Produção amadora e midiatização: mediação e alteridade

Amateur production and mediatization: mediation and otherness

Tiago Segabinazzi
tiagosegab@gmail.com

Jornalista. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos na linha de pesquisa Cultura, cidadania e tecnologias da comunicação.

Micael Behs
micaelvier@gmail.com

Professor dos cursos de comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos e na Universidade do Vale do Taquari – Univates. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos.

Resumo

A produção amadora de conteúdos com vista à inserção no panorama informacional tem levantado questões que dizem respeito à democracia comunicacional e à alteridade: ao mesmo tempo que permitem a publicização de temáticas, culturas e visões de mundo ao universo midiático, também suscitam uma disputa na produção de sentidos que pode se materializar num enfrentamento mais ou menos hostil. O papel de mediação historicamente delegado ao campo jornalístico, típico da sociedade dos meios, é colocado em xeque diante da incapacidade deste de processar as heterogeneidades sociais emergentes. Neste artigo buscamos articular a discussão da passagem para a sociedade em midiatização com o relativismo moral e o problema do estreitamento discursivo a partir da formação de circuitos alternativos de circulação de conteúdos – que apontam para fenômenos como o da pós-verdade e da proliferação de notícias falsas.

Palavras-chave: produção amadora, mediação, alteridade.

Abstract

Amateur production of content for insertion in the informational panorama has raised issues related to communicational democracy and otherness: at the same time as they allow the dissemination of themes, cultures and worldviews to the media universe, they also raise a dispute in the meaning production that can materialize in a somewhat hostile confrontation. The mediation role typical of the media society is challenged by the inability to account for social heterogeneities. In this article we seek to articulate the discussion of the passage to society in mediatization with moral relativism and the problem of discursive narrowing resulting from the formation of alternative circuits of content circulation – which point to phenomena such as post-truth and fake news.

Keywords: amateur production, mediation, otherness.

1 Introdução

O ambiente digital favoreceu a proliferação de narrativas midiáticas com pretensão de verdade que poderíamos chamar de práticas jornalísticas, mas este termo ainda tem uma carga semântico-institucional que não permite aproximação às iniciativas de comunicação amadoras, independentes ou apenas relativamente mais autônomas em relação à indústria midiática tradicional. Trata-se de ações de coletivos ou de indivíduos que se inserem no panorama comunicacional por meio de projetos próprios de construção midiática da realidade, complexificando os mecanismos de circulação e produção de sentidos.

Um exemplo paradigmático desse fenômeno é a página Guarujá Alerta no Facebook, responsabilizada pela divulgação do boato que culminou no linchamento da dona de casa Fabiane Maria de Jesus, em 2014, na cidade de Guarujá, gerando repercussão nacional[1]. Neste caso, o boato desencadeador da revolta popular direcionada a Fabiane foi capturado midiaticamente por atores sociais

1 https://veja.abril.com.br/especiais/linchamento-guaruja-fake-news-boato/

convertidos em cogestores enunciativos (Behs, 2017, p. 18) que controlavam uma página "travestida" de jornalismo, na medida em que preceitos básicos do ofício, como a apuração e checagem, eram desconsiderados nas suas lógicas produtivas.

O acontecimento, capturado nas ruas de Guarujá e traduzido na forma de linchamento, portanto, foi construído discursiva e midiaticamente por moradores locais, cabendo à imprensa, a partir da confirmação da morte de Fabiane, a tentativa de reconstruir o caso tendo como base um esforço curatorial que, remissivamente, buscou identificar, complementar, contextualizar e editar materialidades discursivas já dadas a conhecer, midiaticamente, por terceiros. A cobertura jornalística, aqui, tornou-se dependente da produção midiática amadora, distanciada das regras e postulados que, historicamente, definem as premissas do campo jornalístico profissional.

Em outro caso, mais recente, ocorrido em março de 2022, o rapper Bielzin e sua equipe foram expulsos de um voo da Latam por se recusarem a utilizar máscaras de proteção contra a COVID-19. Toda a construção narrativa em torno do episódio, noticiado pelo G1, foi centrada em produções midiáticas elaboradas por agentes externos à processualidade midiática, sejam passageiros do voo que capturaram o episódio em vídeo, seja o próprio rapper que, através das redes sociais, procurou associar o caso a um ato de "covardia" e "preconceito", seja a própria companhia aérea que se manifestou sobre o incidente através da divulgação de release (Behs e Segabinazzi, 2022).

A partir destes dois casos, importa perceber que a produção de sentidos diz respeito a uma processualidade historicamente restrita à "mídia", à sociedade dos meios, à "indústria" midiática e que, especialmente com a popularização da digitalização, tem convivido com formas de comunicação e atores midiáticos emergentes. Essas práticas comunicacionais, muitas vezes, permitem a emergência de amadores, o que significa dizer que são geridas por pessoas detentoras de dispositivos técnicos voltados à produção de conteúdos, porém sem conhecimentos específicos na área da comunicação. Cabe discutir aqui esse fenômeno partindo dos estudos sobre midiatização, em particular, sobre isso que recém foi dito – a inserção de mais atores no panorama comunicacional, suas consequências e suas possíveis causas –, referente à passagem da "sociedade dos meios" para a "sociedade em midiatização".

O objetivo deste artigo, portanto, é dialogar com as questões e postulados sobre midiatização, considerando a emergente produção autônoma de conteúdo midiático, especialmente no ambiente digital, impulsionada pela apropriação das tecnologias de comunicação disponíveis à sociedade. Temos como hipótese uma alteração da mediação tradicional da sociedade dos meios que se mostra perceptível na passagem para a sociedade em midiatização: em vez de uma esfera superior a hierarquizar e massificar conteúdos e suavizar os conflitos inerentes ao mundo, haveria uma exposição das diferenças até então invisibilizadas.

Considerando, a partir de Verón (2014, p. 179), a comunicação humana como um processo não linear que busca a todo momento se auto-organizar, a emergência de novos atores no cenário produtivo midiático gera como efeito primeiro a descontextualização dos sentidos. Estas questões trazem a problemática das visões de mundo em disputa e que entram em choque em ambientes comunicacionais: como seria possível para o discurso da indústria midiática dar conta das heterogeneidades sociais que buscam e podem narrar a si mesmas? Enquanto Wolton (2010) entende que o público anterior era mais homogêneo, poderíamos objetar e dizer que tal heterogeneidade sempre existiu, a menos que se diga que *público é quem assiste ao espetáculo* – e, dessa forma, o público é que seria homogêneo, não as pessoas; as pessoas apenas se comportariam de forma homogênea para comungar de um espetáculo em comum.

O poder simbólico da mídia atua na construção da realidade, de modo que concebe o mundo de forma homogênea e permite que as variadas inteligências concordem entre si. Os símbolos atuam como forma de integração social, pois são instrumentos de conhecimento e comunicação. Desta forma, Bourdieu (2010, p. 10) diz que "[...] eles [os símbolos] tornam possível o *consensus* acerca do sentido do mundo social que contribui fundamentalmente para a reprodução da ordem social: a integração 'lógica' é a condição da integração 'moral'". Esta perspectiva vai ao encontro das críticas que veem na mídia uma espécie de tabelião da realidade social, que, ao publicizar fatos e eventos, os legitima – dá seu carimbo como se o senso comum tivesse de ser reconhecido pela mídia para ser real.

Algumas questões que se colocam aí são referentes ao compromisso com a verdade e a possibilidade de sua relativização, na medida em que o centro das discursividades midiáticas, com a expansão da digitalização, desloca-se do jornalismo canônico e se espraia a partir de múltiplos atores sociais dotados de força produtiva. Emerge, a partir desse fenômeno, o alargamento da produção de discursos alternativos de amadores e a interpretação de fatos e fenômenos; novas condições de possibilidade que envolvem as narrativas, como a moral, a cultura e a ideologia; a reestruturação do papel da mediação diante de possibilidades de "atuação direta"; o estatuto epistemológico que mobiliza fenômenos como notícias falsas frente às teorias da comunicação.

2 Midiatização e autonomia

Nem tudo, seguramente, poderá ser devidamente explicado aqui, talvez apenas aventado como possibilidade de tensionamento, mas importa mesmo verificar o que vem a ocorrer ao se mobilizar diferentes esferas de produção de sentido na sociedade em midiatização.

O que se torna evidente, a partir dos dois casos relatados e do problema de pesquisa posto, é um aumento da complexidade na relação entre os fenômenos sociais e a midiatização. Verón (2004, p. 85), nesse sentido, já enfatizava que "em vez de acentuar a uniformidade social, a midiatização acelerada das sociedades industriais leva-nos, muito provavelmente, a funcionamentos significantes cada vez mais complexos".

O que é trazido de problematizações, em geral, refere-se a processos emergentes na última década; a midiatização, entretanto, pode ser entendida como algo que surge há mais tempo, antes mesmo da modernidade – é a atuação do homem no mundo, conforme Verón (2014, p. 14):

> *A midiatização certamente não é um processo universal que caracteriza todas as sociedades humanas, do passado e do presente, mas é, mesmo assim, um resultado operacional de uma dimensão nuclear de nossa espécie biológica, mais precisamente, sua capacidade de semiose.*

Esta capacidade semiótica de que trata Verón corresponde à "exteriorização dos processos mentais na forma de dispositivos materiais", fenômenos midiáticos que caracterizam todas as sociedades humanas: a criação de ferramentas com pedras, a emergência da escrita, a criação da imprensa, da televisão até as mídias digitais que caracterizam e são característica da modernidade tardia – ou pós-modernidade, conforme os autores. A midiatização, desta forma, é tecnológica e social (Silverstone, 2010). Não se trata de um determinismo tecnológico, afinal, a sociedade adota determinadas tecnologias e delas se apropria: direciona-as (Verón, 2014; Braga, 2006; 2012; Fausto Neto, 2008). Nesta perspectiva, é interessante descrever a passagem da sociedade dos meios para a sociedade em midiatização.

A sociedade dos meios é caracterizada como aquela em que o campo midiático ocupa posição central, de articulação, entre os diversos campos sociais modernos – estes são dependentes daquele para a exposição e legitimação de seus discursos. A mídia teria relativa autonomia em relação aos demais campos e se valeria de uma estrutura sociotécnica particular de produção e recepção de mensagens (Fausto Neto, 2008). Podemos dizer que se trata de uma típica sociedade de massas, como expresso na teoria da informação e baseada no modelo de comunicação linear, que prevê um polo emissor e um polo receptor e permite supor um esquema de transmissão de mensagens "um-todos". Neste caso, portanto, a centralidade dos processos comunicacionais ainda pertence ao polo produtivo, que detém autonomia para propor uma agenda simbólica ao conjunto da audiência. Nos termos de Braga (2006), na sociedade dos meios o jornalismo ainda vigora como sistema social de referência, especialmente no sentido de definir a agenda social.

O que ocorre na passagem da sociedade dos meios para a sociedade em midiatização é a queda da "autonomia" do campo midiático perante os demais e perante a própria sociedade diante de uma "cultura midiática" que "[...] se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade" (Fausto Neto, 2008, p. 93).

Quando a sociedade se midiatiza, ela passa a perceber a si e ao mundo a partir destes fenômenos midiáticos – que se manifestam também em dispositivos tecnológicos (Gomes, 2017a); processos sociais se desenvolvem segundo lógicas da mídia – como a política, o entretenimento, a aprendizagem, por exemplo (Braga, 2006). Conforme Verón (2014, p. 17), "Nos últimos dez anos, a internet alterou a condição de acesso ao conhecimento científico mais do que essa condição mudou desde o surto moderno de instituições científicas durante o século XVII".

Como a mídia já não é um "corpo estranho" no tecido social (Braga, 2012), na sociedade em midiatização, em vez dos meios, das tecnologias ou das indústrias culturais produzirem processos, são todos os participantes sociais, sujeitos e instituições que os acionam: "a mediatização tende a 'deslegitimar' campos específicos, ao expor os diferentes 'sub-universos' uns aos outros – já que um dos modos de manutenção de um campo social é justamente a construção de relações esotéricas com a sociedade" (Braga, 2006, p. 9). Isso nos remete a questões que envolvem autoridade e legitimação de profissionais, instituições e saberes, uma problemática que está relacionada à crise dos metarrelatos modernos: no texto que inaugura a abordagem pós-moderna, Lyotard (2004) considera que as grandes narrativas ocidentais que buscavam o progresso e a ética universais faliram, e com isso também o vínculo social e os valores coletivos, de modo que toda verdade é questionável e todo conhecimento é suspeito.

Nesse sentido, a sociedade em midiatização representa uma mudança de época pela qual está passando a humanidade – trata-se de um "novo modo de ser no mundo" que é resultado da criação de uma dimensão

da vida humana, um *bios midiático*, diz, ao dialogar com Muniz Sodré, Gomes (2017a, p. 66): "Esse modo de ser no mundo assume o deslocamento das pessoas do palco (onde são sujeitos e atores) à plateia (onde sua atitude é passiva)". Aqui, porém, questionamos esta dita maior "passividade" justamente porque o que se entende é que a atuação individual vem se mostrando mais consistente.

Essa hipotética maior participação pode ser percebida pelos estudos de circulação de conteúdos (Ferreira, 2013) e pelo entendimento de que os usuários direcionam as tecnologias de uma forma não necessariamente prevista originalmente em sua criação (Braga, 2012): um direcionamento possível é o de transformar meios técnicos em meios de comunicação (Fausto Neto, 2008) e usá-los de forma mais autônoma, num fenômeno também conhecido como "autocomunicação de massas"[2] (Castells, 2011). Estamos, a partir desta angulação, diante de uma nova ambiência, que nos confronta com os entendimentos da sociedade de massas e da antiga teoria da informação, conforme Gomes (2017a, p. 66): "[...] é a forma como o receptor se relaciona com a mídia e o modo como justifica e tematiza essa mesma relação". Sublinhamos, portanto, uma crescente participação individual e menor passividade.

3 Sociedade em midiatização e o ruído como resposta

A passagem da sociedade dos meios para a sociedade em midiatização, assim, confunde-se com a própria evolução da teoria da comunicação – que, de certa forma, pode ser esquematizada a partir do olhar que se lança àquilo que se chamava "recepção". Trata-se de conceber uma disposição sociocultural que privilegia descontinuidades, em vez de linearidades; fragmentações, em vez de totalidades homogêneas; apropriações de sentidos, conforme Fausto Neto (2006, p. 3):

> *Por muito tempo o paradigma vigente das teorias comunicacionais apostava na ideia de que a convergência das tecnologias nos levaria à estruturação de uma sociedade uniforme, com gostos e padrões, através de consumo homogeneizado, em função de uma lógica de oferta da qual não resultaria ao consumo outra possibilidade a não ser a ratificação desta lógica.*

Esta percepção da recepção não apenas como passiva – um polo em que as mensagens seriam depositadas – passa pela forma como as ciências da comunicação reconsideravam seus objetos de pesquisa. A compreensão sobre o público deixou de ser uma passagem direta das mensagens para uma massa amorfa de indivíduos para se atentar no descompasso entre as intenções das emissões e o resultado na recepção, explica Fausto Neto (2010).

Isso significa afirmar que, em se tratando de processos comunicacionais, não há uma consonância de sentidos passível de ser prevista antecipadamente – e perceber que nestes fenômenos há muito mais que uma consequência necessária da presença de sofisticadas ferramentas na comunicação. Novamente, conforme Wolton (2010, p. 27), "[...] simultaneamente nunca se teve tantos muros físicos entre os povos e de incompreensão entre ricos e pobres, velhos e jovens, imigrantes e nativos, empanturrados de tecnologias e sem-tecnologias" (Wolton, 2010, p. 27). Na sociedade em midiatização o ruído se mostra mais evidente.

As lógicas do contrato entre recepção e produção são transformadas em lógicas de interfaces menos fiéis (Braga, 2012). Isso nos remete à forma como se lida com as informações disponíveis – como, por exemplo, no jornalismo. Os meios de comunicação "guarda-chuva", que abarcam uma gama de informações generalistas, já não satisfazem plenamente o consumidor (Ramonet, 2012). Um veículo de comunicação não basta para se informar. Há um crescimento – quantitativo e qualitativo, consequente e caudatário – da demanda e da oferta de mensagens que incentiva a seleção, a desconfiança, a negociação ou a não aceitação daquilo que é dito, conforme Segabinazzi e Mazzarino (2017, p. 254):

> *[...] na época de escassez, uma notícia produzida por um meio de comunicação poderia ser tudo o que se pudesse saber a respeito de uma temática – ou seja, o que quer que fosse veiculado valorizar-se-ia pela própria carência de informações; na sociedade da informação oriunda de diversos canais, conteúdos tendem a ser ignorados com mais facilidade se não seduzirem imediatamente o consumidor.*

Com isso, apontamos para condições de enfraquecimento da mediação que se desenham – como o questionamento do trabalho de seleção e hierarquização de conteúdos e até seu tratamento: a forma de abordagem do jornalista passa pela régua valorativa da cultura, da visão de mundo, do universo simbólico de quem consome; um discurso amplamente aceito – massificado, diga-se – pode ser contraposto por uma verdade

2 Os movimentos de ativismo social Occupy Wall Street, Primavera Árabe, Junho de 2013 são alguns exemplos de protestos realizados pela sociedade civil em que os próprios manifestantes propunham a cobertura de suas pautas e realizavam a comunicação entre si, e seu discurso diferia daquele publicizado pela imprensa.

particular, específica – esse espaço de que o genérico não consegue dar conta.

Uma das grandes características da midiatização é a derivação de lógicas anteriores de interação e o desenvolvimento de lógicas próprias: a possibilidade de *feedback* entre os diferentes atores envolvidos no processo comunicacional. É uma resposta à unidirecionalidade da radiodifusão, assim como a segmentação o é à massificação, segundo Braga (2006). A oferta de meios de comunicação segmentados e especializados está imbricada à fragmentação da própria sociedade: culturas e visões de mundo particulares surgem a partir do declínio das identidades tradicionais que conceituavam o sujeito como unificado; o mundo estável da modernidade se distancia de um centro – são tiradas as referências sobre as quais se apoiavam a sociedade e a cultura, conforme Hall (2006). "É assim que o corpo social se fragmenta em pequenos corpos tribais", diz Maffesoli (2010, p. 49); aparecem, desta forma, a heterogeneidade, a diferença, os localismos, as especificidades culturais, étnicas, sexuais, políticas: o tempo das tribos é caracterizado pela manifestação pública.

Da sociedade da informação munida de dispositivos digitais de comunicação surge a sociedade em rede: "uma estrutura social construída em torno das (mas não determinada pelas) redes digitais de comunicação"[3] (Castells, 2011, p. 24). Estamos falando de uma disposição sociocultural na órbita da internet e da comunicação digital que permite que se estabeleçam redes de comunicação horizontais interativas. A partir destes atributos, surge uma forma de comunicação em rede denominada "autocomunicação de massas". Este entendimento de Castells vem ao encontro do trabalho de Ferreira (2013), que formula a ideia de recepção produtiva ou produção consumidora. Nas redes digitais há uma relação inédita entre consumo e produção que possibilitaria uma participação mais ativa do receptor na produção em dispositivos midiáticos – processo fundamental no funcionamento dos próprios dispositivos.

Ao se pensar a mídia escrita, não havia sentido em problematizar a questão da recepção como ativa ou passiva, afinal, o leitor, até o século XX, havia sido preparado para determinado tipo de leitura, conforme Braga (2006). Jornalistas escrevem, leitores leem. Na sociedade em midiatização, os usuários se convertem em emissores e receptores de informação sem depender tanto das instituições de comunicação tradicionais, tornando-se, assim, cogestores da enunciação midiática. Os meios de comunicação se tornam parte da circulação de símbolos na sociedade num processo dialético em que a importância dos meios para a definição dos significados passa pela negociação da sociedade (Silverstone, 2010).

4 Tecnologia, circulação e valores

> *Ontem, com tecnologias limitadas, as mensagens trocadas envolviam públicos mais homogêneos. Hoje, as mensagens são incontáveis, as tecnologias, quase perfeitas, e os receptores sempre mais numerosos, heterogêneos e reticentes. Isso não decorre apenas da diversidade de línguas, mas também das representações, culturas e visões de mundo que se entrechocam. [...] Os mal-entendidos e os conflitos estão até mesmo aumentando. É a primeira vez na história que se produz tal descolamento (Wolton, 2010, p. 16).*

Ao trazer a tecnologia para discussão sobre maior autonomia comunicacional e sobre o processo de midiatização da sociedade é preciso cuidado para não cair num determinismo tecnológico; é preciso que haja um direcionamento feito pelos usuários sobre as tecnologias para transformá-las em meios de comunicação, esclarece Braga (2012, p. 36): "É porque a sociedade decide acionar tecnologias em um sentido interacional que estas se desenvolvem – na engenharia e na conformação social". Isso ajuda a entender também como o campo midiático não é o responsável pela midiatização da sociedade: agora importa menos pensar em sua centralidade perante outros campos sociais para se dar ênfase ao atravessamento de uma "cultura da mídia" pelo tecido social (Fausto Neto, 2008). A absorção da cultura comunicacional se faz menos por uma "habituação" do que por uma "invenção social", uma experimentação, uma tática, ainda, conforme Braga (2012, p. 45):

> *Ao experimentarem práticas mediáticas, ao se inscreverem, para seus objetivos interacionais próprios, em circuitos midiatizados, ao darem sentidos específicos ao que recebem e transformam e repõem em circulação – os campos sociais agem sobre os processos, inventam, redirecionam ou participam da estabilização de procedimentos da midiatização. [...] Mas isso também requer invenção social.*

Midiatização, desta forma, não é a indústria cultural ou as inovações disponíveis – e não se resume à digitalização e à rede. A sociedade passa a se comunicar consigo mesma de forma mais complexa – que é dizer mais do que simplesmente fazer uso dos meios. É ressignificar os aparatos tecnológicos. Com a transformação da sociedade dos

3 No original: "una estructura social construida alrededor de (pero no determinada por) las redes digitales de comunicación". Tradução livre.

meios para uma sociedade em midiatização há uma nova estrutura a pautar a relação entre produtores e receptores de discursos. Na sociedade dos meios massivos, a "presença do receptor ocorria após produção ou no âmbito de uma produção em que uma série de discursos da instituição midiática eram interpostos", diz Ferreira (2013, p. 146). Com os dispositivos atuais, os receptores participam na construção desses discursos – um exemplo disso pode ser identificado na atenção que os veículos de grande mídia dão às conversações realizadas em redes sociais, seja para decidir a escolha de pautas, seja para identificar a partir dos assuntos mais falados uma notícia própria a ser publicizada.

Com isso, o que surge é a percepção de uma etapa até então ignorada: a da circulação. Este processo, quando se pensava na sociedade dos meios, era tomado como a passagem direta das mensagens, quase sem resistências, do emissor ao receptor – o critério era o de correspondência e identidade entre emissão e recepção. Na sociedade em midiatização há uma realocação desta problemática, captada pelas pesquisas em comunicação. A ideia de circulação emerge da passagem dos estudos semiológicos das gramáticas de produção para os da recepção, entende Fausto Neto (2010).

O objetivo de Ferreira é observar os agenciamentos midiáticos – ou seja, os processos descendentes –, mas ressalvando que este processo não se confunde com o polo "de cima", com os meios midiáticos e suas lógicas, mas trata-se, sim, de algo que o atravessa – agenciamentos de circuitos, ambientes e ambiências. Em vez de abandonar o interesse pela audiência, as pesquisas em comunicação fazem surgir a recepção como algo diferente do que pressupunha o modelo tecno-funcional, percebe Fausto Neto (2010). A produção de sentidos sobre um determinado acontecimento não se encerra a partir do enquadramento feito por uma instituição midiática em uma notícia: dali são gerados sentidos outros que partem dos sujeitos interpretantes desse conteúdo, que podem ser similares, distintos ou até mesmo radicalmente contrários aos sentidos inicialmente pretendidos pela produção.

A sugestão de Ferreira (2013) é de que os estudos em midiatização devem superar os paradigmas de produção e consumo para serem pensados em termos de circulação; restringir a investigação aos processos de produção/recepção e seus correlatos limita epistemologicamente o pensamento e leva a impasses insuperáveis – como o de que a midiatização teria chegado ao fim, que seria um processo concluído (Ferreira, 2017).

A circulação se manifesta na sociedade na forma de circuitos, que são praticados culturalmente, num processo de fluxo contínuo, sempre adiante, conforme Braga (2012). Este "fluxo adiante" se materializa em formas variadas, como comentários, repasse para outros usuários, apropriação para gerar outros produtos, debates, análises, polêmicas. Novamente, a circulação é vista como os desvios produzidos na apropriação, e é importante perceber como o desvio ocorre na apropriação da tecnologia como também na discursividade; a revolução da "relação" é a tensão entre a aceitação e a recusa das mensagens – o que faz Wolton (2010, p. 15) apontar para os desentendimentos decorrentes da falta de sintonia no processo comunicativo:

> *Os receptores, ou seja, os indivíduos e os povos, resistem às informações que os incomodam e querem mostrar os seus modos de ver o mundo. A incomunicação torna-se o horizonte da comunicação obrigando a negociações constantes para que se possa conviver.*

As discussões que se manifestam em variados espaços – como sites de redes sociais, comentários em produtos midiáticos e na própria produção de narrativas – são exemplos de como as intenções de origem perdem força, fazendo emergir a complexidade da circulação.

Na construção da notícia há uma invisibilização desses conflitos colada ao processo de mediação da sociedade dos meios, que tende a homogeneizar a diversidade sociocultural para se mostrar crível, apresentável, vendável. Se as narrativas autônomas contribuem para a visibilização de discursos marginalizados e visões de mundo outras ao universo midiático (Segabinazzi e Mazzarino, 2017) num circuito alternativo, é preciso apontar também para a possibilidade do estreitamento discursivo que pode daí decorrer. A rede, diz Wolton (2010), tem caráter de comunidade acima de tudo, pois aglutina pessoas com pontos de vista em comum; o problema se coloca quando pontos de vista se transformam em discursos questionáveis que encerrem a existência do outro – a exemplo de grupos neofascistas que se articulam em rede para tentar impor o seu ponto de vista como regra.

A maior autonomia proporcionada aos usuários de tecnologias de comunicação faz com que aumentem as possibilidades de mudança social, pois, argumenta Castells (2011), novos valores podem ser inseridos para o público. É esta também a problemática exposta por Gomes (2017b, p. 146), ao questionar quais valores têm emergido na sociedade em midiatização: "Mais do que como os valores estão sendo trabalhados pelas mídias sociais, a pergunta é a respeito de quais novos valores estão surgindo a partir das mídias digitais". Haveria, em seu entendimento, afetações recíprocas neste sentido, sendo a mídia, mais do que objeto, um elemento definidor dos valores postos em circulação.

Entendemos, sob outra ótica, que as próprias mídias são um sintoma dos valores, não necessariamente seus caudatários. Valores podem ser percebidos como marcas de uma época, demandas sociais que são materializadas nas tecnologias, como no caso da relação com a prática jornalística, conforme Segabinazzi e Mazzarino (2017, p. 255-256):

> *O fazer jornalismo por qualquer pessoa pode ser entendido [...] como muito mais um efeito de uma época que privilegia a horizontalidade e a descentralização em recusa da hierarquia do que fruto das tecnologias disponíveis – o que não quer dizer que estas não facilitem o trabalho, obviamente, mas devem ser entendidas mais como um sintoma do que como uma causa, apesar de se recusar noções estanques de causa e efeito para explicar fenômenos.*

Nesta visão tecno-mediática, pensamos, além da "invenção para atender a um 'problema' percebido na situação social", nos deslocamentos dos processos imprevistos quando as tecnologias foram criadas, conforme Braga (2006, p. 6), que também vê a midiatização gerar a tecnologia, e não o contrário. Valores que se confundem com os próprios atributos da sociedade em rede: mobilidade, dinamicidade, ubiquidade, velocidade e recusa à autoridade.

O que mais interessa é o último deles. A recusa à autoridade pode ser entendida como o que encadeia uma série de fenômenos na produção amadora que merecem especial atenção: do ativismo midiático aos confrontos ideológicos nas redes, das interpretações possíveis à pós-verdade[4], da criação de sentidos às bolhas discursivas, da relativização da verdade às notícias falsas. O relativismo moral é uma das marcas da ultrapassagem do fundamento moderno, em que o hedonismo é mais importante do que uma moral sacrifical, conforme Lipovetsky (2004, p. 54): "Vê-se aqui e ali se multiplicarem os 'produtos simbólicos', que permitem exprimir escolhas sociais, valores, uma visão de mundo, uma identidade individual e opcional"; sem grandes ideologias políticas, os indivíduos tendem a querer afirmar a sua identidade por meio do consumo.

> *A comunicação resulta, na sua forma contemporânea, desta tripla revolução: liberdades humanas, modelos democráticos e progressos tecnológicos. [...] Duas ideologias ameaçam a comunicação: o individualismo, ou seja, a redução da comunicação à expressão e à interatividade, e o comunitarismo, isto é, a marginalização da questão da alteridade e a possibilidade do encerramento em espaços virtuais (Wolton, 2010, p. 24).*

Aqui aproximamos esta problemática à *resposta* dada pelo público diante de uma homogeneização, conforme Braga (2006; 2012). Algumas facetas podem ser trazidas para a discussão da midiatização, pois Gomes (2017a, p. 50) também percebe que os indivíduos, nestas práticas autônomas, ignoram grandes referências ou autoridades em sua atuação: "As pessoas agem autonomamente, mas relativizam valores universais, que são assumidos de acordo com as conveniências pessoais". Trata-se de uma outra moral. Uma moral fragmentada e provisória que "assume" o sujeito pós-moderno (Lipovetsky, 2004; Hall, 2006) que se vê descolado da ética do dever e do sacrifício que guiou a modernidade: juízos morais pós-convencionais, diz Gomes, baseado em Lawrence Kohlberg. Há mais autonomia do sujeito e possibilidade de criticar a própria sociedade e seus valores. Noções de autoridade e coerção do grupo pesam menos do que as convicções próprias, o que permite que se produzam concepções próprias de justiça – que podem até combinar com alguns valores coletivos também.

Ao se entender a moral como uma condição de produção da verdade (Machado, 1999), temos mais um elemento para entender como a verdade se fragmenta em múltiplos discursos que percebemos nos sites de rede social, nos comentários, na circulação: são entendimentos variados sobre notícias e sobre o cotidiano que geram produção autônoma de conteúdo a disputar legitimidade. Em certos aspectos, a tentativa de produção de verdade pode, inclusive, deflagrar o potencial degenerativo das redes – podemos pensar em ações com caráter antidemocrático organizadas nestes ambientes, como a invasão do Capitólio, nos Estados Unidos, ou que atentem contra a saúde pública, como os movimentos antivacina que ocorreram em diversos países durante a pandemia.

É interessante dar um passo atrás e refletir justamente sobre este desentendimento, aquilo que Wolton (2010) chama de "incomunicação", investigar as imposições de sentido, as apropriações tanto tecnológicas quanto discursivas e o resíduo – ou seria a essência? – desta exposição de heterogeneidades: as notícias falsas. Consumimos e produzimos notícias falsas ignorando fatos e até mesmo a lógica: que verdades são ditas aí? Quais as condições de sua produção e o que isso diz sobre a sociedade?

4 Eleita, em 2016, a palavra do ano pelo dicionário "Oxford", o substantivo pós-verdade faz menção a um fenômeno a partir do qual os fatos objetivos a respeito do mundo são deslegitimados diante das emoções e crenças pessoais acerca desses mesmos fatos, gerando uma construção fantasiosa da realidade.

5 Considerações finais

Quanto ao aparente encerramento dos sentidos contido na instância de produção midiática, é interessante atentar para o rearranjo comunicacional que envolve problemáticas que surgem a partir de uma dita maior autonomia de que se valem os atores sociais: seja pelo incentivo tecnológico e uso do incentivo como aparato de comunicação alternativo, pelas diferenças transbordarem a capacidade de mediação massificada ou pela fragmentação discursiva e moral por que passa a sociedade.

Estes aspectos vêm reafirmar a necessidade da discussão sobre o papel da mediação na passagem da sociedade dos meios para a sociedade em midiatização. Na medida em que se percebe o jornalismo como espaço de exposição da verdade, de uma atividade comprometida e compromissada com a sociedade na produção de discursos que se refiram aos fatos, mas que passa por incontornável processo de apagamento de minorias, a questão da alteridade é recolocada.

A processualidade que incentiva visões de mundo minoritárias – ou seja, aquelas não comumente contempladas no discurso midiático canônico – a mostrarem suas formas de ver o mundo e questionar a atuação da mídia hegemônica que os apaga é também aquilo que permite que haja um estreitamento discursivo e que iniciativas antidemocráticas ganhem corpo. Isso aponta justamente para o horizonte contrário àquele que se imagina quando se tira peso de uma mediação massificada: em vez da convivência de diferentes culturas, o enfrentamento que aponta para a hostilidade. A discussão sobre a mediação se apresenta como algo mais do que a pretensão de uma centralização da produção simbólica ou da homogeneização discursiva. Valorizar discursos contra-hegemônicos é necessário na mesma medida que questionar o valor de discursos que encerram outras possibilidades de existência e ameaçam a democracia comunicacional a que aspiram

Referências

BEHS, Micael Vier. 2017. *Disrupções e regulações em circuitos e circulações difusas: a construção do caso sobre o boato da bruxa de Guarujá*. São Leopoldo, RS. Tese de doutorado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação.

BEHS, Micael Vier; SEGABINAZZI, Tiago. Complexidades em torno da construção do acontecimento jornalístico: lógicas produtivas interpostas. *Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais*, [S.l.], v. 1, n. 5, nov. 2022. ISSN 2675-4169. Disponível em https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-resumos/article/view/1412. Acesso em 18 nov. 2022.

BOURDIEU, Pierre. 2010. *O poder simbólico.* 13ª ed. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.

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

BRAGA, José Luiz. 2006. Sobre mediatização como processo interacional de referência. Trabalho apresentado no GT Comunicação e Sociabilidade do XV Encontro Anual da Compós – UNESP – Bauru, 6 a 9 de junho de 2006. 16 p. Disponível em http://www.compos.org.br/data/biblioteca_446.pdf. Acesso em 26 abr. 2019.

BRAGA, José Luiz. 2012. Circuitos versus campos sociais. *In:* Maria Ângela MATTOS; Jeder JANOTTI JUNIOR; Nilda Aparecida JACKS (org.), *Mediação & midiatização* [online]. Salvador, EDUFBA, p. 29-52. ISBN 978-85-232-1205-6. Disponível em SciELO Books, http://books.scielo.org.

CASTELLS, Manuel. 2011. *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza.

FAUSTO NETO, Antônio. 2006. Midiatização – prática social, prática de sentido. Trabalho apresentado no GT Políticas e Estratégias da Comunicação no XV Encontro anual da Compós – UNESP – Bauru, 6 a 9 de junho de 2006. 15 p. Disponível em http://www.compos.org.br/data/biblioteca_544.pdf. Acesso em 26 abr. 2019.

FAUSTO NETO, Antônio. 2008. Fragmentos de uma analítica da midiatização. *Matrizes*, São Paulo, 2:89-105.

FAUSTO NETO, Antônio. 2010. A circulação além das bordas. *In: Mediatización, Sociedad y Sentido: Diálogos Brasil y Argentina*. Rosário, UNR, p. 2-17. Disponível em http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuaderno_del_coloquio_final_2.pdf. Acesso em 26 abr. 2019.

FERREIRA, Jairo. 2013. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições. *In:* José Luiz BRAGA *et al.*, *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação.* São Leopoldo, Ed. Unisinos, p. 145-160.

FERREIRA, Jairo. 2017. As metamorfoses da circulação: dos fluxos às questões de reconhecimento. *In:* Paulo Cesar CASTRO (org.), *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió, EDUFAL, v. 1, p. 109-124.

GOMES, Pedro Gilberto. 2017a. A midiatização no processo social. *In:* Pedro Gilberto GOMES, *A midiatização no processo social: um conceito em evolução*. São Leopoldo, Unisinos, p. 64-102.

GOMES, Pedro Gilberto. 2017b. Uma nova ética ou uma nova moral social vigente? *In:* Pedro Gilberto GOMES, *Dos meios à midiatização: um conceito em evolução*. São Leopoldo, Unisinos, p. 138-152.

HALL, Stuart. 2006. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11ª ed. Rio de Janeiro, DP&A.

LIPOVETSKY, Gilles. 2004. *Metamorfoses da cultura liberal: ética, mídia e empresa*. Porto Alegre, Sulina.

LYOTARD, Jean-François. 2004. *A condição pós-moderna*. 8ª ed. Rio de Janeiro, José Olympio.

MACHADO, Roberto. 1999. *Nietzsche e a verdade*. São Paulo, Paz e Terra.

MAFFESOLI, Michel. 2010. *Apocalipse: opinião pública e opinião publicada*. Porto Alegre, Sulina.

RAMONET, Ignacio. 2012. *A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias*. São Paulo, Publisher Brasil.

SEGABINAZZI, Tiago; MAZZARINO, Jane Márcia. 2017. Modernidade em movimento: jornalismo e tecnologias digitais. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, São Paulo, ALAIC, **14**(27):246-257. Disponível em https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/1033/497.

SILVERSTONE, Roger. 2010. *La moral de los medios de comunicación: sobre el nacimiento de la polis de los medios*. Buenos Aires, Amorrortu.

VERÓN, Eliseo. 2004. *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo, Editora Unisinos.

VERÓN, Eliseo. 2014. Teoria da midiatização: uma perspectiva semio-antropológica e algumas de suas consequências. *Matrizes*, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, São Paulo, **8**(1):13-19. Disponível em https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82928/85961/. Acesso em 26 abr. 2019.

WOLTON, Dominique. 2010. *Informar não é comunicar*. Porto Alegre, Sulina.

Artigo submetido em 30/06/2019
Aceito em 09/06/2022