise Melo), no qual as reflexões sobre “lugares de fala” têm nos instigado a buscar respostas teóricas mais precisas para a questão da *pólis* que se faz nos processos midiáticos.

2 Prof. Titular do PPGCC-Unisinos. E-mail: jferreira@unisinos.br.

tros. Essa hipótese geral é fundamentada teoricamente, em diversos níveis, apresentados em seções do artigo (meios, signos e tecnologia; meios e dispositivos; a lógica algorítmica agenciando conteúdos, programação, indexação e interações). Essas interfaces e hipótese são referência para investigações de casos singulares de pesquisa, informados enquanto método e metodologia, incluindo as perguntas específicas a serem construídas conforme os observáveis.

Palavras-chave: Mediatização. Interação. Comunicação. Algoritmos. Afinidades eletivas.

Abstract: The general objective of this article is to contribute to the research line in mediatization and social processes, with a set of concepts, hypotheses, and theoretical explanations about algorithmic media when they interpose themselves in interactions in digital networks, including production and reception of content, schedules, and indexing of offers. The hypothesis that guides this formulation is built on the interfaces between mediatized interactions and media interposition. The suggested matrix was created from references between the logic of production, reception, and media, in which each of the poles is transformed and transforms the others. This general hypothesis is theoretically based, on several levels, presented in sections of the article (media, signs, and technology; media and dispositifs; algorithmic logic managing content, programming, indexing, and interactions). These interfaces and hypotheses are a reference for investigations of singular research cases, informed as a method and methodology, including specific questions to be constructed according to the observables.

Keywords: Mediatization. Interaction. Communication. Algorithms. Elective affinities.

1. Interfaces teóricas na construção do objeto

Consideramos aqui a hipótese de que o problema da circulação e da comunicação mediatizada começou com a Escola

de Palo Alto (WATZLAWICK, 1967). Interessante que essa escola retoma, superando, ao mesmo tempo, os primeiros trabalhos da Escola de Chicago (a comunicação como partilha de experiência e como processo de criação de laços sociais entre participantes de uma comunidade democrática) e as inflexões epistemológicas derivadas de programas de pesquisa institucionalizados no período da II Guerra (teoria da informação, cibernética e comportamentalismo), presentes nos cinco primeiros doutorados da área criados nos EUA entre 1943 e 1952 (PROULX, 2014). Palo Alto faz também uma inflexão em relação às metodologias de análise de conteúdo e quantitativas que não adota como referência (a pesquisa administrativa e funcionalista). Isso nos permite inferir que a pesquisa em midiatização se diferencia da pesquisa administrativa e funcionalista.

Certamente, o fato de que Eliseo Verón – como fica claro em seu artigo (VERÓN, 2005) – tenha realizado investigações em Palo Alto explica, em parte, a presença dessa herança. Mas essa ligação é apenas uma delas. Isso também não significa ausência do pensamento da Europa. Conceitos como dispositivos, campos sociais e espaço público são elaborados de forma mais precisa no cenário europeu³. Esses conceitos também pertencem às interfaces referenciais do objeto sugerido.

O fio condutor é o conceito de midiatização como feixe de relações sugerido por interfaces epistemológicas acionadas na construção do objeto. Esse conceito se diferencia de dois outros em vigor no ‘norte’: a) uma abordagem que consideramos ascendente – de construções sociais do midiático – e outra, descendente – dos meios à cultura que tende a ver a midiatização como derivada da interação e acomodação dos diferentes campos às lógicas dos meios midiáticos. Chamamos a primeira de ascendente porque considera a midiatização como uma derivada, e não um processo específico, fundador de um deslocamento social que se sobrepõe às propensões das construções sociais de sentido viabilizadas pelos usos sociais dos meios; a segunda hipervaloriza os meios e suas lógicas, organizados ou instituciona-

3 A isso se somam interfaces com conceitos caros à semiologia e análise do discurso francesa, reflexões sobre o estatuto da imagem e imaginários (pesquisa da professora Ana Paula da Rosa, também da Linha de Pesquisa). Essas interfaces, entretanto, não estão problematizadas neste artigo.

lizados, e não problematiza o contexto em que os meios midiáticos estão também imersos em um processo que se sobrepõe a eles, não só pelos usos sociais, a jusante.

Entre os movimentos descendentes e ascendentes, acentuamos a transformação da matriz de interação mediática, o que será especificado nas interfaces aqui acionadas. Nessas, o conceito de circulação (feixe de relações entre produção e recepção) é central, incluindo os processos de circulação ascendente e descendente, mas também o que ocorre no âmbito dos circuitos configurados pelas interações mediatizadas.

1.1 A interação mediatizada e a interposição dos meios

Num dos capítulos de obra publicada no Brasil, Verón (2005) aborda a questão do duplo vínculo. É um artigo escrito com Carlos Sluzki, no qual os autores abordam a tensão entre dependência e independência, distinção entre *self* e não *self*, diferenciando os sintomas (patogenias) em histéricos, fóbicos e obsessivos. Sabe-se que a relação de Verón com a Escola de Palo Alto prossegue, inclusive quando aborda a circulação como relações entre sistemas.

É necessário situar essa interface, que consideramos produtiva, com a Escola de Palo Alto. Mobilizamos, para isso, Watzlawick *et alii* (1972). Primeiramente, ponderamos que as relações circulares entre emissor e receptor problematizadas por Watzlawick *et alii* (1972) como referência de comunicação mediatizada devem ser questionadas, em nossa perspectiva, pelas interposições dos meios materiais. Há algo aqui a ser decifrado. Os autores dizem assim:

Nós queremos, pois, acentuar menos as relações do emissor (e do receptor) e do signo, e mais a relação que une emissor e receptor, quando essa está mediatizada pela comunicação (WATZLAWICK *et alii*, 1972, p. 17).

Sabemos que essa união (“que une”), na perspectiva dos autores, não é reificada. A investigação que realizam da patogênese através da observação das interações (em linguagens que chamam de analógicas e digitais) não nos permite dizer que,

em suas perspectivas, uma comunicação seria um uno idílico. Mas há, aí, um problema que nos convoca ao contraditório. Ao considerar que o signo, seja ele dito analógico ou digital, permite o acesso à patogênese, há o risco de reduzir o signo a um lugar transparente e passivo na interação. Uma interação, portanto, vista sem considerar a semiose que é visitada pelas teorias do signo. Portanto, propomos que a interposição do signo transforma as interações, assim como o coronavírus, um signo material da natureza, entra em sinergia com a natureza e a cultura e se transforma (mutações do signo natura nominado como corona).

1.2 Meios, signos e tecnologia

Quando falamos em meios midiáticos, estamos nos referindo aos signos sociais. Podemos considerar que o cosmo, a natureza e as outras espécies vivas (como o signo corona) e animais são construtoras de signos (por processos adaptativos). Porém, interessam-nos especificamente os signos construídos pela espécie que chamamos de humana. Não é nosso objeto, neste artigo, diferenciar essas várias semioses (do cosmo, da natureza e das outras espécies), e sim especificar o meio em sua interposição entre emissor e receptor.

Em nossa perspectiva, o que a cultura chama de tecnologias são, antes de tudo, signos. Esse é um conceito que já desenvolvemos há mais de uma década (FERREIRA, 2006). Somente a tecno-ideologia reduz os meios a tecnologia. Em próxima seção, quando formularmos a interface sobre os algoritmos, essa proposição ficará mais clara.

Feita essa ponderação, podemos manifestar nossa convergência com a hipótese de Verón (2014) de que um dos processos centrais da midiatização é a materialização da experiência mental. Caracteriza, portanto, a gênese antropológica da espécie, pela singularidade desse processo adaptativo. Não se trata, sequer, de dizer que essa adaptação seja superior ou inferior à semiose da natureza e de outras espécies vivas e animais. Trata-se apenas de uma adaptação singular.

Essa formulação nos permite pensar uma linha de corte ontológica que é também epistemológica: o deslocamento da semiose da natureza para a semiose social. Esse deslocamento

é fundado pela espécie, por suas características bio-psico-cognitivas. A principal diferenciação que se funda aí é a capacidade inferencial que se singulariza relativamente a outras espécies, que já desenvolviam e desenvolvem capacidade de materialização da experiência mental (as formigas, as abelhas, etc.). A semiose midiaticizada se refere a esse processo em que a materialização da experiência mental em objetos é, imediatamente, base para novas inferências individuais e sociais, referência das interações, fomento de interpretação de indícios e imaginários. Evidentemente, pensar a genealogia da midiaticização nessa perspectiva é muito mais complexo.

Isso não quer dizer que toda a experiência mental pode ser objetivada⁴. A formulação é quântica: se nem tudo é matéria, há, em nosso cosmo-planeta e social, muito de energia não materializada. Portanto, a midiaticização é um universo restrito, mesmo quando falamos da semiose midiaticizada. Há um universo energético que, como halo, nos aciona. Esse é de difícil acesso, inclusive porque não materializado. Além disso, há um (imenso) universo de sentidos que são imaginários e simbólicos, conscientes, subconscientes e inconscientes, que não se manifestam materialmente.

O fato de que o amadurecimento reflexivo (epistemológico) da espécie só tenha tomado consciência dessa relação no contemporâneo, a partir das realizações em meios como o livro, jornal, rádio, televisão e nas redes, evidencia uma máxima de Marx: *a anatomia do homem é a chave da anatomia do macaco*. Em outras palavras, o algoritmo pode revelar o segredo dos meios, para se atualizar a reflexão sobre as relações entre os meios, processos sociais e de comunicação.

Porém, a investigação empírica na linhagem não abrange todas as formas de materialização da experiência mental. Seu objeto está recortado: somente aquilo que está ou irrompe no espaço público, por ações de indivíduos ou atores localizados no espaço privado ou no espaço dos campos de especialistas, é objeto da investigação empírica da midiaticização na perspectiva aqui proposta. Um imenso universo de signos materiais construídos pela

4 Aqui, é importante destacar as reflexões de João Damásio, doutorando, apresentadas em Seminário de tese da linha de pesquisa Midiaticização e Processos Sociais, no PPGCC-Unisinos.

espécie está restrito ao universo privado ou de campos especialistas, que se diferenciam e definem regras de acesso. São objetos potenciais. Estão guardados em cofres sociais e psicológicos de diversos níveis, relativamente lacrados. Antes da irrupção (ruptura do laço) no espaço público, a semiose midiaticizada é potencial.

Portanto, em qualquer um dos casos (materialidades do espaço privado, dos campos especialistas e imaginários e simbólicas não manifestas) algo pode irromper no espaço público. Nesse processo, os meios direcionados ao espaço público são centrais para a compreensão dos processos midiáticos, e, como forma de olhar, para a midiaticização. A força específica desses meios de publicização (livro, jornal, rádio, televisão, etc.) é acelerar – exponenciar o tempo e o espaço – os processos de circulação das materializações em signo e, portanto, das experiências mentais da espécie. Não se trata da semiótica enquanto lógica, mas de lógicas que estão em processos, a partir dos acessos, utilizações, usos, práticas e apropriações sociais.

Na medida em que a experiência mental é materializada em novos meios, novas interações e relações entre produção e recepção são constituídas. Assim, o impresso (do livro e almanaque ao jornal), o rádio, a televisão e o cinema, etc. constituem novas relações entre produção e recepção, configurando novos públicos. A perspectiva da circulação sugere que essa relação entre sistemas de produção e sistemas de recepção seja decifrada enquanto relações e não isoladamente.

Portanto, a materialização da experiência mental não é direta e automaticamente constituída em termos sociais. É um processo, que ocorre em diversos níveis, se pensada na perspectiva da midiaticização: nos acessos, usos, práticas e apropriações sociais desses meios materiais; nos circuitos engendrados nesses usos e práticas sociais. Os circuitos⁵ constituídos entre produtores e consumidores são retroativos, sem que se possa considerar domínio dos sistemas de produção sobre o consumo ou vice-versa. Esses processos circulares, retroativos, além de informacionais, são semióticos, e transformam os campos sociais (espaço social de especialistas, na cultura, economia e política), os espaços privados e o próprio espaço público.

5 Voltaremos à semântica dos circuitos no desenvolvimento da proposta.

Nesse contexto, o nosso objeto empírico são os meios digitais em redes, especialmente quando esses são agenciados por algoritmos, o que pode abranger meios digitais de conteúdo, de programação (rádio e televisão), de indexação (da biblioteca às ferramentas de busca em rede) e de interação (Facebook, Instagram, WhatsApp, etc.).

1.3 Meios e dispositivos

Nessa seção, retomo a questão dos meios considerando a seguinte pergunta: Qual a relação entre meios e dispositivo? Quando o meio e o dispositivo são midiáticos? Todos os meios materiais remetem à midiatização? Nossa perspectiva em elaboração sugere que não:

1. Somente os meios agenciadores de interações no espaço de visibilidade pública remetem à midiatização. Essa inserção não é fixa, considerando-se cada meio. Nesse sentido, o WhatsApp interessa como objeto da midiatização quando as interações são públicas, o que não é fixo, pois interações ali ocorridas podem “vazar”.
2. É necessário ponderar a ubiquidade: os meios são midiáticos quando diferidos, no tempo e no espaço. Também aqui não há um desenho fixo, mas parece claro que a mobilidade dos signos materiais, técnicos e tecnológicos, no tempo e espaço, é acelerada pelos algoritmos (de forma exponencial).
3. Inversamente, os meios semio-técnico-sociais de ocupação de territórios são de outra ordem dos midiáticos (embora sejam meios de comunicação: uma casa, um carro, um vestuário, etc.), o que não é objeto dessa investigação.

A formulação de que meios materiais são semio-técnico-sociais significa que não se trata apenas de técnicas e tecnologias materiais. Mesmo considerando os meios nessa perspectiva triádica, concordamos com a proposição de que não há

linearidade e determinação entre meios e usos. Os usos são um campo de possibilidades e de impossibilidades.

A configuração de dispositivos midiáticos está condicionada pelos acessos, usos, práticas e apropriações sociais. Nesse sentido, o conceito de dispositivos semio-técnico-sociais se refere aos meios consolidados nas práticas e apropriações sociais. Muitos ficam no meio do caminho, como afirmamos. Outros são incorporados às práticas e apropriações, e, depois, abandonados (o caso dos orelhões, que tiveram seus usos sucateados com o advento dos celulares). Por que alguns meios se consolidam em termos de práticas sociais e outros não? Essa questão, em nossa percepção, é relativa ao ciclo da inovação. As respostas não se referem às funcionalidades e operações potenciais, mas especialmente ao ciclo dos imaginários e realizações.

Nesse processo, há um detalhe que é a transição das práticas para as apropriações. Há, aqui também, um *dégradé*. As apropriações que consideramos de maior intensidade são aquelas que se realizam em sistemas de produção especialistas. As redes, por exemplo, vêm sendo apropriadas por vários sistemas especialistas (o que se manifesta na forma de marcas: Facebook, Instagram, etc.). Mas há outras apropriações de menor intensidade, intermediária, que usam os sistemas especialistas e suas marcas para customizar usos específicos a outras marcas (a página no Face a serviço de outra marca, por exemplo). Numa perspectiva da discussão clássica, são esses sistemas especialistas nominados como marcas que constituem os novos dispositivos, superando (integrando, negando e renovando) os dispositivos hegemônicos no século passado (impresso, rádio, cinema e televisão). O dispositivo, quando nominado, candidata-se a instituição midiática e passa a ocupar um lugar especial nas relações entre outras instituições, atores e usos dos dispositivos disponíveis, inclusive porque possibilitam a diferenciação dos acessos, usos, práticas e apropriações potenciais, especificando os dispositivos disponíveis. Nesse sentido, consideramos que há um dispositivo quando ocorre uma matriz consolidada, historicamente, de usos sociais dos meios, configuradora de práticas sociais, que ultrapassa lugares institucionais e de atores, especificamente midiáticos ou não. Isso é, o dispositivo não é o formulário disponível: deve ser habitado por atores e instituições para

que, em usos e práticas, exista. Quando isso ocorre, é nominado, ganhando assim uma demarcação antropológica.

1.4 A lógica algorítmica agenciando conteúdos, programação, indexação e interações agenciadas

O algoritmo é, antes de tudo, um signo – que articula regras e operações inferenciais agenciadoras de conteúdo, programações, interações e indexações (FERREIRA, 2020). Os algoritmos, no contemporâneo, passam a constituir os meios dos meios – agenciando os meios de conteúdo, programação, indexação e interação (FERREIRA, 2019). As dimensões técnicas (linguagens especificamente computacionais, por exemplo) e tecnológicas são subordinadas a essas regras e operações inferenciais – que são apropriações dos algoritmos da cultura e da natureza.

Assim como outros signos linguísticos apropriados pelo campo da comunicação, o algoritmo nos chega como metáfora para uma infinidade de sentidos convocados por um campo semântico. Nesse amplo universo de sentidos, tem validade para a execução de uma receita culinária ou para diagnósticos sobre o clima, passando por gestão da cidade, política, etc.

Mas essa proposição tem uma dificuldade, que é considerar algoritmo somente aquilo que está materializado. Sugerimos outro ponto de partida: o algoritmo é, antes de tudo, uma experiência mental. Sem essa, a vida seria impossível. Refere-se ao sistema de possibilidades e de decisões alternativas, sequencializadas na execução de operações a serem realizadas. Sempre que há o algoritmo, a vida parece ficar mais fácil. Se vamos viajar, temos um conjunto de operações a serem sequencializadas (preparar roupas e apetrechos na mala; documentos necessários; passagens ou revisão do carro; traslados; hospedagem; segurança da moradia durante nossa ausência; etc.). A ausência de um algoritmo que organize esse conjunto de operações, incluindo as específicas, em seus detalhes, pode produzir situações cômicas, dramáticas ou trágicas.

Mas se o algoritmo tem essa positividade na construção da cultura, por que estamos perplexos com a sua existência? A hipótese que desenvolvemos é de que a perplexidade, na área

da comunicação, manifesta-se quando os algoritmos passam a agenciar os meios de interação, de conteúdo e programação em redes. Exemplificamos como essas regras e operações estão sequencializadas em algoritmos:

1 silogismo como base do algoritmo

Se a tatuagem for de um peixe e as escamas do peixe forem cor-de-rosa. [...] Então, a origem da tatuagem é da China [...] Se a tatuagem for de uma cobra e a cor das escamas da cobra for azul [...] Então, a origem da tatuagem será Hong Kong [...] Se a tatuagem for de um dragão e a cor das escamas do dragão for vermelha [...] Então, a origem da tatuagem será Beijing (Harmon; King, 1988, p. 49).

2 silogismo simples em um game

Se há um osso por perto e o cachorro está com fome, ele irá comê-lo; Se o cachorro está com fome, mas não há nenhum osso por perto, ele procura por um; Se o cachorro não está com fome, mas está com sono, ele irá dormir; Se o cachorro não está com fome e não está com sono, o cachorro irá andar e latir (Kishimoto, 2004, p. 6).

3 Como funciona o sistema de recomendações da Netflix (ofertas de conteúdos)⁶

Nosso serviço é um modelo de assinatura que oferece recomendações personalizadas para ajudar você a encontrar séries e filmes de seu interesse. Para fazer isso, criamos um sistema próprio e complexo de recomendações. Este artigo oferece uma descrição de alto nível de nosso sistema de recomendações em uma linguagem para leigos.

O básico

Sempre que você acessa o serviço Netflix, nosso sistema de recomendações tenta ajudar você a encontrar uma série ou filme de forma fácil. Estimamos a probabilidade de você assistir a um título em particular do nosso catálogo com base em um número de fatores, como:

6 <https://help.netflix.com/pt/node/100639>

suas interações com o nosso serviço (como o que você assistiu e que nota deu a outros títulos), outros assinantes com gostos similares e preferências sobre nossos serviços e informações sobre os títulos, como gênero, categorias, atores, ano de lançamento, etc.

Além de saber ao que você assistiu na Netflix, para personalizar melhor as recomendações, nós também observamos: o horário em que você assiste, os aparelhos nos quais você assiste à Netflix e por quanto tempo você assiste.

Todos esses dados são levados em consideração pelos nossos algoritmos. (Um algoritmo é um processo ou um conjunto de regras seguidas em uma operação de solução de problemas.) O sistema de recomendações não inclui dados demográficos (como idade ou sexo) para tomar as decisões.

Caso não esteja vendo algo a que queira assistir, basta fazer uma busca no catálogo do seu país. Tentamos ter um sistema de busca fácil e rápido de usar. Quando você inserir algo na busca, os primeiros resultados que retornaremos terão como base as ações de outros assinantes que tenham inserido os mesmos termos ou termos similares.

Veja abaixo uma descrição de como o sistema funciona e como essas informações influenciam no que apresentamos para você.

“Forçando” o sistema de recomendações

Ao criar sua conta da Netflix ou adicionar um novo perfil à sua conta, pedimos para você escolher alguns títulos de que goste. Usamos esses títulos para “forçar” o sistema de recomendações. Você não precisa selecioná-los se não quiser. Caso pule essa etapa, vamos começar com uma seleção de títulos populares e variados.

Quando você começar a assistir aos títulos do nosso serviço, essa opção substituirá as preferências iniciais que você tiver nos fornecido e, à medida que você continuar assistindo ao longo do tempo, os títulos assistidos mais recentemente terão maior influência do que o conteúdo visto há mais tempo para abastecer o nosso sistema de recomendações.

Fileiras, classificações e representação de títulos

Além de escolher quais títulos serão incluídos nas fileiras da sua página inicial da Netflix, nosso sistema também classifica cada título da fileira e as próprias fileiras usando algoritmos e sistemas complexos para oferecer uma experiência personalizada. Colocando de outra forma, quando você acessa a página inicial da Netflix, os nossos sistemas classificam os títulos de forma que eles sejam apresentados na melhor ordem possível para você desfrutar do serviço.

Em cada fileira, existem três camadas de personalização:

a escolha da fileira (por exemplo, “Continuar assistindo”, “Em alta”, “Comédias premiadas”, etc.)

quais títulos aparecem na fileira e

a classificação desses títulos.

As fileiras mais recomendadas aparecem na parte superior. Os títulos mais recomendados aparecem da esquerda para a direita de cada fileira, exceto se você selecionar os idiomas árabe ou hebraico. Nesses casos, os títulos recomendados aparecerão na ordem inversa.

Como melhorar o nosso sistema de recomendações

Nós capturamos dados em cada acesso ao serviço Netflix e usamos essas informações para atualizar constantemente os nossos algoritmos e aperfeiçoar a previsão feita sobre o que você provavelmente vai querer assistir. Nossos dados, algoritmos e sistemas de computação continuam alimentando uns aos outros para produzir novas recomendações e oferecer um produto cada vez mais prazeroso.

4 ALGORITMO DO FACEBOOK

Como o EdgeRank funciona?

O algoritmo do Facebook leva em conta 3 grandes fatores: afinidade, relevância e tempo.

Afinidade

Já percebeu que as notícias de alguns amigos e páginas aparecem muito mais do que outros? Isso acontece pela afinidade.

Através do quanto os dois lados interagem (visitando o perfil/página, deixando mensagens no mural, visualizando fotos, curtindo, comentando ou compartilhando), o Facebook determina um grau de afinidade que tem grande peso nas publicações.

Relevância

Assim que uma nova publicação é feita, apenas os que têm mais afinidade visualizam. De acordo com a receptividade dessas pessoas (o quanto clicam, curtem, comentam ou compartilham), a mensagem vai sendo exibida para mais e mais pessoas.

Além disso, diferentes tipos de publicação possuem diferentes relevâncias. De acordo com testes, as fotos e vídeos são mais relevantes que textos e links, por exemplo. Publicações através da própria página do Facebook também são mais relevantes que publicações através de aplicativos de terceiros.

Tempo

Esse item não chega a ser uma surpresa. Mensagens mais novas possuem prioridade e são exibidas à frente das mensagens mais antigas.

No começo, o Instagram funcionava cronologicamente, ou seja, os posts eram exibidos para os usuários de acordo com a ordem de postagem.

Isso mudou quando o Instagram desenvolveu seu algoritmo em meados de 2016. O objetivo era que os posts mais relevantes para a experiência de cada usuário aparecessem em seus feeds.

*Apesar de inúmeras queixas na época, a rede vem observando números crescentes, tanto de usuários quanto de postagens e nos níveis de engajamento. Aliás, **o Instagram é a rede que mais engaja atualmente.***

5. O ALGORITMO DO INSTAGRAM⁸

O algoritmo do Instagram tem um objetivo claro: que o usuário encontre o que ele mais deseja em primeiro lugar.

E como isso funciona na prática? Bom, o algoritmo é baseado em três princípios básicos:

1. Temporalidade

Embora o Instagram tenha abandonado a ordem cronológica das postagens, isso não significa que a temporalidade não importa mais. A rede leva em consideração que os usuários querem ver conteúdo novo e recente a cada vez que usam o aplicativo.

Por isso, os posts não aparecem em uma ordem cronológica mais, mas ainda seguem uma lógica temporal, sendo um dos critérios do algoritmo.

2. Engajamento

O engajamento que uma postagem recebe indica seu potencial para engajar mais pessoas na rede. Por isso, a chance de posts com muitas curtidas e, principalmente, comentários serem exibidos para mais usuários é maior, principalmente posts que recebem muito engajamento nos primeiros instantes de sua postagem.

3. Relacionamentos

Você já deve ter percebido que os posts de amigos mais próximos ou de suas marcas preferidas sempre aparecem logo que você abre o aplicativo, não é mesmo?

Isso tem um motivo: o Instagram analisa os perfis com os quais você se relaciona mais para entender a relevância das postagens feitas para a sua experiência.

Como essa análise é feita? Por meio dos comentários que você faz, de quem você busca no aplicativo e até mesmo das postagens e Stories que você compartilha com outros usuários.

Esses exemplos evidenciam que os algoritmos são constructos silogísticos, operando com aquilo que Peirce designou como dedução (a partir de sistemas especialistas de tomada de decisões) e indução (algoritmos que “aprendem” conforme ocorrências probabilísticas). Não se trata mais dos algoritmos da cultura, artesanais ou manufaturados, mas sim daqueles materializados em meios apropriados pelo capital – num percurso que passa pela manufatura avançada e a indústria enquanto apropriações do trabalho em geral, mas especialmente a indústria cultural, e chega, com a inteligência artificial e sistemas especialistas, à apropriação do conhecimento do saber técnico-científico moderno.

A irritação do campo da comunicação, entretanto, vem à tona, enquanto tomada de consciência do longo e essencial processo de alienação, com as configurações sugeridas pelos novos meios, que retroagem sobre todos os processos anteriores de apropriação por formatos capitalistas. Assim, a midiaticização, um processo universal, se particulariza enquanto relações de poder (econômico, político e cultural) derivadas das apropriações.

2. Método e metodologia

No plano da observação, a investigação dos processos midiáticos aqui sugerida não tem como objeto a interação de duas pessoas em clínicas. Esse é o objeto observado em Watzlawick *et alii* (1972). Nos processos midiáticos, temos sempre a abertura para a investigação de uma multiplicidade de atores, localizados em diversas posições institucionais, utilizando vários meios. Esse foco mais amplo afasta o objeto da análise clínica proposta pela psicologia, sem que isso signifique adesão a uma análise sociológica (pois não se trata de reflexão sobre as demografias sociais conforme epistemologias da sociologia positivista).

Essa perspectiva se aproxima da etnografia – onde o objeto são comportamentos de coletivos, mesmo quando esses não estão pré-desenhados institucionalmente ou são construídos nas interações e só podem ser “vistos” pela análise *ad hoc*, relativamente às interações do presente. O objeto, portanto, refere-se às interações de atores com um determinado meio (resultante de um sistema de produção a ser também analisado, conforme os algoritmos, de interações, indexação, programação e conteúdo) e, por essa mediação, entre si (entre os atores localizados em diversas posições institucionais). Esta perspectiva está presente, por exemplo, em *Ethnographie de l'exposition* (VERÓN; LEVASSEUR, 1989), que analisamos em artigo recente (FERREIRA, 2020).

O segundo postulado, nessa proposta conceitual-metodológica, é o paradoxo da comunicação: os indivíduos, na posição de atores sociais, não podem não se comunicar; mas, ao se comunicar, enfrentam-se com os desafios do sintoma que se manifestam nas interações. Nossa proposta, aqui, adota essa perspectiva, mas com um deslocamento. Não se trata de analisar

a patologia analisada pela psicologia social de Palo Alto (a histeria, a fobia e a obsessão – Verón, 2005), mas o duplo vínculo interacional que pode ser indiciado nas interações.

As interações podem ser analisadas, portanto, como potencialmente reveladoras do paradoxo em diversos níveis: a impossibilidade de não se comunicar com o uso dos meios digitais em rede e o desafio da manifestação do sintoma no espaço público; exercício do poder e demanda de autonomia do outro; o que une também hierarquização e gera relações de poder (BOURDIEU, 1989); vozes autorizadas e desautorizadas; etc. Essa diversidade de objetos singulares não é predefinida, mas é uma descoberta conforme casos de pesquisa em construção.

O complexo dessa análise das interações em grupos e coletivos interpostas por meios diversos, com atores localizados em diversas posições institucionais, é que não se trata de estímulos, respostas e reforços de A e B, mutuamente condicionantes. Primeiramente, porque consideramos que a teoria comportamentalista, em suas diversas versões, baseadas na tríade estímulo-resposta-reforço, é insuficiente para dar conta do comportamento da espécie. A boa contribuição da Escola de Palo Alto (analisar essa tríade nas interações, como forma de capturar os impulsos do inconsciente – conforme problematização do inconsciente, em forma de histerias, obsessões, fobias e situações esquizofrênicas) também não é suficiente.

Em nossa perspectiva, é necessário agregar o processo de construção do social para além daquilo que herdamos (o inconsciente, o imaginário e a ordem simbólica) e daquilo que fazemos no presente (interações aqui e agora, com estímulos, respostas e reforços). Para isso, é necessário pensar as interações como um trabalho de possibilidades de cooperação social – no sentido da psicologia do ego, construtivista (que, em nossa abordagem, é referenciada em Piaget). Em outras palavras, consideramos que as epistemes individuais podem ser atualizadas nas interações, pelo trabalho cognitivo dos indivíduos, que assim pode mudar seus comportamentos, enquanto atores.

2.1 Construção de *corpora*

O exercício metodológico se refere a identificar, num recorte de meios em constelação, no qual se observam intera-

ções, processos de retroação, um encadeamento de eventos interacionais, negativos ou positivos, que alimentam, conservam, produzem estabilidade, desequilíbrios qualitativos ou quantitativos, alimentados por reintroduções no “sistema recortado” de novas “informações” no circuito de interações, num processo de circularidade em fluxo, que capturam e mantêm atores, em diversas posições institucionais, em interação. É evidente que uma etnografia exaustiva, mesmo num circuito reduzido, é de extrema complexidade (inclusive pela diversidade de formas-signos presentes – imagens, áudios, textos, corpos – nas interações, com toda a sua polifonia). Mas esse recorte é o primeiro movimento de articulação dos empíricos. O objeto, portanto, aqui se foca no desenho do circuito, como relações entre atores e lugares institucionais.

Trata-se de desenhar as “maquetes”: a) do sistema de produção conforme o (s) meio (s) em estudo; b) os usos sociais, de atores e instituições.

A análise ampliada desses sistemas de produção e de recepção pode demandar investigação com os produtores e receptores, com um roteiro de entrevistas já pontuado com a sequência de indícios, em interações encadeadas, que considerem atores presentes no circuito definido pela pequena constelação de meios. Esse roteiro questionaria inclusive os papéis dos atores no circuito analisado, conforme comportamentos – aceitáveis ou não pelos interagentes (incluindo relações entre ‘líderes’ institucionais, autonomias, etc.), inclusive sob a forma de conflitos (tipo: quem é você para se comunicar assim?).

Nesse sentido, o sistema de produção materializado, apresentado na forma de maquetes (diagramas), deve identificar, caso ocorram, algoritmos agenciadores de conteúdo, programação, indexação e interações. Com esses limites decorrentes do objeto a ser visitado (os meios em pequena constelação), pode se abordar também a questão das relações horizontais, minimização das diferenças, redução da rivalidade, busca de simetrias interacionais, etc. por parte dos atores envolvidos quando em circuitos de produção e/ou recepção.

Esse circuito, quando em redes digitais, é observado em interações e paradoxos da comunicação (não é possível não se comunicar, mas comunicar-se revela paradoxos), retroalimenta-

do por ações individuais, mas essas sob o manto da atorização, o que nos permite falar em sistema dinâmico, impulsionado por interações contínuas, passíveis de análise, que manifestam ou não vínculos construídos, estimulados, reforçados, em seus conflitos e sintomas.

2.2 Afinidades eletivas *amor fati* e *odium fati*

Os algoritmos agenciadores dos meios de interação têm indícios de que o direcionamento pode ser interpretado na perspectiva de Bourdieu.

Este caso limite obliga a poner en tela de juicio las apariencias de la acción directa de la demanda sobre la oferta o de la oferta sobre la demanda, e invita a considerar de otra manera todas las coincidencias entre la lógica de la producción de los bienes y la lógica de la producción de los gustos mediante las cuales se constituye el universo de las cosas apropiadas, objetos, personas, conocimientos, recuerdos, etc. El límite de todas estas coincidencias de estructuras y de secuencias homólogas, en las que se realiza la concordancia entre una persona socialmente enclasadada y las cosas o las personas también socialmente adecuadas a ella está representado por todos los actos de cooptación de la simpatía, de la amistad o del amor que conducen a unas relaciones duraderas, socialmente sancionadas o no. El sentido social encuentra sus puntos de referencia en el sistema de signos indefinidamente redundantes unos con respecto a otros que cada cuerpo lleva consigo -vestido, pronunciación, porte, forma de andar, maneras- y que, registrados de forma **inconsciente, constituyen el fundamento de las “antipatías” o de las “simpatías”**: las “afinidades electivas” más inmediatas en apariencia se fundamentan siempre, por una parte, en el desciframiento inconsciente de características expresivas de las que cada una de ellas sólo toma su sentido y su valor en el interior del sistema de sus variaciones según las clases (basta con pensar en las formas de reír o de sonreír que

recoge el lenguaje común). El gusto es lo que empareja y une cosas y personas **que van bien juntas, que se convienen mutuamente** (BOURDIEU, 1991, p. 238).

Este reconocimiento del habitus por el habitus constituye la base de las afinidades inmediatas que orientan los encuentros sociales, desalentando las relaciones socialmente discordantes y alentando las relaciones armónicas, sin que estas operaciones tengan nunca que formularse de otra manera que no sea la del lenguaje socialmente inocente de la simpatía o de la antipatía!. La extrema improbabilidad del encuentro singular entre las personas singulares, que enmascara la probabilidad de azares sustituibles, lleva a vivir la elección mutua como venturosa casualidad, coincidencia que imita la finalidad (“porque era él, porque era yo”), aumentando así el entendimiento de lo milagroso (BOURDIEU, 1991, p. 240).

Esses dois fragmentos nos convidam à inferência de que os agenciamentos dos meios algorítmicos acionam de forma exponencial as afinidades eletivas. Daí, se acirram duas possibilidades aparentemente polares, paradoxais: *amor fati* em *odium fati*. Nossas inferências finais, no âmbito deste artigo, são de que esse processo pode ser especificado nos processos mediáticos conforme as categorias abaixo⁹:

Inovação, profecias e frustrações

As microconstelações nascem de promessas (utópicas ou não), mas suas realizações são referências de frustrações perante profecias. Esta interface foi construída em projeto da Escola de Altos Estudos, finalizado em triênio anterior, em interlocuções com perspectivas de Bernard Miège e Patrice Flichy (MIÈGE; FERREIRA; FAUSTO NETO, 2016; FLICHY; FERREIRA; AMARAL, 2016).

9 Parte dessas características foram acentuadas na conferência de Andreas Hepp no III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídiação e Processos Sociais. A ampliação da escala é uma dimensão sempre acentuada por Verón.

Aforisma: A promessa de *amor fati*, por gestão das afinidades eletivas, pode se transformar em *odium fati*.

Adaptação, regulação, ritmos e irrupções

Os processos adaptativos podem ser observados nas interações, em estímulos, respostas, reforços, patologias de poder (perversões), manifestando ou dissimulando esquizofrenias sociais, psicológicas e antropológicas, com direcionamentos sociocognitivos que podem sobrepor os limites inclusive das regulações e ritmos da microconstelação. Não só eventualmente, irrupções psico-sócio-antropológicas podem emergir na constelação. Ou, eventualmente, a capacidade adaptativa equaciona novas soluções no âmbito do circuito. Essa categoria se refere à interface entre midiatização e processos sociocognitivos (referenciados em Piaget, particularmente em sua obra “Estudos Sociológicos”). Consolida-se em artigos e pesquisas empíricas com orientandos (KAEFER, 2017; BEHS; FERREIRA, 2020; CORTES, 2019).

Aforisma: A adaptação às “bolhas de afeto” não alcança as regulações co-operatórias e operatórias, o que produz um ambiente propício a irrupções (rupturas dos circuitos).

Processos de reconhecimento na perspectiva comunicacional e social, de atores e instituições envolvidos nas interações

Essa categoria resulta de pesquisas realizadas no último triênio de nossa pesquisa, ainda em processo de finalização. Nessa pesquisa, a interface central é entre as proposições de Eliseo Verón sobre lógicas de produção e lógicas de reconhecimento e aquelas sugeridas por outros campos científicos, em especial a sociologia crítica de Bourdieu (FERREIRA, 2017, 2018). Aqui se coloca a questão das classes e das classificações, da conflitualidade social, objetiva e subjetiva, atualizada nas interações em curso.

Aforisma: A promessa de afinidade é também a de um reconhecimento fusional, sem rodeios, o que entra em tensão com as forças inversas dos *habitus* individuais, resultante de

trajetórias incorporadas, que direcionam as interações para um forte processo de dispersão.

Conectividade, ubiquidade e onnipresença

Conectados, os indivíduos imersos nos circuitos passam a viver a onnipresença, objetiva e subjetiva, tensionada pelos paradoxos da comunicação, incluindo o paradoxo de ser impossível não se comunicar e, perante os atos e em comunicação, manifestar sintomas psico-sócio-antropológicos relativos ao duplo vínculo que se revela nas interações. Essa é uma categoria relativamente estabilizada no campo da comunicação. Ela é uma nova convocação nos processos interacionais.

Aforismas: Os sintomas não se constituem apenas em manifestações de patogêneses psicológicas, mas resultantes das promessas de que a interação e a comunicação resolverão os impasses sociais, especialmente se ancoradas nas afinidades. Mas, aqui, a conectividade não é uma promessa. Ela incide sobre a impossibilidade de não se conectar. E, conectado, se integrar aos jogos dos paradoxos.

Aldeamento, ampliação da escala e reformulação dos territórios

O aldeamento em dispositivos configurados por meios em constelações produz territórios dentro do território e mudanças de escalas das interações, possibilitando pontos de fuga em relação aos territórios físicos. Reformulam-se, portanto, de forma contínua, os territórios anteriores. Essa categoria é central nos processos de mediação, articulando-se com a própria reconstrução do tempo e espaço – de forma subjacente, os indivíduos, na forma de atores, passamos a viver o desconhecido deslocamento.

Aforisma: A possibilidade de sair dos territórios físicos, compostos por uma multiplicidade de *habitus*, típica das classes e classificações sociais, e navegar em aldeias de afinidades, são pontos de fugas relativamente aos dispositivos territoriais. Navega-se no “cosmo” das redes, em outros tempos e espaços, de afinidades prometidas.

Integração e diferenciação

Os sistemas de produção materializados em meios-dispositivos integram indivíduos, que se apresentam como atores, num circuito (microconstelação), que se alimenta das interações. Nesse processo, temos um processo de diferenciação entre esses atores. Essa categoria se refere a observáveis direcionados às interações em rede, em que novos coletivos em torno de questões temáticas, ao mesmo tempo se agrupam, se diferenciam, se integram e se desintegram.

Aforisma: Os circuitos se configuram por afinidades. Chega-se a eles com todas as esperanças eletivas denegadas ou recalçadas. A celebração, entretanto, parece ser de curta duração. Num processo irreversível, os interagentes descobrem as diferenças.

As afinidades eletivas se alimentam do *amor fati* e do *odium fati*. Amor entre os eletivos; desprezo ou ódio pelos diferentes. Evita-se a interação com o diferente como ponto de fuga dos paradoxos, ou seja, das manifestações patogênicas. Porém, como as redes homofílicas não são absolutas, o contato com o outro é requisitado em outros territórios. Nesses, a espécie continua a se enfrentar com os paradoxos, seja pelo silêncio ou pela impossibilidade de não se comunicar, mesmo que seja pela via do sintoma.

Referências

- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2010.
- BARTHES, Roland. *Fragmentos de um discurso amoroso*. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, 1981.
- BLANCHE, R. *Estruturas intelectuais: ensaio sobre a organização sistemática de conceitos*. São Paulo: Perspectiva, 2012.
- BOURDIEU, P. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- BOURDIEU, Pierre *et alii*. *Ofício de sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia*. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.
- BOURDIEU, Pierre (1979). *La distinción*. Madrid: Taurus, 1991.

- BOUTAUD, J.; VERÓN, E. *Sémiotique ouverte: Itinéraires sémiotiques en communication*. Paris: Lavoisier, Hermès Science, 2007.
- BRAGA, J. L. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. Â.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (Org.). *Mediação & Mdiatização*. Salvador: COMPÓS-EDUFBA, 2012. p. 31-52.
- BRAGA, J. L. Lógicas da mídia, lógicas da midiatização?. In: FAUSTO NETO, A.; ANSELMINA, N. R.; GINDIN, I. L. (Org.). *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario, Argentina: UNR, 2015. v. 1, p. 15-32.
- BRAGA, J. L. Sobre “midiatização” como processo interacional de referência. In: *Anais XV Encontro Nacional da Compós*. Bauru: PPGCOM-UNESP/Compós, 2006a. p. 1-16. Grupo de Trabalho comunicação e sociabilidade.
- BRAGA, José Luiz. Um conhecimento aforístico. *Questões Transversais: Revista de Epistemologias da Comunicação*, v. 2, n. 3, p. 44-53, 2014.
- BRETON, P. *A história da informática*. Campinas: Unesp, 1991.
- CORTES, Dinis Ferreira; FERREIRA, Jairo. Une religion à double lien : médiatique et religieux ? (Afipe, Bresil) A religion with a double link : mediatic and religious? (Afipe, Brazil). *Revue française des sciences de l’information et de la communication*, p. 1-23, 2018.
- COSTA, A. C. Para uma revisão epistemológica da inteligência artificial. Relatório de Pesquisa 54. Porto Alegre: UFRGS – CPGCC, 1986. 22 p.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. São Paulo: Editora 34, 2017.
- DUTRA, L. H. de A. Modelos, analogias e metáforas na investigação científica. *Filosofia Unisinos*, v. 7, n. 2, p. 126-143, maio/ago. 2006.
- ECO, Umberto; SEBEEK, Thomas. *O signo de três*. São Paulo: Perspectiva. 2004.
- FERIGOLO, J. *Conhecimento, dialética, analogia e identidade na biologia de Aristóteles*. Tese (Doutorado) – PPG Filosofia, Unisinos, 2012.

- FERRARA, L. Os estreitos caminhos do conhecimento. *Questões Transversais: Revista de Epistemologias da Comunicação*, v. 1, p. 58-65, 2013.
- FERREIRA, J. *A codificação do simbólico pela inteligência artificial*. 1997. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1997.
- FERREIRA, J. Meios, dispositivos e médium: genealogia e prospecções na perspectiva da midiatização. In: FERREIRA, J.; ROSA, A. P.; BRAGA, J. L.; FAUSTO NETO, A.; GOMES, P. G. (Org.). *Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização?*. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2018. v. 1, p. 283-298.
- FERREIRA, Jairo. A construção de casos sobre a midiatização e circulação como objetos de pesquisa: das lógicas às analogias para investigar a explosão das defasagens. *Galáxia (PUCSP)*, v. 33, p. 199-213, 2016.
- FERREIRA, Jairo. Adaptação, disrupção e regulação em dispositivos midiáticos. *MATRIZES (USP. Impresso)*, v. 10, p. 135, 2016.
- FERREIRA, Jairo. Algoritmo e midiatização: entre a digitalização e a busca de epistemologias críticas. XXIX Compós. 2020.
- FERREIRA, Jairo. As metamorfoses da circulação: dos fluxos às questões de reconhecimento. In: CASTRO, Paulo Cesar (Org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió: EDUFAL, 2017. v. 1, p. 109-124.
- FERREIRA, Jairo. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições? In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto. (Org.). *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. 2. ed. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2019. v. 1, p. 140-160.
- FERREIRA, Jairo. Estudo exploratório sobre a construção de hipóteses: entre o método e os contextos de produção. *Líbero (FACASPER)*, v. 14, p. 79-92, 2011.
- FERREIRA, Jairo. O caso como referência do método: possibilidade de integração dialética do silogismo para pensar

- a pesquisa empírica em comunicação. *InTexto*, v. 27, p. 161-172, 2012.
- FERREIRA, Jairo. O objeto, o método e a metodologia na pesquisa da circulação e midiatização (inferências a partir da obra 'Ethnographie de l'exposition'). *Revista Famecos* (online), 2020.
- FERREIRA, Jairo. Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos. *Libero* (FACASPER), v. 1, p. 1-15, 2006.
- FERREIRA, JAIRO; BEHS, Micael. Midiatização, regulações e disrupções. *E-COMPÓS* (Brasília), v. 23, p. 1-26, 2020.
- FERREIRA, Jairo; ZANDAVALLI, Rochele. Fragmentação e hacke- rização do Queermuseu: o reconhecimento deslocado - dos campos regulados à disrupção em redes sócio-se- mio-técnicas. In: CASTRO, Paulo César (Org.). *Circulação discursiva e transformação da sociedade*. João Pessoa: Editora da Universidade Estadual da Paraíba, 2018. v. 1, p. 1-35.
- FILHO, Jorge Cunha Cardoso. Para "apreender" a experiência es- tética: situação, mediações e materialidades. *Galáxia*, n. 22, p. 40-52, 2011.
- FLICHY, P. *L'innovation technique: Récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation*. Paris: La Découverte, 2003.
- FLICHY, Patrice; FERREIRA, Jairo; AMARAL, Adriana (Org.). *Redes digitais: um mundo para os amadores*. Novas rela- ções entre mediadores, mediações e midiatizações. Santa Maria: FACOS - UFSM, 2016. v. 1. 284 p.
- FLYNN, D. J.; NYHAN, B.; REIFLER, J. The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs about Politics. *Political Psychology*, v. 38, p. 1-59. Disponível em: <https://www.dartmouth.edu/~nyhan/nature-origins-misperceptions.pdf>.
- FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense, 1986.
- FOUCAULT, M. *Tecnologías del yo*. Buenos Aires: Paidós, 2008.

- FOUQUIER, E.; VERÓN, E. *Les spectacles scientifiques télévisés – Figures de la production et de la réception*. Paris: Ministère de la Culture, 1985.
- GAULEJAC, V. Grand resúme de Qui est “je”? Sociologie clinique du sujet. *Sociologies*, 27 dez. 2010. Disponível em: <<http://sociologies.revues.org/index3362.html>>. Acesso em: 7 jul. 2015.
- GOMES, P. G. Como o processo de midiatização (novo modo de ser no mundo) afeta as relações sociais? In: BRAGA, J. L.; FERREIRA, J. G.; FAUSTO NETO, A.; GOMES, P. G. (Org.). *10 perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2013. p. 127-139.
- GOMES, P. G. Da sociedade dos mídias à midiatização da sociedade. *IHU On-Line*, UNISINOS (impresso), v. 357, p. 22-24, 2011.
- GOMES, P. G. *Dos meios à midiatização: um conceito em evolução*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2017.
- HABERMAS, J. *Técnica e ciência como ideologia*. Lisboa: Edições 70, 1994.
- HARMON, P.; KING, D. *Sistemas especialistas: A inteligência artificial chega ao mercado*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1988.
- HENRIQUES, T. S. A concepção sociotécnica: quatro perspectivas francesas sobre a articulação entre tecnologia e sociedade. *Habitus: Revista da Graduação em Ciências Sociais do IFCS/UFRJ*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 16, p. 7-20, ago. 2018. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/habitus/article/view/28809/16025>. Acesso em: 20 fev. 2020.
- KAEFER, Cintia Miguel; FERREIRA, Jairo. A instabilidade nas interações acionando circuitos-ambientes midiáticos: o caso do goleiro Aranha e da torcedora Patrícia Moreira. *Logos* (UERJ. Impresso), v. 24, p. 66-93, 2017.
- KISHIMOTO, A. Inteligência artificial em jogos eletrônicos. 2004. 11 p. Disponível em: http://www.programadoresdejogos.com/trab_academicos/andre_kishimoto.pdf/. Acesso em: 20 fev. 2020.

- LAHIRE, B. *O homem plural*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- LEROI-GOURHAN, A. Le comportement technique chez l'animal et chez l'homme. In: LEROI-GOURHAN, A. *L'évolution humaine: Spéciation et relation*. Paris: PUF, 1957.
- LUHMANN, N. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005.
- MAIA, W. A. *Percepção & inteligência artificial: conceitos, considerações e arquitetura*. São Paulo: Biblioteca24horas, 2012.
- MARCONDES FILHO, C. De como a comunicação choca, revela, nos traz de volta ao mundo: sobre o contato com a alteridade dentro e fora das tecnologias comunicacionais. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação / E-Compós*, Brasília, v. 18, n. 1, p. 01-12, jan./abr. 2015.
- MARCONDES FILHO, C. Os equívocos de Peirce. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 1, n. 25, p. 153-167, 2004. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3295>. Acesso em: 7 jul. 2015.
- MARRE, Jacques. *A construção do objeto científico na investigação empírica*. Porto Alegre: UFRGS, 1991.
- MARTINO, L. M. *Estética da comunicação: da consciência comunicativa ao "eu" digital*. Petrópolis: Editora Vozes, 2007.
- MARX, K. Introdução. In: MARX, K. *Para a crítica da economia política*. São Paulo: Abril, 1982. p. 1-21. (Coleção Os Economistas).
- McLUHAN, H. M. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.
- MEDINA, C. *Ciência e jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos*. São Paulo: Summus Editorial, 2008.
- MIÈGE, B.; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antonio; BITTENCOURT, M. C. J. A. (Org.). *Operações de midiaticização: das máscaras da convergência às críticas ao tecnodeterminismo*. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016. v. 1. 346 p.

- MIÈGE, B. *A sociedade tecida pela comunicação: técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social*. Tradução de Florence Dravet. São Paulo: Paulus, 2009.
- MIÈGE, B. As mutações profundas da esfera midiática. In: MIÈGE, B.; FERREIRA, J.; FAUSTO NETO, A.; BITTENCOURT, M. C. J. A. (Org.). *Operações de midiatização: das máscaras da convergência às críticas ao tecno-determinismo*. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016. v. 1, p. 33-51.
- NÖTH, W. A teoria da comunicação de Charles S. Peirce e os equívocos de Ciro Marcondes Filho. *Galáxia*, São Paulo, n. 25, p. 10-23, jun. 2013. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/14711/11419>>. Acesso em: 7 jul. 2015.
- PEIRCE, C. S. *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Ed. Charles Hartshorne, Paul Weiss; 1930-1935; Arthur Burks. Cambridge: Harvard University Press, 1958.
- PERAYA, D. Médiation et médiatisation: le campus virtuel. *Hermès, La Revue*, n. 25, p. 153-167, 1999/3.
- PIAGET, J. *Biologia e conhecimento: ensaio sobre as relações entre as regulações orgânicas e os processos cognoscitivos*. Petrópolis: Vozes, 1973.
- PIAGET, J. *O nascimento da inteligência na criança*. Tradução Alvaro Cabral. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.
- PIGNATARI, D. *Semiótica e literatura*. 6. ed. Cotia: Atelier Perspectiva, 2004.
- POSTER, M. *Foucault, Marxism, and History: Mode of Production versus Mode of Information*. Hoboken: Blackwell, 1985.
- PROULX, S.; FERREIRA, Jairo; ROSA, Ana Paula (Org.). *Midiatização e redes digitais: os usos e as apropriações entre a dádiva e os mercados*. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016. v. 1. 282 p.
- PROULX, Serge. *As pesquisas norte-americanas sobre a comunicação: a institucionalização de um campo de estudo*. *Questões Transversais*, 2013. Disponível em: <http://>

revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/9620. Acesso em: 17 ago. 2020.

- SABBATINI, R. Uso do computador no apoio ao diagnóstico médico. *Informédica*, v. 1, n. 1, p. 5-11, 1993.
- SADOWSKI, Jathan. When Data Is Capital: Datafication, Accumulation and Extraction. *Big Data & Society*, jan.-jun. 2019. DOI: 10.1177/2053951718820549.
- SERAPIÃO, A. B. S. Fundamentos de otimização por inteligência de enxames: uma visão geral. *Controle & Automação*, v. 20, n. 3, jul./ago./set. 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-17592009000300002&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em: 20 fev. 2020.
- SFEZ, L. *Crítica da comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.
- SILVEIRA, L. F. B. *Os três tipos de argumentos: curso de semiótica geral*. São Paulo: Quartier Latin, 2007.
- SODRÉ, M. *A ciência do comum: notas para o método comunicacional*. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.
- SODRÉ, M. Um novo sistema de inteligibilidade. *Questões Transversais: Revista de Epistemologias da Comunicação*, v. 1, n. 1, jan./jul. 2013. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/5709>>. Acesso em: 7 jul. 2015.
- SODRÉ, M. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis: Editora Vozes, 2006.
- VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*, Lima, n. 48, p. 9-17, 1997.
- VERON, E. *La semiosis social 2: Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- VERÓN, E. Teoria da mediatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *MATRIZES*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan./jun. 2014.
- VERÓN, E.; LEVASSEUR, M. *Ethnographie de l'exposition: l'espace, le corps et le sens*. Paris: Centre Georges Pompidou, 1989.
- VERÓN, Eliseo. O duplo vínculo como situação patogênica universal. In: VERÓN, Eliseo. *Fragments de um tecido*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2005. p. 19-35.

WALTER-BENSE, E. *A teoria geral dos signos*. São Paulo: Perspectiva, 2000.

WATZLAWICK, P.; BEAVIN J. H.; JACKSON D. D. (1967). *Une logique de la communication*. Paris: Seuil, 1972.

Autores

Vera V. França

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG; fundadora e pesquisadora do GRIS (Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade da FAFICH/UFMG). Atua nas áreas de Teorias da Comunicação, Comunicação e Cultura Midiática, Metodologia de Pesquisa em Comunicação. É formada em Comunicação Social / Jornalismo pela PUC-MG, com mestrado em Comunicação pela UnB, DEA e doutorado em Ciências Sociais na Université René Descartes - Paris V (1989-1993). Fez estágio de pós-doutorado em Sociologia junto ao CEMS (Centre d'Etudes des Mouvements Sociaux) da Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (EHESS), na França (2005-2006). Foi presidente da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS) no biênio 2001-2003. Tem desenvolvido e orientado projetos em torno dos processos interativos midiáticos, com ênfase na televisão; na relação popular/midiático; na análise de acontecimentos e celebridades.

E-mail: veravfranca@yahoo.com.br

Muniz Sodré

Possui graduação em Direito pela Universidade Federal da Bahia (1964), mestrado em Sociologia da Informação e Comunicação pela Université de Paris IV (Paris-Sorbonne) (1967) e doutorado em Letras (Ciência da Literatura) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1978) e é Livre-Docente em Comunicação pela UFRJ. Atualmente é Professor Emérito da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Foi Presidente da Fundação Biblioteca Nacional de 2005 a 2011, órgão vinculado ao Ministério da Cultura. Possui cerca de 40 livros publicados nas áreas de Comunicação

e Cultura. Ocupa a cadeira 33 na Academia de Letras da Bahia desde 31 de outubro de 2019.

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6060-9673>

E-mail: sodremuniz@hotmail.com

Pedro Gilberto Gomes

Possui graduação em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1973), especialização em Teologia pela Pontifícia Universidad Católica de Santiago, mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1987) e doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1991). Atualmente é professor titular da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo e Editoração, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação, comunicação cristã, comunicação, cultura e mídia. Membro do Conselho de Ciência, Tecnologia e Inovação do Rio Grande do Sul, Membro e Vice-Presidente do Conselho Superior da FAPERGS (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul). Exerce o cargo de Vice-Reitor da Unisinos e é Diretor da Editora da mesma Universidade.

E-mail: pgomes@unisinos.br

Göran Bolin

Professor de Estudos de Mídia e Comunicação na Universidade Södertörn, em Estocolmo, Suécia. É autor de “Valor e Mídia: Produção e Consumo Culturais em Mercados Digitais” (Ashgate, 2011) e “Gerações de Mídia: Experiência, Identidade e Mudança Social Mediatizada” (Routledge, 2016). É membro da Academia Europaea, onde atua como presidente do comitê da seção de filmes, mídia e estudos visuais.

E-mail: goran.bolin@sh.se

Ilya Kiriya

Iniciou sua carreira acadêmica em 2000 estudando economia da mídia e o desenvolvimento das TIC na França e nos países ocidentais. Em 2002, defendeu seu doutorado em jornalismo na Rússia. Na Rússia, publicou um livro sobre a sociedade da informação na França. Em 2003, começou seu trabalho na Universidade Estadual de Moscou e ampliou suas perspectivas para estudar o

sistema de gestão de mídia na Rússia. Em 2006, publicou um livro sobre *media marketing*. Em 2007, Ilya Kiriya tornou-se vice-diretor de Estudos e Pesquisas da Escola Superior de Jornalismo, onde está particularmente interessado em ensinar e pesquisar o desenvolvimento da mídia na Rússia, fatores sociais e peculiaridades do modelo de gestão de mídia da Rússia. Em 2011, participou do estabelecimento da primeira Faculdade de Comunicação de Mídia na Rússia, na Escola Superior de Economia, onde é professor e vice-reitor. De fevereiro a março de 2013, foi professor convidado da Cátedra Unesco de Comunicação Internacional na Universidade de Grenoble (Departamento de Comunicações) e, de janeiro a fevereiro de 2014, professor convidado do Instituto de Estudos Políticos de Lyon (Lyon Sciences Po)

E-mail: ikiria@hse.ru

Antônio Fausto Neto

Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (1972), mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília (1977), doutor em Sciences de La Communication et de L'information – École des Hautes Études en Sciences Sociales, França (1982) e estudos de pós-doutorado na UFRJ/ (1990). Pesquisador 1A do CNPq; membro do Comitê Científico do CNPq (área de comunicação); Consultor ad hoc: CAPES, CNPq, Fundação Carlos Chagas. Professor titular da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS); ex-professor na UFRJ, UFPb, UnB e PUC-Minas. Professor Colaborador do Mestrado Profissional em Jornalismo da UFPB Campus João Pessoa. Presidente do Centro Internacional de Semiótica e Comunicação (CISECO). Cofundador da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós. Autor dos livros *Mortes em derrapagem* (1991); *O impeachment da televisão* (1995); *Ensinando a televisão: estratégias de recepção da TV Escola* (2001); *Desconstruindo os sentidos* (2001); *Lula Presidente – Televisão e política na campanha eleitoral* (2003); *O mundo das mídias* (2004).

E-mail: afaustoneto@gmail.com

Rita Figueiras

Doutorada em Ciências da Comunicação pela Universidade Católica Portuguesa, onde leciona na licenciatura, mestrado e

doutoramento na área da Comunicação e Media. A sua pesquisa centra-se na relação entre os media e o poder, nomeadamente mediatização política, jornalismo, datificação. Produção recente inclui: *O efeito Marcelo*. O comentário político na televisão (2019, FFMS), *Media: poder, representações e epistemologias* (co-organizado com Ana Cabrera e Clara de Almeida Santos, 2019, Imprensa da Universidade de Coimbra), *O sector dos media no espaço lusófono* (co-organizado com Nelson Ribeiro, 2019, Universidade Católica Editora), *A mediatização da política na era das redes sociais* (2017, Alêtheia), *Beyond the Internet: Unplugging the Protest Movement Wave* (co-organizado com Paula do Espírito-Santo, 2016, Routledge). É vice-chair da secção de Mediatização da ECREA – European Communication Research and Education Association. Investigadora principal do projeto internacional Social Media Surveillance and Experiences of Authoritarianism, financiado pelo Riksbanken.

E-mail: figueirasrita@gmail.com, ritafigueiras@fch.lisboa.ucp.pt

Magali do Nascimento Cunha

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2004), Mestre em Memória Social pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (1997) e Graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal Fluminense (1985). Realizou estágio pós-doutoral em Comunicação e Política, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, da Universidade Federal da Bahia (2016). É coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação e Religião da INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Oferece disciplinas, desenvolve estudos e orienta monografias, pesquisas de iniciação científica, dissertações de mestrado e teses de doutorado que busquem compreender os processos comunicacionais midiáticos a partir do imaginário social e da cultura e de temáticas decorrentes, tais como identidade, memória, consumo, religião. Tem experiência nas áreas de Comunicação e Cultura, Comunicação e Imaginário e Comunicação e Religião, com ênfase nos seguintes temas: comunicação, cultura, religião, evangélicos, política, análise do discurso, mídia, ativismo político digital religioso. Tem vários textos publicados entre livro, capítulos de livros e artigos em periód-

dicos especializados. Integra a Associação Internacional Mídia, Religião e Cultura (International Association Media, Religion and Culture), a Associação Mundial de Comunicação Cristã (World Association for Christian Communication, WACC), é colaboradora do Conselho Mundial de Igrejas, com sede em Genebra/Suíça, e é articulista da revista *Carta Capital*.

E-mail: magali.ncunha@gmail.com

Ada C. Machado da Silveira

Professora titular e membro do quadro permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), colaboradora do Mestrado profissional em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa (Unipampa) e pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Líder do GruPesq Comunicação, Identidades e Fronteiras (CIFront).

E-mail: ada.silveira@ufsm.br

Ana Paula da Rosa

Coordenadora do PPGCCC-Unisinós. Graduada em Jornalismo pela Universidade de Passo Fundo (2001), mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (2007), doutora em Ciências da Comunicação, na linha de pesquisa Miatização e Processos Sociais, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e pós-doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (2018) através de projeto Procad/Capes UFF/UPFE/UNISINOS. Atualmente é professora e pesquisadora na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), onde atua no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, na linha de pesquisa Miatização e Processos Sociais, além dos cursos de graduação em Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Relações Públicas e Comunicação Digital. Em 2019, assumiu a coordenação do Programa de Pós-Graduação. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo e Editoração, atuando principalmente nos seguintes temas: miatização, circulação de imagens, crise da visibilidade, imaginário, fotojornalismo, coberturas de atentados terroristas e enquadramentos midiáticos. É membro dos grupos de pesquisa Estudos em Comunicação Organizacional

na UTFPR, Epistemologia da Comunicação da Unisinos, além do grupo Mídiação e Processos Sociais.

E-mail: anaros@unisinos.br

Mario Carlón

Professor titular da Cátedra de Semiótica I (Semiótica de Redes) da Carreira de Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais da Universidade de Buenos Aires. Doutor em Ciências Sociais pela Universidade de Buenos Aires e Licenciado em História da Arte pela Faculdade de Belas Artes da Universidade Nacional de La Plata. Investigador do Instituto Gino Germani, onde dirige atualmente o Projeto Ubacyt “Mídiações da política e da arte. Entre os velhos e os novos meios”. É autor de diversas obras, entre elas: *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y YouTube*. Buenos Aires: Crujía, 2016. *Colabor_arte. Medios y arte en la era de la producción colaborativa* (2012), junto com Carlos Scolari; *Las políticas de los internautas* (2012), junto com Antônio Fausto Neto; *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (2009), junto com Carlos Scolari; *De lo cinematográfico a lo televisivo: Metatelevisión, lenguajes y temporalidad* (2006).

E-mail: mariocarlon895@gmail.com

José Luiz Braga

Professor Titular no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos desde 1999. Pesquisador PQ 1A do CNPq. Doutor pela Université de Paris II, Institut Français de Presse. Mestre em Educação pela Florida State University (1972). Especialização em Ciências Políticas pela Université de Toulouse, França (1965) e em TV Educativa, Produção e Direção de TV pelo Instituto de Pesquisas Espaciais (INPE, 1970). Graduado em Ciências Jurídicas e Sociais pela Faculdade de Direito do Vale do Paraíba (1962). Foi professor na Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e na Universidade de Brasília (UnB). Foi presidente da Compós, gestão 1993-95. Coordenou o PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos (2002-2004). Principais áreas de interesse: métodos de pesquisa em comunicação; crítica mediática; mídiação e processos sociais.

E-mail: jbraga@unisinos.br

Jairo Ferreira

Professor Titular I do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS. Pós-doutor em comunicação pela UNR (Argentina). Formado em Jornalismo (UFRGS, 1982) e Ciências Econômicas (UFRGS, 1992), e mestre em Sociologia (UFRGS, 1997) e doutor em Informática na Educação (UFRGS, 2002), com sanduíche nos Arquivos Jean Piaget e na Unidade de Tecnologias Educacionais da School of Psychology and Education, University of Geneva (2000). Prêmio Capes-Paped 2001. Coordena os projetos Mediatização: inferências empíricas, epistemológicas e metodológicas da pesquisa de mídia no Brasil e na Suécia (CAPES/STINT) e o projeto Seminário Internacional de Pesquisas em Mdiatização e Processos Sociais, diálogos norte-sul, em IV Edição (2020), que reúne cerca de 200 pesquisadores anualmente. Coordenou a criação e é editor de *Questões Transversais* – Revista de Epistemologias da Comunicação. Em 2016, formulou e coordenou o projeto Seminário Internacional de Pesquisas em Mdiatização e Processos Sociais. Coordenou o Projeto/PROCAD intitulado Crítica Epistemológica – Análise de investigações em curso, com base em critérios epistemológicos, para desenvolvimentos reflexivos e praxiológicos na pesquisa em Comunicação com pesquisadores da UFG, UFJF e Unisinos. Coordenou também o Projeto Escola de Altos Estudos intitulado Mdiatização, técnica e tecnologias de informação e comunicação, que contou com a participação de Bernard Miège, Serge Proulx e Patrice Flichy, com os quais organizou três livros correlatos em 2016. Coordenou o GT de Epistemologia da COMPÓS entre 2004 e 2006. Organizou 17 livros e tem cerca de 90 capítulos e artigos publicados em torno dos temas epistemologias da comunicação e midiatização. Atua principalmente nos seguintes temas: epistemologias da comunicação, midiatização, dispositivos, campos das mídias e circulação.

Email: jferreira@unisinós.br

Índice Remissivo

A

- acoplamento 114, 116, 117, 120, 121, 208
- adaptação, regulação, ritmos e irrupções 289
- afinidades eletivas 269, 270, 287, 288, 289, 291
- agenda pública 45, 46, 52, 132
- algoritmos 17, 269, 270, 273, 274, 276, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 286, 287, 288
- ambiência 18, 27, 53, 55, 57, 60, 61, 62, 63, 64, 103, 108, 109, 110, 111, 114, 117, 118, 121, 125, 206
- analítica 33, 69, 124, 130, 204, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 266, 267
- arranjos interacionais 257, 259, 264, 266
- arte 85, 86, 239, 248, 306
- assimetria 205
- atores 50, 58, 59, 60, 84, 89, 91, 99, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 116, 118, 120, 128, 132, 133, 134, 135, 137, 201, 202, 203, 204, 205, 207, 208, 210, 213, 215, 218, 219, 248, 274, 277, 280, 284, 285, 286, 289, 290, 291
- autômatos 45

C

- cena midiática 67
- circuitos 30, 42, 100, 110, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 125, 174, 208, 209, 211, 213, 220, 221, 223, 247, 262, 272, 275, 286, 289, 290, 291, 292, 295
- circulação 20, 26, 27, 29, 30, 35, 42, 49, 50, 64, 65, 84, 88, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119, 120, 122, 123, 124, 125, 126, 163, 175, 181, 201, 202, 203, 204, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 213, 217, 218, 220, 221, 223, 225, 247, 248, 249, 252, 261, 262, 263, 270, 272, 275, 293, 294, 305, 307
- circularidade 180, 201, 202, 207, 208, 286
- códigos 15, 26, 27, 30, 31, 39, 117, 251, 253, 259, 260, 265, 266

comentador 130, 141, 142, 143, 146
comentários 114, 130, 143, 147, 217, 283
comodificação 83, 84
comunicação em rede 131
comunicação hierárquica 131
conflitos 34, 133, 159, 195, 213, 217, 220, 221, 286, 287
contemporâneo 13, 32, 36, 74, 78, 125, 175, 176, 274, 278
coronavírus 273
cultura 14, 15, 20, 23, 25, 26, 30, 31, 34, 35, 36, 37, 38, 42, 43, 48, 70, 71,
83, 84, 85, 86, 93, 94, 105, 106, 108, 112, 123, 125, 135, 159, 162,
163, 164, 168, 170, 172, 175, 181, 183, 186, 191, 223, 233, 244, 247,
254, 260, 265, 268, 271, 273, 275, 278, 283, 301, 302, 304, 305
cultural industries 83

D

dimensões de variação 251, 257, 266
discurso midiático 107
discurso político 106, 107, 123, 248
discursos sociais 106, 201, 202
dispersão 252, 257, 266, 290
dispositivos 26, 29, 40, 44, 52, 53, 57, 60, 61, 62, 63, 65, 69, 88, 94, 105,
106, 115, 174, 181, 201, 203, 204, 207, 208, 209, 210, 215, 227, 228,
229, 236, 237, 238, 239, 248, 257, 264, 270, 271, 276, 277, 290, 291,
293, 294, 307
dispositivos midiáticos 207, 209, 277, 293, 294
disputa 20, 51, 133, 184, 201, 202, 203, 207, 220, 231
disseminação 48, 115, 116, 118, 182

E

educação 19, 20, 47, 48, 49, 83, 84, 85, 90, 91, 92, 93, 94, 254, 255, 306, 307
enunciação 103, 108, 120, 121, 216
estratégias 52, 94, 105, 107, 108, 110, 117, 133, 134, 139, 159, 201, 203,
210, 217, 251, 253, 254, 260, 261, 265, 267, 298
evangélicos 9, 155, 157, 158, 159, 160, 162, 164, 165, 166, 167, 168, 169,
170, 171, 172, 173, 174, 175, 304
experiência 27, 37, 67, 74, 76, 78, 196, 271, 273, 274, 275, 278, 281, 282,
283, 294, 302, 304, 305
experimentação 44, 251, 258, 260, 261, 265, 266, 267

F

fagia 206, 208

fronteiras 14, 100, 107, 108, 114, 116, 118, 119, 121, 122, 159, 162, 163,
169, 174, 179, 183, 184, 185, 186, 188, 189, 193, 194, 196, 197, 199,
200, 254, 262, 305

G

generation 80, 81
 gerações 16, 67, 68, 69, 73, 74, 75, 77, 78, 79, 302
 gramática 74

I

imagem 9, 63, 107, 141, 150, 159, 201, 204, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212,
213, 214, 215, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 224, 225, 268, 271, 301
 imagens-totens 210, 225
 inferências 251, 269, 274, 288, 294, 307
 instabilidade 136, 260, 261, 295
 interação 19, 20, 26, 27, 29, 30, 31, 40, 78, 92, 99, 106, 110, 111, 131, 132,
156, 159, 160, 168, 174, 180, 185, 186, 253, 259, 262, 264, 265, 266,
267, 270, 271, 272, 273, 276, 278, 279, 284, 286, 287, 290, 291
 isolamento 164

J

jornalismo 9, 17, 19, 20, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 61, 70, 100, 104, 105, 106,
110, 112, 113, 119, 122, 123, 124, 125, 128, 133, 134, 136, 139, 148,
179, 183, 187, 200, 215, 216, 217, 220, 221, 254, 296, 301, 302, 304,
305, 307
 jornalismo liberal 45

L

lógicas 15, 19, 20, 29, 38, 40, 41, 58, 87, 88, 95, 103, 107, 108, 109, 110,
113, 117, 120, 121, 123, 131, 132, 137, 149, 150, 162, 172, 179, 188,
193, 198, 201, 202, 203, 205, 206, 210, 211, 212, 215, 217, 218, 221,
228, 229, 251, 252, 257, 265, 266, 267, 269, 271, 275, 289, 292, 293
 lógicas mediáticas 131, 132, 137, 149, 150

M

mass media 103, 106, 109, 199
 media 24, 27, 31, 42, 56, 58, 60, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 79, 80, 81, 83, 95, 96,
100, 103, 106, 109, 117, 126, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136,
137, 138, 142, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 155, 156, 163, 178,
199, 200, 202, 222, 228, 270, 303, 304, 305

- media landscape 67, 68
- mediatização 9, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 29, 42, 129, 130, 131, 132, 136, 137, 138, 149, 150, 152, 268, 304, 307
- mediatização da política 9, 14, 19, 129, 130, 131, 132, 136, 137, 138, 149, 150, 152, 304
- mídia 18, 28, 29, 30, 31, 32, 36, 38, 39, 40, 41, 43, 49, 52, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 67, 70, 71, 72, 73, 74, 76, 77, 78, 79, 83, 84, 86, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 108, 113, 115, 123, 126, 155, 157, 169, 172, 173, 174, 176, 177, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 187, 189, 190, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 203, 208, 210, 211, 215, 217, 218, 247, 252, 292, 298, 302, 303, 304, 305, 307
- midiatização 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 17, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 41, 42, 43, 45, 46, 50, 53, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 69, 70, 71, 72, 77, 79, 83, 84, 88, 92, 94, 99, 100, 101, 103, 107, 109, 110, 111, 112, 117, 118, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 128, 155, 156, 158, 159, 160, 162, 163, 169, 174, 177, 178, 179, 180, 181, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 193, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 203, 204, 206, 207, 208, 210, 211, 212, 217, 220, 223, 225, 249, 251, 252, 253, 255, 256, 261, 264, 265, 268, 269, 270, 271, 273, 274, 275, 276, 284, 288, 289, 290, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 305, 306, 307
- modelo adversarial 135
- modelo colateral 135
- mudança epocal 63
- mudança social 9, 67, 69, 79, 198

N

- noticiabilidade 9, 104, 110, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 190, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 199

O

- operações 100, 103, 104, 105, 106, 108, 109, 110, 116, 117, 121, 201, 202, 203, 204, 209, 211, 212, 216, 219, 220, 221, 223, 277, 278, 279, 296, 297

P

- participantes 12, 13, 77, 78, 79, 93, 169, 203, 257, 259, 262, 264, 265, 266, 267, 271
- periferia 59, 177, 178, 179, 180, 182, 183, 188, 196, 198, 200

- poder 10, 27, 46, 47, 51, 52, 53, 58, 60, 84, 93, 118, 122, 126, 130, 131, 132, 134, 138, 141, 143, 147, 148, 149, 150, 151, 159, 160, 161, 165, 167, 169, 170, 182, 198, 209, 223, 227, 228, 229, 230, 233, 235, 241, 246, 247, 248, 249, 257, 263, 265, 284, 285, 289, 304
- poder simbólico 151
- política 9, 14, 15, 18, 19, 20, 27, 28, 33, 45, 46, 47, 48, 50, 51, 54, 57, 58, 59, 60, 70, 71, 84, 85, 86, 90, 123, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 141, 142, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 155, 156, 158, 159, 160, 161, 162, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 180, 182, 192, 193, 197, 209, 211, 247, 255, 256, 260, 275, 278, 296, 298, 303, 304, 306
- preenchimento estratégico 261, 267
- processo interacional de referência 42, 252, 268, 292
- processos midiáticos 32, 55, 61, 62, 175, 269, 275, 284

R

- rede 52, 53, 93, 94, 111, 128, 131, 173, 188, 190, 191, 214, 254, 258, 261, 262, 263, 276, 282, 283, 285, 291
- redes digitais 251, 253, 256, 260, 264, 266, 267, 269, 286, 294, 297
- relações de poder 46, 284, 285
- religião 20, 28, 57, 155, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 164, 167, 169, 170, 172, 174, 175, 176, 304, 305
- representação parlamentar 45, 46, 146, 147
- reprodução técnica 84, 86, 93

S

- sentidos 15, 20, 35, 39, 99, 103, 104, 105, 107, 108, 110, 113, 116, 117, 118, 119, 121, 122, 125, 163, 180, 201, 203, 204, 205, 207, 208, 219, 245, 253, 274, 278, 303
- sistemas de relações 10, 251, 253, 257, 258, 259, 260, 262, 263, 265, 266, 267
- sociedade 3, 4, 7, 8, 14, 17, 18, 24, 25, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 46, 54, 55, 56, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 70, 71, 72, 76, 79, 84, 102, 103, 105, 106, 122, 123, 125, 126, 127, 130, 160, 161, 162, 174, 176, 180, 182, 183, 184, 188, 194, 206, 210, 211, 247, 252, 253, 254, 255, 257, 258, 261, 262, 264, 265, 266, 268, 294, 295, 297, 302, 304

T

tempo 17, 21, 33, 35, 41, 47, 50, 60, 64, 67, 68, 69, 74, 76, 77, 79, 84, 87,
101, 109, 110, 116, 130, 131, 134, 138, 139, 142, 149, 156, 157, 159,
160, 169, 174, 176, 179, 180, 185, 188, 195, 203, 208, 209, 216, 217,
252, 271, 275, 276, 280, 281, 282, 290, 291

teoria da comunicação 297

teoria dos meios 18, 36

trajetória 63, 76, 79

U

urgências 251, 253, 260, 261, 262, 265, 267

V

valor 48, 87, 170, 203, 206, 209, 211, 221, 225, 287, 302

visibilidade 14, 50, 132, 134, 138, 142, 156, 157, 159, 160, 161, 164, 166,
167, 168, 169, 170, 172, 173, 174, 182, 197, 198, 203, 207, 213, 215,
220, 268, 276, 305



CASA LEIRIA
Rua do Parque, 470
São Leopoldo-RS Brasil
casaleiria@casaleiria.com.br



“Este livro enfrenta um desafio impressionante ao assumir como objeto o tema da mediatização. Ou “midiatização”, como a maioria dos autores prefere. A tarefa faz sentido, uma vez que a área de Comunicação da Unisinos, que convocou e reuniu os participantes do simpósio que deu origem à coletânea, é reconhecida pelos estudos sobre a mediatização, como fenômeno ou conceito, e concentra uma grande parte da produção brasileira na área... A proposta não deixa, contudo, de constituir considerável desafio, como se dará rapidamente conta o leitor desta obra...” (Wilson Gomes – Póscom/UFBA).

