

Parte 2 - Percursos investigativos

Midiatização e reflexividade das mediações jornalísticas

Carlos Alberto de Carvalho
Leandro Lage

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

CARVALHO, CA., and LAGE, L. Midiatização e reflexividade das mediações jornalísticas. In: MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. *Mediação & midiáticação* [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, pp. 245-269. ISBN 978-85-232-1205-6. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.



All the contents of this chapter, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste capítulo, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de este capítulo, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

Midiatização e reflexividade das mediações jornalísticas

CARLOS ALBERTO DE CARVALHO
LEANDRO LAGE

NOTAS INTRODUTÓRIAS

Estudos recentes do campo da Comunicação (BRAGA, 2006, 2007; FAUSTO NETO, 2008a, 2008b, 2009; SODRÉ, 2002, 2007) têm buscado investigar e compreender a complexa transição pela qual a sociedade está passando, a saber, a mudança para uma “sociedade midiaticizada” ou “em midiaticização”. Tendo por pressuposto a comunicação como instância constituidora e constitutiva da vida social (FRANÇA, 2003), e considerando sua materialização pelas mídias, questionaremos, no presente trabalho, quais transformações essa travessia vem provocando no próprio ambiente midiático, no sentido de observar o que seria um movimento reflexivo da midiaticização.

Antes de seguir adiante, cumpre lembrarmos duas abordagens recentes do conceito. Sem a pretensão de esgotar as proposições teóricas acerca da midiaticização, faremos uma curta retomada para construir as bases teóricas da discussão sobre a reflexividade do fenômeno.

A primeira abordagem que recuperaremos, proposta por Muniz Sodré (2002), parte de um viés essencialmente filosófico para propor a ideia de midiaticização como “nova forma de vida”. Com base no conceito aris-

totélico de *bios*, isto é, das formas de vida na *polis*, o autor considera a midiatização uma espécie de “quarto âmbito existencial”, ao lado da vida contemplativa, da vida política e da vida prazerosa. O *bios midiático* pressupõe não somente a vida mediada pela lógica da mídia, mas a experiência qualificada pela mídia. Implica uma nova relação do homem com o mundo, reconfigurada pelo tecnodeterminismo e pelo mercado.

Noutra perspectiva, fortemente marcada pela sociologia do conhecimento, José Luiz Braga (2007) define midiatização em dois “âmbitos sociais”: num recorte específico, são considerados os processos sociais que passam a se desenvolver segundo as lógicas da mídia. Num nível mais amplo, trata-se da “midiatização da própria sociedade”, em que os processos de interação mediada começam a referenciar os demais processos sociais. A midiatização se apresenta, aqui, como dinâmica interacional ainda incompleta, lacunar, mas geradora de novas possibilidades sociais.

Malgrado as distinções conceituais, essas duas formas de se conceber o fenômeno da midiatização pactuam a respeito de pelo menos um fator: o importante papel da tecnologia. Não apenas em sua dimensão material, tecnicista, mas em sua dimensão social, segundo a qual mediações tecnológicas e demandas sociais se relacionam de forma complexa, abrindo e fechando modalidades comunicativas e modificando as bases da sociabilidade contemporânea. A tecnologia tanto se apoia nos avanços tecnológicos quanto os desencadeia. Está à montante e à jusante do processo.

Diante da tecnologização dos processos sociais e das formas de interação, ambos corolários da midiatização, podemos assumir que a própria mídia, enquanto instância social ordenadora de processos interacionais, também se vê afetada pela nova ordem comunicacional. Entendemos que esse movimento de retorno da midiatização à própria lógica midiática reforça aquilo que Giddens (1991) chamou de reflexividade da vida social moderna, isto é, a constatação de que as práticas sociais passam a se modificar constantemente em razão das informações renovadas que circulam socialmente sobre essas mesmas práticas.

Quais os indícios de que a mídia tem sido afetada por essa “nova ordem comunicacional” ou mesmo por essa outra “forma de vida”? Em que sentido podemos compreender essa reverberação da midiatização na própria lógica midiática como um caráter reflexivo desse fenômeno, instaurado por e instaurador de complexos processos de mediação?

PROCESSUALIDADE DE REFERÊNCIA OU NOVA FORMA DE VIDA?

A midiatização traz implicações que marcam os processos de mediação, que, numa síntese da perspectiva de Jesús Martín-Barbero (1997), corresponderiam a amplos processos de negociação de sentidos culturais, políticos, econômicos e sociais, levados adiante não somente por atores sociais diversos nas negociações entre si e entre aqueles sistemas, mas também marcados fortemente pela presença de dispositivos midiáticos, também eles negociadores de sentido.

Naquilo sobre o que propomos refletir, as mediações ocupam o centro dos processos de midiatização em condições de reflexividade social e envolvem os operadores midiáticos – em nossa preocupação central, especialmente os operadores jornalísticos –, mediadores por excelência dos acontecimentos. As mediações levadas a cabo pelos operadores jornalísticos se dão com as fontes ouvidas na produção noticiosa, com os fruidores potenciais intuídos quando da produção das narrativas, enfim, com todos os atores sociais implicados no acontecimento noticiado.

No plano das interações, uma das principais transformações decorrentes da midiatização seria, segundo Braga (2007), o crescimento acentuado de “processos diferidos e difusos”. Desse modo, a tendência a tais processos, marcada pelas formas avançadas de difusão e compartilhamento da imagem e pela presença constante dos aparatos tecnointeracionais, seria traço definidor da midiatização na contemporaneidade, como defende Braga (2007, p. 148-149):

É possível construir uma perspectiva segundo a qual se verifica uma crescente busca de maior abrangência/alcance/duração [das interações] – que leva a processos diferidos e difusos – e representam mediatização crescente, com inclusão sempre adicionada de novos elementos e de processos, assim como um maior atingimento e ampliação em termos de participantes e de participação.

Embora seja mais ampla, tal perspectiva sobre a mediatização tem validade para a compreensão das implicações desse processo, que, apesar de lacunar, incide fortemente sobre a constituição do tecido social. Não seria forçoso admitir que a processualidade ganha, aqui, ares de positividade no que diz respeito ao nascimento de novos parâmetros de sociabilidade. Os processos tecnológicos de interação, embora timbrados pela lógica midiática, abrem possibilidades sociais, permitem novas formas de produção, difusão, circulação, bem como de criação de vínculos e de constituição de si. Todas essas são marcas sensíveis das novas mediações e de rearranjos sociais, o que culmina com a transformação da própria lógica dos dispositivos midiáticos.

Há, contudo, um dissenso teórico marcante no âmbito dos estudos brasileiros que se ocupam da mediatização. Diferente daqueles que a compreendem como processo interacional de referência, outros autores (SODRÉ, 2002; TRIVINHO, 2007) tendem a crer não apenas na lógica midiática como ordenadora da vida social, isto é, como mediação acentuada dos processos sociais hodiernos, mas na total dependência da sociedade e suas práticas em relação às novas formas e modalidades tecnológicas de interação.

Tal como estamos propondo, as mediações em ambiente de mediatização implicam complexos processos de negociação de sentido. Nessa perspectiva, é preciso atenção às contradições sociais, que marcam também as mídias com seus dispositivos e os atores sociais que com eles interagem. Em complemento, é importante ressaltar que os processos tecnológicos estão também envolvidos em negociações sociais, e que esse

envolvimento apresenta relações mais complexas que aquela da dominação à maneira maniqueísta.

Trivinho (2007) sugere que, com o rearranjo de papéis, funções e práticas dos meios de comunicação na sociedade e entre si provocados pela midiatização, as mídias estariam estruturalmente dependentes das tecnologias e redes digitais. Tratar-se-ia não apenas da submissão midiática às lógicas sociotécnicas da cibercultura, mas de uma conversão midiática do real em unidades eletrônicas, característica precípua de uma “civilização mediática avançada”. Estaríamos testemunhando a “absorção” e “equalização” da lógica midiática pelas formas tecnológicas de interação:

Programas radiofônicos e televisivos e produtos da indústria bibliográfica, cinematográfica e musical sobrevivem agora, ostensivamente, pelo écran do objeto infotecnológico [...]. A produção do noticiário – em seja qual aspecto for, desde a mera captação da informação à sofisticação virtual da apresentação – se alimenta diuturnamente dos fluxos do *cyberspace*. O processo compreende a totalidade do ciclo social da comunicação: recepção, tratamento, armazenamento e retransmissão da informação. (TRIVINHO, 2007, p. 3, grifo nosso)

As convergências tecnológicas teriam, assim, limpadado o terreno para o desenvolvimento da midiatização. Deram condições para que as interações e os processos sociais se modificassem em função das possibilidades trazidas pelos avanços tecnointeracionais. Daí porque, para Sodré (2002), a midiatização deve ser pensada como “tecnologia de sociabilidade”. E daí porque o fenômeno redundava num “*ethos* midiatizado”, numa “estetização generalizada da vida social” – o que, por sua vez, atribui ao processo um viés negativo, inibidor das possibilidades de experiência dos sujeitos.

Em meio às diferentes perspectivas e olhares, partilhamos da ideia de que o processo de midiatização, a despeito de seu alicerce tecnológico e da dinâmica avassaladora com que invade os processos e mediações sociais, ainda é lacunar, pois não prepondera a ponto de suprimir formas tradicio-

nais de sociabilidade e de atravessar com essa veemência generalizante a totalidade dos processos comunicacionais. Para Braga (2007, p. 157),

Talvez devêssemos, com mais exatidão, considerar que a mediação social já é dominante em múltiplos processos transmisivos e interacionais (pela diversidade e pela abrangência de sua penetração social) – mas ainda não conseguiu atender a vários requisitos de articulação e plausibilidade que são cobrados por sua própria lógica enquanto processo interacional.

A postura acautelada diante do fenômeno – e das concepções teóricas que o cercam – não prejudica em nada a empreitada a que nos propomos, qual seja, a de buscar os vestígios deixados pela midiatização na mídia e, em especial, nos processos jornalísticos e suas mediações. Pelo contrário, tal conduta reforça a necessidade de compreender tal processualidade por seus indícios, evitando generalizações. Também não se trata de escolher entre uma e outra perspectiva, mas de aproveitar trechos de cada um dos caminhos abertos para seguir adiante na compreensão do processo, atravessado por múltiplas mediações. No caso do jornalismo, essas múltiplas mediações têm significado a necessidade de não desprezar demandas vindas de atores sociais quanto aos modos de tratamento e de inclusão nos noticiários de temáticas caras a esses atores, como adiante retomaremos.

Há um eixo, segundo Fausto Neto (2008a), que perpassa as formulações definidoras da midiatização segundo o qual, na “sociedade dos meios”, a mídia estaria sujeita às organizações e operações do processo de interação dos demais campos sociais. Enquanto que, na “sociedade mediatizada”, emerge uma realidade ou ambiência mais complexa, na qual a mídia passa a referenciar a organização da vida social em seus diversos âmbitos e mediações, inclusive o próprio sistema midiático. Midiatização seria, assim, a crescente articulação das instituições sociais com as lógicas da mídia e, acrescentamos, em ambiente de mediação e de reflexividade, as lógicas da mídia não estão imunes às demandas sociais, que as obrigam

a promover mudanças nos seus modos e formas de dar a ver as sociedades em suas contradições.

Na esteira da teoria luhmanniana dos sistemas, Fausto Neto toma como pressuposto uma autonomia operacional da mídia em relação aos demais sistemas sociais e, com isso, propõe o conceito de “análítica da midiatização”, entendido como processo interpretativo segundo o qual as mídias, enquanto instituições observadoras dos demais processos sociais, ofertam essas “leituras”, feitas sob seus cuidados, aos demais sistemas como condição de inteligibilidade da sociedade pela própria sociedade. Trata-se “da observação de que uma sociedade, que deixa sua auto-observação ao encargo do sistema de função dos meios de comunicação, aceita essa mesma forma de observação à maneira da observação de observadores”. (LUHMANN, 2005, p. 142)

O conceito de “análítica da midiatização” é proposto no sentido de examinar as transformações da mídia provocadas pela midiatização. A analítica pode, também, referir-se aos processos interpretativos situados no âmbito do sistema midiático. Fausto Neto (2008a, 2008b, 2009) apresenta algumas evidências dessa analítica no âmbito da mídia, em especial do jornalismo: a) mudanças na topografia jornalística, provocando o rearranjo dos espaços de interação entre mídias jornalísticas e públicos e as formas de apresentação dos ambientes, rotinas e estratégias jornalísticas; b) autorreferencialidade do processo produtivo, com a acentuada repetição de discursos acerca do próprio trabalho jornalístico e a abertura das rotinas e procedimentos editoriais ao conhecimento do público; c) autorreflexividade sobre seus fundamentos, colocando em constante discussão o próprio fazer jornalístico e suas dimensões práticas, éticas, teóricas etc.; d) transformação do *status* do leitor, num contexto de abertura do processo produtivo jornalístico às produções e colaborações de seus públicos; e) a busca pela completude da enunciação, na tentativa jornalística de dar conta discursivamente de uma totalidade dos acontecimento que pree-

xistiria ao relato do mesmo; f) a conversão da enunciação em acontecimento, à maneira das estratégias autorreferentes, celebrando o próprio testemunho jornalístico do acontecimento como um acontecimento; g) a reformulação do *status* da notícia, caracterizando uma compreensão das práticas jornalísticas por parte do público, o que culmina na incorporação desse saber às estratégias de negociação com as instâncias jornalísticas ou mesmo de produção e difusão de acontecimentos.

O conjunto dessas modificações pressupõe o surgimento de um novo regime discursivo da mídia, o que sugere profundas transformações no trabalho enunciativo dos discursos jornalísticos e, também, na própria natureza da relação entre fontes, leitores-ouvintes-espectadores, jornalistas e empresas jornalísticas, que se torna mais complexa, afetando, assim, a chamada cultura jornalística, o modo de ser dessa comunidade e de suas práticas.

INDÍCIOS (REFLEXIVOS) DA MEDIATEZADAÇÃO

Os efeitos das transformações nas instituições sociais e nas práticas midiáticas sobre o jornalismo não constituem problema recente. Duas décadas atrás, Maurice Mouillaud (2002a, p. 28) já havia indagado sobre o futuro do jornal impresso naquele contexto de mudanças estruturais no sistema produtivo midiático:

Em um período em que os equilíbrios são frágeis e os aparelhos da mídia se fazem e desfazem-se, em que os homens de comunicação circulam com os capitais em um jogo de permutas cada vez mais rápidas, em que um barulho de correntes apaga, por vezes, a música das esferas, quem saberia dizer em que se transformará a página impressa?

Tratar da reflexividade no contexto da mediação do jornalismo não é simplesmente propalar o recorrente discurso das mudanças estruturais ou mesmo de crise. Devemo-nos questionar, como sugere Ruellan (2011), sobre o lugar desse discurso na construção das identidades e práticas

jornalísticas atuais, ao invés de simplesmente repercuti-lo. Nesse sentido, buscaremos apontar, doravante, o que seriam indícios de que a mídia tem sido afetada pela “nova ordem comunicacional” contemporânea, marcada pela midiatização e pela reflexividade das mediações jornalísticas.

Protagonismo do público

No âmbito das práticas jornalísticas atuais, observa-se certo embaralhamento de papéis no que diz respeito aos atores envolvidos no processo de produção noticiosa. A este aspecto acrescenta-se o que Fausto Neto (2008b) chama de “protagonismo do leitor”, decorrente de uma abertura das operações jornalísticas à participação do público, ainda que esta forma de interação seja regulada pela empresa. Note-se que não se trata apenas da luta pela visibilidade por parte dos públicos, mas do ingresso consentido desses públicos no sistema produtivo.

Como parte de uma estratégia de aproximação, leitores, ouvintes e espectadores são cada vez mais chamados a colaborar, a participar do processo de produção das notícias. Assim, são postos na condição de coprodutores. Investidos no papel do “eu repórter”, esses agentes não apenas denunciam, como também produzem e reproduzem o próprio material jornalístico (fotos, vídeos, notícias...), direta ou indiretamente, corrigem e atualizam informações, reafirmando e ressaltando sua importância nos processos de mediação implicados nas operações jornalísticas – modificando, assim, a própria prática jornalística enquanto mediação social.

Tal reposicionamento sugere indícios de uma nova relação entre públicos e meios de comunicação, em que o papel de “fazer saber” e “fazer sentir”, antes detido pelo dispositivo midiático, é compartilhado com o público. Sabe-se, contudo, que a participação dos leitores como fontes de informação, como denunciadores ou mesmo como opinantes em relação aos temas e abordagens noticiosos dos jornais não é exatamente novidade. No caso do jornal impresso, as “Cartas do leitor” são o exemplo clássico da interatividade entre a instância jornalística e seu público, na qual os

leitores “[...] falam com o jornal, *no jornal* e eventualmente sobre o jornal”. (BRAGA, 2006, p. 133, grifo do autor)

Por outro lado, há que se ressaltar que tais atores não se encontram mais no início ou à margem da cadeia produtiva da notícia. Ocupam seu centro. Tornam-se agentes do processo produtivo, o que promove uma rearticulação da cultura jornalística. Como resalta Fausto Neto (2009, p. 20), “o jornalista já não é mais soberano no trabalho de produção da notícia”, pois perdeu parte da autonomia e exclusividade do trabalho de construção noticiosa, tanto por ser confrontado com informações difusas no ambiente midiático, quanto pela relativa autonomia do público enquanto difusor de informações.

É ainda mais ilustrativo o exemplo da invasão do espaço televisivo pelas imagens amadoras, como apontam Brasil e Migliorin (2010). Tais imagens, produzidas pelo público, ganham lugar prestigiado nas narrativas televisivas e mesmo na rotina de trabalho das TVs. O espectador é não apenas incitado a colaborar, mas ensinado sobre como fazê-lo – a exemplo do quadro *VC no MGTV*, transmitido no jornal local da emissora Globo Minas, em Belo Horizonte. “Não deixe de participar. Seja um repórter!”, diz a apresentadora do quadro, que ensina telespectadores a enviar vídeos sobre denúncias e acontecimentos que as câmeras da emissora não captaram.

A entrada de um novo agente no centro da produção jornalística implica menos a perda, por parte dos jornalistas, de seu papel de mediação, de interpretação dos acontecimentos, do que o rearranjo de papéis no âmbito da atividade. Nas palavras de Fausto Neto (2008b, p. 100):

A lógica dominante prevê uma espécie de diluição entre as fronteiras que os reúne [produtores e receptores], e mesmo de ‘zonas de pregnância’ que os aproximaria, na medida em que os receptores são crescentemente instalados no interior do sistema produtivo, enquanto co-operadores de enunciação.

Ressalte-se que a instauração dessas “zonas de pregnância” decorre de estratégias midiáticas previamente definidas que acabam por fundar

novas formas de interação entre produção e recepção, orientadas principalmente pela ideia de aproximação, isto é, de supressão do afastamento e da impessoalidade característicos do modelo que por um longo período demarcou as condições de interação entre públicos e o dispositivo.

Leitores, ouvintes e espectadores são promovidos a enunciadores, o que, de algum modo, impõe limites à sua autonomia ante a produção jornalística, uma vez que se veem, como os jornalistas, submetidos aos procedimentos de adequação às normas técnicas, discursivas e editoriais. Mesmo que com novos participantes, a produção jornalística ainda é submissa a parâmetros e constrangimentos organizacionais. Daí porque seria equivocados superestimar o “protagonismo do leitor”, colocando esses agentes no mesmo patamar que os jornalistas gozam dentro do processo produtivo ou mesmo crendo na substituição de um ator pelo outro.

Luta por visibilidade e disputas de sentido

A midiaticização parece inaugurar, no âmbito do sistema da informação, um ambiente de articulação entre novos e antigos atores. Essa é uma questão central no que diz respeito às lógicas da produção noticiosa. Por outro lado, não menos importante é pensar que também outras formas de ação social têm sido determinantes para a constituição do “cardápio” informativo das mídias. Essas formas não são absoluta novidade, pois remontam ao início das atividades de grandes e poderosas estruturas de assessorias de comunicação institucional próprias ou contratadas por corporações e agentes governamentais, mas incorporam crescentemente reivindicações cujas marcas podem transcender interesses corporativos isolados, assim como podem partir de grupos sociais tradicionalmente colocados à margem dos processos de visibilidade midiática. Em outros termos, tais formas de ação social inserem novos elementos às mediações que o jornalismo tradicionalmente estabelece com outros atores sociais.

Trata-se, assim, de ações vindas de grupos que reivindicam visibilidade para causas como a consciência ambiental responsável, o respeito pela di-

versidade sexual e tantas outras, cujas estratégias de fazer chegar à mídia seus pontos de vista não se resumem ao envio de materiais informativos, mas também na realização de eventos de grande porte em locais públicos, organizados segundo a lógica da mobilização massiva de participantes e da preparação de apelos visuais, estéticos e políticos atrativos para a mídia.

Um dos melhores exemplos de ações dessa natureza talvez seja a Parada do Orgulho Gay da cidade de São Paulo, que, segundo os próprios organizadores, hoje é a maior do mundo, atraindo mais de dois milhões de pessoas anualmente. Para além da produção de informações segundo a lógica do “faça você mesmo o que a mídia poderá divulgar”, o que temos são outras modalidades de incorporação da lógica da midiatização que, embora distinta em alguns aspectos daquela proposta por Fausto Neto, não deixa de assemelhar-se em alguns lances estratégicos à noção do protagonismo do público. Mas, e isso talvez seja o mais importante para o escopo das reflexões aqui desenvolvidas, trata-se de fenômeno tipicamente marcado pela reflexividade, que abordaremos adiante, e que se inscreve fortemente nos processos de mediação do jornalismo com a sociedade.

Ambientes de convergência

Há certa correspondência entre a instauração das “zonas de pregnância” com o que Trivinho (2007) aponta como a “equalização” da lógica midiática pelas formas tecnológicas de interação. A condição de coprodutores da informação jornalística dada aos públicos é permitida em grande parte pelas novas plataformas de contato desses agentes com os dispositivos. Nesse sentido, observa-se um reordenamento não apenas de papéis, mas também de práticas e conteúdos, fazendo com que dispositivos se interrelacionem estabelecendo redes sólidas de compartilhamento de informação.

Os dispositivos estão sempre encaixados em outros dispositivos. Eles possuem relativa autonomia entre si e com as demais instituições sociais. E o jornal, enquanto dispositivo midiático, pertence a uma rede de informações que comporta diversos outros dispositivos. A midiatização não

inaugura um ambiente de convergência, mas garante a entrada de novos dispositivos, novos agentes, instaurando novas formas de mediação. O encaixe entre os diversos dispositivos comunicacionais é que parece ter se transformado e se solidificado.

Os jornais, na tela e no papel, encontram-se cada vez mais fundidos. Um remete ao outro. Estão juntos no jogo da autorreferencialidade como estratégia midiática. Por isso não se deve observar o tema da convergência com as lentes do tecnodeterminismo. Como afirma Jenkins (2008), a convergência deve ser compreendida como transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, nas quais a circulação de materiais expressivos em diferentes sistemas midiáticos depende fortemente dos sujeitos consumidores, leitores, espectadores, ou, mais fortemente, mediadores.

Um exemplo dessa mobilidade é abordado por Benetti e Storch (2011), com base em observação da edição de 2 de junho de 2010, da revista *Veja*, intitulada *Guia da Copa 2010 Veja*. As pesquisadoras detectaram, em 16 páginas do *Guia*, remissões diretas ao conteúdo alternativo digital da revista, disponível para o público como ferramenta de interatividade. Sobre esse trânsito de conteúdos e agentes, as autoras concluem:

Ao criar essas esferas de convergência, notamos que a revista se movimenta sobre dois interesses centrais, ambos relacionados com sua audiência: a) ao inserir recursos tecnológicos avançados, busca se adaptar à lógica de funcionamento da internet e se aproximar de um leitor potencial, acostumado e interessado nesse tipo de leitura; b) ao mesmo tempo, e de forma a garantir a manutenção de seus leitores tradicionais, a revista constrói recursos de treinamento que favoreçam o contato do leitor do impresso com os conteúdos digitais – processo que se realiza e consolida ao longo do tempo. (BENETTI; STORCH, 2011, p.213, grifo do autor)

Há, portanto, um ambiente propício à convergência. O estabelecimento das redes informacionais e a constante remissão entre dispositivos constituem estratégias políticas e econômicas das empresas. Assim como

os consumidores percorrem diferentes dispositivos em busca de conteúdos midiáticos difusos, jornais também se encontram no fluxo de uma mesma “cultura da convergência”, em que fontes e informações estão dispersas no universo midiático.

Contudo, Fausto Neto (2009) atenta para o fato de que plataformas digitais são mais do que espaços de circulação e compartilhamento de bens simbólicos. Tais ambientes possuem estratégias produtivas próprias. O processo jornalístico de construção da realidade é, assim, afetado por essas estratégias, abrindo-se a novos atores, conteúdos e formatos. Os jornais se encontram profundamente contaminados pelos “fluxos do ciberespaço”, isto é, em constante articulação, que por vezes supõe certa dependência.

Desse modo, a “cultura jornalística” se modifica também graças à incorporação das redes digitais, com suas estratégias, atores e conteúdos próprios, à rotina produtiva. Mais uma vez, nem de longe tal tendência minimiza o trabalho do jornalista, pois os desafios que se impõem são justamente o de “ordenar toda esta avalanche de informação”, segundo Pavlik, citado por Fausto Neto (2009), e o de lidar com um ambiente de visibilidade que foge ao controle dos meios de comunicação convencionais.

O contexto de mediação sugere a ascensão dos públicos, bem como a incorporação dos fluxos informacionais de outros dispositivos por parte dos jornais, instaurando novas mediações no processo de produção da notícia e novas formas de interação entre jornais e consumidores e entre jornais e jornais, em diferentes plataformas. Instaura, também, a necessidade de interação com circuitos de produção de informações e de articulação de acontecimentos a partir das redes sociais, que, a partir de dispositivos da internet, como *twitter*, *facebook* e *blogs* diversos, além da comunicação por meio de telefones celulares, operam simultaneamente como fontes crescentemente utilizadas pelas mídias nos processos de pauta de seus noticiários e de agrupamento de pessoas em torno de causas políticas, ambientais, culturais, comportamentais e outras. Se antes dessas modificações poderia parecer que as mediações entre o jornalismo

e os demais atores sociais indicavam a prevalência do primeiro, a mediação em condições de reflexividade aponta para rearranjos em que as mediações não somente tendem a ocorrer em ritmo mais acelerado, como, sobretudo, envolvem maior número de atores sociais e de dispositivos midiáticos, com conseqüente ampliação das temáticas que são objeto das negociações de sentido.

A chamada “primavera árabe”, onda de protestos políticos que atingiu alguns países como Egito, Síria, Tunísia, Iêmen, Líbia, Argélia e outros localizados no norte da África e no Oriente Médio, inclusive com a derrubada de governantes há décadas no poder, é um bom exemplo de como as redes sociais e seus diversos agentes ao mesmo tempo mobilizaram socialmente, agiram politicamente e pautaram as mídias informativas mundo afora. Têm, além disso, servido de fonte de informação em situações de censura imposta por governos, como em alguns casos da própria onda de protestos da “primavera árabe”, inclusive levando as mídias noticiosas a alertarem seus fruidores sobre a impossibilidade de atestar a autenticidade das imagens e das informações, posto que “equipes de jornalistas estão proibidas de ali exercerem livremente suas atividades”, como ouvimos recorrentemente em noticiários televisivos, por exemplo.

O acontecimento e a autorreferencialidade

A diluição das fronteiras entre jornalistas, jornais e públicos, o ingresso destes no sistema produtivo jornalístico e a interrelação entre dispositivos num contexto de convergência sugerem o reordenamento do processo jornalístico de construção da realidade, mas, por consequência, também colocam em questão a própria noção de acontecimento. Isso porque tal processo passa a obedecer a uma lógica produtiva mais complexa, que advém dessa nova articulação de diferentes dispositivos.

O jogo da autorreferencialidade enquanto estratégia midiática não parece incidir somente sobre a articulação entre dispositivos, sugerindo uma crescente remissão e compartilhamento de conteúdos. De acordo com

Fausto Neto (2008a), as estratégias de produção de referência que fazem com que o dispositivo jornalístico se volte cada vez mais para sua própria produção geram transformações discursivas profundas, modificando a enunciação do próprio acontecimento.

Para Mouillaud (2002b), acontecimento é a sombra projetada do “fato” enquanto conceito criado pelo sistema da informação, sendo assim um construto jornalístico. A crescente midiaticização faz com que o acontecimento seja um anteparo sobre o qual é projetado o trabalho enunciativo. A própria atuação jornalística toma para si o lugar do fato como elemento central da construção do acontecimento midiático. Para Fausto Neto (2008a, p. 142),

Se as enunciações de auto-referência visam a descrever operações voltadas para a realidade da construção que é convertida na própria ‘realidade do acontecimento’, vem de uma operação de co-referência enunciativa a lembrança, ou registro, de que algo da incompletude resiste a esse trabalho enunciativo.

Os mecanismos autorreferentes são, para o autor, uma das reações à perda da autonomia de jornais e jornalistas decorrente da ascensão de leitores e fontes à condição de participantes do processo de produção da notícia. A instauração das zonas de pregnância e o ingresso de novos mediadores no trabalho jornalístico – novos dispositivos, a participação dos consumidores que passam a compor o “cardápio informativo”, inclusive com temáticas antes negligenciadas nos processos produtivos – implicariam o enfraquecimento da força do jornalista. E tais estratégias seriam usadas pela comunidade interpretativa para “[...] falar da sua existência, e dos nichos produtivos alusivos à realidade construída por seu trabalho”. (FAUSTO NETO, 2009, p. 21)

Tais estratégias funcionam à maneira de autocelebrações do trabalho e da competência jornalística de relatar os acontecimentos. Exemplo disso pode ser visto no *site* do programa *Fantástico*, da Rede Globo, na semana de 7 de abril de 2010, ocasião em que a chuva provocou um deslizamento

de terra no Morro do Bumba, no Rio de Janeiro, causando 267 mortes. Antes mesmo do dia 11 de abril, quando o programa iria ao ar, o *site* da emissora já trazia a seguinte matéria, ancorada pelo apresentador Zeca Carmargo: “Com câmera na mão, produtor do Fantástico registra tragédia no Morro do Bumba”.

Jornais cada vez mais se firmam como atores no âmbito das construções de narrativas jornalísticas, para além das suas tradicionais modalidades de relatos noticiosos. Eles deixam de ser apenas mediadores naquele sentido tradicional aludido anteriormente, uma vez que agora a mediação passa a ser entendida como amplos e complexos processos de negociação de sentidos sobre os acontecimentos noticiados. É cada vez mais comum ler, ouvir ou assistir jornais e seus agentes (produtores, repórteres...) se colocarem na cena dos acontecimentos como alguém que “testemunhou”, “acompanhou”, “viu” ou “filmou” o que se passou.

Diante do desafio crescente do furo jornalístico, passa-se a elevar o prestígio do estatuto da testemunhalidade no processo produtivo, tendo em vista que, em condições de reflexividade, os modos de construção noticiosos são mais facilmente compreendidos pelo conjunto de atores sociais, que muitas vezes detectam a própria acuidade do “ato de testemunhar”.

Acreditamos que as estratégias de autorreferencialidade sejam adotadas pelos jornalistas, mas, principalmente, pelas empresas de comunicação em busca de legitimação diante do quadro de concorrência acentuada e da firmação de novas modalidades de interação com seu público. Desse modo, a celebração da enunciação como acontecimento e a explicitação da rotina produtiva constituem estratégias midiáticas de aproximação e estruturação de relações mais sólidas entre as mídias e seus fruidores.

Para reforçar nossa argumentação, emprestamos de Landowski (1992, p. 119, grifo nosso) parte da reflexão sobre as imbricações entre o discurso do jornal e seu público. Por um lado, o jornal narra os acontecimentos, contando assim a “história do presente”, por outro:

Também constrói, pela simples recorrência da sua enunciação, identidades sociais. Ao tempo contado, ‘enunciado’, o da narrativa dos acontecimentos noticiados, se superpõe, assim, um tempo ‘vivido’, tempo da enunciação (e da recepção) do discurso que serve como *suporte para a constituição da imagem própria do jornal como sujeito coletivo enunciante*, e, correlativamente, à *formação de um certo hábito próprio da clientela da qual se alimenta* e, sem dúvida, satisfaz a expectativa diariamente.

Desse modo, para o autor, o jornal se estabelece diante do leitor tanto como narrador dos acontecimentos, atendendo ao que chama de expectativa sintagmática, isto é, a uma espera induzida pela distribuição dos relatos em sequência, quanto como “sujeito coletivo enunciante”, respondendo à expectativa paradigmática, ligada à sua atividade regular e ordenada de fazer saber e fazer ver.

As estratégias autorreferentes viriam justamente reforçar a segunda expectativa sugerida por Landowski, ressaltando suas particularidades enquanto dispositivo e estruturando relações mais sólidas com seu público.

REFLEXIVIDADE E MEDIATIZAÇÃO

Aquilo que antes apontamos como uma outra possibilidade de protagonismo do público fruidor das mídias jornalísticas, que além de participar como coprodutor de conteúdos, é também um ator que articula estratégias de visibilidades para suas causas, parece-nos mais facilmente compreensível a partir da noção de reflexividade. O conceito de reflexividade aqui adotado se assenta essencialmente nas proposições do sociólogo Anthony Giddens (1991, 2001), em nosso entendimento, um dos autores que melhor expressou a produtividade da noção para a compreensão dos modos como, nas sociedades que ele denomina modernas, a circulação de informações afeta profundamente a compreensão que temos do mundo.

Um dos elementos centrais da reflexividade na era da modernidade – e Giddens recusa a definição de pós-modernidade por entender que habitamos ainda um mundo no qual convivem o arcaico e o novo, a tradição e

a ciência – está no desenvolvimento tecnocientífico, com suas implicações inclusive nas possibilidades de rearranjos sociais dos próprios artefatos tecnológicos. Estes, pensados para o cumprimento de uma determinada função, passam a adquirir outras pelo uso social distinto dado a eles, claro, a partir dos limites iniciais da engenharia que os concebe, mas sempre com a potencial incorporação de novas funcionalidades também pela atualização do produto. É desse modo que dispositivos como telefones celulares, por exemplo, acabaram se transformando em microfones, câmeras fotográficas e de vídeo e são, não por acaso, importantes em estratégias informativas incorporando o público à lógica de produção, tal como em iniciativas do tipo “eu repórter” e assemelhadas, anteriormente referidas em ações jornalísticas.

A reflexividade estaria, segundo Giddens, diretamente relacionada ao aumento dos fluxos informativos, naturalmente para além daqueles propiciados pelas mídias e pelos processos de midiatização e de mediações sociais, mas não os desprezando, embora tais preocupações não estejam no escopo das teorizações do sociólogo inglês.

Viver em uma era da informação, na minha opinião, significa um aumento da *reflexividade* social. A reflexividade social refere-se à necessidade de estarmos sempre pensando, ou refletindo, a respeito das circunstâncias em que nossas vidas se desenrolam. Quando as sociedades estavam mais adaptadas ao costume e à tradição, as pessoas podiam seguir métodos estabelecidos para fazer as coisas de maneira mais irrefletida. Para nós, muitos aspectos da vida que as antigas gerações consideravam triviais transformam-se em temas para um processo aberto de tomadas de decisões. (GIDDENS, 2001, p. 540, grifo do autor)

A condição de reflexividade das sociedades modernas diz, assim, do trânsito de múltiplas formas de conhecimento, a exemplo do senso comum e da ciência, que, em nossas experiências cotidianas, podem se misturar na busca de soluções para males que nos afligem, como consultar um médico e se submeter a complexos exames laboratoriais e tomar os

medicamentos receitados, mas para o mesmo problema, recorrer a uma benzedeira e seus chás, compatibilizando-os por conta e risco.

Como pano de fundo, temos ainda o frágil equilíbrio entre as incertezas e a confiança nos sistemas peritos, ou abstratos, configurando nossa época como a de uma “sociedade de riscos”, na expressão de Ulrich Beck (2010). Como sistema perito, as mídias constituem um dos principais elementos de difusão de modalidades diversas de informação, incluindo aquelas traduzidas pelos jornalistas aos públicos leigos a partir de especialistas em economia, política, ciência, cultura etc., em ambiente de reflexividade. (CARVALHO, 2008) A midiaticização se configura, assim, em nossa proposição, como um elemento das sociedades contemporâneas cujas dinâmicas não são alheias às lógicas da reflexividade.

A reflexividade parece ser uma das condições explicativas para o fenômeno da midiaticização. Ela nos possibilita entender os processos de midiaticização 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. Trata-se de processo circular no qual a sociedade é atravessada pelas mediações midiáticas, o que, por sua vez, acaba reconfigurando tais mediações.

Se é dado verificável que novas potencialidades de sociabilidade são articuladas a partir da mídia, assim como há reconfigurações de antigos laços sociais a partir da presença constante dos processos midiáticos em nossos trânsitos cotidianos, pensar essas dinâmicas a partir da reflexividade pode evitar o equívoco de tomar tais processos como marcados exclusivamente pela presença soberana e não negociada da mídia na vida social. Em síntese, não é possível negligenciar que as mediações, nos termos

aqui propostos, sejam rearticuladas em ambiente de reflexividade, adquirindo centralidade para a compreensão da midiaticização.

Ao mesmo tempo, a reflexividade parece ser um dos elementos presentes nas formas como pensamos nossas relações com as mídias, seus produtos e processos, permitindo, na feliz proposição de José Luiz Braga (2006), que a “sociedade enfrente sua mídia”. Este enfrentamento, num primeiro momento, se dá sob a forma da capacidade de percepção crítica, portanto, de leituras que reposicionam os sentidos das informações midiáticas. No instante seguinte, possibilita aprendizados de outra ordem, alguns deles, como vimos nos convites a que telespectadores enviem suas próprias informações aos telejornais, com imagens produzidas por câmeras filmadoras e celulares, didaticamente disponibilizados pela mídia simultaneamente ao convite à participação.

A noção de reflexividade nos permite, contudo, ir além dessa forma de aprendizado, algo quase exclusivamente da ordem instrumental. Ela nos permite ver que há sofisticados mecanismos de participação que tensionam, se não totalmente a lógica de produção, circulação e consumo dos produtos midiáticos, ao menos forcem as mídias a negociarem a entrada em cena de novos atores e temas sociais que, por alguma razão, estão fora da lógica informativa ou de entretenimento tradicionalmente ofertadas. Como temos indicado, estamos diante de novas potencialidades e de novas mediações.

Nas condições de reflexividade em que vivemos, assim sendo, é possível compreender como os rumos de telenovelas são remodelados a partir de estudos com grupos focais, mesmo procedimento que reorienta outras produções midiáticas, dentre elas produtos informativos impressos e telejornais, mas também de outras modalidades eletrônicas. É ainda pela reflexividade que podemos enriquecer os entendimentos acerca das estratégias de produção de acontecimentos ofertados ao conjunto social e às mídias como forma de tornar visível algum tipo de reivindicação, como no exemplo já citado da Parada do Orgulho Gay de São Paulo.

Se, como aponta Giddens, a reflexividade inaugura nas sociedades modernas a necessidade de agirmos de maneira mais refletida do que no passado, mas se também é o que nos leva à adoção de todas as formas de conhecimento disponíveis nas nossas tomadas de decisão, o processo de “aprendizagem” é duplo no que se refere à midiatização: aprendemos sobre as mídias e suas lógicas de funcionamento, ao mesmo tempo em que elas também nos perscrutam, nos escrutinam em busca de maior eficácia em suas estratégias interacionais.

No que diz respeito especificamente às ações jornalísticas, envolvendo operadores organizacionais (jornalistas, editores, diretores das empresas de mídias) e seus públicos, a midiatização em condições de reflexividade parece apontar tanto na direção do aprendizado sobre os dispositivos sociotécnicos e suas lógicas operativas, quanto sobre as dimensões sociais aí implicadas. Tomados em articulação, portanto, e não como processualidades excludentes, podem oferecer melhores caminhos para a compreensão dos processos de midiatização como parte de rearranjos culturais que estão em curso, com a incorporação de uma grande diversidade de atores em cena, certamente maior do que se pensava em estudos anteriores, nos quais a mídia exerceria papéis não negociados socialmente. A mediação, em tais circunstâncias, passa a merecer novas dimensões conceituais e novas abordagens metodológicas, que em nosso entendimento, não podem deixar à margem a realidade da midiatização em condições de reflexividade que buscamos delinear.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tomando como referência o eixo que atravessa as diferentes conceituações desse fenômeno, concordamos com Sodré (2007, p. 17) quando afirma que “a midiatização não nos diz o que é a comunicação e, no entanto, ela é o objeto por excelência de um pensamento da comunicação social na contemporaneidade”. Nesse sentido, articulando as noções de midiatização, mediação e reflexividade, parecem-nos mais promissoras

e proficuas as indagações sobre os modos como contemporaneamente se dá a presença da mídia na vida social e sobre como a vida social não pode estar à margem das investigações sobre as mídias e seus processos interacionais.

Considerando como pressuposto que a nova ordem comunicacional tem modificado tanto as instituições sociais quanto as práticas midiáticas, assim sendo, refletimos sobre alguns indicativos da midiaticização do processo jornalístico e suas mediações, entre os quais estão: a) a fundação de novas formas de interação entre instâncias de produção e recepção do jornal, orientada pelas estratégias midiáticas de aproximação do público, mas também de construção de estratégias do público para tornar visíveis suas reivindicações; b) a crescente articulação entre os jornais e fluxos informacionais de outros dispositivos e plataformas; c) a adoção de estratégias de autorreferencialidade, inclusive transformando a enunciação em acontecimento.

O processo de midiaticização não se limita à reconfiguração dos processos sociais de modo a torná-los dependentes da lógica midiática ou dos fluxos informacionais. A midiaticização inaugura, no âmbito do sistema da informação e da comunicação, um ambiente de complexas mediações – e não de simples dependência – entre novos atores e dispositivos, e a adoção de estratégias bem definidas de interação com públicos, inclusive com a firmação de novas formas de interação.

De todo modo, embora a midiaticização renove os processos tecnológicos e as formas de interação, é a sociedade que “realiza, escolhe e direciona” as novas possibilidades no sentido de assinalar os processos comunicacionais que nos permitem construir a realidade. (BRAGA, 2007, p. 147) No âmbito desse direcionamento de possibilidades é que se reconfiguram, individualmente e mutuamente, os dispositivos de interação midiática – dos tradicionais aos avançados –, os processos sociais e os processos comunicacionais, partes constitutivas das mediações sociais.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, E.; VAZ, P. B. F. Mídia: um aro, um halo e um elo. In: FRANÇA, V. R. V.; GUIMARÃES, C. (Org.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 43-60.
- BECK, U. *Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade*. São Paulo: Editora 34, 2010.
- BENETTI, M.; STORCH, L. Jornalismo, convergência e formação do leitor. *Matrizes*, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 205-215, 2011.
- BRAGA, J. L. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.
- _____. Midiatização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, A. S.; ARAÚJO, D. C.; BRUNO, F. (Org.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141-167.
- BRASIL, A; MIGLIORIN, C. A gestão da autoria: anotações sobre ética, política e estética das imagens amadoras. *Ciberlegenda*, Rio de Janeiro, n. 22, p. 126-141, 2010.
- CARVALHO, C. A. Jornalismo e reflexividade: algumas aproximações. *Famecos*, Porto Alegre, n. 36, p.77-83, ago. 2008.
- FAUSTO NETO, A. Mudanças da Medusa? A enunciação midiatizada e sua incompletude. In: FAUSTO NETO, A. et al. (Org.). *Midiatização e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008a. p. 83-103.
- _____. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. *Matrizes*, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008b.
- _____. Jornalismo: sensibilidade e complexidade. *Galáxia*, São Paulo, n. 18, p. 110-125, 2009.
- FRANCA, V. R. V. L. Quéré: dos modelos da comunicação. *Revista Fronteira*, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 37-51, 2003.
- GIDDENS, A. *As consequências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991.
- GIDDENS, A. *Sociologia*. Porto Alegre: Artmed, 2001.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- LANDOWSKI, E. Uma semiótica do cotidiano (Le Monde, Libération). In: LANDOWSKI, E. *A sociedade refletida*. São Paulo: Educ, Pontes, 1992. p. 117-125.
- LUHMANN, N. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MOUILLAUD, M. Preliminares. In: PORTO, S. D.; MOUILLAUD, M (Org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: UNB, 2002a. p. 25-28.

_____. A crítica do acontecimento ou o fato em questão. In: PORTO, S. D.; MOUILLAUD, M (Org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: UNB, 2002b, p. 49-83.

RUELLAN, D. Mudanças e continuidades estruturais do jornalismo. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL MUDANÇAS ESTRUTURAIS NO JORNALISMO, I., 2011, Brasília. *Anais...* Brasília: UNB, 2011. p. 5-9.

SODRÉ, M. *Antropológica do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. Sobre a episteme comunicacional. *Matrizes*, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 15-26, 2007.

TRIVINHO, E. Cibercultura e existência em tempo real: contribuição para a crítica do modus operandi de reprodução cultural da civilização mediática avançada. *E-Compós*, Brasília, v. 9, n. 2, p. 01-17, 2007.