

DO FATO AO ACONTECIMENTO

TRAVESSIAS SOCIOSSEMÍOTICAS

Orgs.:
Aline Weshchenfelder
Antônio Fausto Neto
Viviane Borelli



CISECO

GENTRO INTERNACIONAL DE
SEMÓTICA E COMUNICAÇÃO



Universidade Estadual da Paraíba

Profª Célia Regina Diniz | Reitora

Profª Ivonildes da Silva Fonseca | Vice-Reitora



Editora da Universidade Estadual da Paraíba

Alberto Soares de Melo | Diretor

Conselho Editorial

Alessandra Ximenes da Silva (UEPB)

Antonio Roberto Faustino da Costa (UEPB)

Cidoval Moraes de Sousa (UEPB)

José Etham de Lucena Barbosa (UEPB)

José Luciano Albino Barbosa (UEPB)

Melânia Nóbrega Pereira de Farias (UEPB)

Patrícia Cristina de Aragão (UEPB)



Editora indexada no SciELO desde 2012



Editora filiada a ABEU

EDITORIA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA

Complexo Adm. Redentorista - Av. Dr. Francisco Pinto, nº 317, Bairro Universitário.
CEP: 58429-350. Campina Grande – PB.

ALINE WESCHENFELDER
ANTONIO FAUSTO NETO
VIVIANE BORELLI

Organizadores

DO FATO AO ACONTECIMENTO
Travessias Sociossemióticas



Campina Grande-PB
2025



Editora da Universidade Estadual da Paraíba

Alberto Soares de Melo | Diretor

Expediente EDUEPB

Design Gráfico e Editoração

Erick Ferreira Cabral

Jefferson Ricardo Lima A. Nunes

Leonardo Ramos Araujo

Assessoria Técnica

Thaise Cabral Arruda

Assessorias

Antonio de Brito Freire

Carlos Alberto de Araujo Nacre

Danielle Correia Gomes

Elizete Amaral de Medeiros

Eli Brandão da Silva

Efigênio Moura

Depósito legal na Câmara Brasileira do Livro - CDL

F254

Do fato ao acontecimento [recurso eletrônico] : travessias sociossemióticas / organização e apresentação de Aline Weschenfelder, Antônio Fausto Neto e Viviane Borelli ; prefácio de Aline Weschenfelder e Viviane Borelli. – Campina Grande : EDUEPB, 2025.

360 p. : il. color. ; 15 x 21 cm.

ISBN: 978-65-5221-183-5 (Impresso)

ISBN: 978-65-5221-182-8 (11.800 KB - PDF)

ISBN: 978-65-5221-187-3 (9.000 KB - Epub)

1. Semiótica e Comunicação. 2. Acontecimento - Comunicação. 3. Epistemologia do Acontecimento. I. Weschenfelder, Aline. II. Fausto Neto, Antônio. III. Borelli, Viviane. IV. Título.

21. ed. CDD 401.41

Ficha catalográfica elaborada por Fernanda Mirelle de Almeida Silva – CRB-15/483

Copyright © EDUEPB

A reprodução não-autorizada desta publicação, por qualquer meio, seja total ou parcial, constitui violação da Lei nº 9.610/98.

Sumário

Prefácio	9
<i>Aline Weschenfelder e Viviane Borelli</i>	
Apresentação.....15	
<i>Aline Weschenfelder, Antonio Fausto Neto e Viviane Borelli</i>	
EPISTEMOLOGIAS DO ACONTECIMENTO.....21	
O PINÓQUIO ELETRÔNICO: midiatização e moral social vigente.....	23
<i>Pedro Gilberto Gomes, sj</i>	
O JORNAL: da forma ao sentido.....	55
<i>Sérgio Dayrell Porto</i>	
ACONTECIMENTOS, ENTRE INDUÇÕES E ENTRELAÇAMENTOS.....	75
<i>Antônio Fausto Neto</i>	
ACONTECIMENTO E MIDIATIZAÇÃO.....105	
ACONTECIMENTO E ATORIZAÇÃO SOCIAL: da dimensão existencial à experiência midiatizada.....	107
<i>Ana Paula da Rosa</i>	

AS FANTASIAS DO CAPITALISMO COMUNICACIONAL NA ERA DO TECNOFEUDALISMO ACELERADO.....123

José Luiz Aidar Prado

QUANDO O ACONTECIMENTO É O PRÓPRIO

MEME: a nomeação do episódio “patriota do caminhão”.....145

Viviane Borelli

A CONTECIMENTO E JORNALISMO.....169

QUANDO A DESINFORMAÇÃO FAZ O
“ACONTECIMENTO ENCHENTES NO RS”: de
um acontecimento climático a um acontecimento
jornalístico.....171

Paula de Souza Paes

A MEDIATIZAÇÃO, AS NARRATIVAS
DISSONANTES E OS EFEITOS DE
CONTRASTE.....185

Demétrio de Azeredo Soster

DAS SÚBITAS INUNDAÇÕES AO FLAGELO
DAS SECAS: exercícios de leituras de acontecimentos
mediatizados.....203

Marco Antônio de Oliveira Tessarotto

RECONFIGURAÇÃO DO PERFIL PROFISSIONAL
NAS MÍDIAS E JORNALISMO.....227

Celestino Joanguete

ACONTECIMENTO NO CONTEXTO LATINO-AMERICANO...241

LA CONSTRUCCIÓN FRACTAL DEL ACONTECIMIENTO: El devenir de la semiosis social en la transición de la coexistencia entre seres humanos y entidades de inteligencia artificial.....	243
<i>Gustavo Markier</i>	
LA VIOLENCIA EN LAS REDES: Análisis crítico del discurso de la cuenta @GordoDan_ en X.....	263
<i>Silvia Ramírez Gelbes</i>	
TENSIÓN SEMIÓTICA: La insoportable levedad y circulación de la política ungida.....	285
<i>Pedro Russi</i>	
SILÊNCIOS E SILENCIAMENTOS MIDIÁTICOS: a produção do não-acontecimento em crises ambientais.....	313
<i>Inesita Soares de Araujo, Raquel Aguiar, Adriano De Lavor Moreira, José Gadelha da Silva Júnior, Anderson dos Santos Machado, Sandra Raquew dos Santos Azevedo e Cláudia Malinverni</i>	

SOBRE OS AUTORES.....349

PREFÁCIO

PENTÁLOGO XIII: UMA PROPOSTA ENTRE DOIS ACONTECIMENTOS

Aline Weschenfelder

Viviane Borelli

Ao longo da última semana do mês de abril e dos primeiros dias de maio de 2024, dois acontecimentos despontaram no Brasil: uma enchente de enorme proporção no estado do Rio Grande do Sul (RS) e o megashow gratuito de Madonna nas areias de Copacabana, no Rio de Janeiro (RJ). Naquele momento, a maior rede de televisão brasileira leu

e cobriu, de diferentes formas, os dois acontecimentos. A Rede Globo¹ voltava inteiramente sua atenção aos preparativos do espetáculo da cantora pop e repercutia, superficialmente, as intensas chuvas que assolavam o sul do país. Em contrapartida, o tema era recorrente nos noticiários nas mídias do Sul do Brasil e circulava ostensivamente em distintos perfis nas redes sociais digitais. Desde o início do avanço das águas, atores sociais se mobilizaram para atualizar as condições em que se encontravam – não só individualmente, mas, sobretudo, coletivamente. Milhares de pessoas que tinham energia elétrica e dispunham de acesso à internet aproveitavam para publicar informações sobre a situação do Estado, promover campanhas de apoio e denunciar a falta de atenção da mídia nacional para o que acontecia.

São incontestáveis a natureza distinta, a diferença simbólica e o que resultou dos dois acontecimentos: uma enchente que afetou quase 2,4 milhões de pessoas² deixando 184 mortos; e o espetáculo de uma artista reconhecida internacionalmente, que levou 1,6 milhões de pessoas à praia de Copacabana.

No entanto, assim que encerrou, o show de Madonna foi apagado da agenda jornalística da Rede Globo, e a emissora passou a colocar a enchente como pauta prioritária. As transmissões contaram com o deslocamento do âncora do principal telejornal brasileiro, o Jornal Nacional (JN), para a capital Porto Alegre (Figura 1). Com intervenções ao vivo e em diferentes cenários de alagamentos, William Bonner mostrou o avanço das águas do Rio Guaíba, visitou lares provisórios para desabrigados, conversou com autoridades, voluntários e familiares de desaparecidos. No entanto, Bonner foi atacado por moradores da região, que acusavam a emissora de “explorar a tragédia por audiência”, além

¹ Enquanto a televisão aberta, mais especificamente a Rede Globo, enquanto maior canal televisivo do Brasil, fazia uma cobertura ínfima da enchente, o canal por assinatura Globo-News dava destaque para o que acontecia no Rio Grande do Sul.

² DEFESA CIVIL - RS. **Defesa Civil atualiza balanço das enchentes no RS - 24/4.** Defesa Civil - RS, 24 abr. 2025. Disponível em: <https://www.estado.rs.gov.br/defesa-civil-atualiza-balanco-das-enchentes-no-rs-24-4> Acesso em: 3 jul. 2025.

de priorizar o show de Madonna em detrimento de uma cobertura mais abrangente sobre a enchente³.

Figura 1: William Bonner apresenta o JN ao vivo de Porto Alegre durante a enchente no RS, em maio de 2024.



Fonte: Reprodução/Rede Globo.

Acontecimento análogo ocorreu no Rio de Janeiro, em 2009, quando o Jornal Nacional também serviu-se da enchente que lá ocorreu como seu cenário naquele ano. Na ocasião, o papel mediador do jornalista que fazia a cobertura da enchente deu lugar ao ator que performava (Fausto Neto, 2012).

Passados 15 anos, a relevância da enchente no Sul do país precisou configurar-se, primeiramente, no âmbito das práticas amadoras – nos circuitos das redes sociais digitais –, disputando espaço e visibilidade com um megashow internacional, para apenas mais tarde corresponder aos valores-notícia preestabelecidos pelas mídias.

³ SENA, Letícia. **Hostilizado na cobertura da tragédia no RS:** saiba fatos curiosos sobre William Bonner. Isto É Gente, 15 mai. 2024. Disponível em: <https://istoe.com.br/hostilizado-na-cobertura-da-tragedia-no-rs-saiba-fatos-curiosos-sobre-william-bonner> Acesso em: 12 ago.2025.

É fato que as redes sociais digitais possuem uma potência significativa, capaz de mobilizar multidões e mudar o curso da história. Faz algum tempo que elas têm sido fonte de pauta para o Jornalismo. Fragmentos extraídos desses ambientes e produzidos por distintos atores sociais foram utilizados na construção das notícias e acabaram complementando o trabalho jornalístico, mas sem o mesmo comprometimento das mídias legitimadas (Recuero, 2009). Quem está inscrito e faz parte das redes sociais digitais revelou-se muito mais engajado e preocupado com a tragédia no RS.

Essa falta de atenção das mídias é sintoma do que efetivamente cabe na agenda jornalística e do que precisa ser mostrado como valor-notícia. Entretanto, diante do protagonismo dos atores sociais, há tensionamentos que levam à reconfiguração de suas prioridades, fazendo com que ajustes sejam realizados no curso do desenvolvimento de suas práticas.

A partir da problemática do acontecimento que rompe e remodela o curso das práticas midiáticas, atores sociais de diferentes lugares e culturas entram em ação para produzir novas camadas de sentidos no âmbito social. Assim, o Ciseco promoveu seu Pentálogo XIII colocando como tema central o conceito de “acontecimento”. E, como base empírica para estimular as discussões, elegeu a enchente que afetou gaúchos e gaúchas em 2024⁴.

O impacto da invasão das águas no RS elevou o debate sobre políticas de prevenção de desastres climáticos, mitigação e adaptação em níveis que transcendem os distintos grupos minorizados. Por ter afetado do desabrigado ao empresário de grande porte, a tragédia fomentou a circulação de enunciados que revelavam o trabalho voluntário e incessante da população nos resgates, em abrigos e na busca por doações. Mas, ao mesmo tempo, algumas manifestações discursivas contemplavam a distorção de informações, sobretudo as de cunho político.

⁴ As apresentações do Pentálogo XIII estão disponíveis em vídeos no canal do Ciseco no YouTube – https://www.youtube.com/@CISECO_CISECO.

co-governamental⁵. Dessas operações decorreu a complexificação dos discursos, das leituras que deles derivaram e dos atores sociais, sujeitos discursivos responsáveis pelos processos de produção e reconhecimento (Verón, 1980).

Desse acontecimento complexificado, que conjuga a ação de atores sociais de ponta a ponta com a ruptura do cotidiano, o Pentálogo XIII teve como temática “Do fato ao acontecimento: Travessias sociossemióticas”. Assim, proporcionou um espaço reflexivo e colocou em discussão problemas comunicacionais relacionados às práticas sociais que ainda não estão e nem serão facilmente resolvidos. Um dos papéis do Ciseco – de fomentar a discussão de problemáticas comunicacionais a partir do olhar da Semiótica – mostra a necessidade de persistir na observação das práticas sociais realizadas no âmbito da Comunicação.

Referências Bibliográficas

- FAUSTO NETO, Antônio. Transformações nos Discursos Jornalísticos – a autorização do acontecimento. In: MOUILAUD, Maurice; PORTO, Sergio Dayrell (Orgs). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012.
- RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: elementos para discussão. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; SILVA, Fernando Firmino da. (Orgs). *Metamorfoses Jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009.
- VERÓN, Eliseo. *A produção de sentido*. São Paulo: Cultrix/Ed. da Universidade de São Paulo, 1980.

⁵ O artigo *Quando a desinformação faz o ‘acontecimento’ encher os RS? de um acontecimento climático a um acontecimento jornalístico*, de Paula Souza Paes, integrante da presente obra, detalha a disseminação de informações falsas e o trabalho de agências de checagem no contexto da enchente no RS.

APRESENTAÇÃO

Os 14 artigos reunidos na presente obra refletem o trabalho desenvolvido e apresentado pelos palestrantes e mediadores do Pentálogo XIII, cujo tema foi “Do fato ao acontecimento: Travessias sociosemióticas”. A partir dele, buscou-se contribuir com o desencadeamento de diálogos científicos sobre o avanço em torno do conceito de acontecimento, bem como abrir novas perspectivas relacionadas ao tema no campo da Comunicação e da Semiótica.

A enchente que atingiu o Rio Grande do Sul (RS), no Brasil, em maio de 2024, foi o eixo principal das apresentações, gerando desdobramentos em subtemas. As reflexões acerca da epistemologia do acontecimento foram permeadas por questões relacionadas a: o fato e a narrativa; o trabalho interpretativo em torno do acontecimento; o acontecimento no âmbito da circulação midiática; a midiatização e seus efeitos em relação ao capitalismo, bem como a experiência social vinculada ao acontecimento; as transformações do acontecimento me-

diante a crescente era dos dados e o trabalho no campo jornalístico; o acontecimento no contexto internacional; e o acontecimento silenciando e contraditório enquanto estratégia midiática.

Participaram da iniciativa pesquisadores do campo da Comunicação, da Semiótica e de áreas correlatas que desenvolvem estudos convergentes com o tema proposto pelo Pentálogo XIII. Registramos nosso agradecimento a cada autor e autora que se dispuseram a dialogar nas mesas propostas e também produzir o artigo para integrar essa obra. A seguir, destacamos os temas analisados pelos/as pesquisadores/as, conforme apresentados em seus artigos.

Em *Epistemologias do acontecimento*, Pedro Gilberto Gomes analisa o acelerado desenvolvimento das redes digitais a partir da dimensão ética. Seu estudo permeia aspectos que vão desde a linguagem verbal, a escrita, o surgimento do tipo móvel representado pela imprensa até o fenômeno das *fake news*. Ele também observa a curiosidade como uma propulsora do conhecimento.

Sergio Dayrell Porto, por sua vez, propõe uma análise sociossemiótica sobre a capa do livro *O Jornal: da forma ao sentido*, por ele organizado junto com Maurice Mouillaud. De acordo com Porto, um conjunto de elementos da capa da obra mostra a mistura entre fatos e acontecimentos, podendo gerar o mesmo significado. O artigo ainda se desdobra no exame de diferentes componentes presentes na coletânea, que vão do texto ao conteúdo imagético, da capa e contracapa aos artigos. O trabalho analítico se expande em contraposição e aproximações com acontecimentos de diferentes ordens.

A transformação dos acontecimentos pelo viés da evolução técnico-social é analisada por Antônio Fausto Neto em *Acontecimentos, entre indicações e entrelaçamentos*. O autor examina diferentes acontecimentos, bem como suas repercussões no âmbito da recepção, em diferentes contextos ao percorrer o fenômeno da passagem da sociedade dos meios à sociedade em midiatização.

Em *Acontecimento e midiatização*, Ana Paula da Rosa revisita as propostas de autores como Louis Queré, Pierre Nora, Eliseo Verón, Edgar

Morin e Vera França para pensar a emergência de um novo estatuto do acontecimento. Ele seria produzido a partir de lógicas de midiatização, implicando no engendramento dos atores sociais e de suas formas de agenciamento da circulação a partir de suas experiências midiatizadas.

José Luiz Aidar Prado discorre a respeito do capitalismo comunicacional no âmbito da sociedade hiperconectada. Segundo o pesquisador, “o capitalismo comunicacional opera a partir da hiper e interconectividade em rede e da aceleração da circulação, aprofundando a concentração de riqueza”. Sua análise é realizada pela perspectiva da midiatização.

O artigo de Viviane Borelli encerra a primeira seção, refletindo sobre as complexas processualidades da midiatização e da circulação que afetam e são afetadas por acontecimentos. Para tanto, observa o episódio que ficou conhecido como “patriota do caminhão”, do qual analisa fragmentos discursivos publicados em sites noticiosos e dados coletados por meio do *Google Trends*, buscando problematizar como se deu o processo de nomeação do episódio.

Em *Acontecimento e jornalismo*, Paula de Souza Paes observa como os conteúdos desinformativos agem no que pode ser chamado de “acontecimento”. A autora trabalha sob o prisma das enchentes ocorridas no Rio Grande do Sul, com o objetivo de fazer uma leitura desse acontecimento pelos desmentidos dos checadores da *Lupa* e do *Aos Fatos*.

Na sequência, Demétrio de Azeredo Soster parte do princípio de que a processualidade da midiatização, ao interferir nas operações do sistema midiático-comunicacional, não apenas reconfigura seus dispositivos, como também provoca emergências de diferentes ordens. Interfere, assim, na produção de sentidos dos próprios dispositivos.

Marco Antônio Tessarotto, por sua vez, analisa o fenômeno da circulação midiática com base em dois acontecimentos jornalísticos e de suas reverberações nas mídias digitais: as inundações no Rio Grande do Sul, em maio de 2024, e a estiagem prolongada no país, em agosto do mesmo ano. De acordo com o autor, as manifestações jornalísticas

a respeito da estiagem foram realizadas sob um viés de banalização do fato, no caso, a seca.

Fechando a seção, Celestino Joanguete traz uma análise sobre os efeitos da inteligência artificial (IA) no ecossistema midiático e jornalístico, com foco na emergência de novos perfis profissionais. O autor destaca o surgimento de um novo tipo de profissional, que integra habilidades tradicionais do Jornalismo com fluência tecnológica. Segundo ele, esse processo indica uma mudança estrutural na produção jornalística contemporânea.

Em *Acontecimento no contexto Latino-Americano*, Gustavo Markier levanta a hipótese de que os eventos se tornam atos performativos a partir do momento em que o consumidor processa informações provenientes de múltiplas e fragmentadas fontes. De acordo com o pesquisador, isso ocorre segundo os discursos gerados pelo próprio consumidor, a partir de sua percepção da notícia.

A pesquisadora Silvia Ramirez Gelbes propõe uma modificação na definição de “discurso de ódio”. A autora apresenta opiniões e mostra como esse tipo de discurso, quando escrito, também é expresso por meio de recursos não-verbais. Para exemplificar seus argumentos, Silvia analisa um perfil da rede social X (Twitter).

As análises no contexto latino-americano encerram com o artigo de Pedro Russi, que propõe uma reflexão inferencial na esfera do sentido e na tensão semiótica da semiosfera-mentalidade religiosa como espaço da semiosfera-mentalidade política. O autor faz uma leitura sobre as transfigurações e a renovação sínica da mentalidade política pela mentalidade religiosa, articulada e normalizada pelos sistemas narrativos, bem como os significados colocados em circulação por processos de midiatização. A análise se desenvolve nos contextos brasileiro, uruguai e argentino.

A última parte do livro trata da reflexão *Silêncios e silenciamentos midiáticos: estratégias discursivas de produção do não-acontecimento em crises ambientais*, que foi abordada no Pentálogo XIII por pesquisadores e pesquisadoras da Fiocruz. Inesita Soares de Araujo, Raquel Aguiar,

Adriano de Lavor Moreira, José Gadelha da Silva Júnior, Anderson dos Santos Machado, Sandra Raquew dos Santos Azevêdo e Cláudia Malinverni partem do entendimento comum de que a existência de um não-acontecimento é atravessada pela (in)visibilidade simbólica, e que essa característica decorre de dispositivos midiáticos produtores dos acontecimentos.

Os autores e autoras retomam as reflexões feitas durante o painel do Pentálogo XIII. O artigo trata sobre a ausência de migrantes e refugiados na discussão sobre mudanças climáticas, o protagonismo invisível dos ribeirinhos nas cheias amazônicas, o não-acontecimento como dispositivo midiático nas enchentes gaúchas, o silêncio sobre a luta das mulheres paraibanas contra o projeto predador dos parques eólicos e a invisibilização dos corredores ecológicos na epidemia da febre amarela.

A realização desta obra só se tornou possível graças à contribuição de profissionais que caminharam conosco nesse processo. Agradecemos a Márcia Zanin Feliciani pela revisão normativa dos textos e a Eduardo Prates Macedo pela criação da capa. Estendemos, ainda, nosso agradecimento à Eduepb, responsável pela edição desta e das quatro últimas publicações do Ciseco. O nosso muito obrigado à Diretoria, em especial a Cidoval Morais de Sousa e Antonio Roberto Faustino da Costa, bem como a Arão de Azevedo Souza, pelo cuidadoso trabalho de diagramação.

Desejamos uma boa leitura a todos/as

Aline Weschenfelder
Antonio Fausto Neto
Viviane Borelli



EPISTEMOLOGIAS DO ACONTECIMENTO

O PINÓQUIO ELETRÔNICO: midiatização e moral social vigente

Pedro Gilberto Gomes, sj.¹

1. O problema

O acelerado desenvolvimento das redes digitais está colocando em pauta a discussão sobre a dimensão ética. Não obstante, os critérios e paradigmas vigentes até agora talvez não deem conta de explicar corre-

¹ Pedro Gilberto Gomes, sacerdote jesuíta, é Mestre e Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). É professor Titular e Pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Indústria Criativa da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Entre suas publicações, destacam-se as obras publicadas pela Editora Unisinos: Dos meios à midiatização. Um conceito em evolução (2017); Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade (2018); e por Paulinas Editora: Midiatização. Um novo modo de ser e viver em sociedade (2016).

tamente o que está acontecendo². Nesse caso, torna-se imperativo encontrar paradigmas adequados ao Século XXI. Talvez se possa abordar a questão da midiatização a partir de sua relação com a moral social vigente (Cf. Dussel, 1986). Dussel realiza uma distinção entre moral e ética. Na sua obra, as palavras “moral” e “moralidade” indicam o sistema prático da ordem estabelecida no poder (apud Gomes, 1989, p. 53-54). Em contrapartida, “ética”, eticidade” se reportarão à ordem futura de liberação, às exigências de justiça com o pobre, o oprimido, e ao projeto de salvação (Cf. Dussel, 1986, p. 40).

Enquanto a ética é universal e paira imutável acompanhando o desenvolvimento social, a moral, é particular e se concretiza no particular. Esse tema, aplicado à midiatização, foi sobejamente tratado anteriormente (Cf. Gomes, 2017, p. 139-143).

Eliseo Veron (2013, p. 95;171;249), relaciona a midiatização a todas as eras, desde o início do brotar da consciência. Se isso é verdade, anologicamente se pode dizer que a midiatização é universal enquanto os processos midiáticos são particulares, singulares. À medida em que evolui a história da comunicação humana, os processos midiáticos vão se transformando e assumindo as características de cada momento. Pensar globalmente, sistematicamente (midiatização) e agir localmente (moral social vigente).

2. A oralidade

Uma viagem de retorno ao início da hominização, o primeiro passo, condição *sine qua non* para a evolução humana, foi a invenção da palavra. A linguagem verbal desenvolvida como um processo fundante originou diversos processos midiáticos. Ganhou força a oralidade que proporcionou a comunhão de informações que possibilitaram o espírito gregário. História do grupo, os lugares e técnicas de caça, o compar-

² Essa questão está sendo tratada no livro Em busca de um paradigma para a Midiatização que será publicado pelas Edições Loyola e deve sair entre outubro e novembro.

tilhamento do fogo e demais utensílios foram resultados dos processos midiáticos de então.

Com o tempo, na comunidade acentuou-se o poder dos anciãos. Eles sabiam a história, ensinavam aos jovens, dominavam a vida e o destino do grupo. Quem não se enquadrava, era marginalizado, excluído e perdia o vínculo com o grupo. O ancião era o vigia de uma moral social que exigia que todos concorressem para a sua manutenção. Ser correto era contribuir para afirmar e desenvolver essa moral social vigente.

À medida em que a sociedade evoluía, novos processos midiáticos impuseram-se. Necessitava-se romper o domínio, no momento, tirânico dos anciãos que sufocava a comunidade e não permitia a liberdade individual. Nesse momento, foi inventada a escrita. A história da tribo, do grupo social se libertava das amarras da oralidade. Ela, agora, podia ser registrada, guardada e consultada pelas novas gerações, sem a mediação dos anciãos.

3. A escrita

O desenvolvimento da escrita foi lento, tanto na forma como nos suportes. A midiatização enquanto universal, cumpria a função de criticar os processos comuns e desenvolver novos processos. Estabelecia-se uma nova moral social vigente, cujo primeiro salto foi a invenção do alfabeto. Com ele, novos suportes foram inventados, tendendo a simplificar os processos. Do papiro ao pergaminho. Compilado em livros, exigia a tarefa de copistas para a sua propagação.

Verón, ao analisar a linguagem, baseia-se em Jack Goody e Ian Watt (1963) que falam do surgimento da escritura (Apud, Verón, 2013, p. 185). Para o pensador argentino, esse foi um dos momentos chaves do que chama *história da midiatização*. Ainda apoiando-se em Goody, discute o que chama de consequência da emergência da escritura (Verón, 2013, p. 185).

Sublinha Verón que Goody (1977, p. 77-78) atribui duas funções básicas à escritura: acumulação e a passagem do domínio auditivo ao domínio visual (Apud Verón, 2013, p. 187). Afirma Goody:

A escritura põe em relevo um novo princípio de classificação que é inerente à linguagem, mas que não tem nenhum papel explícito na língua falada ordinariamente, a saber, a semelhança morfológica (ortografia entre outras) pondo o acento no signo inicial com o propósito de classificar os lexemas (Goody, 1977, p. 98, apud Verón, 2013, p. 188 – tradução nossa).

A escritura alfabetica tornou possível uma nova maneira de examinar o discurso, possibilitando a estimulação do espírito crítico. Há o crescimento da atividade crítica. Grande conquista (Cf. Veron, 2013, p. 190).

De outro lado, favoreceu o surgimento de um novo instrumento de controle, burocratização e dominação. O surgimento das redes sociais vai ajudar nesse quesito, visando a sua superação.

Eliseo Verón sublinha que “a escritura foi, desde o ponto de vista histórico, a condição primeira que tornou possível a diferenciação progressiva entre os sistemas sociais e os sistemas socio individuais; quando esta diferenciação é desencadeada, é impossível voltar atrás” (Verón, 2013, p. 194, tradução nossa). Esse movimento é irreversível.

4. A imprensa

A situação mudou quando, no século XV, Gutenberg inventou os tipos móveis. Foi o auge da escrita. Agora, cada pessoa podia possuir seu próprio exemplar da obra e lê-la no seu ritmo. Com isso, aconteceu um aumento na consciência crítica dos usuários. Houve a quebra da hegemonia do latim e o consequente desenvolvimento das línguas nacionais, estabelecimento dos Estados Autônomos e a quebra do poder

eclesiástico. Novos processos midiáticos e o estabelecimento de uma nova moral social vigente. A midiatização seguia como universal, questionando e criticando os desvios dessa moral e criando condições de novos processos. Para Verón (2013, p. 209), o *seguinte momento forte da midiatização foi a invenção da imprensa*, um processo de uma complexidade muito maior do que o da passagem do rolo ao código. Para ele, essa seria a verdadeira revolução.

Com essa nova ambiência, brotou um outro modo de ser no mundo, guiado pela imprensa que assumia o papel de uma nova mediação. A evolução fez surgir novas demandas e foram criados veículos impressos, primeiro semanais ou quinzenais, depois diários, que divulgavam as notícias e acontecimentos sociais na comunidade. Com o tempo, a importância da imprensa escrita foi se avolumando, e adquirindo um papel decisivo na vida da comunidade.

Enquanto universal, a midiatização acompanha o desenrolar dos processos midiáticos ocasionados pelo crescimento das redes sociais. A mudança e a transformação do modo de ser que está sendo criado não se dará a partir da dinâmica internas dos processos midiáticos, pois o agir correto é contribuir para a manifestação do sistema.

A mudança deve vir tendo como gatilho algo externo, algo universal e que não dependa da singularidade dos processos. Somos de opinião que o processo de midiatização da sociedade possui as condições necessárias para desencadear uma irritação (Luhmann) que provocará a transformação da moral social vigente. Novo modo de ser será estabelecido em outro patamar. Esse novo modo de ser permanecerá acontecendo e se desenvolvendo até que se dê um outro processo de irritação, provocando a geração de outro ambiente.

Um outro modo de ser no mundo é uma pérola que só a irritação e a disruptão podem cultivar. Cada intervenção da universal ética da midiatização provoca um novo patamar no agir social.

A realidade do desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação trouxe para a sociedade a proliferação das redes sociais. As pessoas, antes consumidoras passivas da grande mídia, transformaram-

-se em produtoras de informação. Para alguns, isso significou maior liberdade frente aos grandes meios.

5. O Pinóquio Eletrônico

Junto com o desenvolvimento das redes sociais, uma realidade nova se impõe: o fenômeno das fake News. Trazendo elementos de crítica, a universalidade da midiatização provoca uma irritação que terá como consequência um outro modo de ser no mundo.

Nesta reflexão, tal realidade será contemplada desde a perspectiva dos abusos que podem acontecer com a liberdade recém-adquirida. As pessoas estão inebiadas por essa pretensa liberdade e pululam, por todos os lados, as chamadas *fakes News*.

A voz do povo um dia já dizia que “quem conta um conto aumenta um ponto”, ou seja, aquele que relata ou repete um fato, o faz acrescentando algum detalhe imaginário ao acontecido, ou uma pitada geradora de desconfianças ou deboche. Sem dúvida, isso hoje ainda vigora nas nossas narrativas, pois é algo quase que da natureza humana; mas agora, já com um aspecto de ingenuidade diante das modernas assim chamadas *fake News*. Não mais apenas se aumenta um ponto.

Vive-se um presente que nos deixa perplexos diante de tensões de origem geopolítica, das migrações e dos migrantes enjeitados, do racismo, dos fundamentalismos, da intolerância, das incertezas em relação à democracia, do terrorismo, do aquecimento global. Que futuro nos aguarda? De qualquer modo, hoje, todos esses problemas que a humanidade enfrenta conjugam-se para formar campo fértil para as imposturas, para disseminação de informações falsas, que fazem surgir o que eu chamaria de Pinóquio Eletrônico, que medra profusamente. Torna-se fácil para um supremacista racial, lançar na rede eletrônica de comunicação um meme retratando, digamos, determinada etnia, como será banal a uma militância política fanática editar um áudio de vídeo modificando o conteúdo da fala de alguém que é adversário de

seu campo político, assim como para um grupo terrorista produzir um vídeo de notícia falsa que coloque em pânico uma região.

As *fake News*, manipulações ou “invenções” de informações lançadas por alguém visando a obter algum tipo vantagem – financeira, política, posicional – ou para manchar a imagem de outrem, são hoje as mentiras que dão vida ao fictício Pinóquio, numa versão baseada nas mídias eletrônicas: o Pinóquio Eletrônico.

Sabe-se que um indivíduo, com um simples celular na mão é capaz de produzir conteúdo em rede para o mundo todo. Como estamos em um tempo em que é possível manter o anonimato na rede, as pessoas podem se crer libertas do compromisso com a verdade. Época de hiperconectividade, transforma práticas, que num passado recente eram exclusivas do jornalismo, em algo que cada indivíduo, anonimamente se o desejar, pode “produzir” e veicular.

Aliás, a prática de manipular notícias e buscar escândalos, existiu na chamada imprensa marrom, mas havia certa limitação, porque as pessoas liam a informação exagerada ou tendenciosa, e podiam discernir a extravagância ou unilateralidade inverídicas do noticiado. Hoje, entretanto, aquilo que sempre existiu é potencializado em uma sociedade hiper conectada.

É o reino do Pinóquio Eletrônico. A mentira se alastrá livre pelo tecido social. Segundo o enredo do romance *As aventuras de Pinóquio* (1883), todos sabiam quando o menino personagem Pinóquio estava mentindo, pois, ao mentir, lhe crescia o nariz. O crescimento do nariz o denunciava. Hoje, na prevalência da mentira midiática, numa relação com aquele personagem, nariz grande tornou-se critério de normalidade. A anormalidade seria possuir um nariz pequeno. A mentira é sinal de normalidade, enquanto a verdade, a ética, a justiça, são consideradas fora do comum.

Assim como o boneco Pinóquio daquela história mágica almejava ser humano, os Pinóquios de hoje desejam convencer aos demais que são humanos e que sua conduta expressa um padrão de normalidade.

Como todos mentem, seus narizes são grandes e, na multidão de nari-gudos, privam do anonimato. O desafio é como identificá-los.

Por que as pessoas são atraídas por essas mensagens na Internet, mesmo quando falsas? A seguir, algumas reflexões que buscam equacionar o problema.

6. Da curiosidade

Seres humanos são naturalmente curiosos. A curiosidade simplesmente vem a ser o desejo de conhecer. É verdade que alguns indivíduos são mais curiosos do que outros, isto é, a intensidade da curiosidade varia de pessoa para pessoa; todavia não existe o descurioso, ou seja, alguém desprovido da sensação de curiosidade. Se alguém disser ao colega da mesa de trabalho ao lado no escritório, que, na portaria do prédio, uma pessoa teve uma síncope e foi levada de ambulância a uma emergência hospitalar, e este responder com um simples “Ah!, é!?” e continuar a fazer o que fazia, sem perguntar detalhes, certamente se trata de alguém nada curioso, mas que, com efeito, terá lá no seu íntimo as suas curiosidades. Já se alguém apressado encontra um amigo e lhe diz que está com pressa porque precisa arrumar a mala para uma viagem inesperada a trabalho, e o amigo retrucar “Viajarás por qual companhia aérea?”, por certo, em face da inutilidade tanto da pergunta como da resposta sem serventia a ser oferecida, se tratará, nesse caso, de um rematado curioso: a indagação caracteriza uma curiosidade despropositada, que seria o exato oposto da (impossível) ausência de curiosidade.

Sendo a curiosidade o desejo de conhecer, é ela que leva o ser humano ao conhecimento, logo conduz a descobertas. O desenvolvimento de todas as áreas do conhecimento atual deveu-se desde sempre à curiosidade das criaturas desejosas por saber mais, por ir mais a fundo nos diferentes caminhos de investigação.

Porém, na sua forma mais banal, a curiosidade consiste em o indivíduo voltar-se sempre para algo que possa ocorrer dentro de sua própria

casa, no local de trabalho ou num espaço público em que costuma circular, ou seja, no seu ambiente. Qualquer acontecimento que o indivíduo não presencie, mas dele de alguma forma tome conhecimento, certamente irá à procura de detalhes a respeito do acontecido. Se ocorrer um estrondo inusitado no apartamento de cima, o morador do debaixo ficará intrigado, e irá procurar se inteirar do que causou o estrondo. Se acontecer um abalroamento entre dois automóveis na esquina, logo se irá procurar saber como sucedeu o choque, se houve feridos. Enfim, é natural no ser humano a curiosidade, o desejo, às vezes incontrolável, de tomar conhecimento detalhado de um acontecimento que não presenciou ou presenciará, mas de que tomou conhecimento. Pois notícia seria a informação que o curioso busca. Vejamos com maior minúcia.

7. O que é uma notícia?

Em sentido amplo, pode-se dizer que notícia é uma *informação* sobre algo que aconteceu e que se deva fazer conhecido por um determinado grupo social. Entretanto, todos os dias, em diferentes lugares e momentos, ocorrem fatos na vida de pessoas que permanecem conhecidos apenas por elas e seus círculos restritos de relacionamento. Se alguém se casou, concluiu curso superior ou morreu, isso interessa apenas a esses círculos. Logo, não se trata daquela informação mencionada antes. Todavia, pode-se apresentar, contrariamente ao dito, que o casamento, a formatura ou a morte de alguém de destaque social num lugar possa ser informado na coluna social, digamos, de um jornal local, ao passo que se o que casa, o formando, ou o morto forem criaturas irrelevantes na paisagem, isso passará despercebido e não será noticiado. Caberá aqui a análise sobre o porquê dessa diferença. Ao casamento da filha dum padeiro de bairro não se dá a mínima; já a formatura em odontologia do filho do maior fabricante de carrocerias para ônibus do país é noticiada com muitas fotos do evento. A morte do magnata árabe da indústria petroleira é noticiada no mundo todo. Então, emerge a per-

gunta: qual a importância dos exemplos de notícia citados antes para o comum dos mortais?

O que é uma notícia, no sentido estrito? O que faz com que um fato mereça ser veiculado pelos chamados meios de comunicação de massa? A teoria do jornalismo conceitua notícia como um acontecimento importante, inesperado e de interesse de muitos. Nessa perspectiva, a notícia pode ser veiculada a partir do fato, do seu agente/paciente ou das suas consequências.

Um fato inesperado, como um grande incêndio, uma tempestade, um desastre aéreo sempre serão notícia, pois são acontecimentos de grande repercussão e de interesse de muitos.

Já caso alguém renomado faça algo com repercussão na vida de muitas pessoas, ou então sofra um acidente, certamente será notícia. Aqui, surgirá a curiosidade natural das pessoas a respeito da saúde de um ídolo. Mesmo uma queda doméstica, em si banal, transforma-se em notícia no caso da notoriedade do paciente, como um presidente de um país ou um astro conhecido da televisão.

Se as consequências de um acontecimento atingem muitas pessoas, também aí se gera notícia. Incêndios acontecem todos os dias, entretanto, quando um deles ocasiona centenas de vítimas, torna-se relevante, de interesse de muitos. O avião é, depois do elevador, o meio de transporte mais seguro. Talvez por isso, quando uma aeronave de grande porte acidenta-se causando dezenas de vítimas, há notícia de amplitude mundial. Caso o avião acidentado seja de pequeno porte, a repercussão midiática será mais regional ou nacional.

Por fim, há ocorrências invulgares, hilariantes ou de heroísmo, como a de uma criança salva, ao cair no poço dos jacarés, por um professor de biologia que também visitava o zoológico com a família.

Justifica-se que o interesse do cozinheiro em Salvador da Bahia, o professor em Salvador do Sul ou o pescador nas barrancas do Tapajós em tomar conhecimento daqueles eventos? O que mudará em suas vidas? Provavelmente, nada, mas poderá fazer com eles se sintam participante do mundo.

Entre outras coisas, afirma-se sobre a notícia que ela é fundamental para as pessoas, a fim de que possam ampliar a sua visão da sociedade e sair no mundo restrito às circunstâncias.

Mas, contrastando com essa concepção, valeria indagar em que medida “é ampliada a visão de sociedade” de uma bancária brasileira por ela receber a notícia de um tsunami no Mar da China que se abateu sobre o sul da Conchinchina? Ou em ler a notícia dizendo que um famoso craque da seleção brasileira de futebol, Campeão do Mundo em 1958, faleceu na pobreza em Realengo, no Rio? Talvez apenas satisfaça a sua curiosidade natural ou a faça sentir participante do mundo.

Como no caso da criança salva dos jacarés, estas parecem ser notícias apenas curiosas, que nada acrescentam ao destinatário da notícia a não ser lembrar que tsunamis ocorrem, que mesmo ex-astros de futebol também morrem na pobreza e que há pessoas corajosas e humanitárias o suficiente para se arriscar entre jacarés visando a salvar alguém.

Obviamente, são incontáveis os fatos importantes, inesperados e de interesse de muitos que acontecem no mundo, isto é, a quantidade diária de notícias é significativa. Como as notícias são variadas e em quantidade expressiva nas redações das organizações noticiosas, como selecionar o que será veiculado? A decisão do que publicar ou não depende da linha editorial do veículo, do interesse do editor e da seleção pelo repórter. Quando há dois ou mais acontecimentos relevantes e, supondo que num jornal diário o espaço já esteja estourado, a decisão sobre como proceder para veicular o que precisa ser informado a respeito cabe ao editor: ele deve definir o que é mais importante para o seu público específico. Aqui vai pesar a abrangência do veículo e de sua pretensão. No caso de um veículo de alcance apenas local, as publicações versam sobre assuntos do interesse da comunidade a qual se dirige. Isso vale para um órgão de imprensa com pretensão regional, nacional ou internacional. Como se vê, não existe regra única para decidir a relevância de uma notícia. Mas aqui caberia assinalar que também ao editor cabe a responsabilidade pelo noticiado, pela veracidade do informado e por cuidar para que aspectos éticos que envolvem as mídias sejam respeitados.

8. Será possível no mundo contemporâneo viver sem notícias? Um viver sem noticiários?

O noticiário é fundamental para a abertura do ser humano e das comunidades para o mundo. Ele é uma janela para o mundo e faz com que as pessoas saiam de seu mundo particular, doméstico e acanhado.

Sem a veiculação de notícias as pessoas ficariam encerradas em si mesmas e poderiam perder contato com um mundo mais amplo que seu espaço doméstico e não se comprometeriam com os demais. Existe uma dimensão de compaixão, no sentido estrito do termo: comunhão com os demais nas suas lutas e sofrimentos, padecer junto. O noticiário permite-nos viajar, conhecer e nos sentirmos partes de uma família comum.

Como se sabe, o pensador canadense M. McLuhan (1911–1980) fez previsões inacreditáveis ou consideradas fantasiosas à época, como, indiretamente, o do surgimento da internet, muitos anos antes desse acontecimento. Com efeito, previu ele o mundo globalizado (q. v. de sua autoria *Aldeia global*) onde hoje nos encontramos, em que parece impossível viver sem noticiário. O mundo “entra” em nossa casa, com todos os seus dramas e sofrimentos. Sem ele, pode-se prever que voltaríamos ao estado quase primitivo, isolados dos demais. Provavelmente, perderíamos a nossa identidade humana, o sentido comum e o desafio para construir o futuro. Por meio dele, tomamos consciência de que não estamos sozinhos no mundo.

Por não desejarmos estar sós no universo, nosso esforço constante de descobrir vidas extraterrestres. A solidão é muito grande sem a certeza de que existem outras realidades que nos ultrapassam.

Contudo, o fato de o noticiário jogar-nos no mundo, ou melhor, trazer o mundo para dentro de nossa casa, tem uma consequência não tão desejável. Não existe escusas para o desconhecimento, para a ignorância. Não mais se pode dizer: eu não sabia. Por isso, no Prefácio de seu livro, *Os meios de comunicação como extensões do homem*, McLuhan afirme que a era da informação é também a era da angústia. Padecemos

dos mesmos problemas. O destino global de um é o destino de todos. Não há mais espaço para a ignorância dos problemas. As crianças fámelicas da África entram todos os dias em nossos lares. O terrorismo que mata, apavora-nos também. As convulsões e guerras nos atingem igualmente. Todos sabemos, muito embora nada podemos fazer para resolver os problemas. Não é apenas curiosidade, mas o desejo da informação.

9. O caráter instantâneo da circulação das notícias hoje. A comparação com o passado

Basta recuarmos à primeira metade do séc. XX para constatarmos a “lentidão” com que as notícias chegavam até o público ouvinte (de rádio) ou leitor (de jornais). Notícias já da II Guerra Mundial, como as dos avanços das tropas aliadas ou do III Reich sobre cidades, por exemplo, levavam uns dois dias para chegar ao Brasil. Um terremoto num país ibero-americano não tão distante do nosso país, ocorrido pela manhã, chegava até nós talvez nos noticiários radiofônicos da noite e nos jornais do dia seguinte. Isso porque, os meios de fazer circular as informações, comparados com a modernidade, eram precários, feita até os anos 1970 via teletipo. Normalmente, tais notícias significativas para o mundo eram veiculadas para todo o planeta, aliás, como ainda hoje o são, pelas agências de notícias. Para mencionar o futebol, esporte tão caro aos brasileiros, a primeira Copa do Mundo que teve transmissão radiofônica direta do exterior para cá, foi a de 1958, pela gaúcha rádio Guaíba, com narração de Jorge Alberto Mendes Ribeiro. Na Copa de 1962, já na era da TV, assistíamos aos chamados *videoteipe*, gravações que chegavam aqui por avião, no dia seguinte ao da partida. A partir de 1966 as transmissões desse campeonato mundial eram diretas. Enfim, mudaram-se os tempos, mudaram-se as tecnologias.

Assim, uma variável a ser considerada contemporaneamente na nossa relação com a notícia é a do seu caráter de instantaneidade. Dentro do universo da Internet, as redes sociais permitem às pessoas um acesso

imediato aos acontecimentos e a imagens. Em todas as circunstâncias e a todo momento, o uso de computador, laptop, iPad e, principalmente, telefones celulares mantém as pessoas constantemente interligadas. Há uma espécie de democracia de acesso, pois não está limitado a uma classe social. Youtube, Instagram, Facebook, WhatsApp são redes de relacionamento que fazem parte do cotidiano das pessoas.

Essa situação muda substancialmente a relação que estabelecemos com os meios de massa. Até atingirmos o desenvolvimento das redes sociais, a nossa relação com o mundo exterior era feita com a mediação dos meios de massa. A vida social era regrada pela lógica da mídia. As pessoas viviam de acordo com o que era dito na televisão. Por exemplo, quando a Rede Globo apresentou a novela *Roque Santeiro*, nos encontros sociais aqueles que não tinham acesso a ela ficavam sem condições de participar das conversas. Caso emblemático é o da política. Aos poucos, a lógica da mídia foi subsumindo a lógica da política, culminando com os políticos totalmente dependentes da mídia. Para fazer-se conhecer e difundir suas ideias a classe política dependia totalmente da mídia. Em períodos pré-eleitorais, a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão era esperada ansiosamente por todos os partidos e políticos, embora não fosse lá do agrado de ouvintes e telespectadores. De certa forma essa modalidade de propaganda ainda persiste conquanto desgrade a maioria das pessoas.-

Porém, o desenvolvimento das redes sociais está significando uma libertação da classe política dessa forma de contato com o eleitor. Atualmente, campanhas presidenciais, por exemplo, estão centradas no uso das redes sociais. Sarkozy, na França, baseou seu projeto por meio das redes sociais. Mais recentemente, Trump, nos EUA, e o Brexit, no Reino Unido, centraram suas ações no uso da Internet. O Ex-Presidente Donald Trump é um assíduo frequentador dessas redes. Suas ideias e projetos são veiculados tendo como veículo principal a Internet.

Aqui no Brasil, a ação do então presidente, Jair Bolsonaro, se dava profusamente pelas redes sociais. Prescindindo da grande mídia, preferia dialogar com seus partidários pelo Facebook. O Governo está cons-

tantemente *on-line*. O Ministério da Educação publicita seus decretos com manifestação ao vivo no Facebook.

Mesmo deputados e senadores fazem diariamente transmissões ao vivo divulgando suas ações, ideias e projetos mediante *live* nas redes sociais.

Para o cidadão comum, também a lógica da mídia está fazendo água, obrigando os grandes meios a integrarem no seu cotidiano essas redes para fidelizar seus ouvintes, leitores e telespectadores. A informação está ao alcance de todos. Pesquisas à Internet estão abertas ao público em geral.

Nesse sentido, quem decide o que é notícia é o próprio usuário. Ele busca o que quer, sem necessitar da intermediação da grande mídia.

Inúmeros programas de rádio apresentam a opinião de seus ouvintes, recebem deles informações sobre acontecimentos cotidianos que ainda são desconhecidos dos repórteres em tempo real. Alertados, buscam maiores informações. No afã de sintonizar com as redes sociais, emissoras de rádio colocam câmeras no estúdio para que os ouvintes possam ver a atuação dos comunicadores. Essa tendência está cada vez mais forte. Os ouvintes participam *on-line* via Facebook, Skype, Instagram e outros.

A lógica das redes sociais está superando a lógica da mídia tradicionais. Cabe observar que nos dias de hoje os jornais impressos estão praticamente perdendo a sua função, dada a instantaneidade da transmissão das notícias. Também é notório que as notícias oferecidas pelos jornais da noite na TV irão ser reproduzidas no jornal impresso do dia seguinte, logo já superadas como notícias. Os jornais impressos ainda cativam leitores em razão de contarem com bons articulistas, cronistas e comentaristas. Essa obsolescência da mídia impressa pela velocidade do fluxo noticioso trouxe como resultado que muitos periódicos deixaram de circular ou passaram a ser oferecidos apenas eletronicamente.

10. Quando e por que meio surgiram as primeiras notícias falsas – *fake news*?

As fakes News são notícias falsas, manipulações ou “invenções” de informações lançadas por alguém visando a levar algum tipo vantagem – financeira, política, posicional – ou para manchar a imagem de outrem. Esse tipo de jornalismo, que foi chamado jornalismo marrom, sempre existiu. A diferença é que quando os EUA estavam enfrentando problemas com jornalismo marrom houve toda uma reformulação nas práticas e criou-se a teoria da pirâmide invertida para dar credibilidade ao jornalista.

Na prática do jornalismo marrom, notícias eram fabricadas de forma sensacionalista para vender jornais. Exploravam-se as fraquezas e deslizes de personalidades, suas vidas íntimas para saciar a curiosidade do público leitor. O jornalismo perdia celeremente sua credibilidade, obrigando a reação das Associações de Classe. Jornais sérios insurgiram-se contra essa situação. Ainda hoje subsiste a prática do jornalismo marrom, inclusive em sociedades extremamente desenvolvidas.

Atualmente, com a sociedade em midiatização, em que as pessoas interagem e, inclusive, com um celular na mão podem produzir conteúdo em rede com o mundo todo, a dimensão das fake News se agudizou. Como estamos em um tempo em que há uma espécie de anonimato na rede, as pessoas não têm mais nenhum compromisso com a verdade, essas pessoas são habituais usuárias da rede. Esse mundo que estamos vivendo hoje, de uma ambientes em midiatização, onde as crianças desde pequenas têm contato com o celular. Época de hiperconectividade, transforma práticas, que num passado recente eram exclusivas do jornalismo, em algo que cada indivíduo anonimamente, se o desejar, pode “produzir” e veicular.

Ainda tem a dimensão de que a pessoa diz coisas na rede que não diria ao vivo, pois baseado no anonimato o que se diz na rede é muito forte. Hoje a prática de manipular notícias e buscar escândalos, que sempre existiu, mas tinha uma certa limitação porque as pessoas liam e

não praticavam, inverteu-se, de modo que as pessoas nem leem, apenas compartilham conteúdo manipulado. Resumindo, aquilo que sempre existiu é potencializado em uma sociedade hiperconectada.

Estamos no limiar de um novo *ethos social*. As fakes News são efeito de novo ethos, mas não se trata de pensar que foram por ele criadas. Quando se colocam notícias falsas para ganhar algo ou mesmo para desfazer o outro que é meu inimigo, há a possibilidade de fazer isso em nossas sociedades hipermidiatizadas sem depender de ninguém, muito menos de instituições e com o agravante do anonimato. Por exemplo, o sujeito tem um desafeto e tem a chance de colocar uma foto comprometedora na rede e dizer qualquer coisa. Contudo, se a pessoa tem princípios e autonomia, ela recua caso as informações que pretende publicar não sejam verdadeiras.

É curioso, porque existem pessoas que no dia a dia são decentes no trato pessoal e quando se colocam diante de um computador soltam todas as suas amarras, seus complexos e jogam na rede. É isso que está acontecendo no Brasil no trato com os agentes políticos. Manipulam-se imagens, adulteram-se vídeos com discursos ou declarações, plantam-se *slides* com ofensas a pessoas do mundo político e judiciário, atingindo mesmo membros de suas famílias.

São ocorrências por causa do anonimato e esse é o grande problema pelo qual a humanidade deve passar. Para alguns, hoje a humanidade, e em nosso caso particular o Brasil, precisa de um novo pacto social, democrático e republicano. O tecido social está esgarçado, as pessoas fazem o que querem e, graças às redes sociais dizer o que querem.

11. A ausência de fake News nos grandes jornais impressos e noticiários de TV deve-se a quê?

A reação dos grandes jornais à imprensa marrom explica a quase ausência de fake News suas páginas. Quando acontece, recebe o nome de “*barriga*” e logo é desmentida. O veículo explica e se desculpa. O que

se publica nos jornais sempre possui um responsável que, dependendo do fato, é passível de processo. A informação deve ser confirmada por duas ou mais fontes. Todavia, a grande imprensa não está de todo isenta de fraudes. Já houve casos em que jornalistas inventaram situações e reportagens, sendo inclusive premiados. Entretanto, quando descoberto, as consequências são graves, as mais brandas delas, é a vergonha e o descrédito profissional.

No noticiário televisivo é ainda mais difícil se constatar uma fake news, pois a vigilância é maior e o anonimato inexiste. Evidentemente, ao jornalista sempre há recorrência ao “segredo da fonte”, por todos respeitado. Não obstante, em casos graves de mentira, exige-se a prova judicial. Nenhum veículo arrisca-se a incorrer nesse erro. Caso a fonte não seja revelada, a responsabilidade recairá sobre quem publicou a notícia, forneceu a informação.

A impossibilidade do anonimato limita a veiculação de notícias saudivamente falsas com intuito de prejudicar alguém ou levar algumas vantagens com sua divulgação. (Usufruir de alguma mensagem inverídica sobre pessoas ou instituições.)

No caso das redes sociais, o anonimato impera. Muito raramente os sites de relacionamento são obrigados a revelar dados de seus usuários. Outras vezes, o Internet Protocol (IP) de onde partem as mensagens encontra-se em outro país com dificuldade de acesso. Enfim, no anonimato desses sites, as pessoas sentem-se protegidas e podem dar vazão a seus desejos mais escondidos.

12. Os que “lucram” com as fakes News

O que buscam aqueles que veiculam fake News? Os mais diversos e obscuros benefícios. No âmbito da política, em que o desejo de chegar ao poder por todos os meios, o importante é denigrir o adversário, destruindo a sua imagem pública, digamos, para que passe a ser visto como corrupto, inescrupuloso e não confiável na vida pública; para que, na

vida privada, digamos, seja percebido como pessoa adicta ao tóxico, homófona, racista, infiel. Tudo isso, sem o ônus de provar a veracidade das afirmações.

Uma vez postada uma informação e acessada por alguns, mesmo vindo a ser depois retirada e desmentida, ela continua circulando e sua repostagem crescendo desmesuradamente (numa progressão geométrica). É como um saco de penas derramado de cima de uma torre. Nunca se recolhe todas as penas. Uma vez na rede, o estrago está feito.

No âmbito pessoal, certamente vários benefícios são almejados pelos autores das fake News. Há aqueles que se utilizam delas para auferir recursos pecuniários. São diversas as tentativas de chantagem realizadas por marginais usando as redes sociais. Outras se aproveitam da curiosidade natural das pessoas e vendem informações ou fotos comprometedoras de figuras públicas.

Ainda no intuito de lucrar com notícias falsas, no mundo do futebol há, muitas vezes, a prática de se plantar informações inverídicas. É comum, em época de renovação de contratos de jogadores, fazer vazara para imprensa informação sobre interesses inexistentes de outros clubes por determinado atleta, como forma de pressão para que o clube aceite os termos propostos. Esse procedimento é potencializado pela ação das redes sociais.

Existem também aqueles que parecem sentir prazer em vasculhar a vida de pessoas com o intuito de vir a publicar nas redes fatos, verídicos ou não, da intimidade daquelas pessoas. De outro lado, no afã de se promover ou promover alguma realização pessoal, vazam fatos de sua vida pessoal. Cria-se uma celeuma em torno do episódio, com explicações e desmentidos. O objetivo final foi alcançado: intensa publicidade a respeito. Explora-se o natural fascínio das pessoas pelo escândalo.

13. O caráter psicopatológico dos que veiculam fake News

Além das motivações já apontadas, (quando a publicação e fake News esconde interesses pessoais e institucionais para levar vantagem) é possível identificar a existência de um comportamento psicopatológico nas pessoas que se utilizam das redes sociais para veicular notícias falsas.

De um lado, alguns podem ser mentirosos compulsivos que se realizam na mentira. Mentem para satisfazer um impulso interior. Nunca se questionam sobre as consequências de seus atos, de suas histórias. Quando crianças, dizemos que possuem uma imaginação fértil. Na idade adulta, a ação se sofistica com a utilização das redes sociais.

Outra classe de pessoas é daquelas que têm uma vida dupla. No cotidiano, são homens e mulheres de bem, cumpridores de suas obrigações. São pais e mães exemplares. Porém, quando entram nas redes sociais, transformam-se. Escudados pelo anonimato, dão vazão a suas neuroses, e realizam seus desejos inconfessáveis disseminando notícias falsas para satisfazer o seu ego. Muitas vezes são adolescentes que, reprimidos, dão vazão a sentimentos profundos por meio das redes sociais. Solitários e desprezados, usam as redes como válvula de escape. Por exemplo, criam para si avatares na *Second Life*, no Metaverso onde desempenham papéis de protagonismo impensáveis na vida cotidiana. A realidade virtual é uma janela para o mundo ou uma forma de manifestar uma personalidade impossível na vida real.

Para todos, pode ser uma maneira de suportar a vida tediosa que levam. Não existem sanções que resolvam o problema. É uma situação que exige, talvez, um tratamento psicológico sério. Nesse meio tempo, muitos são prejudicados e impedidos de se defenderem.

14. Duvidar sempre das notícias?

A realidade das fake News não deve impedir o fluxo natural da informação. Desde sempre, a diversificação das fontes é recomendada como

defesa contra a mentira. No jornalismo há um ditado: Quem lê dois jornais, lê um; quem lê um, não lê nenhum.

Procedimento básico é nunca replicar uma notícia na Internet sem checar a informação. Alguns órgãos da grande mídia estão desenvolvendo o hábito de conferir uma informação e informar os leitores de sua veracidade ou não. No tempo atual, em que abundam notícias criticando a direita e a esquerda, é comum que sites desenvolvam o hábito de dizer: Conferimos tal notícia, não procede, é falsa. A verdade é essa.

O medo da mentira não deve fechar-nos para a informação diária, pois ela, ao mesmo tempo que nos abre para o mundo, traz o mundo para dentro de nossa casa. Somos cidadãos da humanidade. Tudo nos diz respeito.

15. Só nos resta viver em meio às *fake news*?

O medo das notícias falsas, a miúde, faz com as pessoas advoguem a censura como solução. No Brasil, o STE e os diversos TREs estão preocupados com as fakes news na campanha eleitoral. Nesse sentido, advogam uma legislação mais estrita. Entretanto, não é o aparato legislativo que vai resolver o problema. Não se pode cair numa hipertrofia jurídica. Por aí não é o caminho. O país já tem uma série de leis que rege o convívio social. Parece que a censura nunca é a melhor solução. O grande enfrentamento para a realidade das fake news é, justamente, do desenvolvimento de uma consciência moral constituída em que valores fundamentais da vida sejam explicitados e observados. Trata-se daquilo que comentei no início, de um novo pacto republicano em que há coisas que não devemos fazer não porque são legalmente proibidas, mas porque temos valores. Assim como existem coisas proibidas que são feitas em busca de um bem maior.

Nós temos que fazer o trabalho nesta dimensão com as pessoas para o desenvolvimento de princípios universais auto escolhidos. Esses princípios também deverão ser relidos e reestruturados a partir dessa

nova ambiência, porque existe uma dupla face. Não se trata, simplesmente, de resgatar um princípio do século XVIII e fazer valer em nossa realidade, o que as religiões fazem às vezes. Trata-se do respeito à diferença, ao diálogo, o respeito à vida, o direito à educação, à alimentação, à saúde, enfim, o direito de ser respeitado como tal. Aí, nesse tipo de trabalho, é que vamos fazer com que a ação de fake News seja diminuída, porque a censura não resolve.

O que não podemos compactuar é com a impunidade, de modo que cada um é responsável pelos seus atos. Cada um faz o que quer, mas quem pratica atos ilegais deve ser responsabilizado. Não censurar não é sinônimo de impunidade, mas deverá ser sempre uma ação por consequência de uma ação anterior. Hoje, estamos claudicando nessa tarefa porque queremos que nossos direitos sejam respeitados, mas, ao mesmo tempo, não queremos ser punidos e nem respeitar os direitos do outro. Essa é a ideia de uma formação para combater ou minimizar o problema das fake news.

Com o jornalismo marrom nos Estados Unidos não houve censura, inclusive alguns jornais continuam praticando esse tipo de jornalismo até hoje, como no caso da Inglaterra. Se esses jornais ultrapassarem os limites, são processados. Mas, voltando aos Estados Unidos, o combate a esse jornalismo foi feito por meio de educação na formação do jornalista, desenvolvendo a questão da objetividade da notícia, o famoso “quem fez o quê como aonde e por quê” e a redação de notícias em pirâmide invertida. Esse tipo de jornalismo causou influências no mundo todo e a origem foi a emergência do jornalismo marrom, que causou uma relação tremendamente complicada para o campo porque as pessoas o estavam rejeitando. Estamos no mesmo dilema, de modo que ou criamos alguma coisa ou as pessoas acabarão rejeitando. Essa é a grande discussão da fake news hoje. Daí a necessidade de um novo pacto social e republicano para podermos conviver, que permita sermos pessoas humanas e honestas.

16. Reflexão transversal

No ano de 2001, teve início o projeto de pesquisa “Processos midiáticos e construção de novas religiosidades” – que buscava pesquisar a aprovação do campo midiático, ou seja, as diferentes mídias, pelo campo religioso, isto é, as diferentes confissões religiosas. O projeto se desenvolveu em três dimensões: as históricas, as discursivas e as dos atores sociais³. Nas dimensões históricas, o objetivo era identificar, no desenvolvimento histórico epocal da relação mídia e religião, as constantes motivacionais e históricas que embasariam conceitos indispensáveis à interpretação do fenômeno no Brasil.

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

Um livro⁴ recolheu os resultados desses dois primeiros projetos os quais ensejaram o passo posterior, em 2007. Já que as Igrejas Cristãs não estavam refletindo sobre a mídia, uma vez que ela era solução, e não problema, a atenção voltou-se para a incidência do processo de midiatização sobre elas. Esse trabalho trouxe à discussão o conceito de midiatização. Já havíamos começado a trabalhar, desde 2006, nesse

³ A primeira foi coordenada por mim e contou com a colaboração de três bolsistas de Iniciação Científica (PIBIC, FAPERGS e UNIIBICO); a segunda, pelo Dr. Antônio Fausto Neto; e a terceira, pelo Dr. Attilio Ignácio Hartmann.

⁴ GOMES, Pedro Gilberto. *Da Igreja Eletrônica à Sociedade em midiatização*. São Paulo: Paulinas, 2010.

conceito que passou a ser objeto de estudo de maneira mais sistemática. Foi realizada a pesquisa sobre a comunicação como problemática para o campo religioso.

Consequência dessa discussão levou ao estudo pormenorizado tanto do objeto de análise como da metodologia, em 2010. Foi um período fértil, no qual se repassaram temas significativos do passado. As leituras estenderam-se desde Platão a pensadores dos nossos dias, na perspectiva da complexidade.

Esse processo conduziu ao trabalho, de 2013, pelo qual se constatou que a midiatização é conceito que admite várias interpretações, não é conceito unívoco, tampouco equívoco, mas plurívoco. Cada reflexão, junto com os objetivos alcançados, levava a alguns temas – chamados de *perdidos* – que permitiram avançar no trabalho. Em síntese, anota-se o seguinte: o primeiro trabalho buscou as raízes históricas da relação mídia e religião. Ao final, percebeu-se que se deveria estudar como as religiões tematizavam as comunicações: a comunicação como problema para o campo das religiões. Foi nesse momento que apareceu o tema da midiatização que deu origem ao estudo da sua fenomenologia. Este demonstrou que havia uma natureza plurívoca no conceito, novo olhar sobre o assunto (Cf. Gomes, “*Desandar o andado*”, 2022).

A cultura digital evolui celeremente na sociedade atual, conformando uma sociedade que está transformando o seu modo de ser e de viver (Faxina e Gomes, 2016). Surge um novo super-homem dessa realidade do chamado pós-humanismo, nascida do choque digital (Cf. Fischer, 204, p.9). Há um empenho hercúleo de pesquisadores, tanto das Américas quanto da Europa (principalmente do Norte), em tematizar o assunto e encontrar um paradigma para explicar essa realidade. No Brasil, essa viragem epistemológica teve início na década dos anos 1990, quando se deu a preocupação do que começou a ser chamado de processos midiáticos. Até aquele momento, os estudos centravam-se em microfenômenos, nos meios individuais e singulares, sem uma preocupação maior com a complexidade que ganhava força com a cultura digital (Gomes, 2017, 2022).

Como irmão gêmeo dos processos midiálicas, nascia o conceito de midiatização. Contudo, deve-se levar em conta que esse conceito não foi criado agora, mas remonta a estudos realizados na Europa nos inícios dos anos 1920. Cabe salientar que os europeus e mais tarde os norte-americanos – falam, ainda hoje, em *mediatização*. Assim também nos estudos hispano-americanos. A novidade trazida pelos pesquisadores da Unisinos foi derivar a escrita do conceito a partir do termo mídia (como é pronunciado o termo *media⁵*, em inglês). Daí o neologismo *mediatização*. Aos poucos, o termo foi se incorporando no vocabulário da pesquisa, se bem que com diversas interpretações⁶ (Gomes, 2016).

Na América Latina, Eliseo Verón (Veron, 2013) foi o primeiro a falar em midiatização, se bem que com um matiz levemente distinto dos brasileiros. Os Grupos Argentinos, baseados na Universidade Córdoba e na Universidade de Buenos Aires, aglutinam-se em torno ao pensamento de Verón, muito embora esse tenha trabalhado intensamente no Programa da Unisinos, formando com Antônio Fausto Neto o CISE-CO⁷, com encontros anuais no Brasil.

A realidade da midiatização não é algo acabado, pronto, mas configura-se como um processo que está apenas nos seus primórdios. Daí porque se fala em sociedade em midiatização. A cada dia, surgem novas realidades, novos conceitos no campo da midiatização, cada um mais sofisticado que o outro. Nesse momento, a atenção dos pesquisadores e desenvolvedores volta-se primordialmente para a realidade do metaverso⁸.

Saliente-se que os estudos acadêmicos sobre o assunto é uma palavra segunda sobre o assunto. A primeira está sendo dita pelo mundo empresarial que, antes da explicação teórica, desenvolve novos produtos e cria inéditas aplicações. Pode-se dizer que as ciências humanas e

⁵ Plural do temo latino *médium*.

⁶ Em artigo publicado na Revista da FAMECOS, o identifiquei como um conceito *plurívoco*.

⁷ Centro Internacional de Semiótica e Comunicação.

⁸ Na edição do Jornal Zero Hora de Porto Alegre, do dia 20/06/22, há uma longa reportagem pelos estudos que estão sendo feitos nas Universidades Gaúchas sobre o metaverso.

sociais aplicadas vêm depois, aplinando e disciplinando o caminho. Nesse caso, a ciência não dirige o norte da aplicação social, mas é dirigida pelos usos empresariais que determinam os produtos.

No trabalho, está havendo uma intensa perquirição em busca de conceitos que possam ajudar a compreender o momento presente das redes digitais⁹. Foi uma caminhada que possibilitou o encontro de alguns temas transversais que perpassam os estudos da midiatização hoje. São o que podemos chamar de *achados*. Importante sublinhar que eles não se confundem com os diversos objetos de pesquisa. São, antes, pano de fundo para os trabalhos. Não obstante, o garimpo deixou também *perdidos* que, organizados, dão matéria para aprofundar a pesquisa.

Baseado nessas premissas, o trabalho continuou e os resultados foram publicados em um livro que saiu em junho de 2022 (Gomes, 2022)¹⁰.

Atualmente, um novo problema está emergindo pela necessidade de se buscar algo mais profundo dos processos midiáticos. Isto é, o que muda e o que permanece no desenvolvimento dos processos midiáticos hoje na sociedade? Constatamos a necessidade de se partir para uma busca conceitual para compreender o problema.

Assumindo que o DNA dos processos midiáticos é composto pelo trinômio LOCUTOR–DISCURSO–OUVINTE, é importante explicar a evolução desses processos.

Tendo em vista que o DNA dos processos midiáticos é aquele que caracteriza o processo de comunicação, isto é, um locutor, um discurso e um ouvinte, questiona-se como e através de quais mecanismos, ao longo da história, as instituições vêm qualificando esse processo. À medida que a sociedade foi evoluindo, novos elementos foram sendo associados e explicitados. A preocupação sempre esteve ligada ao papel

⁹ Está no prelo uma obra (*Em busca de um paradigma para a midiatização*) que objetiva dar conta desse cometido. O livro deverá sair entre outubro e novembro desse ano.

¹⁰ Por motivos de saúde, saí do sistema. Para voltar, apresentei esse projeto ao CNPq, junto com o pedido de promoção. Muito embora os pareceres favoráveis dos consultores *ad hoc*, o projeto sempre foi aprovado fora do orçamento.

do emissor da mensagem, que detinha o protagonismo no processo. Do funcionalismo norte-americano à Escola de Frankfurt.

Jesús Martín-Barbero tentou quebrar a corrente, introduzindo o conceito de mediação (Barbero, 1987). Entretanto, mesmo nesse caso, o emissor possuía o protagonismo na emissão, embora não determinasse definitivamente a compreensão e a ação do receptor.

Como já desenvolvemos em vários lugares (Faxina e Gomes, 2016 e Gomes, 2017 e 2022), 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 ambição que, por sua vez, dá lugar a um outro modo de ser no mundo. A consequência disso é que, em lugar de estarmos assistindo ao fim da midiatização, estamos apenas no limiar de seu pleno desenvolvimento. Que sociedade nascerá? Que modo de viver estabelecerá? Isso somente o tempo e sua evolução dirá. Não obstante, podemos levantar algumas pistas. Paradigmas que explicavam a realidade agora não dão mais conta da missão. Conceitos como os de participação, presença, interação são ressignificados por uma geração que já nasce dentro das redes sociais. Estão mudando os inter-relacionamentos. A sociedade não mais prescinde das redes sociais. Mudou o modo de ser no mundo. Criou-se uma outra ambição que determina e é determinada pelo ser humano.

Na perspectiva dessa ambição, o tema ainda não foi suficientemente explorado, pois ultrapassa a mera reflexão sobre a mídia e seu papel na sociedade. A concepção de ambição é consequência de uma mudança de época na história, quando vem a lume a pergunta¹¹ pela midiatização¹². A dimensão dos processos midiáticos transcende os fatos individuais, os microfenômenos, e aponta para os aspectos coletivos, os

11 Veja a obra FERREIRA, Jairo; GOMES, Pedro Gilberto; FAUSTO NETO, Antônio; BRAGA, José Luis; ROSA, Ana Paula. *Between What We Say and What We Think: Where is Mediatization?* Santa Maria: FACOS, 2019 (e-book).

12 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.

macrofenômenos, a construção social coletiva a partir do processo de uma sociedade em estado de midiatização. A questão é: como abordar o processo midiático, hoje compreendido como midiatização e gerador de uma nova ambiência?

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

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

Esse é o marco no qual se inscreve hoje o debate ético sobre a assunção da palavra por meio das redes sociais. A metamorfose onde o consumidor de notícias dá lugar ao produtor, ao mesmo tempo em que significa certo grau de liberdade, entraña, igualmente, desvios que tornam a sociedade refém de pessoas que fazem da mentira uma forma de vida.

Como vimos, a existência do personagem Pinóquio, longe de estar superada, assume a identidade de um “Pinóquio Eletrônico”. Ou a sociedade decifra o enigma do Pinóquio ou será devorada e romperá o contrato social republicano.

Referências Bibliográficas

BARBERO, Jesus M. “Entre Técnica y razon política: espacios/ tiempos no pensados”. ALAIC.ps.22.37. n. 22. Lima.2004.

- BARBERO, Jesús-Martin. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura u hegemonía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1987.
- BORELLI, Viviane. Da festa ao ceremonial midiático.: as estratégias de midiatização da telerromaria da Medianeira pela rede Vida. TESE. POSCOM.UNISINOS, São Leopoldo, 2003.
- BOULLIER,Dominique. *Sociologia du numérique*. Paris. Armand Colin. 2016.
- COULDROY, Nick e HEPP, Andreas. *A construção mediada da realidade*. São Leopoldo: Edit. Unisinos, 2020.
- DINIZ, Diniz Costa. O duplo vínculo (midiático e religioso) nos circuitos –ambientes do pastoreio midiático. Dissertação de Mestrado. POSCOM.UNISINOS. São Leopoldo. 2017.
- FAUSTONETO, Antonio. Círio de Nazaré, celebrações, divergências, rupturas. *Comunicação, Cultura e Amazonia*. V. 6. Os. 27;50. Belém. Fadesp.2013.
- FAXINA, Elson e GOMES, Pedro Gilberto. *Midiatização. Um novo modo de ser e viver em sociedade*. São Paulo: Paulinas, 2016.
- FERREIRA, Jairo; GOMES, Pedro Gilberto; FAUSTO NETO, Antônio; BRAGA, José Luis; ROSA, Ana Paula. *Between What We Say and What We Think: Where is Mediatization?* Santa Maria: FACOS, 2019 (e-book).
- FISCHER, Hervé. *CiberPrometeo. Instinto de poder en la era digital*. Buenos Aires: Eduntref, 204.
- GOMES, Pedro Gilberto. “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.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Da Igreja Eletrônica à Sociedade em Midiatização*. São Paulo: Paulinas, 2010.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Desandar o andado. Os subterrâneos dos processos midiáticos*. São Paulo: Loyola, 2022.

GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiatização*. São Leopoldo: Edit. Unisinos, 2017.

GOOD, Jack. *The domestication of the savage mind*. Cambridge: Cambridge University Press. 1995.

GOODY, Jack. A lógica da escrita e a organização da sociedade. Petrópolis. Ed. Vozes. 2019

HAN, Byung-Chul. O desaparecimento dos rituais. Petrópolis. Vozes. 2021.

HJARVARD, Stig. *The Mediatization of Culture and Society*. London : Routledge, 2013.

HUK, YUi. *Tecnodiversidade*. São Paulo. Ubu. Editora. 2020.

JEAN, Aurélie. *De l'autre côté de la machine. Voyage d'une scientifique au pays des algorithmes*. Paris : Éditions de l'Observatoire/Humensis, 2019.

McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Rio de Janeiro: Cultrix, 1967.

MEAD, George Herbert. Mente, Self e Sociedade. Petrópolis. Ed. Vozes. 2021

Morin, Edgar. Introdução ao Pensamento Complexo. Porto Alegre. Sulina. 2015.

PRIGOGINE, Ilya. STENGERS, Isabelle. A Nova Aliança. Brasília. Editora da Universidade de Brasília. 1997. 2016.

PRIGOGINE, Ilya. Ciência, Razão e Paixão. Ed. Livraria da Física. São Paulo. 2009.

PUNTEL, Joana T. *Cultura Midiática e Igreja. Uma nova ambiência*. São Paulo: SEPAC/Paulinas, 2005.

Revista HERMÉS- Cognition, Coommunication , Politique, Numero sobre LE DISPOSITIF : Entre usage et concept . CNRS. Paris, 1999.

ROSNAY, Joël. *L'homme symbiotique. Regard sur le troisième millénaire*. Paris : Éditions du Seuil, 2000.

- SADIN, Eric. *L'intelligence artificielle ou L'enjeu du siècle. Anatomie d'un anti-humanisme radical*. Paris: Édition L'échappée, 2018.
- SADIN, Eric. *La humanidad aumentada. La adm inistración digital del mundo*. Buenos Aires: Caja Negra, 2018.
- Sadin, Eric. *La silicolonisation du monde. L'irréversible expansion du libéralisme numérique*. Paris: Éditions L'échappée, 2016.
- SADIN, Eric. *La vie algorithmique. Critique de la raison numérique*. Paris : Éditions L'échappée, 2015.
- SBARDELOTTO, Moisés. *E o Verbo se fez Bit. Comunicação e experiência religiosa na Internet*. Aparecida; Ed. Santuário, 2012.
- SBARDELOTTO, Moisés. *E o Verbo se fez rede. Religiosidades em reconstrução no ambiente digital*. São Paulo: SEPAC/Paulinas, 2017.
- SERRES, Michel. *Polegarzinha. Uma nova forma de viver em harmonia, de pensar as instituições, de ser e de saber*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2021.
- SOUZA, Marco Túlio de.(org) *Midia e religião . Perspectivas sobre um fenômeno em transformação*.Ed. Recriar. Sp. 2021 (ver caps. 3,9, 10 e 11).
- SOUZA, Paulo Cesar. (org.). *A circulação discursiva entre produção e reconhecimento*. EcUFAL. Maceio. 2018.
- SPADARO, A. *Cyberteología. Pensar el cristianismo en tiempos de red*. Herder, Barcelona, 2014.
- VERON, Eliseo. *Semiosis Social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- ZUBOFF, Shoshana. *A era do capitalismo de vigilância*. Rio de Janeiro. Intrínseca. 2021.

O JORNAL: da forma ao sentido

Sérgio Dayrell Porto¹

Resumo: No estudo do ‘fato’ e do ‘acontecimento’, o jornal quotidiano poderia ser o ‘fato’, e o ‘acontecimento’ seriam sempre os seus sentidos, representando suas travessias sociossemióticas. Parafraseando o título do livro – *O Jornal – da forma ao sentido*, de Maurice Mouillaud e Sergio Dayrell Porto (org.), (2012, 822 pgs), sua capa de fundo preto, destacando-se na cor branca as palavras ‘o jornal’, e em tamanho bem maior, a palavra ‘tempos’, exemplifica o que acabamos de dizer. A capa do arquiteto Matheus Gorovitz, mostra a dissimetria de fatos misturados aos acontecimentos, cabendo dentro de um jornal. Vemos também a figura de um rosto humano diante de um cabide de exposição de jornais numa redação. Este conjunto de elementos da capa mostra que fatos e

¹ Sérgio Dayrell Porto, Universidade de Brasília, UnB, professor emérito. sergiodayrellporto@gmail.com Mineiro de Belo Horizonte, bacharel em Direito UFMG, mestre em comunicação UnB, ph.D em comunicação McGill University, Montreal, Canadá, Pós doutor - CNRS – Centre National de la Recherche Scientifique – Paris, França. Autor de 4 romances: A Volta do Capitão Florzinha, Café Concerto, Editora Rio Fundo, Rio, 1991/2, A Arca das sacristias de Minas, e Voando para o andar de cima. São Paulo, Lux, 2025.

acontecimentos se misturam, podendo até ter o mesmo significado. E as cores preto e branco mostram o contraste que espelha a verdade, a preocupação maior dos jornalistas. Para Mouillaud: no texto que se segue, os termos ‘acontecimento’ e ‘fato’ são utilizados como sinônimos’ (Mouillau, 2012, 70).

Palavras-chave: jornal, forma simbólica, sentido, fato, acontecimento, informação, cultura

1. O jornal

A origem semântica da palavra Jornal vem de ‘jornada’, de um dia de vida, de um dia de trabalho, gerando uma escritura fiel de tudo o que aconteceu a uma pessoa naquele dia de vida. O jornal é praticamente um sinônimo de diário, daquilo que se relaciona ao relato de um dia a dia de uma cidade, de uma sociedade. Em diálogo de amigos, um diz para o outro: conte-me tudo, nos mínimos detalhes, não esconda nada... Ambos podem ser considerados jornalistas... E este dizer o que aconteceu, não me escondendo nada, veio se transformando numa indústria, a serviço de uma sociedade burguesa.

Em nossa arguição oral do vestibular de Sociologia na Universidade Federal de Minas Gerais, o poeta Emílio Moura perguntou a seu augúdio: - o que é um jornaleiro? O candidato respondeu, não sendo somente aquele que vende jornais nas ruas, nas bancas, mas primeiramente aquele que trabalha como diarista. Por acaso, aquele postulante era o autor destas linhas... Esta arguição se baseava no conceito de diarista do escritor português Eça de Queiroz. E a paixão deste aluno a ser jornalista, escritor e professor na sua vida que se iniciava. Ninguém nos induziu a ser jornalista. Era a vontade de vestir a camisa daqueles que sabem das coisas que estavam acontecendo.

Os fatos comuns, corriqueiros que acontecem em nossa rotina de vida diária, acabam merecendo um relato, uma narrativa, em que o autor deste diário relata para si mesmo, e também para quem se inter-

ressar, aquelas coisas que lhe aconteceram, e que acabam sendo mais significativas naquele dia para a vida em sociedade. É muito comum ver alguém escrevendo o seu diário íntimo, geralmente com lembranças confidenciais. As meninas adolescentes costumam escrever esses diários, geralmente escritos do próprio punho, em cadernos com capas cor de rosa. E estes diários acabam contendo segredos íntimos daquela pessoa, seus casos de amor, de simpatia, como se dá o seu caminho em busca de seu príncipe encantado. A própria análise de seu corpo que vai se tornando jovem e começando a amadurecer, parece significativo para ela. A publicidade brasileira participou dessa atmosfera no diário de uma jovem menina adolescente, criando o filme ‘*meu primeiro soutien*’, a partir do momento em que ela percebia modificações em seu corpo. Ideia criativa da agência dirigida por Washington Olivetto.

O filme de Robert Bresson: *Le journal d'un curé de champagne*, (Bresson, 1951), a partir um romance do mesmo nome, de Georges Bernanos, escritor católico francês que morou no Brasil, no interior de Minas, relata a vida de um pároco de aldeia, que a partir de sua nomeação para uma pequena cidade francesa, sente muitas dificuldades em se adaptar à região, já acostumada com maneiras de administração da Igreja do antigo pároco que veio a substituir, e que era da preferência dos paroquianos locais. Esta adaptação ou não do novo padre à região, não devia ser mostrada pelo filme apenas como um fato a levar a alguns acontecimentos, mas o fato de um jovem padre inadaptado às suas novas funções religiosas, cujos sentimentos de insatisfação iriam significar o acontecimento procurado pelo filme. Paul Ricoeur, na sua proposta de Hermenêutica de profundida, destaca

Entre o ritual de uma sociedade, o jornal compartilha e transmite informações necessárias e disponíveis. Pois o sentido que leva aos leitores, estes, por sua vez, remanejam-no a partir de seu próprio campo mental e recolocam-no em circulação no âmbito cultural. Se, na origem, o acontecimento não existe com um dado de ‘fato’ também não tem solução final. A informação não é o transporte de um fato,

é um ciclo ininterrupto de transformações.” (Mouillaud, 2012, P.68)

O acontecimento está em todos os lugares. Um tipo de delírio porque, então, tudo se pode tornar acontecimento... o acontecimento está onipresente, difuso, sem limites... sucedem-se com uma rapidez que apenas permite retomar o folego, diz um mensageiro da época’ (Labrosse, 2012, in Mouillaud, opus cit p.68).

Explicando o que seja o ‘acontecimento’, esta conceituação de Maurice Mouillad, parece a mais desafiadora. Ela sempre foi fonte de intriga, muitas vezes de difícil compreensão, exigindo leituras e releituras. O que é uma sombra projetada? O que é uma sombra projetada sobre o conceito de fato?

Penso então numa ‘marquise’. Caso estivermos esperando um ônibus, em sua parada habitual, a marquise fica em cima de nossos corpos, protegendo-nos da chuva e do sol, além de ser indicadora de que ali se situa uma parada de ônibus. Assim a marquise, além de indicadora de sentido – índice em semiótica - aqui vai parar um ônibus... daqui a 5 minutos... ela protege os passageiros que ali esperam o ônibus, dos horários mais próximos, de problemas climáticos, como o sol, a chuva, e também à noite, na medida que estas paradas podem ser iluminadas. As marquises cobrem as paradas por cima de nossas cabeças, uma vez que nos lados, na frente e atrás, elas são vazadas e abertas.

2. O jornal como forma simbólica numa travessia sociossemiótica

As formas simbólicas são construções significativas que são interpretadas e compreendidas pelas pessoas que as produzem e recebem, mas elas também são construções que são estruturadas de maneiras definidas e que estão inseridas em condições sociais e históricas específicas.

A linguagem (a língua e a fala) é a nossa principal forma simbólica, à qual o jornal pertence, em sua produção, recepção e consumo dos fatos da vida diária das pessoas, produzindo sentidos de vida cultural e social. A notícia, a arte, a ciência, a religião, o mito, a filosofia, o drama, a poesia, são formas simbólicas as mais evidentes.

Desejando definir o que são ‘formas’, dentro de um caráter filosófico e também linguístico e comunicacional, naquilo que se opõem à matéria, à realidade crua e nua.

As formas são um aparato acolhedor que o jornal dispõe para ordenar os acontecimentos à sua maneira própria e peculiar, diferindo das formas como outros veículos se referenciam com o mundo.

Nota-se que há uma finalidade da forma jornalística e de outros veículos de comunicação, na medida em que se referem ao mundo, à sociedade, à cultura em que se situam. Seguindo este pensamento, estas formas de jornais e veículos de comunicação, em seu caminho sintático, semântico e pragmático, são formas simbólicas.

Buscando a conceituação de “símbolo” e de formas simbólicas em Ernst Cassirer (2), ele diz:

O homem já não vive num universo puramente físico, mas num universo simbólico. A linguagem, o mito a arte e a religião são partes deste universo. São os vários fios com que tecem a rede simbólica, a teia emaranhada da experiência humana. Todo o progresso humano no pensamento e na experiência, aperfeiçoa e fortalece esta rede. Já não é dado ao homem enfrentar imediatamente a realidade; não pode ver, por assim dizer, face a face a realidade física. Parece retroceder proporcionalmente, à medida que avança a atividade simbólica do homem. Em lugar, o homem, em certo sentido, está constantemente conversando consigo mesmo, em vez de lidar com as próprias coisas. Envolveu-se por tal maneira em formas linguísticas, em imagens artísticas, em símbolos míticos ou em ritos religiosos, que não

pode ver nem conhecer coisa alguma se não pelas interpretações desse meio artificial. (3)

Os fatos, e muito mais ainda, os acontecimentos, fazem parte deste universo simbólico. A dimensão dos fatos, e ainda mais, a dimensão social e cultural que tornam estes fatos verdadeiros acontecimentos, seria impossível existir sem a sua ampla dimensão simbólica, sem que a simples e complexa vida social, não pagasse um pedágio à sua caracterização como forma simbólica.

Como as intempéries climáticas que vem assolando o mundo, haja visto as enchentes que penalizaram o Estado do Rio Grande do Sul em 2023/4, como este fato climático poderia ser sentido e nomeado como apenas um fato da natureza? Estas chuvas torrenciais aconteceram, e ainda continuam acontecendo, não há dúvida, sendo constatadas pela sociedade através das previsões meteorológicas, do site ‘climatempo’, dos veículos de comunicação, como os sentimentos e narrativas populares, como os jornais, as televisões, como as redes sociais compartilham este fenômeno. E quais os significados que produzem, que sentido social transparecem, a não ser por uma moldura conhecida como ‘formas simbólicas’, tornada possível principalmente pela linguagem, pela ciência, pelo drama, pela literatura e também pelo mito. O ser humano diz a si próprio, fala com o outro, se comunica em sociedade, basicamente pela forma simbólica – linguagem – e dentre esta, o jornal desempenha um papel fundamental.

Quando o jornal francês, *Le Monde* se refere aos fatos que acontecem no mundo, quando a TV Globo se refere aos fatos que acontecem no globo, quando o jornal *A Folha de São Paulo* folheia e descortina os fatos que acontecem no estado de São Paulo, no Brasil e no mundo, tudo isso acontece pelo *desempenho da linguagem simbólica jornalística*, dimensionando estes acontecimentos climáticos com determinados sentidos e interpretados pelas sociedades envolvidas. Assim, o fato estar chovendo, passa a ser o acontecimento estar chovendo continuadamente, na medida que divulga e confirma as previsões meteorológicas. As chuvas no mundo acontecem desde a sua gênese bíblica, basta ler a narrativa do dilúvio e a Arca de Noé. As chuvas continuam acontecendo, e ganham

uma dimensão apocalíptica, na medida que passam de fatos a acontecimentos, desenvolvendo sua travessia física e sociossemiológica.

O acontecimento está em todos os lugares. Um tipo de delírio porque, então, tudo se pode tornar acontecimento... o acontecimento está onipresente, difuso, sem limites... sucedem-se com uma rapidez que apenas permite retomar o fôlego, diz um mensageiro da época'. Claude labrosse, citado por Mouillaud, opus cit, pg. 68 (1)

Todos nós sabemos que vamos morrer, mas quando morre um monarca, um papa, uma autoridade carismática, uma cantora famosa, os acontecimentos abalam o mundo. As mortes dos seres humanos não se limitam a ser fatos, todas elas ganham a grandeza dos acontecimentos trágicos da vida.

Recentemente, por ocasião da morte do Papa Francisco – um fato, alcançou a forma simbólica de acontecimento pela grandeza da morte de um papa carismático, que revolucionou a Igreja católica romana. Os presidentes dos principais países do mundo se deslocaram para Roma, acompanhando as exéquias do papa, a grande mídia internacional, além de suas longas coberturas regionais, deslocou para a Santa Sé os seus melhores repórteres. "O Jornal, e a mídia em seu conjunto, não estão, entretanto, face a face ao caos do mundo. Estão situados ao fim de uma longa cadeia de transformações que lhe entregam um real já domesticado" (Mouillaud, opus cit, p. 3 (1))

O Jornal é apenas um operador, entre um conjunto de operadores sócio simbólicos, sendo aparentemente, apenas o último. Pois o sentido que leva aos leitores, estes, por sua vez, remanejam-no a partir de seu próprio campo mental e recolocam-no em circulação no âmbito cultural. Se, na origem, o acontecimento não existe com um dado de 'fato' também não

Entre o ritual de uma sociedade, o jornal compartilha e transmite informações necessárias e disponíveis. Pois o sentido que leva aos leitores, estes, por sua vez, remanejam-no a partir de seu próprio cam-

po mental e recolocam-no em circulação no âmbito cultural. Se, na origem, o acontecimento não existe com um dado de ‘fato’ também não tem solução final. A informação não é o transporte de um fato, é um ciclo ininterrupto de transformações.

O acontecimento está em todos os lugares. Um tipo de delírio porque, então, tudo se pode tornar acontecimento... o acontecimento está onipresente, difuso, sem limites... sucedem-se com uma rapidez que apenas permite retomar o folego, diz um mensageiro da época’ (Labrosse, 2012, in Mouillaud, opus cit p.68).

3. Uma sombra cobrindo um fato

“O acontecimento é a sombra projetada de um conceito construído pelo sistema da informação, o conceito do ‘fato’,” (Mouillaud, 2012,70)

Explicando o que seja o ‘acontecimento’, esta conceituação de Maurice Mouillad, parece a mais desafiadora. Ela sempre foi fonte de intriga, muitas vezes de difícil compreensão, exigindo leituras e releituras. O que é uma sombra projetada? O que é uma sombra projetada sobre o conceito de fato?

Pensemos então numa ‘marquise’. Caso você esteja esperando um ônibus, em sua parada habitual, a marquise fica em cima de nossos corpos, protegendo-nos da chuva e do sol, além de ser indicadora de que ali se situa uma parada de ônibus. Assim a marquise, além de indicadora de sentido – índice em semiótica – de que aqui vai parar um ônibus... daqui a 5 minutos... ela alerta os passageiros que ali esperam o ônibus, dos horários mais próximos, de problemas climáticos, como o sol, a chuva, e também à noite, na medida em que estas paradas podem ser iluminadas. As marquises cobrem as paradas por cima de nossas cabeças, uma vez que nos lados, na frente e atrás, elas são vazadas, abertas, com livre passagem do ar, não coibindo a liberdade de quem ali

está esperando um ônibus. A marquise guarda assim uma ambiguidade nata, pois é um lugar de proteção, mas também um lugar de liberdade. Estas proteção e liberdade, às vezes, são de visibilidade incerta.

Assim, o acontecimento em jornalismo sendo uma sombra projetada sobre o conceito de fato, esta sombra que se projeta pode ser imaginada em uma marquise.

E o que é o ‘marquês’? Marquês é um título nobiliárquico da nobreza europeia, que foi depois utilizado em outras monarquias originárias do mundo ocidental, como o Império no Brasil. O título de origem germânica (markgraf), literalmente é o defensor de marca provincial. Denominação dada no império Carolíngio aos responsáveis pela defesa da região fronteiriça, e por isso, mais sujeitas a ataques. Possui variantes em diversas culturas da Europa. (Gougle)

Assim, o Marquês sendo um protetor, um secretário ou ministro de defesa, ou ministro de planejamento das políticas de uso de solo em uma nação, – quem não se lembra do famoso Marquês de Pombal, em Portugal, que comandou a reconstrução de Lisboa depois do terremoto de 1750, e da expulsão dos padres jesuítas de Portugal, além da transferência do tráfego e do lugar de chegada dos escravos negros para o Brasil? Todas são obras do Marquês de Pombal. Em Pernambuco, no nordeste brasileiro, a cidade/praias de Porto de Galinhas, tem este nome porque ali chegavam os negros escravizados, vindos em gaiolas como se fossem engradados de galinhas.

Entre uma nau cheia de escravos como se fossem galinhas, e o nome da cidade Porto de Galinhas, existe aí uma travessia sociossemiótica de fatos aos acontecimentos. Existe uma sombra bastante nítida cobrindo esta passagem de uma situação à outra;

Os diversos fatos que abalaram Lisboa, o terremoto de 1750, foram transformados em acontecimentos de reconstrução da cidade pelo Marquês de Pombal. Quais as consequências deste terremoto se não fossem tomadas prontas medidas de recuperação da cidade, pelo Mar-

quês de Pombal? O fato: o terremoto. O acontecimento: a reconstrução da cidade pelo Marquês de Pombal. O fato: o terremoto. A sombra projetada sobre o terreno atingido pelo terremoto: a ação de reconstrução da cidade pelo Marquês de Pombal. E esta sombra mostrava pessoas atuantes e pessoas diretamente atingidas por esta agressão da natureza.

Reconstruir uma cidade destruída por um terremoto: a reconstrução é uma forma simbólica de atuar. A placa bastante conhecida diante de uma reconstrução de um prédio, onde se lê - estamos em obras, desculpem os transtornos, se transforma na prática da forma simbólica de que, nestes momentos, o verbo principal é reconstruir, e não manter, deixar como está.

O marquês de Sade, conhecido por suas práticas e atividades bárbaras na Europa de século 18, serviu de ilustração para a venda de aparelhos de gilete cortante em pernas de mulheres belas, em seus momentos de depilação... este transcurso, do fato ao acontecimento, passou a conotar o Marquês de Sade, não como um personagem revolucionário e agente de práticas corporais bárbaras e também eróticas, mas como um agente embelezados das pernas femininas na atualidade. Estas mudanças de finalidades em que a significação dos fatos são mudadas pelo curso da história, são marca de que as formas simbólicas estão em constante transformação. Elas agem de uma cultura a outra. A forma simbólica contempla a vivência de quantos a produzem e de quantos a propagam e recebem. Assim também age o jornal, colhe, noticia e envolve seus leitores.

Vindo para os tempos atuais, o presidente Donald Trump dos Estados Unidos da América é um fato, um político recentemente eleito para um segundo mandato. Já o próprio Trump com aquele boné vermelho de campanha sucessória em sua cabeça, é um acontecimento, uma mostra indicial de que tudo o que vem fazendo e provocando a comunidade mundial com a sua política de taxas fiscais aduaneiras, absurdas, passa a ser um acontecimento de trágicas consequências. Trump é um presidente, com o seu boné vermelho, é um postulante à presidência, e que uma vez eleito, começa a por em prática seu lema escrito em seu chapéu vermelho: 'make America great again', tem se

tornando um iniciador de uma nova ordem política e comercial que atinge a maioria das nações.

4. O acontecimento social e midiático: possibilidades de interpretação

Em *The philosophy of the presente* (Mead, 1931), numa conferéncia, o filósofo e sociólogo norte-americano George Herbert Mead nos explica que o acontecimento “é o que vem a ser,” “that which becomes”. Portanto, o mundo é um mundo de acontecimentos, isto é, um mundo temporário, em que as coisas advêm à existência e cessam continuadamente de existir.

Para John Dewey, (Dewey, 1929, p.19) filósofo da corrente pragmática norte-americana, “*That which becomes merely comes to be – never truly is. It is infeted whih non-being*”. Acontecimento é aquilo que se torna meramente vir a ser – nunca é verdadeiramente. Está contaminado pelo não ser. O acontecimento é um conceito teleológico. Trata-se de um viés aristotélico.

O que vale também para o lema da Escola sociológica de Frankfurt: “lo que és no és aúñ”, repetia constantemente o professor Antonio Pasquali, comunicador emérito da Venezuela, em curso dado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UnB, 1980.

5. Fato e acontecimento nas campanhas políticas

Renata, mulher de Eduardo Campos, dizia: *Não estava no script.* (XXX) *Morte de Eduardo Campos muda rumo da sucessão presidencial* (Folha de S.Paulo, 14/08/2014, edição especial, p.3)

Aprendemos nas escolas de jornalismo que o fato é o grande manancial do jornalista. Ao estar preso à verdade, nada melhor para o jornalista do que ser incondicionalmente fiel aos fatos. E ao se enfa-

tizar essa proeminência dos fatos, as escolas de jornalismo não costumavam ensinar que mais importante do que o fato é o acontecimento. No entanto, recentemente, alguns autores começaram a exigir de nós jornalistas um conhecimento teórico e prático do que sejam os acontecimentos, e quais as suas diferenças em relação ao fato. Ou seja, até então, existia o sentimento, e não existia o conceito. Aí nos lembramos que nas redações se comentava: esta matéria pode dar suíte, pode ter presença maior e mais longa, principalmente se estávamos no eixo das reportagens. Na publicidade predominava, e ainda é assim, o que é o plano de mídia, a valorização de que aquelas ideias, aqueles conceitos comerciais ou institucionais mereciam ser repetidos, usando-se, para tanto, textos e imagens polissêmicas, e veiculados em mais e diferentes veículos. A uma aparente paráfrase ou mesmice da ideia, tornava-se mais importante substituir tais conceitos por outros bem parecidos. Chegando ao ponto de cultivarmos a máxima publicitária a “diferença que vende”. Diferença que em inglês se diz paradoxalmente: “unic selling proposition”, onde o único tem sentido de múltiplo. No campo das imagens, sejam elas cinematográficas, videográficas, fotográficas ou virtuais, um ícone substitui o outro, ou pelo menos se funde em novas e diferentes imagens. Em linguagem peirciana seria um signo que leva a outro, certamente que proporcionando imagens interpretantes mais contundentes e significativas que as anteriores. E, sendo fiel ao campo vasto da comunicação, o que é o novo, o que são as “news” jornalísticas, senão a presença da novidade através da força imperiosa da informação? Ao que tudo indica, trabalhar em comunicação significa muito mais trabalhar naquilo que ainda vai ser, que está por vir, muito mais do que aquilo que é, muito mais ainda do aquilo que já foi. Nossa campo de trabalho é movediço, é virtual, é feito de imensas forças e possibilidades, onde o império dos fatos cede a cada momento à força dos acontecimentos. Numa cobertura ao vivo, os fatos acontecendo, suas significações acabam se transformando.

Maurice Mouillaud (2012), filósofo da linguagem, nos diz em *O Jornal – da forma ao sentido* na contracapa: “ao fluxo contínuo da narrativa que se encadeia sucedeu-se a unidade discreta do acontecimento, um

tempo de descontinuidades e de rupturas que faz das páginas dos diá-
rios uma rapsódia dos fait-divers”.

O que seria uma rapsódia? Segundo o filólogo Houaiss:

entre os gregos antigos, trecho de poema épico, reci-
tado pelo rapsodo – um recitador profissional. Peça
musical de forma livre que utiliza geralmente melo-
dias, processo de composição improvisada e efeitos
instrumentais de determinadas músicas nacionais
ou regionais.

E o que seria o fait divers? Segundo o mesmo dicio-
nário, o fait divers é um tipo de notícia cujo inter-
esse reside naquilo que tem de insólito, extraordi-
nário e surpreendente.

Assim, Maurice Mouillaud, recentemente falecido, e com quem tive-
mos o prazer de conviver em Paris nos idos de 1995/6, ele sendo meu
orientador de pós-doutorado, na Université de Paris II, enfatizava o
caráter discreto do acontecimento, mas cuja descrição implicava em
manifestar seu alto poder diabólico e alegórico de fazer implodir as
narrativas habituais do jornalismo, quebrando-lhes a continuidade
pela introdução do insólito, do extraordinário e surpreendente na no-
tícia do simples lugar comum, que à primeira vista poderiam parecer
sem qualquer valor editorial e social. Seria uma espécie de valorização
das páginas policiais inseridas em meio aos jornais de cara séria. E para
cantar em prosa e verso essa mudança súbita de narrativas, promovi-
da pelo acontecimento, Maurice Mouillaud apelava para os costumes
musicais gregos antigos, elegendo a rapsódia como forma musical ca-
paz de quebrar narrativas produzidas por sons harmônicos das músicas
populares. Assim, o acontecimento para Maurice Mouillaud tem esse
poder formal de romper narrativas, e, nessa proposta de rompimento,
possibilitar a introdução de novos sentidos aos textos jornalísticos.

6. Faits divers – jornais populares -acontecimentos

A título de exemplo, pudemos assistir no Brasil a liderança nas tiragens dos jornais populares, como é o caso do *Super Notícia* editado em Contagem, na região metropolitana de Belo Horizonte, e que conseguia vender mais a cada dia do que a *Folha de S. Paulo*. A propósito, citamos a tese de doutorado da profa. Kátia Belizário Couto, intitulada *De Chicago a Contagem – páginas do quotidiano no popular mais vendido do Brasil* (Belizário, 2014, tese de doutorado, UnB), sob nossa orientação, em que a autora mostrava o valor antropológico do jornal junto às comunidades ligadas ao metrô que ligava a cidade de Contagem a Belo Horizonte. O acontecimento se situava, então, além das tiragens dos jornais populares, atuando muito mais na forma de propiciar aos leitores, agregar e suprir valores culturais locais, valendo-se de sua enorme carência de vida cultural manifesta no seu dia a dia. São jornais aparentemente sem maior valor, vendidos a baixo preço nas estações de metrô, dando a seus leitores, de classes emergentes, uma possibilidade de competir com leitores dos grandes jornais.

Para Maurice Mouillaud, os jornais dão forma aos sentidos, promovem novos sentidos na sociedade, e se quisermos, ajudam a construir-la, mantê-la ou transformá-la. Eles fazem parte da construção social da realidade, aqui aproveitando-nos do título do famoso livro de Berger e Luckman (2014). No caso dos jornais populares, novos sentidos são agregados às comunidades carentes de uma vida cultural explícita. Se o governo lhes promove como sendo uma nova classe média, o que é algo bastante discutível, a forma cultural popular funciona como um novo acontecimento cultural para essas comunidades carentes de expressão. O governo Lula, insistia em possibilitar o acesso das classes C e D a níveis superiores, ao nível de classe B, ou classe média, aumentando-lhes a possibilidade de consumo.

7. Eduardo Campos e Marina Silva

A propósito, o lançamento da ideia de aproximação política entre Eduardo Campos e Marina Silva, foi à época, 2014, uma novidade nunca

esperada no meio político, constituindo-se num verdadeiro acontecimento. Diferentemente da cultura chinesa, por exemplo, onde o acontecimento obedece a um fluxo contínuo de vivências, em nossa cultura ocidental o acontecimento está muito ligado ao que o francês chama de évènement, acontecimento evento, algo parecido com o que o assessor de imprensa ou de relações públicas chama de evento promocional. Um conceito querendo se aproximar do conceito de informação, pois não há informação se algo de novo não acontece. Quando se diz popularmente que as informações quase sempre trazem notícias ruins, e as notícias boas não seriam notícias, pois apenas dão continuidade ao useiro e vezeiro vivido por determinadas comunidades.

A morte trágica de Eduardo Campos rompe com o fluxo normal da sucessão presidencial àquela época no Brasil, fez com que o fórum de discussões políticas do momento se alterasse basicamente com novos sujeitos e atores. Dilma Rousseff acabou sendo eleita presidente, depois de 2 mandatos do presidente Lula, de 2003 a 2011.

Assim, o acontecimento é o que vai acontecendo e acolhendo tanto o que vem de dentro quanto o que vem de fora simbolizando o que vem de fora.

“Walter Feldman, pelo amor de Deus, me diga que isso não está acontecendo. Pelo amor de Deus, isso não pode estar acontecendo.” (SILVA, Marina. Correio Braziliense, caderno de Política – Tragédia nas eleições. 15/08/14, p. 2.)

Os governos de Eduardo em Pernambuco foram um sucesso. Em meados de 2012, no hotel em que costumávamos ficar em Brasília, perguntou o que eu achava do futuro (eu, no caso – Alon Feuerwerker – jornalista e assessor de Eduardo Campos agora nessa campanha presidencial). Já sentíamos no ar um cheiro de mudança, coisa que, na época, aparentava uma completa maluquice. (...) depois veio a estimulante aliança com Marina Silva, novas dificuldades, o estresse, os jornalistas perguntando quase todos os dias sobre pesquisas e palanques regionais, o nascimento de uma campanha muito dura. (Feuerweker.

Voltando ao acontecimento, Marina Silva desejava que seu assessor Walter Feldman impedisse que aquela metáfora acontecesse, que aquele acontecimento se confirmasse. Mas dentro do pragmatismo que caracteriza o fluir da vida e com muito mais razão ainda na vida política, tratava-se de um fato já vindo à tona com enorme carga evenemencial. Um meteoro de carga pesada caiu sobre a vida política brasileira. O acontecimento provoca um estranhamento, representa um fluxo desviante nas vidas das pessoas. O acontecimento é necessariamente metafórico, pois age como se fosse um tropo linguístico, um tropeço no curso normal das coisas. A metáfora, como o próprio nome indica em sua raiz etimológica, é algo meta, algo além do fórum, do lugar habitual do acontecimento das coisas. A metáfora como mãe das figuras de linguagem indica que novos sentidos estão por acontecer.

Para o poeta Charles Henry Brent (1862-1929), em poema traduzido por Ana Helena Rossi, professora do Departamento de Letras e Tradução da UnB, morrer é como escapar de nosso poder de visão. Ela diz em seu blogue Ana-poesia em 15/08/14:

8. A morte como fato, morrer como acontecimento

Neste domingo, 20 de julho de 2025, por volta das 19 horas, o Brasil foi informado da morte da cantora e compositora Preta Gil, filha do músico baiano Gilberto Gil.

Eis morrer

“Um navio navega e eu permaneço olhando
até ele desaparecer no horizonte,
e alguém ao meu lado me diz:
Ele se foi.
Para onde? Para longe de minha visão, só isso;

Ele está agora tão grande que quando o vi antes...
Sua dimensão atenuada e total
perda de visão estão em mim, não nele.
Eis morrer.
Um horizonte pouco mais que o limite de nossa vi-
são.
Ajude-nos, Senhor, a vermos mais longe".

Assim operam os acontecimentos. A cada instante o presente visível afasta-se de nosso poder de enxergá-lo. Outros instantes virão e novas possibilidades surgem de sua visão e interpretação. Somos seres habituados às coisas finitas. No entanto, somos seres simbólicos presos a teias de significação sempre mais amplas que nos tornam ligados à infinitude da compreensão do universo. Pagamos um preço altíssimo pelo fato de sermos seres de linguagem, as nossas ligações com o meio físico que no cerca tornou-se complexa pela constante intermediação do símbolo diante de todas as nossas experiências.

Tudo isso implica em compreender mais ainda como funciona a nossa profissão de comunicadores e jornalistas. O fato nos opõe na medida em que ele exige a nossa interpretação, ele requer que o transformemos em acontecimentos. O nosso poder interpretativo é condição *sine qua non* para que nos liguemos aos objetos e aos signos, às coisas e seus representantes a que a realidade nos submete a cada momento. As redações dos jornais não passam de caixas pretas contendo enigmas com os quais somos obrigados a conviver e a decifrar. Podemos então responder ao presidente Lula, no fim de seu segundo mandato, 2014, ao dizer que o Brasil não merecia a morte de Eduardo Campos. E também responder ao cantor e compositor Caetano Veloso ao dizer que a morte de Eduardo Campos era insuportável de se viver. Ora, um dos méritos e suportes de nossas vidas, privadas e públicas, é saber conviver inteligentemente com a imprevisibilidade do momento seguinte. Trata-se de um fecho pragmático desta postura, o que não significa dizer que temos vocação para super-homens.

Sucedendo aos ‘fait-divers’ – fatos comuns, sem maiores valores, que acontecem bastante nas páginas policiais dos jornais, somos obrigados a nos movimentar a partir dos momentos que sentimos os fatos em andamento, em percurso, e que deixam a categoria do fato comum para fato de alguma importância. Estes fatos que já começam a ganhar significações da sociedade, que já iniciaram a sua trajetória de acontecimento, nos tiram de nossa tranquilidade, de nosso sossego, nos obrigam a ler os jornais, a ver as televisões, a participar das redes sociais, evidenciando que a nossa vida está irremediavelmente presa aos fatos em processo contínuo de confrontar-se provisoriamente no lugar do acontecer, de ganhar o cunho de acontecimento.

Terminando este trabalho, em andamento... diria que o fato é indício da necessidade de uma palavra para nomeá-lo, para Paul Henri não há discurso sem sujeito. E o acontecimento é o discurso, melhor dizendo o dis-curso que flui, ou que se atropela. E que a leitura que fiz do acontecimento, requerendo seis leituras interpretativas em massa folhada, é a busca daquele acontecimento que ainda não aconteceu (Porto, 2012, p. 181)

Referências Bibliográficas

- MOUILAUD, Maurice e Sergio Dayrell Porto(org.) *O jornal – da forma ao sentido*. Brasília, Universidade de Brasília -50 anos. Editora UnB, 3^a. Ed. revista e ampliada, 822
- PORTO, Sergio Dayrell. *Vivências interpretativas em jornalismo. Versão atualizada do método das seis leituras interpretativas em massa folhada*. Florianópolis, Editora Insular, 2012.
- VEIGA FRANÇA, Vera. *Acontecimentos: reverberações*. Belo Horizonte, Autêntica, 2012.
- MEAD, George Herbert. *The philosophy of the present*, Chicago, Open Court Pub, 1932.

- DEWEY, John. *Experience and Nature*, New York, Dover Publications Inc, 1925
- CAREY, James W. *Communication as culture. Essays on media and Society*. New York, Routledge, 2009
- BRESSON, Robert. *Diário de um pároco de aldeia*. Filme. 1951.
- BERNANOS, Georges. *Journal d'un curé de campagne*. Plon, Paris, 1936
- CASSIRER, Ernst. *The philosophy of symbolic forms*. Yale University Press, New Haven, 1955
- CASSIRER, Ernst. *Antropologia Filosófica*. Editora Mestre Jou. São Paulo, 1972.
- LABROSSE, Claude. *L'Attentat de Damiens* citado por Maurice Mouillau. 2012.
- THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Brasileira*. Editora Vozes, 3^a. Edição, 1999.
- GOOGLE – fundada na California, USA, 1998.
- HOUAISS, Antonio, dicionário da língua portuguesa.
- BERGER, Peter e Thomas Luckman, *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 2014.
- BELIZÁRIO, Kátia. *De Chicago a Contagem: páginas do cotidiano no jornal mais vendido do Brasil*. 2014. Tese de doutorado, UnB.

ACONTECIMENTOS, ENTRE INDUÇÕES E ENTRELAÇAMENTOS¹

Antonio Fausto Neto²

O tema do acontecimento desperta interesse da pesquisa comunicacional em tempos mais longínquos, e uma de suas referências básicas, enquanto marco sobre a evolução das pesquisas a respeito de temas que envolvem a “*mass communication*” – acerca da problemática dos efeitos –, é a emissão radiofônica sobre a dramatização da invasão da terra pelos marcianos, em 1938. Trata-se de uma transmissão que ensejou o desencadeamento, por longo tempo, de discussão acadêmica sobre efeitos dos meios de comunicação no que diz respeito à organização social. Tal emissão apontava para pistas dos efeitos dos *mass media* oferecendo in-

¹ Esse trabalho recebeu colaboração do pesquisador Dr. Marco Antônio de Oliveira Tessarotto. Doutor em Ciências da Comunicação (UNISINOS). E-mail: marcoantoniotessarotto@gmail.com

² Professor visitante do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ/UFPB). E-mail: afaustoneto@gmail.com

dícios para se entender a relação dos meios, suas práticas sociais e seus efeitos com a organização social, bem como sobre atores e instituições (Verón e Boutaud, 2007).

Desde tempos mais distantes aos dias atuais, referências dos meios de comunicação sobre o funcionamento da organização social recobrem, pelo menos, dois períodos distintos: o da “sociedade dos meios” e o da “sociedade em midiatização”.

O primeiro período é caracterizado pela presença dos *mass media* no funcionamento das rotinas da organização social, quando surgem os primeiros estudos sobre as relações entre esta e os *media*. Essas investigações desenvolveram reflexões sobre os meios na construção da ação social orientada ao longo de muitos anos. Em tempos mais recentes, os meios ampliam, através de sua atividade tecno-simbólica, possibilidades de gestão ou de interferência no funcionamento das práticas socioinstitucionais diversas. Isso ocorre devido à generalização da presença dos meios na construção de processos tecno-interacionais.

Além de passarem a ser reconhecidos como instâncias estratégicas na cogestão das rotinas das instituições, os *mass media* destacam-se como vetores interpretativos da organização social, cujos acontecimentos passam a se constituir na matéria prima do processo observacional tecno-midiático. Os *mass media* também destacam-se como fonte – ou mesmo matriz explicativa – dos fatos, dimensão esta que vai se complexificando na medida em que suas práticas se tornam centrais na organização e na leitura dos acontecimentos. Podemos dizer que a ocorrência dos acontecimentos passa a se constituir em uma atividade central dos *media*, de modo que o trabalho jornalístico, de apurar e ler os fatos, venha a ter uma dimensão central no funcionamento da sociedade em midiatização, afetando a organização social e sua diversidade de práticas.

No contexto da sociedade dos meios, as condições de produção e de circulação de conhecimentos já encontravam nas tecnologias *mass mediáticas* as fontes e operadores de produção de sentidos. Porém, no contexto da sociedade em midiatização, em curso, chama-se atenção

para a complexificação das condições de construção do acontecimento, ao ser manejado através de complexas lógicas e operações tecno-discursivas que instituem condições de interação entre atores, instituições e coletivos.

A “sociedade dos meios” caracterizava-se pela existência crescente de tecnologias massivas de comunicação operando no âmbito da organização sócio industrial, segundo injunções de instituições e tecnologias produtoras de mensagens. É o momento no qual audiências são transformadas em multidões, enquanto “pacientes” de consumo a distância de acontecimentos elaborados em universos socioinstitucionais complexos, e organizados de acordo com padrões de interação em torno de assimetrias. Os acontecimentos gerados nesse contexto traziam marcas de suas lógicas produtivas e as chamadas audiências eram situadas, grosso modo, em condições de recepção a distância, guardando, assim, posição espectatorial face à oferta de mensagens *mass mediáticas*. De alguma forma, os efeitos da “sociedade dos meios” ecoam ainda hoje, de modo mais complexo, na sociedade em midiatização. Isso ocorre, especificamente, nas condições de construção de modalidades de relatos permeadas por lógicas e tecnologias que tratam de organizar a anunciabilidade do acontecimento, segundo complexos fundamentos de lógicas e diversidade de complexas práticas tecno-midiáticas.

Ao recordar a gênese e o funcionamento de acontecimentos mais distantes, no contexto de ambientes coletivos, os meios de comunicação gozavam de autonomia relativa. As condições de produção de suas práticas caracterizavam-se pela singularidade de mediação dos dispositivos *mass mediáticos*. Isso também era perceptível a partir de marcas que apontavam o acontecimento como resultante de transações de agendas, uma vez que destacavam a performance dos sujeitos nas manifestações de rua apresentando marcas identitárias dos atores sociais, bem como os reflexos de suas liturgias e emblemas, anunciando e caucionando a singularidade, quase “litúrgica”, bem como as operações enunciativas que caracterizariam, especialmente, as marcas identitárias do seu lugar de fala (Fausto Neto, 2013).

Grandes expressões intelectuais, como Roland Barthes (1993), refletiram, nos anos 60 do século passado, sobre a natureza dos processos tecno-enunciativos que emolduravam produtos e suas temáticas. Particularmente a escrita do acontecimento sobre maio de 68, que circulou em folhetos e foi afixada em paredes e edificações de cidades francesas. Historiadores, como Pierre Nora (2018), chamavam atenção para papel dos *mass media* e lembravam que maio de 68 nos afetava por se tratar de algo que não podia ser evitado. Pois imprensa, rádio, imagens etc. não agiam somente como meios, mas sua existência estava associada à própria/ocorrência (em termos de fundamentos comunicacionais) dos acontecimentos. Maio de 68 foi maior do que as manifestações tradicionais. Algo de mais complexo nele se passou, e foi lembrado, dentre outras imagens, como um festival de palavras, enquanto fontes de escritas do acontecimento. Comentava-se também, neste contexto, sobre o papel de pequenos dispositivos de comunicação, como os “rádios de pilha”, que operavam na qualidade de orientadores das massas instruindo-as sobre a presença e controle de forças policiais face às manifestações de rua. Estudos que surgiram sobre essa temática descreviam a atualidade, especialmente a singularidade da atividade dos meios de comunicação na exploração de inteligibilidades sobre as “falas intermediárias” e suas manifestações, oriundas de vários campos sociais.

Nesses contextos observacionais, por onde passava a gestão do acontecimento e, possivelmente, alguns dos seus presumíveis efeitos, a produção do acontecimento era também instituída pela leitura dos jornalistas, enquanto primeiros leitores da atualidade que se instituía. Os jornalistas apareciam como as primeiras testemunhas dos fatos graças aos insumos sobre os quais repousava o trabalho de produção da noticiabilidade. Ou seja, o ato jornalístico era constituído pela observação e, ao mesmo tempo, pela testemunhalidade, para depois se transformar em objeto visível, ou segundo pistas, a ser conferido pelo ofício observational.

1. De maio de 68 à AIDS

Quase vinte anos após, já em cenário de tempos de midiatização, os sujeitos testemunham, ou se converteram em personagens, de complexo acontecimento. A “AIDS” tornou-se o fenômeno midiático por excelência promovendo um metadiscurso sobre o seu desenrolar. Discursos diziam que não se tinha medo de doença midiática, mesmo que a “AIDS atraísse atenção” (Causa Rerum 1988) inclusive dos meios de comunicação jornalística, que em tempos anteriores se constituíram em dispositivos que testemunharam maio de 68. Tempos depois, em 2020, a Covid-19 eclode na mídia mundial disseminando-se na midiatização através do embate de narrativas que se alastravam tão intensamente quanto o vírus. Pode-se dizer que, por meio do trabalho enunciativo de práticas discursivas, foram disseminadas estratégias de vários campos sociais que se interpenetravam gerando outras formas de debate, além daqueles através dos quais a Covid-19 se espalhava. A Covid-19, operada através de prática discursivas, ensejou surgimento de vários embates promovidos por campos sociais variados, inclusive com a instituição da “guerra da desinformação, apregoada por estratégias negacionistas” (Fausto Neto, 2020), por parte de campos diversos, inclusive setores comunicacionais.

Ao lado da eclosão da Covid-19, outros acontecimentos são enunciados, segundo processos observacionais autorreferentes por parte de coberturas jornalísticas brasileiras, sobre a guerra da Ucrânia (Fausto Neto, 2022). Esta é descrita destacando a própria performance dos repórteres brasileiros no *front* da guerra, algo que tira de cena dimensões de outras naturezas sobre o conflito militar e político.

2. Deslocando o eixo

Recentes enchentes que invadiram a cidade de Porto Alegre, e municípios periféricos à capital do Rio Grande do Sul, em 2024, irromperam

como complexo acontecimento. Além dos seus efeitos geo fluviais, as enchentes desencadearam vários desdobramentos que foram acompanhados por um certo modelo de “intervenção midiática” sobre o seu desenrolar. O acontecimento gerou manifestações, cujos efeitos instituíram realidades de insegurança e de pânico no tecido social. De acordo com as características da eclosão e desenrolar das enchentes, surgimento de práticas comunicacionais midiáticas, como as de natureza jornalística, assumem a condição de “atores-testemunhas”. Tais atividades guardam com o acontecimento uma intensa correlação de envolvimento que se manifesta, particularmente, na performance dos jornalistas enquanto copersonagens de engendramento da cobertura do fato.

Além do acontecimento se espalhar em várias instâncias (jornalísticas) de leitura das enchentes, destaca-se íntima relação dos jornalistas com o desenrolar dos fatos, algo que aponta para a natureza do trabalho; além da distância quase nula, por ocasião daquelas enchentes, os jornalistas se destacavam como protagonistas da realidade propriamente dita, oferecendo seus préstimos para situações que envolviam tipos de intervenção mais complexa e indo além dos primeiros socorros às vítimas. Algo parecido teria ocorrido na relação dos jornalistas com as ocorrências da AIDS e da Covid-19, quando externavam arcas de sofrimentos que transcendiam as fronteiras-códigos de atuação profissional, conforme refletiu Fausto Neto (1999 e 2022).

Destaca-se que, extrapolando as condições de “gestor simbólico” do espaço público, os discursos midiáticos são transformados em suportes mediadores de apoio, indo além do trabalho da observação propriamente dita sobre as ocorrências das enchentes. De modo mais intenso, o discurso jornalístico aparece transcendendo o lugar mediador, bem como de operador de falas sociais. A AIDS emergia também enquanto efeito do discurso da atualidade, e o discurso jornalístico confirmava seu lugar de mediação, não como um “depósito de semantizações”, mas como um lugar mais complexo e dinâmico, ao mediar polifonias e reunir outras discursividades sobre a natureza de uma doença da atualidade.

2.1. Covid-19, a pandemia da circulação

Podemos admitir que a eclosão da Covid-19 apoia-se em linguagens e construções enunciativas que se espalham subitamente de um campo a outro. E, ao se descrever as primeiras construções icônicas do vírus, chama-se atenção para existência de um determinado significante (um objeto redondo, na forma de uma bola com microrrelevos destacados, composto por proteínas que agiriam sobre o organismo humano), e o desencadeamento de ações ativadas por práticas discursivas e institucionais de vários campos sociais. Ao comentar os primeiros e possíveis destinos desse objeto, uma especialista e ilustradora médica destacou, em entrevista ao jornalismo norte americano e reproduzido por mídia brasileira, que a partir daquele anúncio, “ele (o vírus) e sua imagem estão lá fora, fazendo o seu trabalho³”.

Na forma desse relato de natureza telegráfica, descritiva e, de certa maneira, peremptória, anuncia-se a existência da Covid-19 e o caminho que a doença passou a seguir. Ela foi nomeada como um trabalho referido, cuja natureza não é especificada pelo campo científico, tão pouco descrita, mas cujo trajeto e destino foram compreendidos nos primeiros efeitos de sua circulação, no âmbito do imaginário coletivo. A Covid-19, ao ser midiatizada pelas primeiras notícias jornalísticas brasileiras, exteriorizou construções mentais sobre o vírus, via relatos que foram se deslocando das estruturas imaginárias para discursos sociais emitidos por populares e apropriados pela escuta jornalística, além de outras práticas discursivas de diferentes sistemas sociais.

Ainda sobre o formato do vírus da Covid-19, as primeiras construções exteriorizadas pelos imaginários populares o descreviam como algo associado às carrapateiras ou mamonas, planta vegetal existente abundantemente no sertão brasileiro. O vírus teria uma “dinâmica própria”, pois seria invasivo junto àqueles que não cuidassem de adotar

³ O Globo Cultura. Como surgiu a imagem que virou símbolo do coronavírus. Ilustradora médica revela como foi criada a ‘fotografia’ do causador da Covid-19. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/como-surgiu-imagem-que-virou-símbolo-do-coronavirus-24343397>. Acesso em 02 set. 2025.

tratamento de defesa. Esses tons de anúncio e de predições dos primeiros relatos multiplicaram-se e desdobraram-se em construções semânticas, através de campos sociais especializados construindo cenários e predizendo efeitos, mas também acenando para possibilidades de defesas. Na medida em que o vírus vai se transformando também em objeto discursivamente materializado, dele se apropriam diferentes práticas simbólicas. “Aparelhos enunciativos” de várias matrizes sistêmicas se ocupam dele resultando, já nas primeiras estratégias de disputas de sentidos, em “disputa discursiva”, não só em torno das formas de cuidar dos enfermos, mas também sobre a eficácia de procedimentos, medicamentos etc., além de possibilidades de combate.

Na ocasião, despontavam fontes de argumentação em torno dos modos de vencer o vírus que apontariam para as possibilidades de luta das instituições e seus discursos. Terapias, as mais diversas, amparadas por estratégias de comunicação, se operacionalizaram segundo práticas discursivas. Estas traziam, subjacentemente, as marcas das fontes de combate anunciadas por diferentes sistemas – político, médico, sanitário, religioso, judiciários, midiáticos etc. –, bem como por outros que reuniram modos de agir, do âmbito do próprio “homem ordinário”, em torno de uma diversidade de racionalidades e de fundamentos interpretativos, uma vez que a Covid-19 ataca o corpo e as possibilidades de sobrevivência dos indivíduos. Estratégias passaram a ser postas em ação através de experimentações acionadas por saberes gerando ações tentativas de combate capazes de armar, em meio às disputas de pontos de vistas, estratégias que visavam organizar a luta contra vírus. Apontava-se para a renúncia da interação, pois algumas modalidades de contato, que seriam ensejadas por novas tecnologias, ficaram restritas apenas àqueles com mais poder aquisitivo e domínio de outras experimentações tecnológicas. Segmentos mais contemplados por meios econômicos e tecnológicos enfrentaram o isolamento através de ritualidades midiáticas, com oferta de emissões sobre diferentes questões que evocavam um certo modo de enfrentar a precária sociabilidade; restando apenas a tela como lugar de ativação de imaginários e de organização de trocas, em termos simbólicos.

As telas são também deslocadas para formas de embates entre sistemas institucionais e sociais, lembrando que a luta pela diversidade e desigualdade sociais persiste, apesar da “abstinência” de outras formas de enfrentamento da problemática. Fraturas e precariedade de contatos, entre sistemas institucionais e agentes dos sistemas sociais, são enfrentadas pela invenção de situações de comunicação, facilitadas pela inventividade das próprias comunidades, bem como pelas formas de mediação de agentes institucionais (de alguns campos). Estes passam a oferecer outras formas de contato ao tecido social, especialmente nas áreas de informação, educação, saúde e direitos humanos dentre outras ações. Agentes de campos sociais diversos associam-se aos relatos midiáticos descrevendo para segmentos comunitários, segundo reconstituições específicas, as ações invasoras do vírus provocadas por contatos. Desenvolvemos em outros estudos, de modo pontual, reflexões sobre estratégias em torno das quais fundamentos de várias matrizes de conhecimentos apontaram possibilidades de enfrentamentos do vírus. Principalmente observações sobre o desenrolar de estratégias que, por meio de conhecimentos, seriam compartilhados entre a sociedade e seus segmentos.

De nossas observações retiramos algumas conclusões, como:

- O conhecimento sobre o coronavírus passa por construções discursivas-simbólicas, demandando elaborações de complementariedades entre agentes dos sistemas sociais diversos;
- Reflexões sobre processos merecem ser retomadas freqüentemente por operadores de conhecimentos, a fim de se examinar as formas como tais conhecimentos são elaborados e compartilhados, devendo-se atentar para lógicas e postulados sobre as quais se edificam saberes acerca de fenômenos tão complexos como o vírus;
- Instituições que trabalham com produção e circulação de conhecimentos deveriam ampliar treinamento sobre gramáticas, lógicas, discursividades etc. que ingressam no tecido social e que são tomados como referências para geração e treinamento,

entre outras ações, de estratégias discursivas a serem compartilhadas por diferentes níveis da sociedade.

Visa-se, com isso, o domínio e exercício sobre práticas discursivas, em torno das quais construções simbólicas de diferentes instâncias (técnicas, políticas, do homem comum etc.) possam ser tomadas como referências para construção e inteligibilidade de estratégias. Inevitáveis diferenças devem ser levadas em conta, especialmente em conjunturas que envolvem intervenções de emergências em realidades de crise, como catástrofes, epidemias etc.

3. O acontecimento e a construção midiática

Retomando questões que envolvem ocorrências por nós aqui desritas, perguntamo-nos como poderíamos aprofundar alguns aspectos que destacam as ocorrências de acontecimentos complexos, do ponto de vista de modelos analíticos que privilegiam matrizes sociossemióticas, no contexto do exame de acontecimentos que são enunciados por operações e práticas discursivas dos *mass media*. Intentamos, acima, apontar alguns procedimentos em torno dos quais complexos acontecimentos são afetados por lógicas e operações midiáticas. Nos fixamos em torno de observações primeiras sobre o desencadear das enchentes no Rio Grande do Sul; algumas estratégias de cobertura jornalísticas de mídias brasileiras sobre a guerra da Ucrânia; e a circulação da Covid-19, a pandemia nas mídias.

Porém, gostaríamos de insistir no aspecto que diz respeito à especificidade da intervenção midiática na produção e interpretação de acontecimentos complexos e que tomam forma no âmbito dos telejornais. Para tanto, partindo da hipótese segundo a qual o telejornal é mais do que um dispositivo e circulação de fatos, para nós seria uma das principais instituições a gerar sentidos no âmbito do dispositivo televisivo. Isso se dá em função da singularidade do telejornal e de suas rotinas, principalmente níveis de enlaçamentos que estabelece com a

organização sociodiscursiva. Trata-se de um conjunto de operações discursivas que mostram a compreensão dos mecanismos sobre os quais repousa o trabalho da linguagem, em termos de produção de sentidos.

Nesse sentido, veremos que, o telejornal se desdobra em operações que incidem sob a performance de seus âncoras e, principalmente, sobre o contrato de leitura por ele proposto. Conforme veremos mais abaixo, no próprio âmago do acontecimento tele relatado, como funerais do Papa, emergem outros acontecimentos de natureza política quando a ambiência do santuário religioso é transformada em cenário de concertações/negociações do discurso político. E, na sequência, observaremos que as “transformações em atos” ocorrem nas estratégias de enunciação do telejornal quando a performance de seus enunciadores sofre mutações e vão repercutir daí para frente no modo de funcionamento do telejornal e nas relações travadas entre este e seus leitores/públicos. Retomamos, a seguir, algumas observações que distinguem a disseminação da Covid-19 e de outras epidemias, especialmente os efeitos simbólicos das normas de contenção de cada uma delas no tecido social.

Destacamos, em primeiro lugar, a natureza da realidade comunicacional nos contextos das “sociedades dos meios” e da “sociedade em midiatização”. Vale recordar que a AIDS se engendrava no espectro de uma sociedade na qual a mediação de contato se fazia também através de práticas coletivas suscitadas por discursos estimuladores de aglomerações etc., como é o caso dos *mass media*. Em segundo lugar, também devemos lembrar que a Covid-19 se disseminou, conforme características sociointeracionais, porém já dinamizadas na ambiência da midiatização, via a complexidade de redes, meios e tecnologias de informação. Em terceiro lugar, ressaltamos que segmentos de populações mais humildes puderam assegurar suas formas de interação com esse acontecimento, investindo inventivamente em seus próprios insumos comunicacionais e gerando várias possibilidades de treinamentos etc., em contextos permeados por práticas sociocomunitárias. Tais operações foram fundamentais para o enfrentamento da realidade emergente da AIDS e da Covid-19 na esfera do cotidiano dos indivíduos. Em quarto

lugar, despontavam novas “analíticas” ensejadas por diferentes áreas de conhecimentos segundo práticas que orientavam a população sobre os efeitos do vírus, a partir dos próprios recursos comunicacionais e culturais das comunidades.

Podemos dizer que algumas dessas experimentações nasceram da própria criatividade do grupo social, conforme já vimos, por exemplo, com o uso da literatura de cordel, cujos textos foram elaborados também pelos agentes comunitários ao explorarem temas de prevenção da saúde com problemáticas do mundo da vida. Nessas condições, vimos como a literatura de cordel se constituiu em dispositivo de orientação, até mesmo para o treinamento das pessoas, face a realidade por elas enfrentadas.

O jornalismo descobre nova modalidade de lidar, posteriormente, com acontecimentos complexos, a exemplo da Covid-19. Sim, de um lado, formulando autorreflexividades sobre o modo de dar a voz, valorizar e perseguir a natureza da circulação de discursos, reconhecendo práticas culturais diversas. Por outro, ensejando também a valorização de instruções, segundo novas práticas discursivas que afetaram, direta ou indiretamente, práticas midiáticas propriamente ditas.

Se criticamos os limites de algumas intervenções institucionais durante a fase aguda da Covid-19, se fomos vítimas da “circulação restrin-gida” de políticas oficiais; ou observadores de lutas renhidas de campos estratégicos, saúde e a política, por exemplo, fomos também, atores de outra ordem, circunstâncias nas quais inventamos a nossa comunicação. Isso foi feito ao estimularmos falas sobre outras formas de Covid-19, exercitando o esforço de compreender, mapear itinerários de elaborações e apostando na qualificação das pessoas e nos projetos institucionais para superar novos enfrentamentos que estariam por vir.

3.1. O âncora no rastro das enchentes e de suas vozes

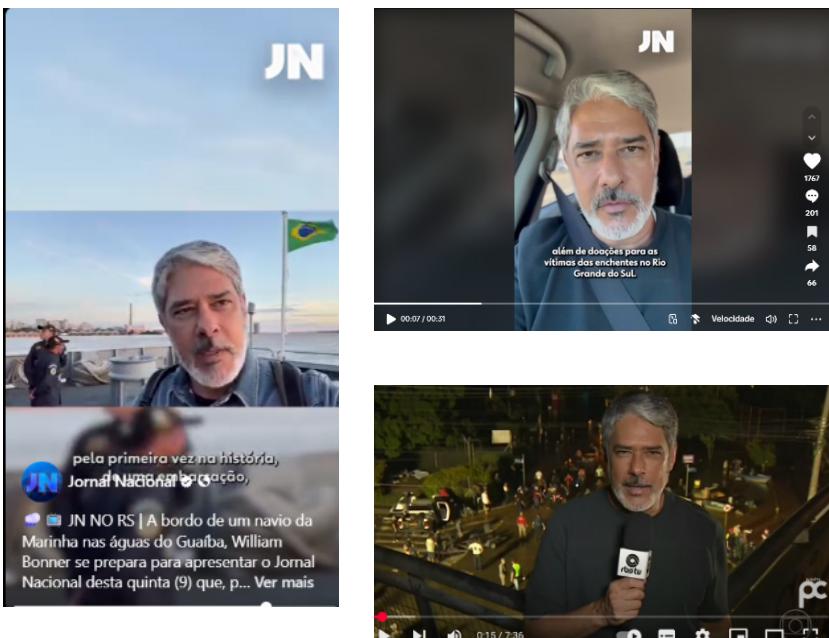
Imagens que circularam sobre as enchentes em 2024 destacaram, como instância operadora de identificação da cena midiática, a performance

do jornalista William Bonner, enquanto corpo significante a executar uma espécie de trabalho de campo na condição singular do âncora do principal telejornal da TV Globo, o Jornal Nacional (JN). Conforme as figuras 1, 2 e 3, fica destacada a inserção de Bonner deslocando-se para o âmago das enchentes. Há uma deambulação entre o contexto da ambientes, o corpo em ação dentro de um avião, o olhar para um telespectador imaginado e para outro a quem mira, mas o tempo todo de costas para o cenário das enchentes.

Ou seja, o âncora é destacado de modo tal que chama atenção para o fato de que ele se constitui no principal mediador entre o ambiente e o que se passa no enquadramento de jogos de imagens.

Se de um lado, ele se enlaça ao acontecimento, de outro é ele quem revela e expõe o que está situado no cenário mais ao fundo. Nessas condições, seu corpo é revelador de uma complexidade – marcas das enchentes –, mas cuja inteligibilidade depende da leitura do âncora, da qual a imagem disputa, com aquelas das enchentes, o núcleo central do acontecimento. Se por um lado é revelador, por outro ignora condições de acesso do expectador à cena. Pois residem na postura e trabalho do âncora condições de inteligibilidade e de enquadramento do espectador próximo ou distante. Seu corpo é o revelador de algo que sem a sua mediação seria impossível de ingressar no território das inteligibilidades.

Figuras 01, 02 e 03 - JN, edição de 2 de maio de 2024.
Enlaçando-se ao acontecimento



Fonte: Captura de telas de redes sociais

Na forma de enlaces de textos/imagens, mostra-se Bonner, no *front* propriamente dito das enchentes, operando em três momentos distintos: diretamente de um barco militar que patrulhava o ambiente no Rio Guaíba; em seguida se deslocando em um carro de reportagem da filiada da Rede Globo, a RBS, falando para o público; e, ao final, sua imagem surge sobreposta ao ambiente no qual se via ao fundo, cenas de ruas e praças inundadas por águas e resgatistas. Ou seja, de um certo estúdio improvisado, as imagens do âncora se sobreponham ao próprio ambiente do acontecimento tomado por águas.

Na sequência, novas imagens (figuras 4 e 5) apontam para uma outra modalidade de enlace reunindo a materialidade do discurso televisivo com a infraestrutura para a qual operadores (bombeiros) locais preparam o corpo midiático do âncora de TV, visando seu ingresso no “amago” das cheias. William Bonner é trajado para entrar em ação em universo propriamente dito das enchentes. De lá, faz a transmissão das inundações, mas também observações a distância sobre o encontro das águas no cenário das cheias. Pode-se dizer que este recorte é uma metáfora dos fundamentos que vão semantizar, por parte do telejornal, a complexidade das ocorrências provocadas pelas águas.

Figuras 4 e 5 – JN, edição de 14 de maio de 2024.
Deslocamentos do âncora ao corpo do navegador



Fonte: Captura de telas de redes sociais

Já de outro ambiente (figuras 6 e 7) o âncora do JN é mostrado no refúgio de um estúdio improvisado, onde chama repórteres e, sobre a vista destes, faz ingressar a voz do governador do RS no ritmo das águas. Trata-se de um gesto que consagraria performances do ator jornalístico e do político, encontro no qual a cidade parece estar à espreita do que promete o governador, enquanto seu guardião, nas proximidades do Rio Guaíba. Imagens são concomitantemente enviadas por um plano externo, bem distante das águas, compondo um quadro de testemunhalidade e de expectativas.

Figuras 06 e 07 – JN, edições de 06 e 12 de maio de 2024
Âncora entre vozes de autoridades e as da cozinha do acontecimento



Fonte: Captura de telas JN

Na sequência do seu périplo, figuras 8 e 9, pelo solo e águas gaúchas, acontecimentos se sobrepõem: de um lado, o principal âncora do telejornal que, distante do *setting* televisivo, codivide a transmissão que faz do evento, capturando a voz dos atores sociais; de outro, ele descreve a ação coletiva de preparação de alimentos a serem distribuídos para pessoas desamparadas.

Figuras 8 e 9 – JN, edições de 08 e 12 de maio de 2024
Compartilhando a produção do acontecimento



Fonte: Captura de telas, JN

O âncora vai adiante no cenário de um estúdio improvisado, o seu deslocamento condensa a complexidade das enchentes em um determinado encontro reunindo dois personagens: ele mesmo e os atores sociais voluntários, sob os olhares de câmeras de populares que registram a presença, *in ato*, do apresentador do JN.

3.1. Performance e a queda da âncora

O ambiente é “fraturado” em torno de vários “micro acontecimentos” que nele se enunciam. O âncora organiza, desloca-se para um outro ambiente onde se instala ao lado de uma segunda personagem do telejornal. Trata-se do encontro de dois *stars* – Bonner e Ilze Scamparini, correspondente da TV Globo na Itália. Observamos então, já no contexto desse outro acontecimento – para onde o JN se deslocou reunindo esses *stars* – o televisionamento dos funerais do Papa Francisco. Nesse caso, conforme as figuras 10 e 11, Bonner assume o “ao vivo” da transmissão do JN diretamente do Vaticano, ao lado de Scamparini. Vemos que há um duplo deslocamento: não só o do telejornal, mas de dois jornalistas operando o evento do funeral, ao vivo da Praça de São Pedro.

Figuras 10 e 11 – Âncoras entre coenunciações



Fonte: Capturas de telas, JN edição 7 de maio de 2025

William Bonner sai da banca do telejornal para uma atividade que se mistura entre a circunstância de um apresentador externo, ou então de um “deslocamento” do próprio JN, para cenários externos, de onde é feita a emissão. Ou seja, em função da complexidade do acontecimento, o próprio deslocamento do seu principal âncora simboliza a importância que ele tem ao ser enunciado fora da sua redação. Por outro lado, Scamparini funciona como coadjuvante à performance de Bonner produzindo uma emissão externa e marcando a presença do JN no próprio contexto do acontecimento. Esta estratégia ocorre em vários momentos.

Percebe-se haver mudança no “contrato de leitura”, pois comprehende-se efeito do deslocamento da emissão do telejornal. Este se enuncia em uma ambiência que ultrapassa as fronteiras do estúdio. Sobretudo, momentos de complexos acontecimentos passaram a requerer outro desenho de contato entre o mundo da produção e o da recepção, em outro contexto. Ao mesmo tempo, algo de marcas da presencialidade dos jornalistas – dos âncoras – permanece no contexto da solenidade dos funerais do Papa Francisco.

Figuras 12 e 13 – O acontecimento segundo três corpos de mediadores





Fonte: Captura de telas. JN, edição de 8 de maio de 2025; e Bom Dia Brasil, edição de 5 de maio de 2025.

O deslocamento do JN, dos estúdios Globo no RJ, para as dependências da Praça de São Pedro, no Vaticano, repercutiu na performance dos apresentadores Willian Bonner e Ilze Scamparini. A princípio, seria mantido o formato usual da estratégia de apresentação, com os dois jornalistas conduzindo o JN. Porém, uma contusão no joelho, alegada pela jornalista, provoca seu afastamento da edição e cobertura do noticiário, sendo no dia seguinte substituída por Gerson Camarotti, apresentador e comentarista de jornais televisivos da TV Globo. A ausência da jornalista fora observada pelos espectadores do JN diante de muitas versões veiculadas. Bonner regressa ao Brasil e Scamparini “sobe ao telhado novamente”. Por sua vez, Camarotti passa a integrar a equipe de reportagem.

Concomitantemente a este acontecimento, que envolveu os funerais do Papa, um outro evento desponta naquele contexto, este de caráter político. Os funerais são matrizes de algo que se passa na “concretização política”. Eles desdobram-se em acontecimento político. E, desta feita, em espaço improvisado, instalado com certa distância da Basílica de São Pedro, surgem dois líderes – o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, e o da Ucrânia, Volodymyr Zelensky. Eles realizam encontro sob a vista de numerosos coletivos ao aparecerem sentados

frente a frente, deslocando a atenção de presentes e ausentes do acontecimento fúnebre para o acontecimento político.

A figura 14 exibe o enquadramento no qual se dá o deslocamento das exéquias para a política. As imagens mostram os dois líderes em um “tête-à-tête”, como se estivessem em contexto de um ato confessional, pois deixam se fotografar mantendo o “ritual” de um encontro privado, e equidistante das últimas homenagens ao papa falecido.

Figura 14 – Conversações na praça pública: do tête-à-tête à enunciação confessional



Fonte: G1, 26 de abril de 2025.

A conversa suscita possibilidades de múltiplas interpretações através de textos e legendas, mas não é vazada por nenhum tipo de fonte. Porém, devemos salientar que, a despeito de versões múltiplas, resta como leitura o encontro inusitado dos dois políticos, lido como grande acontecimento e ensejando várias possibilidades interpretativas.

4. Do Vaticano para a base da recepção

Deslocamo-nos de registros de uma realidade longínqua – dos ritos fúnebres do Papa – para descrever acontecimentos cujos fundamentos e lógicas autorreferenciais possibilitam a compreensão de estratégias e de processos através dos quais os meios de comunicação, como a televisão, enquanto instância institucional, midiatiza suas operações voltadas para a construção de vínculos e laços com o tecido social.

Sinalizamos nas imagens 15 a 19 como instâncias de produção e de recepção (televisiva) instituem protocolos de contato, de estratégias e de intercambialidade entre realidades complexas, como é o caso de práticas comunicacionais hoje, em tempos de midiatização. Para além de uma relação apenas técnica – envolvendo produtores e consumidores –, programas e emissões apontam para complexas relações que devem ser cultivadas, considerando os vínculos que se instauram, às vezes subitamente, nas rotinas de produtores e receptores, segundo contratos de leituras que alimentam as condições de comunicação em tempos atuais.

Ao mesmo tempo em que há uma mudança brusca nas condições de transmissão do JN diretamente de Roma, observamos também fato muito peculiar que tem impactos sobre os contratos de leitura que envolvem as relações entre o telejornal e telespectadores. No contexto dos funerais do Papa Francisco ocorreram operações de reformulação dos vínculos entre produtores e receptores do JN, como a saída momentânea da apresentadora Renata Vasconcelos da bancada do telejornal que faz outro périplo de contatos com segmentos de receptores espalhados em várias regiões do país, a pretexto da comemoração dos 60 anos da Rede Globo.

Essas visitas dão sinais que vão além das possíveis mudanças do “contrato de leitura” do JN. Renata Vasconcelos assume comando daquele telejornal; o jornalista e apresentador César Tralli é deslocado de São Paulo para substituir William Bonner que, por sua vez passará a coeditar o programa semanal “Globo Repórter”. Possivelmente, um

primeiro registro que aponta para modificações no âmbito do “contrato de leitura do JN”, está relacionado com aquelas visitas realizadas por Renata Vasconcelos nas seis cidades onde a TV Globo mantém sucursais. Destaca-se o registro público – ao vivo – do momento, reunindo a nova âncora do JN e seus interlocutores, segundo ainda mensagens que são veiculadas em várias mídias.

As imagens apontam para novas condições de intercambialidades entre televisão e seus consumidores. Acentua-se a emergência de outras formas de relacionamento entre a televisão e a sociedade, as quais buscam explorar diferentes possibilidades de produção de sentidos através do contato entre mídias e seus públicos. Essas iniciativas propõem perspectivas inovadoras e instituintes, favorecendo processos experimentais de interação que ampliam as alternativas de construção de significados. O deslocamento e as visitas de Renata Vasconcelos apontam, possivelmente, para o desenvolvimento de novas formas de vínculos entre televisão e sociedade, explorando, no contexto das visitas, a experimentação de um modelo quase que familiar de contato, entre instituições midiáticas e públicos.

Pergunta-se até onde a televisão desenvolverá modos de interação com a sociedade baseados em intercambialidades que reformulem as formas de sua convivência com o tecido social. Sem dúvida, essa mudança sucede um amplo campo de registro da performance da televisão na vida dos brasileiros. Possivelmente, devemos insistir no fato de que as rotinas que a envolvem, bem como aos seus públicos, se farão cada vez mais segundo atos sociossimbólicos que possam aprofundar as formas de contatos distinguindo-se das estratégias operadas pelos dispositivos digitais. Trata-se de exploração de novas práticas de intercambialidades que envolvem a performance do corpo significante de produtores e receptores distintos das modalidades de contatos experimentadas pelas redes digitais. Não esqueçamos que os vínculos da televisão com seus usuários, constituem-se em torno de hábitos e de experimentações exercitados nas rotinas, segundo processos interacionais que envolvem tempo, práticas culturais, segmentações, lógicas e operações.

Figuras 15, 16, 17, 18 e 19 – O deslocamento do telejornal: da praça pública ao ambiente doméstico dos receptores





Fonte: Captura de telas JN

As imagens acima (figuras 15 a 20) registram a visita do JN, e seus agentes, aos ambientes da própria sociedade, sinalizando os ventos que vão conduzir as interações entre instituições televisivas e os atores sociais. Também é preciso considerar novos desenhos de interlocução e interação, bem como de produção de conhecimentos sobre o modo de ser das mídias. Significa que a produção de sentidos se faz em meio a trabalho que requer novos protocolos de escuta e de contato, possibilitando outras vertentes de compreensão, de intercompreensão e de experimentação sociossimbólica envolvendo modelos que venham a inovar as instâncias de produção e de produção de mensagens.

5. Finalizando...

Continuar estudando os meios envolve avanço entre formulação e sistematização de observações e de perguntas. A pesquisa sobre acontecimento e meios de comunicação abrange muitas possibilidades de acontecimentos e seus desdobramentos, que alimentam os percursos interacionais entre mídias, instituições e usuários. Daí a importância da formulação de perguntas sobre empreendimentos que podem ser o limiar do desencadeamento de novos projetos investigativos sobre as mídias. Em tempos de redes tão complexas, jamais foi tão importante e necessário se inventariar novas formas de vínculos entre sociedade e meios de comunicação, em termos de produção de sentidos. Delas podem resultar a construção de novos contratos de leitura por parte de instituições e atores sociais, enquanto segmentos construtores de novos experimentos comunicacionais. Portanto, concluímos com uma provocação: como os protocolos inventariados pela sociedade, instituições e coletivos podem contribuir para a construção de novos desenhos de pesquisas e de estudos que possibilitem novos formatos de meios e práticas de suas experimentações?

Referências Bibliográficas

- BARTHES, Roland. *L'écriture de l'événement*. In: BARTHES, Roland. *Oeuvres complètes*. Paris: Seuil, 1993. v. I.
- BRAGA, José Luiz. *Lógicas da Midia, lógicas da Midiatização*. CIM. Relatos de Investigaciones sobre Mediatizaciones. Rosário, Argentina. UNR, 2015.
- DARNTON, Robert. *Jornalismo, toda notícia eu couber a gente publica*. Cia das Letras. São Paulo, 1990
- . *O beijo de la Mourette*. São Paulo. Companhia das Letras, 1994.

FAUSTO NETO, Antonio. *Comunicação e mídia impressa: estudos sobre a AIDS*. São Paulo: Hacker Ed., 1999. 162 p.

----- Conversações televisivas sobre as manifestações de 2013: o ator social emudecido. *Rizoma*, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 7–22, 2015. DOI: 10.17058/rzm.v3i1.6199. Disponível em: <https://seer.unisc.br/index.php/rizoma/article/view/6199>. Acesso em: 2 set. 2025.

----- Dos circuitos à sentença: o impeachment de Dilma Rousseff no ambiente da circulação midiatisada. In: *InMediaciones de la Comunicación*, Montevideu, n. 11, p. 97–111, dez. 2016. Disponível em: [Redalyc](#). Acesso em: 3 set. 2025.

----- Fragmentos de uma «analítica» da midiatisação. *Matrizes*, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89–105, abr. 2008. Disponível em: revistas.usp.br/matrizes/article/download/38194/40938. Acesso em: 3 set. 2025.

----- *O impeachment da televisão: como se cassa um presidente*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

----- Trajetos: o bios midiático, a guerra e a “realidade da construção”. In: GABBAY, Marcelo; MARTINS, Zilda (Orgs.). *Muniz Sodré: uma escola disruptiva*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2022. p. 90–113.

FERREIRA, Giovandro M. Pistas sobre instrumentos analíticos acerca da cobertura midiática do acontecimento-crise: a construção da ruptura de sentido. Salvador: EDUFBA, 2012.

FRANÇA, Vera. O acontecimento e a mídia. In: *Galáxia: Revista Interdisciplinar de Comunicação e Cultura*, São Paulo, n. 24, p. 7–17, dez. 2012. Disponível em: revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/12939. Acesso em: 3 set. 2025.

G1. Gerson Camarotti: “Cardeais avaliam que é difícil um novo papa com o mesmo carisma de Francisco”. *Bom Dia Brasil*, edição de 05 maio 2025. Rede Globo de Televisão, 2025. Disponível em: <https://youtu.be/ByBIMvKjrAY?feature=shared>. Acesso em: 2 set. 2025.

G1. Trump e Zelensky conversam por cerca de 15 minutos antes do funeral do papa Francisco, em Roma. G1, edição de 26 abr. 2025. Grupo Globo, 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2025/04/26/trump-e-zelensky-conversam-por-cerca-de-15-minutos-antes-do-funeral-do-papa-francisco-em-roma.ghtml>. Acesso em: 2 set. 2025.

HABERMAS, Jürgen. O caos da esfera pública. In.: *Caderno Mais*. Folha de São Paulo, 2006.

JORNAL NACIONAL. William Bonner em embarcação da Marinha do Brasil nas águas do Guaíba. Edição de 09 maio 2024. *Rede Globo de Televisão*, 2024. Disponível em: <https://www.facebook.com/reel/1489504848301783>. Acesso em: 2 set. 2025.

_____. Jornal Nacional acompanha resgate de gaúchos ilhados em Porto Alegre (RS). Edição de 14 maio 2024. *Rede Globo de Televisão*, 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2024/05/14/jornal-nacional-acompanha-resgate-de-gauchos-ilhados-em-porto-alegre-rs.ghtml>. Acesso em: 2 set. 2025.

_____. Eduardo Leite, governador do RS: “neste momento, é crítico reestabelecer serviços básicos”. Edição de 06 maio 2024. *Rede Globo de Televisão*, 2024. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/12575921/>. Acesso em: 2 set. 2025.

_____. JN é apresentado de uma cozinha pela primeira vez na história. Edição de 12 maio 2024. *Rede Globo de Televisão*, 2024. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/12590002/>. Acesso em: 2 set. 2025.

_____. Cobertura morte do Papa Francisco. Edição de 07 maio 2025. *Rede Globo de Televisão*, 2025. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/13578242/>. Acesso em: 2 set. 2025.

_____. TV Globo 60 anos: jornalismo celebra conexão com o Nordeste, região que ensina o Brasil a enfrentar e a superar dificuldades. Edição de 22 abr. 2025. *Rede Globo de Televisão*, 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2025/04/22/globo-60-a->

[nos-jornalismo-celebra-conexao-com-o-nordeste-regiao-que-ensina-o-brasil-a-enfrentar-e-a-superar-dificuldades.ghtml](#). Acesso em: 2 set. 2025.

----- TV Globo 60 anos: jornalismo celebra conexão com o Centro-Oeste, região fundamental para mudar o Brasil. Edição de 23 abr. 2025. *Rede Globo de Televisão*, 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2025/04/23/globo-60-anos-jornalismo-celebra-conexao-com-o-centro-oeste-regiao-fundamental-pa-ra-mudar-o-brasil.ghtml>. Acesso em: 2 set. 2025.

----- TV Globo 60 anos: jornalismo celebra conexão com o Norte e mostra a grandiosidade e a exuberância da região. Edição de 24 abr. 2025. *Rede Globo de Televisão*, 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2025/04/24/globo-60-anos-jornalismo-celebra-conexao-com-o-norte-e-mostra-a-grandiosidade-e-a-exuberancia-da-regiao.ghtml>. Acesso em: 2 set. 2025.

----- TV Globo 60 anos: Renata Vasconcellos vai à casa de uma família em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. Edição de 25 abr. 2025. *Rede Globo de Televisão*, 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2025/04/25/globo-60-anos-renata-vasconcellos-vai-a-casa-de-uma-familia-em-porto-alegre-no-rio-grande-do-sul.ghtml>. Acesso em: 2 set. 2025.

----- TV Globo 60 anos: Renata Vasconcellos vai à casa de uma família em São Paulo. Edição de 26 abr. 2025. *Rede Globo de Televisão*, 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2025/04/26/globo-60-anos-renata-vasconcellos-vai-a-casa-de-uma-familia-em-sao-paulo.ghtml>. Acesso em: 2 set. 2025.

LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. Mexico: Ed. Anthropos, 2000.

LUHMANN, Niklas. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo. Paulus, 2005.

MESQUITA, Mário. *A personalidade jornalística*. Lisboa: Campo das Letras, 2003.

MOUILLAUD, Maurice, PORTO, Sérgio D. *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Editora da UnB, 2013.

NORA, Pierre. *Commémorer Mai 68?*. Paris: Gallimard, 2018.

O GLOBO. Como surgiu a imagem que virou símbolo do coronavírus. Ilustradora médica revela como foi criada a “fotografia” do causador da Covid-19. Matéria publicada em 01 de abril de 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/como-surgiu-imagem-que-virou-símbolo-do-coronavirus-24343397>. Acesso em: 2 set. 2025.

VERÓN, E.; BOUTAUD, J. J. *Sémiotique ouverte: itinéraires sémiotiques en communications*. Paris: Lavoisier, 2007.

VERÓN, Eliseo. *Construire l'événement: les médias et l'accident de Three Mile Island*. Paris: Éditions de Minuit, 1981.

_____. *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Editorial Norma, 2001.

_____. *La sémiosis sociale: fragments d'une théorie de la discursivité*. Saint-Denis: Presses Universitaires de Vincennes, 1988.

_____. *Papeles en el tiempo*. Buenos Aires: Paidós, 2012.



ACONTECIMENTO E MIDIATIZAÇÃO

ACONTECIMENTO E ATORIZAÇÃO SOCIAL:¹ da dimensão existencial à experiência midiatizada

Ana Paula da Rosa²

Resumo: O conceito de acontecimento vem sendo discutido na área da comunicação há muito tempo, porém em que medida as abordagens continuam pertinentes enquanto chaves de leitura para os processos comunicacionais que experienciamos atualmente? A midiatização impõe uma complexificação nas práticas sociais e profissionais e, consequentemente, na própria natureza acontecimental. Assim, buscamos revisitar as propostas de autores como Louis Queré, Pierre Nora, Eli-seo Verón, Edgar Morin e Vera França para pensar a emergência de um novo estatuto do acontecimento, produzido a partir de lógicas de midiatização e não mais com base em uma centralidade da construção da narrativa jornalística. Esse deslocamento implica no engendramen-

¹ Vinculado ao projeto “Entre imagem, imaginário e midiatização: articulações teórico-empíricas nas pesquisas em comunicação e na experiência imagética de conflitos” desenvolvido no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS

² Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) do Departamento de Comunicação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (FABICO). E-mail: anarosa@ufrgs.br

to dos atores sociais e de suas formas de agenciamento da circulação (Rosa, 2020) a partir de experiências midiatizadas. Assim, tomamos diferentes acontecimentos recentes como as enchentes no Rio Grande do Sul, os conflitos midiatizados entre Israel e Hamas e a cadeirada no debate eleitoral à prefeitura de São Paulo como ângulos para se observar o acontecimento nas teias complexas dos circuitos comunicacionais e de seus fluxos adiante (Braga, 2012).

Palavras-chave: miditização; acontecimento; circulação; autorização social; experiência.

1. Pensar o acontecimento e suas atualizações

A proposta-convite do *XIII Pentálogo do CISECO* para refletir sobre o avanço do conhecimento em torno do conceito de acontecimento traz à tona um desafio: olhar para um conceito tão central nos estudos da comunicação, em especial do jornalismo, buscando suas atualizações e durações. É certo que as teorias criadas no século XX por autores em diferentes países como França, Estados Unidos, Argentina e Brasil permanecem com pertinência, porém os próprios processos comunicacionais se transformaram significativamente com a intensificação da midiatização e isso, inevitavelmente, demanda revisitar as perspectivas de acontecimento, inclusive para que tal conceito possa ser chave de leitura para os fenômenos que se descontinam diante de nossos olhos. Durante muito tempo, o debate sobre o acontecimento ficou dividido entre duas correntes: aqueles que entendiam o acontecimento por um viés mais pragmático e aqueles mais construtivistas. Para os primeiros o acontecimento vincula-se à experiência do vivido, a algo que irrompe socialmente. Para os segundos, a mídia e o ato narrativo é o que define e dá contornos ao acontecimento.

Tomando estas duas abordagens, passamos aqui a problematizar de que acontecimento estamos falando, hoje? Tomemos três exemplos como ponto de partida para nossa reflexão. Trata-se de acontecimentos

muito recentes, de naturezas muitos distintas, mas que aqui buscamos interrelacionar para estimular o pensamento em torno da natureza acontecimental dos fenômenos midiatizados.

1.1 Acontecimento I: As enchentes de maio de 2024 no RS

Em maio de 2024 o Rio Grande do Sul foi assolado por forte chuvas que levaram a pior enchente já registrada no estado. Lajeado, Muçum, Roca Sales, Encantado (todas no Vale do Taquari), São Leopoldo, Canoas, Novo Hamburgo, Campo Bom, Porto Alegre (na região metropolitana) ... Estes são alguns dos 478 municípios que sentiram os efeitos da força das águas dos rios do Sinos, Caí, Taquari, Guaíba entre outros. Após chuvas torrenciais as cidades ficaram submersas. As ruas cederam espaço para o leito dos rios, as casas, as lojas, as escolas, os hospitais foram desaparecendo, encobertos por água e lama. Um acontecimento de tais proporções (183 mortos, 800 feridos, 600 mil desabrigados ou fora de casa³) exige um esforço de elaboração e neste aspecto a profusão de narrativas e imagens teve como intento, ainda no auge das enchentes, inscrever na circulação discursiva e midiática as tentativas de, tecnicamente, gravar e compreender o que a olho nu, prostrados diante das cenas, não era possível.

A comunicação como gesto político e social emerge na enchente com dupla função: o registro para um futuro possível e uma luta para salvar no presente. Tais funções ocorrem quando a midiatização está intensificada (Freire, 2022), isto é, quando a própria sociedade assume as lógicas de midiatização como parte intrínseca da vida, tanto quanto segurar num galho, elevar os móveis, mandar um áudio-grito-pedido de socorro.

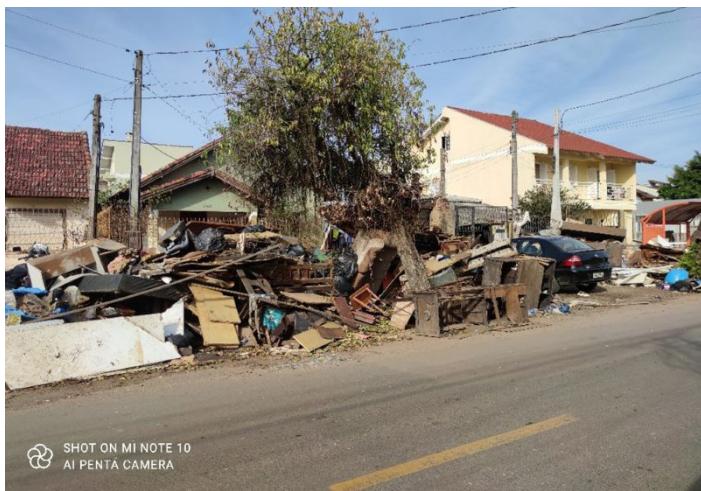
³ Dados relativos à Defesa Civil do RS, publicados em 09 de agosto de 2024. Disponível em: <https://www.defesacivil.rs.gov.br/defesa-civil-atualiza-balanco-das-enchentes-no-rs-10-7-66b67813ba21f>

Figura 1 – Vista do centro da cidade de São Leopoldo em maio de 20204



Fonte: Foto-registro feita por morador do centro da cidade e disponibilizada via WhatsApp

Figura 2 – Uma pilha de memórias de uma vida



Fonte: fotografia feita com smartphone por Ana Paula da Rosa

Figura 3 – O centro virou rio



Fonte: fotografia feita com smartphone por Ana Paula da Rosa

As águas de maio trouxeram consigo a evidência do papel central da comunicação, não como uma prática de mídia institucional, mas como uma prática cotidiana. Isto porque no auge da tragédia, foram as mensagens de *WhatsApp*, os vídeos curtos postados em páginas de Instagram e YouTube (quando as redes de telefonia foram comutadas gratuitamente), as fotos feitas das fachadas e das sacadas dos prédios por pessoas ilhadas que permitiram tanto os resgates, como o dimensionamento de um desastre sem precedentes. Neste sentido, o acontecimento “enchente” enquadra-se naquilo que irrompe socialmente. Assim como afirma Queré (2005) é da ordem da experiência dos sujeitos, irrompe num espaço e num tempo, vinculando-se ao passado, presente e futuro. Vera França (2012, p.13) enfatiza que “o acontecimento o é

porque interrompe uma rotina, atravessa o já esperado e conhecido, se faz notar por aqueles a quem ele acontece. Uma ocorrência que não nos afeta não se torna um acontecimento no domínio da nossa vida". No caso das enxurradas que varreram casas, bairros e vidas em diferentes territórios gaúchos não havia como não notar sua força existencial. Porém, embora esta dimensão concreta esteja muito presente ainda na memória de cada um dos gaúchos, este acontecimento só passou a efetivamente afetar de modo amplo e concreto os demais brasileiros, assim como outros países, quando ganhou capilaridade nas mídias sociais ou quando obteve espaço na mídia hegemônica concorrendo com acontecimentos da categoria dos programados como o show da cantora Madonna, no Rio de Janeiro.

Em nossa ótica, contudo, a explicação de que a enchente é um acontecimento de ordem concreta, que rompe com a normalidade e antecede qualquer tipo de discurso, nos parece insuficiente. Retomaremos este ponto mais à frente na costura entre os três acontecimentos aqui escolhidos para pensar o atravessamento da midiatização.

1.2 Acontecimento II: As imagens dos reféns do Hamas

Em outubro de 2023, o grupo Palestino Hamas realizou um ataque surpresa a Israel. Como resultado, mais de 1400 pessoas foram mortas e centenas transformadas em reféns. Israel reagiu com uma ofensiva militar tacando a Faixa de Gaza, o que implicou em mais de 8 mil mortos segundo as informações do Ministério da Saúde de Gaza. A guerra iniciada em 2023 estende-se até o momento atual com novos desdobramentos. Interessa-nos aqui pensar o acontecimento ataque do Hamas a Israel. Além dos anúncios feitos pelo governo de Israel e pelas agências humanitárias, o próprio grupo Hamas publicou em mídias digitais o momento da captura de reféns e do estopim dos conflitos. Interessante observar que os vídeos de autoria do grupo foram feitos com celulares e disponibilizados pela internet, sendo replicados por jornais e veículos de comunicação do mundo todo. Tomemos a captura

de reféns como um acontecimento que interrompe o cotidiano, bem como algo que afeta a experiência dos sujeitos diretamente envolvidos. Entretanto, neste caso, o registro midiático em imagens do acontecimento é o próprio acontecimento. Não sabemos quem são os sujeitos envolvidos, nem mesmo se há alguma veracidade nas informações que integram o material disponibilizado pelo grupo, mas há conjunto de açãoamentos políticos e sociais derivados desta produção discursiva.

O vídeo é o acontecimento, ainda que pessoas tenham sido de fato capturadas e mortas. Não há dados sobre quem são, onde foram levadas, se são de fato as mesmas pessoas na imagem, mas fica evidente que há uma outra lógica regendo o acontecimento ataque à Israel. Não se trata somente de um bombardeio, de capturas de reféns em uma festa, mas sim de uma produção para a visibilidade midiática, portanto, para inscrever o acontecimento em fluxos, dando-lhe camadas de existência. Estamos diante de uma mescla entre o acontecimento que rompe a normalidade e o construído discursivamente.

Figura 4 – Reféns são levados por integrantes do Hamas e vídeos se multiplicam na internet



Fonte: Grupo Hamas – vídeo de ampla circulação

As lógicas de midiatização, portanto, de apropriação dos fazeres da mídia por grupos e atores sociais passam a incidir sobre a ideia de acontecimento e sobre seus contornos práticos, do mundo da vida.

1.3 Acontecimento III: a cadeirada de Datena em Marçal

Em 15 de setembro de 2024, durante debate envolvendo os candidatos à prefeitura de São Paulo, o candidato Pablo Marçal (PRTB) citou uma denúncia de assédio sexual contra Datena (PSDB) questionando quando ele iria desistir da disputa eleitoral. Na troca de acusações, Marçal alegou que Datena “não era homem” o que foi o estopim para que Datena fosse às vias de fato arremessando uma cadeira no candidato do PRTB. A cadeirada de Datena transformou-se um acontecimento singular. De um lado porque irrompeu com a programação e a previsibilidade do debate, também um acontecimento programado, segundo porque o *frame* do momento da cadeirada foi inscrito na circulação midiática centenas de vezes, virando meme, figurinha de WhatsApp. Jogo de videogame e até boneco.

Figura 5 –Momento do debate da TV Cultura em que ataque acontece





Fonte: Frame de vídeo disponibilizado pela TV Cultura

Figura 6 –Jogo a *Cadeirada contra o picareta* é desenvolvida por brasileiro



Fonte: Frame da tela de abertura do jogo disponibilizada em por Rafael Martins (desenvolvedor) https://youtu.be/hUc9m_aq4yE

Figura 7 – Boneco Pop Funko criado pós debate



Fonte: Imagem disponível em https://www.instagram.com/villacargara-ge/p/C_nbFOtoeS/?locale=zh_CN&hl=te

Independente do afetamento à experiência dos sujeitos presentes no debate ou que estavam assistindo via televisão o momento, o acontecimento “cadeirada” ganhou contornos exasperados, adquirindo fluxos próprios e gerando novos sentidos, transformando outras experiências e se autonomizando tanto do contexto em que surge, quanto daquilo que representa.

2. Como amarrar as pontas?

Se pensarmos o acontecimento como uma tessitura complexificada na ambiença da midiatização podemos problematizar as abordagens do acontecimento por um viés de sua incompletude. Partindo da ideia de que a midiatização não é o estar na mídia, mas um processo de longo prazo (Verón, 2014) localizamos seu fundamento não no desenvolvimento tecnológico *per se*, mas nas mudanças sociais, fruto de uma am-

plificação das tecnologias atuais, deslocadas dos processos técnicos por meio de invenções, usos, apropriações, negociações, diálogos e rupturas sociais ao longo do tempo. Conforme Gomes (2022), não estamos mais diante do fenômeno do simples uso dos dispositivos tecnológicos para a transmissão de mensagens, nem destes como mediadores da relação dos indivíduos com a realidade. “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 a um fim da midiatização, estamos apenas no limiar de seu pleno desenvolvimento. (2022, p 170)

O autor ao tratar a sociedade em estado de midiatização, ou imersa nesta ambiência, enfatiza a necessidade de outras chaves de leitura do sujeito, do mundo e, consequentemente, das práticas profissionais. Isto porque para além da face visível da tecnologia e de suas lógicas, as próprias práticas sociais já estão sendo conduzidas de outra forma, nascem em um outro caldo cultural onde as mídias são parte integrante da tessitura da vida cotidiana.

Neste sentido, os três acontecimentos anteriormente mencionados se cruzam, evidenciando a incompletude da abordagem pragmática do acontecimento. Sim, o acontecimento é da ordem da experiência dos indivíduos, mas a experiência também está transformada pela midiatização. Roger Silverstone (2002, p26) já salientava que as experiências são reais, até mesmo as midiáticas, pois envolvem corpo, sentidos e uma textura. A questão é que a experiência concreta, vivida na pele, na sua dimensão mais existencial precisa, atualmente, ser partilhada para que ao ganhar visibilidade possa efetivamente ser reconhecida enquanto existente. No caso das enchentes, por exemplo, não foi suficiente estar imerso nas águas, auxiliar as equipes de resgate, foi necessário fazer registros fotográficos, vídeos e inscrever tais materiais na circulação. A autorização social, aqui, não é apenas formada por sujeitos vivendo a experiência em ato, mas produzido narrativas e discursos ao mesmo tempo. Não é preciso que uma equipe jornalística enquadre e atribua critérios de noticiabilidade, há uma produção discursiva que integra a experiência, como uma experimentação.

Importante mencionar que por atorização social (Rosa, 2025) compreendemos as operações de produção de sentidos, comunicativas portanto, desenvolvidas por atores sociais dispersos (não vinculados à instituições midiáticas) ancoradas em lógicas de mídia didatizadas anteriormente, mas que são apropriadas a partir de experimentações sociais em dispositivos midiáticos. Tais experimentações, calcadas na experiência dos sujeitos, assumem protagonismo por aquilo que fazem coletivamente, inclusive já considerando a semiose infinita da circulação, os fluxos e as reinscrições como parte da estratégia de contato. Nota-se, por exemplo, o caráter tensionador destas formulações, em especial do próprio espaço midiático hegemonicó.

No caso do acontecimento envolvendo o Hamas, os vídeos produzidos pelo grupo ao mesmo tempo que agenciam o fluxo, constroem o acontecimento. Contudo, não se trata daquilo que Pierre Nora defendia nos anos 70 a respeito de que os acontecimentos só existem por intermédio da mídia, ou seja, são fruto do tratamento e das elaborações midiáticas. Aqui, fica evidente que tanto quem planeja o acontecimento concreto (a captura de reféns, o ataque em si) também é quem produz sua narrativa, inscrevendo os discursos para que circulem tanto na mídia hegemonicó, como afetando atores políticos governamentais. Deste modo, as dimensões existencial e narrativa do acontecimento estão amalgamadas a partir de lógicas de midiatização que são anteriores ao acontecimento em si.

Já a cadeirada de Datena em Marçal é um acontecimento potência que se amplia quando atores sociais dispersos se apropriam do registro do momento do debate e passam a reelaborar sentidos. O acontecimento “cadeirada” serve como jargão para um conflito, um jogo, uma mercadoria, ganha uma camada simbólica nas interações, não necessariamente vinculada a narrativa do fato. Isto é, o debate eleitoral concreto pouco importa. Vera França (2012, p.14) já mencionava com base em Queré a dimensão simbólica do acontecimento. “A segunda vida é o acontecimento tornado narrativa, tornado um objeto simbólico.” Mas aqui, não se trata de uma segunda vida, não se trata da repercussão de um acontecimento do mundo, mas de sua efetiva criação. A cadeirada

por si só teria, inegavelmente, valor notícias por seu aspecto inusitado, mas o valor simbólico, social, metafórico do episódio não se vincula a noticiabilidade, mas a uma experimentação social.

3. O estatuto do acontecimento em (re) visão

Diante do exposto, retomamos a provocação “em que medida as abordagens dos anos 70 e 90 continuam pertinentes enquanto chaves de leitura para os processos comunicacionais que experienciamos atualmente?” Edgar Morin (1972) concebia o acontecimento a partir de duas características: a) é tudo o que acontece no tempo e b) é tudo que é improvável e singular, desviado da norma. Essa definição, porém, carece de ampliação. Queré salienta que o tempo e o espaço são fundamentais para o acontecimento, mas nos casos acima reportados esta dimensão é afetada pela circulação midiática, pois o acontecimento pode se expandir e durar no tempo, como deslocar-se de espaço, transformar-se em outro acontecimento, determinar outras experiências.

Ao ser questionado em entrevista (Lage, Salgado, 2011) sobre como a midiatização afeta o acontecimento, Queré defende que a mídia não é o único operador de um acontecimento, mesmo que alguns casos possam evidenciar uma certa programação para a visibilidade midiática como o caso do 11 de setembro, por exemplo. Aqui nos parece que Queré entende a midiatização como a produção jornalística ou de instituições midiáticas, pensamento muito ancorado nas lógicas de mídia que permeiam o pensamento europeu. Em nossa visada latina da midiatização, é exatamente a pluralidade de operadores na circulação midiática, os atores sociais, que programam o acontecimento atribuindo-lhe visibilidade e concretude.

Na midiatização, sem a instância mediadora típica como o jornalismo, o acontecimento é engendrado pelos atores sociais – caso dos moradores das cidades gaúchas afetadas pela enchente, do Hamás e dos fãs de Datena. Assim, o que torna o acontecimento significativo para

o debate social é menos o fazer midiático em si, mas as operações de sentido em jogo. Verón alertava que

os acontecimentos sociais não são objetos que se encontram já prontos em alguma parte da realidade e cujas propriedades e avatares nos são dados a conhecer de imediato pelos meios com maior ou menor fidelidade. Só existem na medida em que esses meios os elaboram.
(VERÓN, 1995, p. 2)

O autor não tinha como pensar nos anos 90 na força que a autorização social iria adquirir na sociedade em midiatização, embora no final de sua vida tenha chamado a atenção para os coletivos e sua força pela revolução do acesso (Verón, 2013). Assim, podemos reiterar a posição de que os acontecimentos são elaborados por meio de operações de sentido tanto em sua dimensão existencial, a da experiência, quanto em sua dimensão narrativa ou simbólica. Os acontecimentos que exploramos neste trabalho são diferentes em termos de conteúdo e modos de ocorrência, mas todos nascem nas lógicas da midiatização, isso determina uma mudança no estatuto do acontecimento, já que a experiência é também midiatizada na e para a circulação. Isso significa que o acontecimento é coletivizado, tecido a partir de experimentações sociais e desenvolvido em circuitos, instaurando durações. Ousamos dizer que hoje não é mais possível a divisão entre experienciar ou construir um acontecimento, pois tanto a experiência quanto a elaboração narrativa e simbólica estão atravessadas pela cultura da mídia. O ataque terrorista, o debate eleitoral ou a enchente são da ordem do vivido, mas também são reinvestidos de sentidos em disputas complexas. Não é possível definir quem os constrói, nem tampouco quando terminam. Os acontecimentos se instalaram na circulação e seguem seu próprio curso.

Referências Bibliográficas

ALSINA, Rodrigo. *A construção da notícia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

BRAGA, José Luiz. Lógicas da mídia, lógicas da midiatização. In: FAUSTO NETO, A. et al. (orgs.). *Relatos de Investigaciones sobre mediatisaciones*. Rosário: UNR Editora, Editorial de la Universidad de Rosá-rio, 2015. p. 15-32.

DEFESA Civil atualiza balanço das enchentes no RS. Defesa Civil do RS. Disponível em: <https://www.defesacivil.rs.gov.br/defesa-civil-atualiza-balanco-das-enchentes-no-rs-10-7-66b67813ba21f> Acesso em 11 ago. 2024.

FRANÇA, Vera. O acontecimento e a mídia. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 24, p. 10-21, dez. 2012. Disponível em <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/12939>> Acesso em: 15 jun 2025

FREIRE, Ana Isabel. *A tessitura comunicacional dos direitos humanos a partir do caso Marielle*: experimentações sociais e agenciamentos de sentidos na circulação. {TESE}. São Leopoldo: Unisinos, 2022. Disponível em <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/12573>> Acesso 21 nov. 2024.

GOMES, Pedro. *Desandar o andado*: os subterrâneos dos processos midiáticos. São Paulo: Edições Loyola, 2022

LAGE, Leandro; SALGADO, Thiago. Por uma abordagem pragmatista dos acontecimentos. *ECO-POS*. Rio de Janeiro, vol. 14 número 02.

MORIN, Edgar. Le retour de l'evenement. *Communications*, nº 15, 1972. (p. 6-20) Disponível https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1972_num_18_1_1254

NORA, Pierre. “O retorno do fato”. In: LE GOFF, Jacques e NORA, Pierre. *História: novos problemas*. 3a edição. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988, p. 179-193.

ROSA, Ana Paula. Un retrato de valentía: Desafíos de la narrativa periodística de guerra frente a la actorización social. *InMediaciones de la Comunicación*, [S. l.], v. 20, n. 1, 2025. DOI: 10.18861/ic.2025.20.1.4075. Disponível em: <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/4075>. Acesso em: 30 jun. 2025.

ROSA, Ana Paula. Midiatização das imagens: o contra-agenciamento em circulação do caso Marcos Vinicius. IN: SÁ, Simone.; AMARAL, Adriana., JANOTTI, Jeder. *Territórios Afetivos da Imagem e do som*. Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2020.

SILVERSTONE, Roger. A textura da experiência. SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Ed. Loyola, 2002. p. 11 -32

SIMÕES, Paula. A potencialidade do conceito de acontecimento para a análise da imagem pública das celebridades. *Líbero*. São Paulo: v. 14, n. 28, p. 129-140, dez. de 2011

VERON, Eliseo. VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *MATRIZes*, São Paulo, Brasil, v. 8, n. 1, p. 13-19, 2014. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v8i1p13-19. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrices/article/view/82928>> Acesso em: 12 nov. 2024.

VERÓN, Eliseo. *La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.

VERON, Eliseo. *Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*. Barcelona: Gedisa Editorial, 1995.

AS FANTASIAS DO CAPITALISMO COMUNICACIONAL NA ERA DO TECNOFEUDALISMO ACELERADO¹

José Luiz Aidar Prado²

Resumo: O capitalismo comunicacional é uma forma de vida em que a formação do eu incide na busca do sucesso autoempreendedor que depende da circulação quase infinita do mais valor de signo na economia midiatizadora da atenção hiperconectada. Nancy Fraser chama esse modo de vida de capitalismo canibal, que mastiga a produção comunicacional dos mundos da vida para ativar a lógica da economia sistêmica, canibalizando territórios não econômicos. Harmut Rosa, na tradição da teoria crítica, examina esse capitalismo a partir de sua lógica da aceleração social e suas fantasias. Além de hiperconectados temos de acelerar para que a circulação de bens e marcas comunicacionais produzam mais valor econômico e de gozo. Isso faz com que

¹ Esse texto conecta com a pesquisa sobre capitalismo comunicacional realizada com bolsa Produtividade de Pesquisa Senior do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

² Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Professor Doutor; aidarprado@gmail.com.

acontecimentos disruptivos, que poderiam reduzir os sofrimentos sociais, sejam apenas mais um componente da circulação sistêmica. Se a luta por reconhecimento é contaminada pelo processo de aceleração, como fazer para que os acontecimentos disruptivos possam engendrar mudanças progressistas?

Palavras-chave: capitalismo comunicacional; sociedade hiperconectada; aceleração social; teoria crítica; teoria do acontecimento.

1. Introdução

O capitalismo comunicacional se apoia na superprodução semiótica, mas só isso não explica o ‘comunicacional’, pois é preciso examinar sua operação em termos econômicos e não econômicos. Para dar conta desse aspecto ‘comunicacional’ da operação do capitalismo, trataremos da circulação³ e do intenso fluxo circulatório que atravessa o âmbito da economia, mas também o da cultura e do social. A midiatização na era do capitalismo globalizado opera em rede, envolvendo uma multidimensionalidade hiperconectada. Há uma circulação rápida de imagens e mensagens que visa produzir atenção monetizada a partir de incessantes⁴. Como trabalhei em outro texto: “cada um é chamado a hiperindividualizar-se, mas sempre dentro de um hiperrelacionalismo, da hiperconexão, da hiperatividade geradora de atenção capitalizadora” (Prado, 2024, p. 223). Essa atenção, no sentido da teoria do acontecimento em sua forma mais radical, em Badiou (2008), não é acontecimental, pois não altera o estado da situação, apenas gera mais atenção e aceleração.

Para dar conta dessas questões, ou seja, para debatermos a operação comunicacional do capitalismo globalizado, examinaremos principalmente os argumentos de Dean e Rosa. Dean (2005) distingue entre política como circulação de conteúdo e política como política oficial. A primeira é a que se move nas redes, em que a disputa é pela atenção das

³ Sobre circulação, ver Prado (2022, 2020).

⁴ Ver também Prado (2013).

audiências, pela visibilidade dos enunciadores. A segunda é a política como gestão, que Rancière (1996) chamou de “polícia” e Dunker (2015) de gestão condominial. Para Dean (2005, p. 51) tende a haver desconexão entre essas duas políticas, pois “a proliferação, distribuição, aceleração e intensificação do acesso e das oportunidades comunicativas, longe de reforçar a governação democrática ou a resistência, resulta precisamente no oposto – a formação pós-política do capitalismo comunicativo”.

O capitalismo comunicacional (Dean fala em capitalismo comunicativo) designa

aquela forma de capitalismo tardio em que os valores anunciados como centrais para a democracia tomam forma material nas tecnologias de comunicação em rede. Ideais de acesso, inclusão, discussão e participação passam a ser realizados em e através de expansões, intensificações e interconexões globais. Mas em vez de conduzir a distribuições mais equitativas de riqueza e influência, em vez de permitir o surgimento de uma variedade mais rica de modos de vida e de práticas de liberdade, o dilúvio de ecrãs e espetáculos mina as oportunidades políticas e a eficácia para a maioria dos povos do mundo (Dean, 2005, p. 52).

O capitalismo comunicacional opera a partir da hiper e interconectividade em rede e da aceleração da circulação, aprofundando a concentração de riqueza. Uma importante consequência dessa forma de operar em rede é a despolitização, pois “a política tornou-se um domínio de práticas profissionalizadas e mediadas financeiramente, centradas na publicidade, nas relações públicas e nos meios de comunicação” (*idem*). Tudo isso opera com a especialização dos tecnólogos de discursos, conforme expressão de Fairclough (2001). Assim, “os padrões de uma cultura de entretenimento orientada para as finanças e o consumo⁵ definem hoje os próprios termos da governabilidade demo-

⁵ Sobre o desenvolvimento da cultura do consumo desde o século 20, ver Fontenelle (2017).

crática” (*ibidem*). A essência genérica da linguagem se torna na época da pós-política neoliberal uma esfera autônoma, “na medida em que se torna o fator essencial do ciclo de produção. O que dificulta a comunicação, portanto, é a própria comunicabilidade: os seres humanos estão separados por aquilo que os une” (*idem*). A comunicação deixou de promover o consenso num espaço político, como queria Habermas (2012) com sua teoria da ação comunicativa⁶, operando em uma forma predominantemente econômica. Há consenso hoje mas não de natureza política: «assuntos que antes exigiam debate e luta são agora tratados como questões pessoais ou questões técnicas. Poderíamos pensar nas formas como os discursos especializados da psicologia e da sociologia fornecem explicações para a raiva e o ressentimento, tratando-os como síndromes a serem geridas e não como questões a serem politizadas” (Dean, 2005, p. 56). Da mesma forma os sintomas são tratados como transtornos do indivíduo e não como déficits sociais. A governamentalidade em época de neoliberalismo investe na gestão, despolitizando (Dardot e Laval, 2016). Politizar se liga em Dean ao

difícil desafio de representar reivindicações ou atos específicos como universais. Atos específicos ou singulares de resistência, declarações de opinião ou casos de transgressão não são políticos em si; pelo contrário, têm de ser politizados, isto é, articulados com outras lutas, resistências e ideais ou contexto de oposição a um inimigo ou oponente partilhado (*idem*, p. 57).

Aqui podemos pensar na visão da constituição do povo, entendido como conjunto que se forma durante a partilha do sensível, no âmbito das lutas contra o bloco de poder, articulando diferenças a partir de uma lógica de equivalências. Se o capitalismo comunicacional depende da circulação das comunicações em rede, na mesma medida impede a politização. Para dar conta disso Dean aborda as fantasias⁷ que apoiam

⁶ Para uma crítica da teoria da ação comunicativa, ver Prado (2014).

⁷ Sobre fantasia e sintoma no capitalismo comunicacional, ver Prado e Prates (2017).

esse tipo de capitalismo: a da abundância, a da participação e a da totalidade.

A fantasia de abundância se apoia no aceleracionismo e na hiperconectividade inclusiva, pois elas trariam riqueza e aumentariam o potencial democrático. A questão é que a massa de mensagens e imagens circulantes funde-se num enorme fluxo de dados que é filtrado e processado para monetização empresarial. Dean enfatiza a transformação das mensagens em contribuições para essa circulação, para enfim gerar uma espécie de *resto processado de subjetividades* que serão vendidos como informação sobre os consumidores. Assim, “o valor de troca das mensagens ultrapassa o seu valor de uso” (*idem*, p. 58): a mensagem é “simplesmente parte de um fluxo de dados circulante. Seu conteúdo específico é irrelevante” (*idem*). O que interessa é dele extrair um dado que será vendido para quem precisa de informação sobre o consumidor. Sua subjetividade é processada como dado na economia de troca. Conclusão: “a comunicação funciona sintomaticamente para produzir sua própria negação” (*idem*). Deste modo “uma contribuição não precisa ser compreendida; só precisa ser repetida, reproduzida, encaminhada. A circulação é o contexto, a condição para aceitação ou rejeição de uma contribuição. [...] A popularidade, a penetração e a duração de uma contribuição marcam a sua aceitação ou sucesso” (Dean, 2005, p. 59). O que torna as mensagens mercadorias é essa função econômica, após o processamento de seu resto durante a circulação. Para além dos efeitos de compreensão das mensagens, o que faz operar o sistema é a rede de comunicação, pois nela as empresas de teletecnologia pescam seu material seu valor de troca. Para Dean “a fantasia da abundância expressa e oculta a mudança da mensagem para a contribuição” (*idem*) e oculta a “desvalorização resultante de qualquer contribuição particular” (*idem*).

Aqui entra em cena a segunda fantasia, de participação: “as pessoas estão plenamente conscientes dos meios de comunicação, das redes e até do excesso de informação, mas agem como se não tivessem esse conhecimento, acreditando na importância de suas contribuições” (*idem*, p. 60), ou seja, acham que participam. Isso ocorre pelo efeito de regis-

tro, ou seja, o enunciador acredita que ao registrar sua mensagem no fluxo hipermidiatizado ele produz sentido, se produz como autoempreendedor que participa de ações comunicativas; acredita que é ativo. Dean lembra o conceito de hiperpassividade de Žižek (1997): “Quando somos interpassivos, alguma outra coisa, um objeto fetichista, está ativo em nosso lugar”. Žižek explica:

você pensa que é ativo, enquanto sua verdadeira posição, conforme incorporada no fetiche, é passiva. A atividade frenética do fetiche funciona para impedir a ação real, para impedir que algo realmente aconteça. Isto sugere-me que a atividade na Internet, a contribuição frenética e a circulação de conteúdos, pode muito bem envolver uma passividade profunda, interligada, ligada, mas ainda assim passiva” (Žižek, 1997 *apud* Dean, 2005, p. 60).

Para Dean a circulação é despolitizante porque

a forma de nosso envolvimento capacita aqueles a quem deveria resistir. As lutas na internet reiteram as lutas na vida real mas na medida em que reiteram essas lutas as deslocam. Esse deslocamento por sua vez assegura e protege o espaço da política oficial. Isso sugere outra razão pela qual a comunicação funciona hoje de forma fetichista: como uma rejeição de um desempoderamento ou castração política mais fundamental (Dean, 2005, p. 61).

Ser ativo hoje é se sentir empoderado nas redes. Isso faz funcionar o fetichismo tecnológico:

O fetiche tecnológico encobre e sustenta uma carência do sujeito. Isto é, protege a fantasia de um sujeito ativo e engajado, agindo em seu lugar. O fetiche tecnológico “é político” para nós, permitindo-nos viver o resto das nossas vidas aliviados da culpa de não estarmos a fazer a nossa parte e seguros na crença de que somos, afinal, cidadãos informados e empenhados. O paradoxo do fetiche tecnológico é que a tecnologia que actua em nosso lugar per-

mite-nos, na verdade, permanecer politicamente passivos. Não temos de assumir responsabilidades políticas porque, mais uma vez, a tecnologia está a fazer isso por nós. O fetiche tecnológico também encobre uma falta ou ausência fundamental na ordem social. Protege uma fantasia de unidade, totalidade ou ordem, compensando antecipadamente esta impossibilidade. Dito de outra forma, as tecnologias são investidas de esperanças e sonhos, de aspirações a algo melhor. Um fetiche tecnológico está em ação quando se rejeita a falta ou o antagonismo fundamental que rompe para sempre (mas produz) o social ao defender uma solução tecnológica específica (*idem*, p. 63).

O poder do fetiche tecnológico vem da exclusão do político, baseia-se “na exclusão prévia das condições antagônicas de emergência da web e do código aberto, da sua inserção nas brutalidades do capital global, da sua dependência, para existir, da violência racializada e da divisão” (*idem*, p. 66).

Por fim a fantasia da totalidade nos remete à circulação que nos liga ao global. Para Dean o espaço de atuação do capitalismo comunicativo é a internet: “as comunicações em rede materializam fantasias específicas de unidade e totalidade como o global. As fantasias, por sua vez, asseguram as transações em rede como o Real do capitalismo global” (*idem*, p. 67). Ela recorre a Žižek, que traz o conceito de Lévi-Strauss de instituição zero. É um significante vazio, conceito de Laclau (2013) para um significante sem significado específico, mas que entra como ponto nodal ao costurar um discurso, ao totalizá-lo. A instituição zero significa a institucionalidade como tal. Para Žižek:

Tanto a nação como a diferença sexual funcionam como instituições zero. A nação designa a unidade da sociedade face ao antagonismo radical, às divisões irreconciliáveis e às lutas entre classes; a diferença sexual, em contraste, sugere a diferença como tal, um nível zero de diferença absoluta que será sempre preenchido e sobre determinado por diferenças contextualmente dadas. À luz da fraca

capacidade da nação de defender simbolicamente a institucionalidade, a Internet emergiu como a instituição zero do capitalismo comunicativo. Permite que uma miríade de constituintes se compreendam como parte da mesma estrutura global, mesmo quando discordam radicalmente, não conseguem coligar-se e habitam espaços de rede fragmentados e desconectados (Dean, 2005, p. 67).

O mundo virtual, incensado por teóricos diversos, como Pierre Lévy (1996), por exemplo, nos anos 1990, não é a aldeia global disponível com igual cabedal de oportunidades a todos. “Mais do que um meio através do qual o capitalismo comunicativo intensifica o seu domínio e produz o seu mundo, a Internet funciona como uma instituição zero particularmente poderosa, na medida em que é animada pela fantasia da unidade global” (Dean, 2005, p. 67).

2. Tecnofeudalismo

Em outro texto, Dean (2025) examina a crítica que fez Morozov da tese do tecnofeudalismo. As tendências do capitalismo incluem: “estagnação prolongada, redistribuição ascendente da renda por meios políticos, um setor digital em que alguns “barões” se beneficiam de uma massa de usuários vinculados a seus domínios algorítmicos e do crescimento de um setor de serviços ou de servidores” (Dean, 2025, p. 1). Entre os defensores dessa tese estão Yannis Varoufakis, Cédric Durand, Michael Hudson e a própria Dean. Morozov recusa “o *insight* sobre a possibilidade de que esse sistema possa estar se transformando em algo que não pode ser mais adequadamente descrito como capitalismo” (*ibidem*). Seria o tecnofeudalismo. O feudalismo se caracteriza pela expropriação pelos senhores da produção dos camponeses que estão sob seu poder político. O capitalismo se ligaria mais à exploração pela extração de excedente por meios econômicos dos trabalhadores que são obrigados para sobreviver a vender sua força de trabalho. Antes do capitalismo já se obrigava o trabalho a produzir excedente, que era apropriado

pelo senhor, mas essa forma pessoal é substituída no capitalismo por uma dominação impessoal: “passa a ser mediada pelas forças do mercado de tal modo que o econômico é separado do político” (*idem*, p. 2).

No capitalismo atual os uberizados (ou precarizados) são considerados empresários independentes que usam o aplicativo para conduzir pessoas, ou seja, a empresa conecta a oferta e a procura e cobra uma taxa. Para alguns trata-se de um taylorismo digitalmente turbinado. A pergunta que os autores da tese colocam, é: “plataformas como a Uber são manifestações do capitalismo sem freios ou uma nova servidão feudal?” (*idem*, p. 3). Para Dean:

Algo muda na relação do motorista com seu carro: de um item de consumo – algo comprado com o seu próprio “fundo de consumo”, como o salário que recebia por seu trabalho – o carro se torna agora um meio de acumulação de capital, mas não para ele, para a Uber. Em vez da empresa Uber pagar e manter uma frota de carros, ela usa os veículos dos motoristas, fazendo com que os carros deles empreguem os seus proprietários. Por serem avaliados pelos clientes, muitos motoristas se sentem pressionados a manter seus carros limpos e cheirosos. O objetivo de ter um carro agora é menos por prazer pessoal, mas para a geração de renda. Assim, ele se destaca de seu proprietário, como um valor independente. O carro se torna capital (*idem*, p. 4).

Mas por que falar em feudalismo? Porque há uma mudança nas relações sociais de propriedade quando as novas empresas, como Uber, querem destruir a concorrência e dominar o mercado, investindo bilhões. Para isso precisam destruir as restrições institucionais:

tais como as redes de segurança dos empregados, impostos corporativos, disposições de bem-estar social etc. Os enormes estoques de riqueza capitalista que se acumulam nas mãos de poucos os tornam capazes de exercer um poder político e econômico. Esse poder protege os detentores do capital, ao mes-

mo tempo que intensifica a miséria de quase todos os demais (Dean, 2025, p. 5).

Tais plataformas tecnológicas quando conquistam mercados dominam seus serviços passam a depender deles na forma de dependência algorítmica e abstrata: “os processos-chave aqui são a fragmentação e a expropriação extraeconômica. Assim como os senhores feudais exploravam os camponeses e tinham autoridade jurídica sobre eles, hoje os grandes atores econômicos exercem o poder político com base nos termos e nas condições que eles mesmo estabeleceram” (*idem*, p. 6).

Cédric Durand fala na mão invisível dos algoritmos que converte as empresas tecnológicas digitais em “aspiradores digitais de riqueza” (Durand, 2025, s. p.). Diz ele: “Eu tentei compreender o que o capitalismo com o digital: longe de favorecer a autonomia dos indivíduos, o aspecto mais marcante da economia digital é o retorno a relações de dependência” (*ibidem*). Porém, ao contrário da exploração da terra, no caso digital “quanto mais você utiliza seu software ou serviço, maior será a sua rentabilidade. E não importa se você vende um software ou cem, pois terá gasto o mesmo para produzi-lo” (*ibidem*). Há uma combinação, diz Durand, entre economias de escala e acumulação originária dos dados, o que conduz a uma extrema monopolização e a uma predação digital:

No capitalismo existem duas maneiras de obter lucros. A primeira é a exploração: você utiliza trabalhadores e paga para eles menos do que geram. A predação digital está em outro nível: captura valor criado em outra parte (apropriam-se de riqueza que não produzem nessa empresa). Esta é uma dimensão essencial para as empresas que controlam intangíveis como bancos de dados e software. Também exploram seus trabalhadores no sentido clássico, mas a maior parte de seus lucros provém da mais-valia extraída por outras empresas. A intensificação dessa lógica de predação permite compreender o inadequado desenvolvimento econômico contemporâneo. Se você investe na predação, não investe na produção. Para os gigantes digitais

a lógica do investimento não vai no sentido de acumulação de meios de produção, mas de meios de predação. A coleta digital de dados é o Santo Graal do tecnofeudalismo predador da economia produtiva. (*ibidem*).

Para Durand o tecnofeudalismo é “uma espécie de capitalismo canibal” (*ibidem*). Como vimos, ele vive de sugar as energias do mundo da vida, das subjetividades. A saída não é o autocontrole individual, mas responsabilizar as *big techs* pelos efeitos dos algoritmos, por meio de regulamentação a partir do poder público. Outra autora que fala do capitalismo canibal é Nancy Fraser (2024), que não concentra sua crítica apenas ao mundo digital, mas ao modo de depredação e predação de nosso atual modo de produção tecnoneoliberal.

3. Capitalismo canibal e aceleração

Nancy Fraser chama esse capitalismo de canibal, pois ele atrai para sua órbita “a riqueza natural e social das zonas periféricas do sistema-mundo”, de modo a mastigar a “sociedade como um grande banquete institucionalizado, onde o prato principal somos nós” (Fraser, 2024, p. 14). O sistema econômico para operar precisa canibalizar os territórios não econômicos: “famílias e comunidades, habitat e ecossistemas, capacidades estatais e poderes públicos que têm sua substância consumida pela economia para inflar o próprio sistema” (*ibidem*). Dito de outro modo, a economia suga o não econômico para produzir mais capital. Aqui entram as subjetividades, os desejos, os modos de vida expressos nas redes, que são captados pelas *big techs* e explorados, como já dissemos, produzindo dados que são reduzidos a restos monetizáveis. Embora não apareçam nos balanços patrimoniais das empresas, várias formas de riqueza são apropriadas, como os trabalhos de cuidado e outros alicerces vitais, como matéria-prima natural. São:

as múltiplas formas do trabalho de cuidado, que enfrenta uma desvalorização crônica [...], os bens e

os poderes públicos que o capital exige e, ao mesmo tempo tenta restringir; a energia e a criatividades do povo trabalhador. Embora não apareçam nos balanços patrimoniais das empresas, essas formas de riqueza são precondições essenciais para o lucro e os ganhos que efetivamente entram nos controles controláveis corporativos. Alicerceis vitais da acumulação, são também componentes constitutivos da ordem capitalista (*idem*, p. 15).

O capitalismo opera com a exploração e com a expropriação. A primeira transfere valor para o capital e na segunda há o confisco de energia, matérias-primas e pessoas para a produção. Sem entender o papel da colonização, da opressão racial e imperial, o trabalho da exploração não pode ser examinado em sua especificidade. De que se trata na expropriação? Diz Fraser:

Basta mencionar a escravidão, as populações sujeitadas e colonizadas, de ‘nativos’ conquistados, de trabalhadores submetidos a trabalhos forçados por dívida, as pessoas ‘ilegais’ aquelas condenadas por crimes, as sujeitadas e racializadas em estados de apartheid e seus descendentes - todas elas sujeitas à expropriação não só uma vez, mas reiteradamente (Fraser, 2024, p. 39).

A tese central de Fraser nesse livro é que o capitalismo funciona a partir de um foco econômico, mas depende de quatro condições não econômicas de fundo, ligadas à reprodução social, à ecologia do planeta⁸, ao poder político e às infusões contínuas de riqueza expropriadas de povos racializados. Por isso ela propõe ligar a perspectiva marxiana a outras “correntes emancipatórias da teorização crítica: feminista, ecológica, política, anti-imperialista e antirracista” (*idem*, p. 40-41). Pois:

Uma das peculiaridades do capitalismo é tratar suas relações sociais estruturantes como se fossem econômicas. Com efeito, rapidamente percebemos ser necessário discutir as condições não econômicas de

⁸ Sobre os mapas ideológicos do ambientalismo ver Prates (2020).

fundo que permitem a existência de tal sistema econômico. Essas são características de uma *sociedade* capitalista, não de uma *economia* capitalista. Longe de suprimir tais condições desse quadro, precisamos integrá-las em nossa compreensão do que é capitalismo, conceituando-o como algo maior que a economia (*idem*, p. 41).

Para Fraser, o capitalismo não é nem um sistema puramente econômico, nem uma forma reificada de vida ética, mas uma “ordem social institucionalizada”, como foi o feudalismo. Assim, a separação institucional entre ‘produção econômica’ e ‘reprodução social’ é constitutiva, assim como a separação institucional entre economia e política, a divisão ontológica entre seu plano de fundo ‘natural’ (não humano) e sua camada visível ‘humana’ e a divisão entre exploração e expropriação.

Diz Fraser:

Falar do capitalismo como uma ordem social institucionalizada, baseada na premissa dessas separações, é sugerir sua imbricação estrutural e não acidental com a dominação de gênero, a degradação ecológica, a opressão racial-imperial e a dominação política -- tudo em conjunto com sua dinâmica estrutural e não acidental da exploração do trabalho livre em primeiro plano (*idem*, p. 44).

4. Aceleração vampirizadora

Nesse sentido, o capitalismo não é somente um sistema econômico, mas uma forma social, que vampiriza as energias sociais para acumular capital para os detentores do capital. E ele vem acelerando de modo a melhor devorar a própria substância social, aumentando a produtividade e o lucro. Como diz Hartmut Rosa:

Nossas ações e orientações são coordenadas e adaptadas aos imperativos sistêmicos das sociedades capitalistas modernas por meio de normas, prazos e regulações temporais. Por isso, argumento que a vida social moderna é regulada, coordenada e dominada por um regime temporal apertado e rígido, que não é articulado em termos éticos (Rosa, 2022, p. 8).

Os sujeitos modernos são tidos como livres, mas, de fato, são “rigidamente regulados, dominados e suprimidos por um regime de tempo largamente invisível, despolitizado, não discutido, subteorizado e desarticulado. Tal regime temporal pode, com efeito, ser analisado sob um único conceito unificador: a lógica da aceleração social» (*idem*, p. 9). Para Rosa as possibilidades de vivermos uma boa vida são “ameaçadas por distorções nas estruturas de reconhecimento (como argumenta Honneth, 2011) e de comunicação (como diz Habermas)” (*ibidem*). É importante examinar os processos de aceleração social para construir a crítica das estruturas tardo-modernas do reconhecimento e da comunicação. Será possível dizer que a sociedade acelera ou são somente os processos dentro de uma ordem social que aceleram? (*idem*, p. 19).

Rosa separa esses fenômenos de aceleração social em três categorias: a) tecnológica; b) aceleração das mudanças sociais e c) aceleração do ritmo de vida. A tecnológica se refere ao aumento de velocidade nos processos de transporte, comunicação e produção orientado a metas (isso lembra da *Zweckrationalität* de Habermas, ou seja, ação racional orientada a fins). Isso tem como efeito transformar o regime de espaço-tempo social, ou seja, como cada um percebe a organização do espaço e do tempo na vida cotidiana. O tempo acelerado, principalmente nas redes, incluindo o próprio tempo de circulação do capital digital, comprime o espaço.

A segunda categoria se refere à mudança social, cujos processos aceleraram, tornando instáveis as estruturas sociais, “bem como modelos de ação e de orientação na sociedade” (*idem*, p. 22). Diz Rosa: “atitudes e valores, tanto quanto a moda, os estilos de vida, as relações e obrigações sociais, também grupos, classes, meios e linguagens sociais, além

das atividades e hábitos estão mudando cada vez mais rápido» (*idem*, p. 22-23). A aceleração social, nessa perspectiva, é definida pelo “declínio das taxas de confiança em experiências e expectativas, bem como pela contração do hiato de tempo definível como o ‘presente’” (*idem*, p. 24).

Para Rosa os domínios da família e do trabalho aceleraram, “deixando de ocorrer no ritmo intergeracional das sociedades do início da Modernidade, para começar a ocorrer no domínio intrageracional das sociedades tardo-modernas” (*idem*, p. 25). Na modernidade a vida de uma pessoa era em geral organizada a partir do trabalho, que costumava durar muitas dezenas de anos e em torno do qual o sujeito sustentava a família e a vida. Sennett compara a vida de pai e filho em relação ao papel do trabalho na narrativa de suas vidas; o pai trabalhara décadas na mesma empresa, tendo sua narrativa de vida se confundido com a do seu trabalho, mas seu filho mudava de trabalho mais constantemente e não tinha uma narrativa para passar valores de trabalho aos filhos (Sennett, 2002). Hoje há uma “tendência crescente de ciclos de vida familiares que duram menos do que o tempo de vida de um indivíduo» (Rosa, 2022, p. 25). A própria estabilidade institucional está em declínio das sociedades tardo-modernas.

Finalmente, o ritmo de vida acelerou. O tempo passou a ser vivido como uma matéria-prima escassa, causando uma fome de tempo. Aumentaram os episódios de ação por unidade de tempo, pois há necessidade de “fazer mais coisas em menos tempo” (*idem*, p. 27). Isso provoca uma tendência social de comprimir as ações e experiências em suas vidas multitarefas. Mesmo que a tecnologia esteja mais acelerada, não resta mais tempo, e sim menos, pois mais mensagens circulam mais rapidamente e pressionam os destinatários a dar conta de mais comunicações.

Como a Modernidade foi capturada nesse processo implacável de aceleração, pergunta Rosa? Ele responde apontando três motores: o motor social, o cultural e o ciclo de aceleração. O motor social é a competição, que acelera a produção, a circulação e o consumo. Diz Rosa: “a aceleração social no geral e a aceleração tecnológica no particular são uma consequência lógica de um sistema de mercado capitalista compe-

titivo” (*idem*, p. 37). A lógica da competição dirige a alocação em quase todas as esferas da vida social.

O motor cultural infla uma promessa de vida eterna: uma vida na plenitude é uma vida realizada, “rica em experiências e em capacidades desenvolvidas” (*idem*, p. 41). Para nos realizarmos aceleramos o tempo. Finalmente, o ciclo de aceleração provoca uma retroalimentação:

a aceleração tecnológica [...] acarreta uma série de mudanças nas práticas sociais, estruturas de comunicação e formas de vida correspondente. [...] A internet não só aumentou a velocidade de intercâmbios comunicativos e a virtualização de processos econômicos e produtivos, mas também estabeleceu novas estruturas ocupacionais, econômicas e comunicativas, dando início a novos modelos de interação social e até mesmo a novas formas de identidade social (Rosa, 2022, p. 44).

Rosa se insere na tradição da teoria crítica, mas fazendo críticas aos autores de gerações anteriores, como Habermas e Honneth.

O poder dos sistemas autodirigidos se converteu em ameaça para as potências comunicativas do mundo da vida. A linguagem sistêmica coloniza a cultura e reduz a potência da comunicação cotidiana. A força desagregadora dos meios dinheiro, influência e poder burocrático entram na cultura cotidiana, desintegrando o potencial para o entendimento comunicativo (Prado, 2024, p. 225).

Não entrarei aqui na crítica que faz Honneth a Habermas, pois já desenvolvi esse tema em artigo anterior (Prado, 2024). O que nos interessa aqui é indagar se a rota de Rosa é suficiente para enfrentar as questões políticas de ameaça à democracia na atualidade. Sinteticamente:

A proposta de Honneth é considerar a aquisição de reconhecimento social como condição normativa de toda ação comunicativa: os sujeitos se encontram

no horizonte de expectativas mútuas, como pessoas morais buscando reconhecimento. Com isso, acontecimentos da vida cotidiana podem ser considerados injustiça moral, sempre que faltar reconhecimento para as pessoas afetadas. Para Honneth as experiências morais desse tipo são da ordem do desprezo social. Assim o paradigma da comunicação da teoria crítica passa não mais a concentrar-se na teoria linguística, mas na teoria do reconhecimento. Os sentimentos de injustiça acompanham formas estruturais de desprezo (Prado, 2024, p. 227).

Rosa, ao construir sua teoria crítica da aceleração social, pretende dar um passo além das teorias de Habermas e Honneth, sendo, porém, fiel as intenções das gerações anteriores, sem descuidar dos contextos atuais das sociedades contemporâneas. Um objetivo de todas as gerações da Escola de Frankfurt foi investigar as patologias sociais a partir de um ponto de partida normativo que é o sofrimento humano. Para Rosa “as condições sociais que [...] afetam nosso potencial para a autonomia individual e coletiva, podem e devem ser identificadas e criticadas, uma vez que impedem sistematicamente as pessoas de realizar seus ideais de bem” (Rosa, 2022, p. 74). Ele liga as abordagens de Habermas e Honneth por meio de sua teoria da aceleração social. Rosa não questiona que “as condições de interação (comunicativas ou de reconhecimento) formem a base da sociedade” (*ibidem*), mas afirma que “ambas não podem ser propriamente analisadas e compreendidas sem que se leve em conta a dimensão dinâmica e as forças propulsoras da aceleração social” (*ibidem*).

Habermas localizava na Teoria da ação comunicativa, como vimos, a fonte das patologias sociais da época (anos 1970/80) em distorções sistemáticas nas condições de comunicação, causadas pela colonização do mundo da vida pela racionalidade sistêmica. Diz Rosa: “Para Habermas o poder bem como o conhecimento [...] só podem ser justificados quando são [...] resultados de um discurso livre de relações de poder distorcidas, isto é, um discurso no qual todos os argumentos podem ser formulados e deliberados unicamente na base e na lógica da força do melhor argumento” (*idem*, p. 77). Rosa acha que hoje, com a aceleração

não há mais tempo para o debate em busca do melhor argumento. Na prática ocorre que os lobbies e advogados defendem com mais força o argumento daqueles que tem poder e dinheiro e nem sempre tais posições tem interesse em defender a democracia. Temos visto na década 2010-2020 a ascensão dos interesses das bancadas do boi, da bíblia e da bala, dominando o Congresso brasileiro ao redor de pautas conservadoras e mesmo fascistas da extrema direita.

Durante o impeachment da presidente Dilma Rousseff em 2016 as declarações dos votantes a favor do impeachment mostraram como pensava a maioria dos congressistas, favoráveis de pautas regressivas, em nome da família, da propriedade e da religião. Definitivamente não vige historicamente entre nós o caminho do melhor argumento, mas o da necessidade do capital de circular mais rapidamente e gerar mais valor. Isso coincide com a conclusão de Rosa: “na tardo-modernidade não é mais (se é que algum dia já foi) a força do melhor argumento que decide as políticas futuras, mas o poder dos ressentimentos, das emoções instintivas, das metáforas e imagens sugestivas” (*idem*, p. 79). Assim, “os padrões capitalistas de alocação de recursos se tornaram mais ou menos inacessíveis ou imunes a reivindicações de justiça” (*idem*, p. 80). Eu não diria que isso se deve apenas à alocação de recursos, mas à generalização das formas mafiosas de capitalização, ao gigantismo dos negócios que pressionam de dentro o Estado e à individualização das formas de criação de eus em torno do padrão de sucesso do empreendedor neoliberal de si.

Por outro lado, Rosa critica também a teoria do reconhecimento de Honneth:

ao contrário da suposição de Honneth segundo a qual o não reconhecimento estruturalmente causado cria indignação e fúria, aqueles que sofrem desse mal nessa sociedade veloz raramente sentem que estão sofrendo alguma injustiça. [...] Aqueles que ficam para trás não têm ninguém para culpar, exceto a si mesmos. Entretanto, como já argumentei acima, essa lógica da competição e realização é uma força motriz nuclear da aceleração social (Rosa, 2022, p. 83).

5. Sistema hiperconectado e redes encolerizadas

Com isso, a luta por reconhecimento é contaminada de dentro por esse processo de aceleração, principalmente nas redes, provocando reações em cadeia rápidas e ferozes nos campos polarizados, movidas por percursos passionais como o da cólera (cf. Prado, Pereira e Prates, 2022, p. 99). O sujeito encolerizado se frustra em suas esperanças e entra num gradiente passional que leva ao descontentamento e eventualmente à agressividade. O efeito de rede faz aumentar as tensões, pois os algoritmos motivam a reunião em torno do aumento de tensões e atenções. (sobre o percurso da cólera ver tb. Greimas, 2014; Prado, Prates e Pereira, 2022).

Nas sociedades modernas as posições no mundo, como diz Rosa, ou seja, *status*, privilégios, estima e riqueza, são distribuídas numa luta competitiva, “de acordo com o mapa posicional que resulta do jogo competitivo” (Rosa, 2022, p. 84). Ora, essa competição é sobretudo por visibilidade e índices de atenção/recepção, que são capitalizados nas redes. Com isso, “os temores de falta de reconhecimento estão centrados na falha em alcançar a posição desejada” (*idem*, p. 85). Na tardomodernidade isso ganha um novo patamar:

Hoje não basta alcançar posições previamente fixadas num jogo competitivo: empregos e famílias não duram a vida toda, nem filiações políticas ou religiosas. [...] O reconhecimento (e tudo o que está implicado nele: riqueza, segurança, privilégios etc) é distribuído de acordo com a performance. [...] A luta por reconhecimento deixa de ser a respeito da posição para ser uma questão de performance; ter sucesso nessa luta não é mais a conquista de uma vida, mas sim algo cada vez mais disputado a cada dia. [...] O reconhecimento não acumula mais -- ele está sempre sob o risco de ser completamente desvalorizado pelo constante fluxo de eventos e pelas flutuações da paisagem social (Rosa, 2022, p. 85-86).

O reconhecimento é volátil na era da hiperconectividade em rede. Ele está sujeito às ondulações impostas pelas flutuações das pulsões e dos fluxos comunicacionais. Tudo, tanto na política, como na religião, de modo parecido com a economia, depende da performance comunicacional de cada instituição, religião, partido, celebridade etc. Mas isso não se faz sem a economia. Comunicação e economia estão intimamente associadas, mas comunicação nesse capitalismo do século 21 não é a produção do entendimento no espaço do comum.

Esse funcionamento hipermidiatizado do sistema que chamamos de capitalismo comunicacional canibal faz com que acontecimentos disruptivos, que poderiam reduzir os sofrimentos sociais, sejam apenas mais um componente da circulação sistêmica, em que os meios dinheiro, poder e influência dominam o cenário e impõem sua dinâmica desagregadora. Se a luta por reconhecimento é contaminada pelo processo de aceleração, como fazer para que os acontecimentos disruptivos possam engendrar mudanças progressistas? Para Badiou o acontecimento⁹ é uma mudança de alta intensidade, não apenas um fato ou uma mudança simples. Ele faz emergir o que era impossível e invisível na situação pré-acontecimental. Essa é a questão atual para os movimentos e partidos progressistas. A questão é: como enfrentar esse capitalismo canibal em época de hiperconexão midiatisada de modo a acontecimentalizar a vida, contra as tendências de reduzir tudo a uma economia predadora e devoradora dos âmbitos não econômicos, produzindo uma divisão entre humano e não humano, bem como dominação de gênero, expropriação e opressão racial, indígena e destruição ambiental?

Referências Bibliográficas

BADIOU, Alain. *Lógicas de los mundos: El ser y el acontecimiento 2.* Buenos Aires: Manantial, 2008.

9

Sobre o acontecimento ver Prado (2023, 2017a, 2017b).

- DEAN, Jodi. Tecnofeudalismo - uma defesa. *Blog da Boitempo*, 1 jun. 2022. Disponível em: <<https://blogdabotempo.com.br/2022/06/01/tecnofeudalismo-uma-defesa/>>. Acesso em: 10 jan. 2025.
- DEAN, Jodi. Communicative capitalism: circulation and the foreclosure of politics. *Cultural Politics*, v. 1, n. 1, p. 51-74, 2005.
- DARDOT, Laval. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DUNKER, Christian I. L. *Mal-estar, sofrimento e sintoma*. São Paulo: Boitempo, 2015.
- DURAND, Cédric. Para escapar do tecnofeudalismo. *Outras Palavras*, 6 fev. 2025. Disponível em: <<https://outraspalavras.net/tecnologiaemdisputa/para-escapar-do-tecnofeudalismo/>>. Acesso em: 6 fev. 2025.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: UnB, 2001.
- FONTENELLE, Isleide. *Cultura do consumo: Fundamentos e formas contemporâneas*. Rio de Janeiro: FGV, 2017.
- FRASER, Nancy. *Capitalismo canibal*. São Paulo: Autonomia Literária, 2024.
- HABERMAS, Jürgen. *Teoria do agir comunicativo*. 2 vol. São Paulo: Martins Fontes, 2012.
- HONNETH, Axel. *La sociedad del desprecio*. Madrid: Trotta, 2011.
- LACLAU, Ernesto. *A razão populista*. São Paulo: Três Estrelas, 2013.
- LÉVY, Pierre. *O que é o virtual*. São Paulo: 34, 1996.
- PRADO, José Luiz Aidar. Urgência e emergência no capitalismo comunicacional ou repensando a importância do reconhecimento. *Matrizes*, v. 18, n. 3, p. 221-235, set./dez. 2024.
- PRADO, José Luiz Aidar. Das multidões acontecimentais à política pós-acontecimental. *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros da USP*, São Paulo, n. 86, p. 86-64, dez. 2023.

PRADO, José Luiz Aidar. Circulação e midiatização capitalizadora nas sociedades hipermidiatizadas. In: FERREIRA, Jairo et al. (Orgs.). *Sapiens midiatizado: Conhecimentos comunicacionais na constituição da espécie*. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2022.

PRADO, José Luiz Aidar. Da captura pulsional ao acontecimento de corpo. In: BARROS, Laan Mendes de; MARQUES, José Carlos; MÉDOLA, Ana Silvia (Orgs.). *Produção de sentido na cultura midiatizada*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2020, p. 50-70.

PRADO, José Luiz Aidar. Da antipolítica ao acontecimento: o anarquismo dos corpos acontecimentais. *Revista CMC - Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, p. 10-30, 2017b.

PRADO, José Luiz Aidar. Reconhecimento tenso, acontecimento inaugural: na direção de outra comunicação. *Revista e-Compós*, Brasília, v. 20, n. 1, 2017a.

PRADO, José Luiz Aidar. *Habermas com Lacan*. São Paulo: Educ, 2014.

PRADO, José Luiz Aidar. *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais*. São Paulo: Educ, 2013.

PRADO, José Luiz Aidar; PEREIRA, Heloisa P.; PRATES, Vinicius. *Comunicação em rede na década do ódio: afetos e discursos em disputa na política*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2022.

PRADO, José Luiz Aidar; PRATES, Vinicius (Orgs.) *Sintoma e fantasia no capitalismo comunicacional*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

PRATES, Vinicius. *Um mapa da ideologia no antropoceno*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2020.

RANCIÈRE, Jacques. *O desentendimento*. São Paulo: 34, 1996.

ROSA, Harmut. *Alienação e aceleração*. Petrópolis: Vozes, 2022.

SENNETT, Richard. *A corrosão do caráter*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

ŽIŽEK, S. *The plague of fantasies*. London: Verso, 1997.

QUANDO O ACONTECIMENTO É O PRÓPRIO MEME: a nomeação do episódio “patriota do caminhão”

Viviane Borelli¹

Resumo

Objetivo do artigo é refletir sobre as complexas processualidades da midiatização e da circulação que afetam e são afetadas por acontecimentos como o episódio que ficou conhecido como “patriota do caminhão”. O fato inusitado de um homem pendurar-se à frente de um caminhão em movimento para impedir sua passagem durante protestos contra o resultado das eleições presidenciais de 2022 ganha *status* de acontecimento. Analisam-se fragmentos discursivos publicados em sites noticiosos e também dados coletados por meio do *Google Trends* para problematizar como se deu o processo de nomeação do episódio. A designação do termo “patriota” para se referir ao protagonista se deu pela ação de distintos atores sociais que se apropriaram do fato para produzir distintas discursividades, especialmente na forma de memes, como ato de resistência.

¹ Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Professora do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-graduação e do Departamento de Comunicação da UFSM. Email: viviane.borelli@ufts.br.

Palavras-chave: midiatização; circulação; acontecimento; meme; “patriota do caminhão”;

1. Introdução

Esta reflexão decorre de um percurso de pesquisa que envolve problemáticas relativas à midiatização, circulação e discursividades especialmente por meio de experimentações metodológicas que são realizadas coletivamente no âmbito do grupo de pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais (Cimid/UFSM/Cnpq) nos últimos sete anos². O texto integra o projeto de investigação guarda-chuva que está em curso na UFSM e é intitulado “Sociedades em midiatização: circulação, discursos e plataformas”³.

Tensionada pela temática do XIII Pentálogo “Do fato ao acontecimento: Travessias sociossemióticas”, essa proposta está em diálogo com o que foi refletido especificamente na mesa “Acontecimento e Midiatização”⁴. Naquele momento, dentre as questões de horizonte para o debate entre a professora Ana Paula da Rosa (UFRGS) e o professor José Luiz Aidar Prado (PUC-SP) estavam problematizar em que medida as complexas processualidades da midiatização tensionam os conceitos de acontecimento e como os acontecimentos influenciam e são influenciados pela midiatização.

A partir de perspectiva teórica que abrange discutir relações entre os conceitos de midiatização, circulação e acontecimento, bem como de experimentações metodológicas que vêm sendo realizadas por meio da utilização de softwares para coleta, tratamento e análise de textos,

² <https://www.ufsm.br/grupos/circulacaoestrategias>

³ <https://portal.ufsm.br/projetos/gerente/projeto/view.html?idProjeto=72806>

⁴ Na mesa “ACONTECIMENTO E MIDIATIZAÇÃO”, realizou-se a mediação dos debates entre o professor José Luiz Aidar Prado da PUC (SP) e a professora Ana Paula da Rosa da UFRGS (RS). O vídeo completo está no canal do Ciseco no Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=gaUc5AcfSAw&t=8s>. Sou grata a ambos por me provocarem a pensar nas relações entre os conceitos de acontecimento, circulação e midiatização.

elegeu-se como objeto de análise o episódio do “patriota do caminhão”. Tal episódio é inusitado em sua gênese, pois do ponto de vista da noticiabilidade possui valor notícia com potencialidade de transformar-se em acontecimento pela sua singularidade. O termo episódio designa uma complexidade de elementos que perpassam o fato em si, as leituras feitas por parte das mídias para construir as suas versões do acontecimento e as apropriações de distintos atores sociais pelas dinâmicas da midiaturização e da circulação.

Sobre o fato, é importante frisar que de forma concomitante, as imagens capturadas por pessoas que transitavam pela rodovia e pelo motorista do caminhão foram divulgadas tanto por mídias noticiosas quanto por canais no Youtube e por perfis pessoais - seja de amadores ou de influenciadores - no Twitter/X e Instagram. Dessa forma, adota-se a nomeação redes sociais midiática, proposta por Carlón (2018, 2022), para designar aquelas que se estruturam a partir de meios que tem sua base na Internet, como Facebook, Twitter, Youtube e Instagram. Para Carlón (2022, p.4), elas são ““redes de medios”: los medios que individuos, instituciones, fakes, trolls, colectivos y otros medios de comunicación, como los masivos, administran en ellas”.

Assim que as primeiras imagens do manifestante pendurado ao caminhão foram difundidas pelas mídias noticiosas, seja em emissoras de televisão, rádios, sites noticiosos, ou em distintos perfis em redes sociais midiáticas, elas foram rapidamente ressignificadas em circulação. Atores sociais apropriaram-se de tais imagens e produziram múltiplas semioses que tomaram forma em distintos memes. A mobilização foi tamanha que as mídias passaram a divulgar notícias sobre a repercussão do meme, produzindo-se outros acontecimentos.

Inicialmente como uma sombra projetada do fato (Mouillaud, 2012), o acontecimento que teve repercussão nacional pela sua singularidade foi ressignificado em função de afetações de complexas processualidades da midiaturização. Assim, o acontecimento passou a ser o próprio meme - que como matéria significante singular - tomou forma a partir de milhares de materialidades discursivas.

Como lembra Verón (1996, p. 126), em nossas análises, sempre trabalhamos com manifestações materiais - produtos. Ele enfatiza “partimos sempre de configurações de sentido identificadas sobre um suporte material (texto linguístico, imagem, sistema de ação cujo suporte é o corpo, etc) que são fragmentos da semiose”. Assim, para leitura de como se deu a nomeação do episódio “patriota do caminhão” vale-se de distintas materialidades discursivas.

Como procedimentos metodológicos, com vistas à reflexão de como se deu o processo de nomeação do episódio, foram coletados dados⁵ sobre os picos de pesquisa do termo “patriota” no *Trends do Google*. Fez-se, ainda, observações sobre as relações entre os acontecimentos - do fato aos memes - a partir de coleta de matérias jornalísticas que tematizaram tanto o fato quanto a intensa produção de memes. Essa coleta foi realizada pelo navegador Google, em 8 de outubro de 2023, em aba anônima (modo visitante) a partir de dois grupos de palavras-chave “patriota e caminhão” e “patriota, caminhão e meme”.

Após contabilizar ambas as coletas dos títulos, *links*, datas e as fontes em planilhas, passou-se a analisar algumas marcas discursivas (Verón 1996, 2004) com vistas a extração de pistas sobre os distintos modos através dos quais as mídias noticiosas produziram sentidos sobre o mesmo fato. O primeiro conjunto de palavras teve como resultado 145 notícias e o segundo, 73. Somando-se, chega-se a 218 matérias. Entretanto, analisando-se os dois grupos de termos, identifica-se 68 repetições, o que denota a estreita vinculação entre a repercussão de memes e o acontecimento construído pelas mídias a partir do ato de um homem subir no pára-choque de um caminhão e agarrar-se ao pára-brisa com o veículo em movimento. Os fragmentos discursivos extraídos para referência neste texto - especialmente os títulos de notícias - foram escolhidos a partir de leitura prévia do conjunto de dados que soma 82 matérias distintas.

⁵ Participaram da coleta: Mariana Antunes Rodrigues (Pibic/CpPq); Arthur Camponogara (Fipe Sênior CCSH), Lucas Felice Albano (Probic/Fapergs) e Letícia Ribeiro de Oliveira (Bolsista Capes/Mestrado Poscom). Meu agradecimento a todos/as pelo auxílio na coleta de dados.

Em momento posterior⁶, ainda vai ser analisada a repercussão do episódio a partir da utilização do software *Iramuteq* para análise de textos, como forma de experimentação que também foi utilizado em outras investigações (Borelli, Romero, Frigo, 2024; Romero e Borelli, 2024). Esta reflexão faz parte do projeto “Sociedades em midiatização: circulação, discursos e plataformas”, em desenvolvimento na UFSM, e está em diálogo com outras investigações realizadas no âmbito do grupo de pesquisa em que se está experimentando o uso de softwares para análise de textos e para visualização de dados em investigações que problematizem as processualidades da midiatização e da circulação (Borelli, 2024; 2025). Como vem sendo refletido, na área da Comunicação, a utilização de softwares como o *Iramuteq* - que possibilita que seja feita uma análise lexicométrica com geração de nuvem de palavras e de árvore máxima de similitude de termos - ainda é incipiente (Borelli, Wobeto, Romero, 2024).

O objeto faz parte de outras reflexões em que foram analisados os distintos memes em circulação, problematizando-se a representação do episódio do “patriota do caminhão” como ação coletiva no contexto das sociedades em midiatização (Borelli e Löfgren, 2023, 2024a e 2024b). Em função do foco deste artigo, não serão aprofundadas tais reflexões feitas a partir de outros ângulos analíticos e perspectivas teóricas.

A seguir, explica-se o contexto que envolve o episódio “patriota do caminhão” e sua construção como acontecimento para que depois seja possível refletir sobre as complexas processualidades da midiatização e da circulação que o transformam em distintas semioses (Verón, 1996, 2004, 2013). Mostra-se como se deu a nomeação do acontecimento pelas mídias a partir do tensionamento e da ação de distintos atores sociais que se apropriaram das imagens, produziram memes e os disseminaram por meio de ressignificações singulares. Como será problematizado, a

6 Encontra-se no prelo o artigo “Processualidades da circulação do episódio ‘patriota do caminhão’” - a ser apresentado no “1º Congreso de investigadores de/en plataformas”, organizado pelo professor Santiago Videla, que integra a Cátedra de Semiótica de las mediaciones da Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. Programação preliminar disponível em: <https://sites.google.com/sociales.uba.ar/1-congreso-plataformas/bienvenidos>

ação de distintos coletivos foi crucial para a nomeação do episódio como “patriota do caminhão”.

2. O contexto do fato inusitado

Em meio a protestos contra o resultado das eleições presenciais de 2022⁷, em que Lula havia sido ganhador no segundo turno, ocorrido no dia 30 de outubro, numa rodovia de Caruaru (PE), no dia 2 de novembro, um homem pendura-se na dianteira de um caminhão para evitar sua passagem. No quilômetro 132 da BR-232, em Caruaru, no agreste de Pernambuco, um defensor do ex-presidente, identificado como Júnior César Peixoto, tentou impedir a passagem de um caminhão, apoiando-se no para-choque e agarrando-se ao limpador de para-brisa pelo percurso de seis quilômetros (figura 1).

Figura 1 - imagem captada do caminhão em movimento⁸



Fonte: Wikipedia

⁷ Lula (PT) venceu Jair Bolsonaro (PL) com 50,90% dos votos válidos.

⁸ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Patriota_do_caminh%C3%A3o#/media/Ficheiro:Patriota_do_Caminh%C3%A3o.jpg. Acesso em: 21 jun. 2025.

Naquele momento, é preciso lembrar que ocorriam pelo Brasil manifestações pró-Bolsonaro. Os atos eram realizados em frente a sedes de quartéis do exército, próximo a outras instituições públicas, como Polícia Rodoviária Federal, quanto pelas ruas e rodovias brasileiras, com bloqueios parciais e totais. As mídias noticiosas faziam ampla cobertura dos atos contra o resultado das eleições, repercutindo aspectos que diziam respeito à questionável legalidade de tais manifestações, bem como afetações no cotidiano das pessoas em função de bloqueios de espaços públicos, especialmente as rodovias em função da crescente adesão de setores de transporte de carga.

O fato inusitado entra na cobertura midiática sobre os atos de bloqueio das rodovias e, de forma muito rápida e viral, distintos atores sociais apreendem a seu modo as imagens geradas em vídeo - por dois ângulos - a do motorista e de alguém que estava na estrada e que filma o caminhão em movimento (figura 1). Essas imagens são transformadas em outras tantas matérias significantes. Uma rápida pesquisa no Google com as palavras “patriota” e “caminhão” retorna aproximadamente 251 mil resultados totais⁹, sendo 170 notícias, 54.200 vídeos e milhares de imagens, especialmente na forma de memes produzidos por atores sociais e publicados no Twitter/X, Instagram, Tik Tok, Youtube em diferentes formatos.

3. A nomeação do acontecimento: entre o fato e a produção memética

Como dito, o fato incomum de um homem pendurado a um caminhão foi amplamente divulgado pelas mídias brasileiras. Emissoras de televisão, rádios, sites noticiosos e perfis de mídias no Twitter/X e Instagram, bem como em canais, Youtube noticiaram o ocorrido. Em produção, o fato entrou na agenda midiática do dia 3 de novembro juntamente a temas relacionados aos bloqueios nas estradas brasileiras. O fato

⁹ De acordo com coleta de dados realizada em 8 de outubro de 2023.

disputou espaços editoriais junto a outros temas do campo político, pois havia uma ampla cobertura sobre os protestos contra o resultado das eleições, bem como notícias sobre o possível destino de Bolsonaro com a posse de Lula.

Como define Mouillaud (2012a, p. 60), “Dizer “o que ocorreu” obriga selecionar certos dados e ligá-los, entre si, para formar um fio; então, “alto ocorreu”, figuras tornam-se manifestas no tecido existencial”. Assim, a partir da seleção de informações sobre o fato e de posse das imagens geradas por testemunhas e pelo motorista do caminhão, as mídias produziram narrativas em forma de texto, áudio, imagens estáticas e vídeos que enquadram um homem apoiado sobre o para-choque e que se agarra ao limpador de para-brisas do veículo. Para o autor “a forma e a informação se alimentam e destroem-se uma a outra” (Mouillaud, 2012a, p. 62), pois com o uso dos dados iniciais - imagens em movimento em dois ângulos - são produzidos fragmentos discursivos para construir o acontecimento.

Como lembra o autor, “A experiência não é reproduzível. Está ligada a um local, a um ponto do espaço e a um momento do tempo. Já o acontecimento é móvel” (Mouillaud, 2012a, p. 72). Dessa forma, o acontecimento é compreendido como um fragmento que é retirado de uma dada experiência e que necessita de mecanismos de leitura e interpretação para que possa ser inteligível.

O autor defende que fato e acontecimento possuem *status* diferentes. Para ele, “O “fato” é o paradigma universal que permite descrever os acontecimentos, uma regra da descrição dos mesmos (a codificação de toda experiência, seja qual for sua natureza e origem)” (Mouillaud, 2012b, P.85). Assim, o fato está ligado à ordem da experiência e de algo que ocorreu numa dada situação. O fato foi escolhido dentre outros tantos para passar por processos de leitura e ser transformado em um acontecimento singular.

Entende-se, portanto, que o fato diz respeito a uma espécie de núcleo gerador que possui características físicas, temporais, espaciais, culturais, sociais, ou seja, a ocorrência em si. Esse fato só passa a ser inte-

ligível a partir de distintas leituras sobre ele que podem ter como base registros, construções, interpretações. As mídias produzem múltiplas leituras sobre os fatos, construindo diferentes acontecimentos. Assim, concorda-se com Verón (1987, p.X), quando define que “os acontecimentos sociais não são objetos que se encontram já feitos em alguma parte da realidade e só existem na medida em que esses meios os elaboram”.

No caso analisado, notou-se que a nomeação do personagem como “patriota do caminhão” e, consequentemente do episódio, se deu a partir de complexas processualidades da midiatização, pois foi por meio da ação de distintos enunciadores em reconhecimento que as matérias significantes disponíveis passaram a ser apropriadas e ressignificadas. Como problematiza Fausto Neto (2018, p. 15), “Os efeitos intensos de tecnologias convertidas em meios, cujas lógicas afetam práticas sociais diversas, chamam atenção para possibilidades de interação nos quais seus pólos constituintes realizam, segundo horizontes imprevisíveis, o trabalho de transação de sentidos”. É nessa outra arquitetura comunicacional, como nomeia o autor, que as processualidades da midiatização geram, de forma complexa, transformações nos modos de circulação de sentidos.

É nesse cenário que o autor aponta para mutações na própria concepção de circulação. Para Verón (1996), que refletia sobre uma teoria das discursividades sociais nas décadas de 70, 80 e 90, tratava-se de um “entre” a produção e o reconhecimento, o que Fausto Neto (2018, p. 15) nomeia como “zona de passagem”. Pela dificuldade de rastrear e mapear pistas sobre o seu funcionamento, a circulação era compreendida como um intervalo, o nome da diferença entre as condições de produção e de reconhecimento, como definiu Verón (1996). Para ele, não havia “*huellas de la circulación*”, que poderiam se fazer visíveis na “*análisis como diferencia, precisamente, entre los dos conjuntos de huellas, de la producción y del reconocimiento*” Verón (1996, p. 129).

Ao problematizar as diferenças constitutivas entre as gramáticas de produção e as de reconhecimento, em distintos momentos de sua obra, Verón (1996, 2004, 2013) enfatiza a noção de diferença como a essência

da circulação. Ou seja, a produção de sentidos é um processo complexo no qual há indeterminações que escapam a uma atividade meramente formal de nossa atividade linguística e que está muito afastada de intencionalidades ligadas apenas ao sujeito enunciador. Assim, como refletido por Verón (1996), tanto a perspectiva funcionalista quanto a proposição dos atos de fala não conseguem dar respostas à complexidade que é inerente à comunicação e ao intercâmbio discursivo.

Foi a partir da mesma matéria significante - as imagens que foram produzidas e postas para circular-, que cada mídia passou a produzir notícias para dar inteligibilidade ao fato. Num primeiro momento, entre os dias 3 e 4 de novembro de 2022, os títulos e as notícias referem o personagem da ação como: “homem”, “bolsonarista”, “manifestante”, “apoiador”, “defensor”. Os títulos foram construídos com esses termos para designar o personagem, ora enfatizava o ato cometido por ele, como em “Vídeo: Manifestante tenta impedir caminhão de furar bloqueio e fica pendurado no para-brisa”¹⁰ ora o foco da ação recaía ao veículo: “Caminhão anda quilômetros com bolsonarista que se negou a sair pendurado no para-brisa”¹¹.

Tomando como base os preceitos de (Mouillaud, 2012b, p.68), observa-se que “os acontecimentos explodem na superfície da mídia sobre a qual se inscrevem como sobre uma membrana sensível. Mas põem em ressonância os sentidos que nela são inscritos”. A produção jornalística compôs sua enunciação a partir das imagens disponíveis e de textos que remetiam a distintos sentidos. A maioria dos sites noticiosos divulgou os vídeos dos dois ângulos disponíveis e também fizeram prints de ângulos específicos para evidenciar o fato inusitado.

Os verbos mais utilizados nos títulos para referir a ação foram “pendurar” e “agarrar”, com variações no local, como “em caminhão”, “em

10 Notícia do dia 4 de novembro, disponível em: <https://agorai.info/curiosidade/video-manifestante-tenta-impedir-caminhao-de-furar-bloqueio-e-fica-pendurado-no-para-choque/> Acesso em: 21 jun. 2025.

11 Notícia do dia 3 de novembro, disponível em: <https://g1.globo.com/pe/caruaru-regiao/noticia/2022/11/03/video-manifestante-se-pendura-em-caminhao-para-impedir-passagem-de-veiculo-durante-protestos-em-caruaru.ghtml>. Acesso em: 21 jun. 2025.

veículo”, “no pára-brisa”; “no para-choque”. Os verbos “pendurar” e “agarrar” remetem a uma iniciativa do personagem, denotando que o sujeito da ação concreta cometeu tal ato de forma voluntária e ativa. De outro lado, observa-se que outros verbos referiam que o bolsonarista estava “preso ao caminhão”, que “ficou pendurado” ou que “viajou pendurado”. Estes fragmentos discursivos retirados dos títulos mostram uma ação mais passiva e aparentemente involuntária.

A ênfase inicial das notícias produzidas estava no fato em si que fora arrancado de uma temporalidade e espacialidade específicas para compor o quadro enunciativo das mídias noticiosas. Do ponto de vista editorial, a divulgação ocorreu junto a outras matérias sobre os protestos contra o resultado das eleições presidenciais e o bloqueio de rodovias brasileiras.

Ainda com distintas nomeações para o personagem, as notícias sobre a repercussão das imagens e a produção de memes por distintos atores sociais e a apreensão por parte de figuras públicas já conhecidas no Brasil por apoiar o presidente Lula, como a cantora Anitta e o youtuber Felipe Neto, começam a ser divulgadas no dia 4 de novembro. Nesta data, os títulos passaram a referir especialmente o processo viral de produção de memes, como: “Bolsonarista que se pendurou em caminhão vira meme nas redes sociais”¹² e “Veja os melhores memes do bolsonarista no caminhão”¹³.

O personagem era até então nomeado majoritariamente como ‘bolsonarista do caminhão’. Entretanto, pela rápida disseminação de múltiplas semioses por parte de críticos aos protestos, a nomeação de “patriota do caminhão” inicia de forma tímida no dia 4 e torna-se predominante a partir do dia seguinte. Após o dia 5 de novembro, a ênfase das notícias passou a ser tanto a repercussão dos memes quanto o perfil

¹² Notícia do dia 4 de novembro, disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/11/04/interna_politica,1417109/bolsonarista-que-se-pendurou-em-caminhao-vira-meme-nas-redes-sociais.shtml. Acesso em: 21 jun. 2025.

¹³ Notícia do dia 4 de novembro, disponível em: <https://www.terra.com.br/byte/veja-os-melhores-memes-do-bolsonarista-no-caminhao,888122882feecd8b16721bed42b933839ky-9zrge2.html>. Acesso em: 21 jun. 2025.

do personagem, com títulos como ““Patriota do Caminhão”: conheça o bolsonarista que virou o meme dos protestos antidemocráticos”¹⁴. Distintas mídias publicaram notícias cujo foco era conhecer quem era o “patriota”, com abordagens sobre a vida privada, a profissão, o que publicava nos seus perfis no Facebook e Instagram. Ele também deu entrevistas para mídias, falando do fato em si - o protesto e o risco que correu, bem como do excesso de exposição e a decisão de deletar seus perfis nestas redes sociais midiáticas.

Tais mudanças editoriais observadas ao longo de três dias (de 3 a 5 de novembro) ocorreram porque havia um amplo movimento de atores sociais contrários aos protestos e que se apropriaram das imagens geradas do fato para elaborar matérias significantes no formato de distintos memes. Assim, para além da noticiabilidade do fato pelas mídias, o acontecimento passou por infinitas leituras no âmbito da circulação por meio de processualidades complexas das sociedades em midiatização.

No mesmo período em que o termo “patriota” passa a ser definido pelas mídias para nomear o episódio, ele atinge o maior interesse por pesquisas segundo dados do *Google Trends*¹⁵. Em novembro de 2022, a visualização da popularidade do termo atingiu seu ápice no dia 5 (figura 2¹⁶). De acordo com a organização de dados do *Google Trends*, os pontos no gráfico representam o interesse relativo de busca por determinado termo, considerando uma escala que vai do 0 ao 100 (pico de popularidade). O estado com mais buscas foi Pernambuco, local em que ocorreu o fato. Segundo a métrica, no dia 4, o índice foi de 61 e, no dia 6, de 78. Nos dias 7 e 8 de novembro, o índice ficou próximo aos 50.

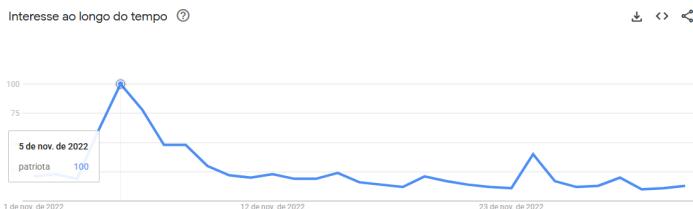
¹⁴ Notícia do dia 5 de novembro, disponível em: <https://www.brasil247.com/regionais/nordeste/patriota-do-caminhao-conheca-o-bolsonarista-que-virou-o-meme-dos-protestos-antidemocraticos>. Acesso em: 21 jun. 2025.

¹⁵ Sobre a ferramenta e suas funcionalidades, pode-se acessar: <https://trends.google.com.br/trends/>. A pesquisa no *Google Trends* foi realizada em outubro de 2023 e atualizada em junho de 2025.

¹⁶ Dados disponíveis em <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2022-11-01%202022-12-01&geo=BR&q=patriota&hl=pt>. Pesquisa em 14 de jun. 2025.

Depois, há uma queda constante, mantendo uma média de 25. Em 24 de novembro¹⁷, o índice de pesquisa subiu para 40.

Figura 2 - Interesse ao longo do tempo no Google pelo termo “patriota” em novembro de 2022



Fonte: *Google Trends*

Compreende-se que a nomeação do acontecimento pelas mídias se deu a partir do tensionamento da ação coletiva que na forma de mesmos nomeou o personagem como “patriota do caminhão”, o que acabou obrigando as mídias a usarem o mesmo termo para enunciar o acontecimento. O meme foi um dos que teve maior repercussão no Brasil em 2022¹⁸, sendo referido pelo museu dos memes¹⁹ como de autoria desconhecida, que repercutiu no Twitter, YouTube, Instagram e WhatsApp.

Como referido, a ação foi filmada em movimento tanto pelo motorista do caminhão quanto por pessoas que transitavam pela rodovia, tais imagens foram instantemente disseminadas em distintas mídias. Como problematizado por Borelli e Löfgren (2023, 2024a; 2024b), tais imagens foram rapidamente tomadas por apoiadores de Lula como ato simbólico de resistência política. Foi um momento singular de êxtase

¹⁷ No dia 24 de novembro, o presidente Jair Bolsonaro, voltou à cena pública e trabalhou no Palácio do Planalto por 5 horas depois de 19 dias recluso.

¹⁸ Ao final do ano, ele aparece nas principais retrospectivas de 2022. <https://gshow.globo.com/cultura-pop/viralizou/noticia/relembre-os-memes-que-movimentaram-as-redes-sociais-em-2022.ghtml>. <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/hashtag/2022/12/do-patriota-do-caminhao-a-tapioca-homofobica-relembre-os-memes-de-2022.shtml>. Acesso em: 21 jun. 2025.

¹⁹ <https://museudememes.com.br/collection/patriota-do-caminhao>. Acesso em: 21 jun. 2025.

para quem não concordava com o ex-presidente Jair Bolsonaro, que após quatro anos na presidência saiu derrotado.

Na ocasião, a ação coletiva foi uma resposta às tensões e disputas pós-eleições não apenas pelo questionamento do resultado das urnas, mas sobretudo pela ameaça à democracia. A apropriação dos fragmentos discursivos do “patriota do caminhão”, foi um momento único para a esquerda poder manifestar-se após as eleições, “em que o riso tornou-se uma ferramenta de celebração de vitória e de catarse coletiva assim como de resistência política diante das tensões e ameaças de golpes e atos antidemocráticos por parte dos bolsonaristas” (Borelli e Löfgren, 2024b, p.1).

As autoras compreendem o fenômeno memético a partir do conceito de interdiscursividade, pois se trata de uma atividade de produção de sentidos calcada em operações da ordem da interdiscursividade (Verón, 1996, 2004). Para elas, os memes produzidos pelos distintos atores sociais identificados com as lutas da esquerda representaram um momento único para comemorar a vitória de Lula sobre Bolsonaro, o primeiro presidente a não ser reeleito na história do Brasil. Entretanto, ao mesmo tempo em que promoveu uma certa sensação de alívio, acabou munindo “os bolsonaristas de ressentimento e raiva expressos em protestos e diversas ações no período pós-eleitoral” (Borelli e Löfgren, 2024b, p.12).

Em busca de pistas para compreender como o termo “patriota” foi escolhido para designar o episódio, fez-se uma pesquisa sobre seu uso no contexto brasileiro e, posteriormente, foi realizada uma análise da repercussão do termo através de mais dados extraídos do *Google Trends*. A seguir, apresenta-se algumas dessas pistas por meio da leitura de distintas materialidades discursivas.

4. A definição do termo “patriota” e a repercussão do episódio

Uma rápida pesquisa do termo “patriota” em diferentes dicionários on line²⁰ dá como resultado aspectos relativos ao amor à pátria, ao seu país de nascimento e ao serviço prestado a ele. Outra pesquisa sobre o mesmo termo no Google e que fora gerado com Inteligência Artificial (IA) destaca que no contexto brasileiro, “patriota” pode ter “diferentes significados e pode ser usado de várias maneiras, dependendo do contexto e do grupo que o utiliza”²¹. Se a mesma pesquisa for realizada em outra data e local, seja pela mesma pessoa ou por outra, retornarão outros resultados por vários motivos, entre eles os vieses algorítmicos, como amplamente problematizado por Gillespie (2018).

Dessa forma, olhar para a cultura e o contexto brasileiros é fundamental. Após a eleição de 2018, em Jair Bolsonaro foi eleito presidente, o termo foi sendo apreendido por seus apoiadores em diferentes instâncias. Em 2019, por exemplo, o empresário Luciano Hang anunciou sua frota “patriota”, com caminhões e jatos particulares com cores da bandeira brasileira. A frota de caminhões patriotas passou a transportar mercadorias das lojas Havan pelo Brasil, com eventos especiais, publicidade e notícias²². A “carreta patriota” é um item da seção de brinquedos da loja desde então. Outra empresa do setor de cargas e lo-

²⁰ <https://www.dicio.com.br/patriota/>; <https://dicionario.priberam.org/patriota> ; <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/patriota>

²¹ O que é patriota hoje no Brasil. https://www.google.com/search?sca_esv=9f44oc-30c3673019&q=O+que+%C3%A9+patriota+hoje+no+Brasil&sa=X&ved=2ahUEwjprf-jR9PCNAxUlLrkGHQo5ILgQ1QJ6BAgtEAE&biw=1366&bih=641&dpr=1 . Pesquisa realizada em 14 de junho de 2025, às 9h30.

²² Lojas Havan passam a usar frota com caminhões patriotas. In: <https://blogdocaminhoneiro.com/2019/09/lojas-havan-renovam-frota-com-caminhões-patriotas/> . Acesso em 14 de junho de 2025. Os 6 anos do primeiro caminhão da frota patriota foi comemorado em vídeo recente postado por Luciano Hang no seu perfil e da empresa no Instagram: <https://www.instagram.com/reel/DJgsUPsxdvs/> . Acesso em: 21 jun. 2025.

gística de Santa Catarina lança, em 2020, um “caminhão patriota” para o transporte de mercadorias²³.

Em 9 de novembro de 2022, a Agência Pública noticia que Hang havia enviado caminhões para manifestações que iniciaram no dia 30 de outubro em Santa Catarina²⁴. A matéria utiliza como fonte documento da Polícia Rodoviária Federal (PRF). Naquele momento de protestos pelo Brasil contra o resultado das eleições presidenciais, proliferam-se discursos de que os patriotas deveriam defender o Brasil. Tal prática discursiva estava no âmbito da cultura, espalhava-se em grupos de mensagens, formados no WhatsApp e Telegram, por exemplo. O termo “patriota” foi sendo apropriado pelo campo político em diferentes contextos²⁵. Como gerado pela IA do Google, no caso do Brasil: “alguns políticos, como Jair Bolsonaro, usam a ideia de patriotismo para defender suas políticas e criticar os opositores, alegando que eles não são “patriotas” ou que não defendem o país”²⁶.

Assim, o termo passou a ser associado aos defensores do ex-presidente que, contrários ao resultado das eleições, passaram a realizar protestos tanto em frente a quartéis quanto em estradas brasileiras. O apoio de empresários do setor de transportes e de autônomos para o bloqueio das rodovias era tema de notícias em diferentes mídias. Dessa maneira, em apropriação, a nomeação do episódio como “patriota do

²³ “Caminhão patriota” carrega mensagem de otimismo na CDC – Cargas e Logística. In: <https://blogdocaminhoneiro.com/2020/07/caminhao-patriota-carrega-mensagem-de-otimismo-na-cdc-cargas-e-logistica/>. Acesso em: 21 jun. 2025.

²⁴ Aliado de Bolsonaro, Luciano Hang enviou caminhões para ato golpista, segundo PRF. Disponível em: <https://apublica.org/2022/11/luciano-hang-enviou-caminhões-para-ato-golpista-segundo-prf/>. Acesso em: 21 jun. 2025.

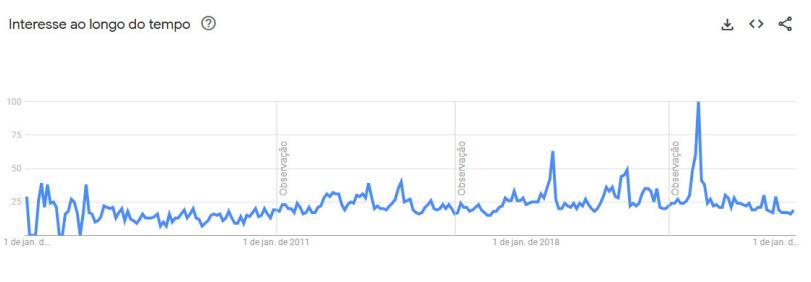
²⁵ No Brasil, “Patriota” (PATRI) foi um partido conservador e religioso de direita à extrema-direita, que existiu de 2011, com registro em 2012. Fundiu-se, em 2022, com o PTB e dissolveu-se em 2023. Disponível em: <https://www.correiobrasiliense.com.br/politica/2024/01/6780463-fusao-entre-patriota-e-ptb-gera-3-maior-partido-do-pais-com-102-mi-de-filiados.html>. Acesso em: 21 jun. 2025.

²⁶ O que é patriota hoje no Brasil. https://www.google.com/search?sca_esv=9f440c-30c3673019&q=O+que+%C3%A9+patriota+hoje+no+Brasil&sa=X&ved=2ahUKEwjprf-jR9PCNAXUlLrkGHQo5ILgQ1QJ6BAGtEAE&biw=1366&bih=641&dpr=1. Pesquisa realizada em 14 de junho de 2025, às 9h30.

caminhão” se deu a partir dessas distintas semioses que eram produzidas na complexidade do tecido social (Verón, 1996, 2004, 2013).

De acordo com os dados de popularidade de pesquisas na web, fornecidos pelo *Google Trends*²⁷ e que abrangem o período de janeiro de 2004 até junho de 2025, o termo “patriota” atingiu seu pico de popularidade em novembro de 2022 (100 pontos, como mostra a figura 3). Nos meses de outubro de 2022, o termo “patriota” atingiu 60 pontos e, em 2018, chegou a 57 pontos. Em ambas as datas, aconteciam as eleições presidenciais no Brasil²⁸, o que denota um crescimento de interesse pelo termo relacionado com as duas últimas eleições majoritárias no país.

Figura 3: Interesse ao longo do tempo no Google pelo termo “patriota” entre janeiro de 2004 e junho de 2025.



Fonte: *Google Trends*

Em novembro de 2022, entre as 25 pesquisas relacionadas ao tema, 23 possuíam relação com o episódio. As quatro primeiras buscas se referem diretamente ao episódio e a quinta diz respeito à sondagem de informações sobre “o que patriota” (figura 4). Das 23 menções, em 10 delas, o termo “patriota” foi complementado por outra palavra, como “caminhão” ou “caminhao”. Já os termos “patriota” e “caminhão” (e suas

²⁷ A pesquisa no Google Trends foi realizada em outubro de 2023 e atualizada em junho de 2025.

²⁸ Em 2018, Jair Bolsonaro (PSL) venceu Fernando Haddad (PT).

derivações como as duas palavras juntas ou “patriota no caminhão”) foram relacionados ao termo “meme” em 8 buscas. Cinco pesquisas estavam relacionadas à busca de informação sobre o conceito de patriota, como: “o que é ser patriota” ou “significado patriota” ou “patriota brasil”. As únicas duas buscas que não possuíam relação direta com o episódio referiam o nome de pessoas (“Alvinho” e “Marcelo”²⁹). Essas métricas denotam que os atores sociais estavam em busca de informações que pudessem aclarar do que se tratava o episódio e que materializaram suas questões de de distintas formas³⁰.

Figura 4: Principais pesquisas relacionados ao termo “patriota” em junho de 2025



Fonte: Google Trends

²⁹ Pesquisa no Google realizada em 2 de julho de 2025 aponta que o primeiro nome trata-se de um escritório de advocacia e o segundo é um blog.

³⁰ O Google Trends registra todas as formas linguísticas, sem correção ortográfica.

No *Google Trends* também é possível encontrar métricas relativas aos principais assuntos relacionados ao termo “patriota”. Com 100 pontos na escala, está o termo “patriotismo”; o segundo é “caminhão” (90); o terceiro é “patriota” (36); o quarto é “patriota do caminhão” (27); o quinto é “o patriota” (15) e o sexto é “meme” (15). Os demais assuntos relacionados representam menos de 10 pontos na escala.

A partir da pesquisa de popularidade no *Google Trends*, percebe-se que as buscas pelos termos relacionados ao “patriota do caminhão” é um fenômeno repentino tanto na ascensão quanto na queda. As quatro principais pesquisas feitas em novembro de 2022 com o termo “patriota” demonstram essa súbita emergência³¹. A seguir, algumas considerações a título de conclusão da reflexão aqui proposta.

6. Considerações

Como problematizado, devido às múltiplas apropriações em reconhecimento, o fato tomado pelas mídias e lido por meio de inesgotáveis apreensões (Mouillaud, 2012b) logo se transformou em inúmeros mesmos que possuíam alguma relação com o episódio “patriota do caminhão”. O fato - um homem apoiado ao pára-choque e que se segura no pára-brisas de um caminhão em movimento - passou por múltiplas leituras pelas mídias que o transformaram em distintos acontecimentos. Entretanto, a elaboração de memes resulta de um trabalho criativo e coletivo de distintos atores sociais que produzem materialidades discursivas em dinâmicas complexas da midiatização e da circulação.

Com a repercussão, foi difícil separar o acontecimento do meme, já que foi observado que as fronteiras entre ambos estão borradadas e são pouco definidas. Com o mecanismo de busca do Google, ao serem pes-

³¹ Fonte: *Google Trends* (2025). Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=today%205-y&geo=BR&q=patriota%20caminh%C3%A3o,patriota%2odo%20caminh%C3%A3o,patriota%20caminhao,patriota%2odo%20caminhao&hl=pt>. Acesso em: 14 jun 2025.

quisadas somente as palavras “patriota” e “caminhão” e, depois, com o acréscimo de “meme”, foi observado nas coletas de notícias que haviam repetições de matérias jornalísticas, complexificando-se o acontecimento. No início, as notícias enfatizavam o fato incomum, mas com a disseminação das imagens in loco e a intensa produção memética, passou-se a noticiar as atividades discursivas construídas em circulação.

Dessa forma, o acontecimento é o próprio meme, pois a definição do termo “patriota” para designar o protagonista do fato se deu pela ação de distintos atores sociais - sejam eles constituídos em coletivos que eram contra os protestos, pessoas anônimas ou por figuras públicas apoiadoras do presidente eleito. Por meio de dinâmicas complexas em circulação, o fato foi sendo apropriado para que fosse possível produzir ressignificações como um ato de resistência contra apoiadores de Bolsonaro, derrotado nas eleições presidenciais.

De acordo com o interesse pela pesquisa do termo “patriota” no *Google Trends*, há picos no mês de outubro de 2018 e de 2022, justamente quando aconteciam as eleições presidenciais. Identificou-se que o ápice pela busca do termo ocorreu em novembro de 2022 e que tal emergência do interesse pelo termo “patriota” estava relacionado ao episódio aqui analisado. Há, assim, indícios de que a intensa apropriação, produção e ressignificação de sentidos sobre o “patriota do caminhão” em circulação corroborou com a emergência do interesse na busca por informações e referências do que se tratava.

Como abordado em reflexões anteriores, diante de tamanha tensão em função dos protestos contra o resultado das eleições e o desrespeito à democracia, coletivos se organizaram e produziram memes para que fosse possível sorrir e resistir (Borelli e Löfgren, 2023, 2024a; 2024b). Pelas dinâmicas da midiatização, foi em circulação que ocorreram múltiplas apropriações por parte de distintos atores sociais que ressignificam o fato e o transformam em memes por meio de interdiscursividades.

O fato inusitado teve ampla repercussão nas mídias noticiosas e em redes sociais midiáticas e a sua nomeação se deu pela intensa atividade

discursiva em circulação. Assim, reitera-se que complexidades de múltiplas ordens afetam e são afetadas pelas dinâmicas da midiatização e da circulação, nos desafiando a olhar e a interpretar fenômenos comunicacionais com inspiração na sociossemiótica.

Referências Bibliográficas

BORELLI, VIVIANE. A problematização teórico-metodológica nas pesquisas de circulação e plataformas In: *Plataformas, algoritmos e IA: questões e hipóteses na perspectiva da midiatização*, ed.1. Santa Maria, RS: Facos, 2024, v.1, p. 199 - 218.

_____. Experimentação metodológica: desafios e potencialidades nas pesquisas em midiatização e circulação. Anais do VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. 2025, V. 1, n. 7. Disponível em: <https://midiatricom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-resumos/article/view/1932>. Acesso em: 18 jun. 2025.

BORELLI, Viviane; LÖFGREN, Isabel. "Around the World with the Truck Patriot: Memetization and the Circulation of Laughter in the 2022 Post-Election Period in Brazil". In Caffagni, L., Löfgren, I., Martins, G., Sartoretto, P. (eds.) *The Planalto Riots: The Making and Unmaking of a Failed Coup in Brazil*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2024a, p. 35-57. Acesso em: 18 jun. 2025.

_____. #patriotadocaminhão: a Memetização e a Circulação do Riso como Ato de Resistência Política. Anais do VI Seminário International de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais - Antropoceno, classificações e ambiente. V. 1 n. 6, 2024b. Disponível em: <https://midiatricom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-resumos/article/view/1638/1504>. Acesso em: 18 jun. 2025.

_____. Quando o Brasil voltou a rir: a circulação do meme “Patriota do Caminhão”. Anais do ABCIBER XVI - SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, ISSN: 2175-2389. 2023. Disponível em <https://abciber>.

org.br/simposios/index.php/abciber/abciber16/paper/view/2240. Acesso em: 18 jun. 2025.

BORELLI, V.; ROMERO, L. M.; FRIGO, D.. Circulation of meanings in news about pandemic deaths in Brazil. **MATRIZES** (ONLINE). v.18, p.239 - 263, 2024.

BORELLI, V.; WOBETO, S.; ROMERO, L. M.. O uso de softwares para análise e visualização de dados nas pesquisas em comunicação In: **Métodos, práticas e análises em comunicação e mídia**: volume II, ed.1. Campina Grande, Paraíba: EDUEPB, 2024, v.2, p. 153 - 176.

CARLÓN, Mario. A modo de glosario. **DeSignis**, n. 37, p. 255-262, 2022.

CARLÓN, Mario. Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea. In: FERREIRA et al. **Entre O Que Se Diz E O Que Se Pensa**: Onde Está A Midiatização? Santa Maria: FACOS-UFSM, 2018. p.63-99. Disponível em: <https://www.ufsm.br/editoras/facos/entre-o-que-se-diz-e-o-que-se-pensa>.

FAUSTO NETO, A. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma**, v. 6, n. 2, p. 08-40, 7 jul. 2018.

GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. **Parágrafo**, v. 6, n. 1, p. 95-121, 2018.

MOUILLAUD, Maurice. A informação ou a parte da sombra. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2012a. P.55-65.

_____. A crítica do acontecimento ou o fato em questão. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2012b. P.67-100.

ROMERO, L. M.; BORELLI, V.. Articulação entre métricas e dados textuais como experimentação metodológica para estudos em circulação. **INTERCOM: REVISTA BRASILEIRA DE CIENCIAS DA COMUNICACAO**. v.47, p.1 - 11, 2024.

VERÓN, E. **Fragments de um tecido**. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.

_____. **La semiosis social**. Fragmentos de uma teoria de la discursividad. Barcelona: Gedisa, 1996.

_____. **La Semiosis Social 2: Ideas, momentos, interpretantes**. 1º ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2013._____. **Construir el acontecimiento**. Buenos Aires: Gedisa editorial, 1987.



ACONTECIMENTO E JORNALISMO

QUANDO A DESINFORMAÇÃO FAZ O “ACONTECIMENTO ENCHENTES NO RS”: de um acontecimento climático a um acontecimento jornalístico¹

Paula de Souza Paes²

Resumo: Sob o prisma das enchentes ocorridas no Rio Grande do Sul (RS), no Brasil, em maio de 2024, esta contribuição observa como os conteúdos desinformativos agem no que tem o mérito de ser chamado de “acontecimento”. O objeto de análise é a leitura desse acontecimento no RS pelos desmentidos dos checadores da *Lupa* e do *Aos Fatos*. Como lembra Champagne (2000), há de se pensar o acontecimento a partir de lógicas sociais que conformam uma espécie de sincronização e focalização jornalística sobre determinado fato. Consideramos que os conteúdos desinformativos interferem no “acontecimento”, já que as verificações estão no seio de um

¹ Este texto foi desenvolvido como desmembramento do projeto de pesquisa intitulado “Governança na Internet na Paraíba e democracia: impactos da datificação e das plataformas digitais nas esferas da política, da informação e da comunicação”, com financiamento CNPq e FAPESQ-PB (2021-2024).

² Universidade Federal da Paraíba; Professora do Departamento de Jornalismo; e-mail: paulasouzapaes@gmail.com

movimento, que se estende nas mídias sociais a partir de interações online que esse acontecimento provocou e foi reapropriado pelos públicos. Nessa dinâmica, as enchentes são objeto também de estratégias que buscam definir-las como um “não-acontecimento”.

Palavras-chave: Acontecimento; acontecimento jornalístico; enchentes; desinformação: Agência Lupa; Aos Fatos.

1. A noção de acontecimento e as dinâmicas desinformativas

O que faz com o que um acontecimento climático se torne um acontecimento jornalístico com abrangência nacional? Com o objetivo de trazer algumas pistas de reflexão que respondam essa pergunta, retoma-se a escrita deste texto, previamente apresentado no 13º Pentálogo “Do fato ao acontecimento: travessias sociossemióticas” ocorrido em 2024. Retomar a escrita sobre o acontecimento das enchentes no Rio Grande do Sul no momento em que ele faz 1 ano (em maio de 2025) é uma oportunidade para discutir a noção de acontecimento, seus ciclos e os usos memoriais a que é submetida.

Parte-se do pressuposto de que os conteúdos desinformativos contribuíram para fazer das enchentes um acontecimento midiático nacional, para qual os esquemas de percepção dos jornalistas - e jornalistas-chechadores- se convergiram em um determinado intervalo de tempo. Para os jornalistas, um acontecimento é um fato notável, inédito ou incomum, que merece destaque (“manchete”) e um tratamento especial. Patrick Champagne define assim: “l'événement, pour les journalistes, est ainsi un fait lié à l'actualité qui est d'abord constitué comme information, qui est en train (ou qui va) se passer et qui est considéré sur le moment par les journalistes comme suffisamment important pour faire l'objet d'une présentation particulière et valorisante (titre sur cinq colonnes en « une » avec, très souvent, un dossier « événement » et une ouverture par les journaux télévisés)” (2000, s.p.).

Para os jornalistas-checadores, que trabalham exclusivamente para sites ou agências de checagem, há outro entendimento do que deve ser verificado ou ainda o que merece (ou não) atenção jornalística. Pelo monitoramento sistemático que fazem das plataformas digitais, eles ampliam o espectro dos acontecimentos, principalmente pela busca de mentiras ou conteúdos virais podendo conter fraudes e golpes, bem como de repercussões do acontecimento no meio político, cultural, científico etc.

O que é verificado pelo checadores normalmente rompe com os enquadramentos jornalísticos em curso e com o funcionamento típico das mídias. As verificações das enchentes estão no seio de um movimento online, iniciado a partir de um acontecimento inédito na região (considerada a maior enchente da história do RS), que se estende nas mídias sociais a partir de interações online que esse acontecimento provocou e foi reapropriado pelos públicos dessas mídias, bem como pelas mídias tradicionais. Logo, podemos considerar que os conteúdos desinformativos interferem no que tem o mérito de ser chamado de “acontecimento”. Eles também fornecem um quadro de leitura sobre as enchentes, já que dizem respeito a lógicas e processos que estão inseridos em uma situação comunicacional específica que é indispensável para interpretar a emergência pública, política e midiática desse acontecimento.

Porém, é importante considerar que o acontecimento é, antes de tudo, uma reviravolta na ordem das coisas, ele provoca uma ruptura na inteligibilidade que vai muito além do campo midiático e jornalístico. Jocelyne Arquembourg (2006) ao analisar a cobertura midiática do tsunami que ocorreu na Indonésia e na Tailândia em 2004 demonstra como o acontecimento é revelador de um conjunto de relações simbólicas no sentido fotográfico do termo e não como um espelho que deforma a realidade. Isso porque o tratamento midiático de um acontecimento implica valores e normas coletivas que ele desfaz e recompõe à medida que o acontecimento mobiliza procedimentos de interpretação. Nesse sentido, qualquer definição do que constitui um acontecimento midiático inclui a dimensão do olhar do público.

Arnaud Mercier (2017) se junta a Arquembourg ao reconhecer que um acontecimento dura enquanto produz efeitos e, muitas vezes, se estende

muito além do tempo do seu surgimento. Ele continua a afetar a sociedade mesmo depois que a mídia para de falar sobre ele. Isso ocorre porque um acontecimento é caracterizado pela ruptura que causa nos estilos de vida e nas representações sociais, por uma quebra de inteligibilidade.

Para Jean-Pierre Esquenazi (2002), os acontecimentos são sistemas de explicação que abarcam uma sequência de notícias. Eles implicam em um conjunto de conhecimentos, julgamentos e valores que estão longe de serem automaticamente compartilhados pelo público como um todo. Há, portanto, condições sociais que permitem que determinado acontecimento atraia mais atenção da mídia do que outros. Como lembra Patrick Champagne (2000) há acontecimentos, muitas vezes mais insignificantes do ponto de vista político e social, mas muito mais lucrativos em termos de vendas (por exemplo, o acidente de carro que custou a vida de Lady Diana em 1997), que viram manchete em todas as mídias e, portanto, são impostos a todos os jornalistas devido às expectativas de informação que se cria entre o público. Um acontecimento é parte integrante de um tecido narrativo que o explica e o que está em disputa é justamente quem define o acontecimento e quais são as explicações evocadas sobre ele.

2. A escrita do acontecimento pela desinformação

A definição de um acontecimento abre um espaço de “luta”: há mecanismos para “fazer um acontecimento” e os diferentes usos da tecnologia (para se informar, produzir informação, checar, interagir, comentar etc.) transforma os mecanismos sociais que estavam em funcionamento nas décadas anteriores (Mercier, 2017), sobretudo a temporalidade midiática, cada vez mais pressionada pela urgência. Esses usos desempenham um papel importante na ação de tornar um acontecimento um acontecimento midiático sem passar necessariamente pela mediação dos jornalistas.

A emergência mundial de agências de checagens vem na esteira dessa dinâmica de mudanças desde o início da década de 2010. Nos últimos anos

têm proliferado no Brasil diversas iniciativas digitais de *fact-checking* paralelamente a crescente crise de credibilidade na imprensa (Lelo, 2022).

A expressão *fact-checking* é definida neste capítulo como um conjunto de práticas especializadas, muitas delas automatizadas, em verificação de fatos, que se distingue da checagem rotineira dos acontecimentos e das fontes realizada de maneira invisível e sistemática pelos meios noticiosos. Ou seja, ao invés de uma verificação exaustiva e sistemática do conteúdo jornalístico *a priori*, trata-se agora de verificações *a posteriori* (Bigot, 2017).

Muitas pesquisas nacionais e internacionais consideram as práticas de checagem como um sub-gênero jornalístico e também como uma prática prestigiosa que defende os ideais da profissão. Como lembram Graves *et al.* (2016), as preocupações dos jornalistas com o status da profissão e com os valores profissionais parecem ser as principais responsáveis pelo crescimento do *fact-checking*, ainda que apontem também, mas com menos peso, para as pressões econômicas. Se nos atermos à discursos autorreferenciais desses dispositivos de verificação de fatos, seu objetivo principal é, em nome do jornalismo de qualidade, distinguir o verdadeiro do falso no que é apresentado como notícia.

Colussi *et al.* (2024) observam que as estratégias de desinformação e a desordem informativa – que varia entre *misinformation*, *disinformation* e *malinformation* (Wardle, 2017) - tornaram-se mais sofisticadas com a combinação de inteligências artificiais, algoritmos e *bots* para a produção e disseminação de conteúdo falso (Barredo *et al.*, 2021), com o objetivo de enganar, confundir ou influenciar a opinião pública (Wardle; Derakhshan, 2018). Essas estratégias são frequentemente empregadas para obter benefícios políticos (Canavilhas *et al.*, 2019), econômicos ou sociais (Rodríguez Pérez *et al.*, 2021). As redes sociais e as plataformas de mensagens instantâneas se tornaram os espaços mais usados para campanhas de desinformação. Enquanto o WhatsApp ganhou destaque durante a eleição presidencial brasileira de 2018, quando pacotes de notícias falsas foram compartilhados em grupos nesse aplicativo (Canavilhas; Colussi, 2022), o X (antigo Twitter) tem sido visto como um canal para a disseminação de desinformação parlamentar (Campos Domínguez *et al.*, 2022).

Somam-se a essa dinâmica o anonimato e os *bots* que, aliados à inteligência artificial e aos algoritmos, geram bolhas de filtros (Pariser, 2017). Para Morozov (2016), os novos filtros e as práticas algorítmicas trazem problemas e consequências para a opinião pública. O *Facebook* e o *Instagram*, por exemplo, configuram-se como espaços on-line controlados por algoritmos que tentam mostrar o conteúdo de acordo com a forma de pensar do usuário (Bucher, 2016). Relacionadas a esse fenômeno estão as câmaras de eco, que estão interconectadas com estratégias de desinformação (Törnberg, 2018). Essa dinâmica geralmente ocorre em grupos homogêneos com preferência pela autoconfirmação, onde *hoaxes* e *fake news* são incentivados. É um espaço propício para a promoção de grupos polarizados que evitam perspectivas, informações ou opiniões contrastantes (Rodríguez, 2017). Essas dinâmicas que ganham forma com as novas tecnologias da internet podem mudar, alterar ou reforçar os mecanismos sociais e midiáticos que fazem um acontecimento ganhar visibilidade pública. Como é o caso das enchentes no RS em que sua midiatização passou pela circulação intensa de conteúdos mentirosos, informações de sites pseudocientíficos com desinformação climática, discurso de ódio contra movimentos socioambientais, além do negacionismo climático que se baseiam em teóricas conspiratórias e rumores (Netlab, 2022), mesmo sendo o Rio Grande do Sul uma região com tradição na luta ecológica (Dornelles, 2008). As mudanças climáticas são particularmente afetadas pela desinformação científica, resultando em consequências como a erosão da confiança em autoridades científicas.

A escrita do acontecimento pela verificação dos conteúdos des informativos se complexifica com os usos de sistemas de inteligência artificial e diz respeito a diferentes lógicas - que interferem nas práticas jornalísticas e na inteligibilidade de um acontecimento -, sobretudo podemos citar: a urgência absoluta na produção de informação; a capacidade de uma mensagem veiculada em uma conta pessoal nas redes poder viralizar e receber grande cobertura da mídia, tornando-se um acontecimento; o jornalismo declaratório em que a declaração de uma figura pública se torna um acontecimento em si (Mercier, 2017), entre outros.

3. Dois eixos de leitura do acontecimento

Com o objetivo de analisar os desmentidos que circularam pelas principais agências de checagem no Brasil durante as enchentes, estabelecemos um recorte temporal (03 de maio a 25 de junho de 2024) e quatro categorias para análise (tema principal; fontes; os procedimentos adotados, a saber práticas e estratégias de monitoramento multiplataforma, e o selo da checagem). Através da própria busca que os seus respectivos sites oferecem, foi possível coletar não só as checagens, como também as análises e outros materiais que tinham vínculo com esse acontecimento. Através de palavras-chave (enchentes no Rio Grande do Sul; tragédia no Sul; tragédia no RS), foram coletados 150 conteúdos (68 da *Aos Fatos* e 82 da *Lupa*)³.

É importante descrever o modelo de negócio dos nossos objetos empíricos. *Aos Fatos* e a *Lupa* não dependem de receitas publicitárias. Segundo Petters (2020, tradução nossa), essas mídias vendem conteúdo verificado para outros meios de comunicação brasileiros ou estrangeiros e participam de projetos encomendados e financiados por atores privados, incluindo Google e Facebook. Além disso, *Lupa* e *Aos Fatos* dependem de doações e crowdfunding (as porcentagens dessa dependência não são divulgadas por elas), o que também exige que elas busquem constantemente credibilidade aos olhos do público, que são seus apoiadores reais ou potenciais. A *Lupa* alega ter recebido apoio financeiro da editora Alvarenga, que foi fundada por um banqueiro e é proprietária de outras mídias. Porém, não são claras as relações entre os conteúdos produzidos por essas duas mídias e o financiamento privado que recebem.

A escrita do acontecimento pela verificação dos conteúdos desinformativos revela dois eixos de leitura das enchentes que serão aqui problematizados. O primeiro deles é que as enchentes são objeto de especulação a partir da mobilização de grupos articulados na web que fomentam teorias da conspiração e desinformação climática. Os conteúdos especulam sobre as causas das enchentes e trazem perspectivas ditas “alternativas” ao con-

³ O corpus foi analisado anteriormente sob uma outra perspectiva, a questão de credibilidade nas práticas de checagem (Paes; Carvalho, 2024).

senso científico: “A nação está sob ataque orquestrado de seres trevosos, malignos e satânicos”; “Negacionistas associam enchentes no RS a ‘arma ultrassecreta’ chamada Haarp”.

Segundo a *Lupa* (Rômany, 2024, s.p.), muitas das postagens citam o furacão Katrina, que atingiu os Estados Unidos em 2005, como um exemplo de evento climático extremo causado pelo Haarp. “As redes sociais também já chegaram a disseminar que o ex-presidente Barack Obama teria utilizado esse transmissor para criar artificialmente o furacão Sandy, em 2012, com o suposto objetivo de se mostrar como ‘verdadeiro’ líder e ganhar respaldo para vencer mais uma vez as eleições norte-americanas daquele ano”.

A visibilidade pública das inundações é reforçada pela sua capacidade de gerar um elevado número de imagens (e, consequentemente, de emoções), já que mostra concretamente o que está acontecendo e a crueldade das enchentes de forma explícita. As imagens chegam também das próprias vítimas ou de pessoas próximas a elas, o que aumenta a identificação do espectador. Ataques, crimes e injustiças têm maior probabilidade de serem noticiados quando há imagens para mostrá-los, como lembra Mercier (2017).

O foco dos conteúdos verificados é tanto nas causas das enchentes (o acontecimento teria sido criado com algum propósito) quanto nas consequências do acontecimento e giram em torno de emoções como pânico e medo; (especulações e rumores sobre apagão de energia elétrica, sobre a fabricação de chuvas propositalmente, falta de mantimentos, sobre a falta do arroz no país e também sobre a qualidade desse alimento que seria supostamente importado da China). As estratégias de verificação dos checadores consistem em demonstrar que as teorias conspiracionistas não são possíveis de comprovação e que, portanto, são falsas.

Chama atenção a produção, tanto pela *Aos Fatos*, quanto pela *Lupa*, de textos com análises e explicações que fogem da checagem propriamente dita, trazendo uma interpretação da realidade (com alguns textos escritos em primeira pessoa) por meio de investigação mais aprofundada (com diferentes tipos de dados para contextualização sobre as causas das enchen-

tes e histórico de chuvas) e recursos visuais (gráficos, mapas, fotos) (Veja, 2024; Macário, Becker, 2024).

3.1 Novas mediações: políticos, influenciadores e celebridades

Mais de 45% dos 150 conteúdos checados são sobre política, seja em referência ao governo federal, estadual ou municipal, sendo a maioria dos conteúdos (todos em tom negativo) aparecem ora de maneira “personalizada” na figura, principalmente, do atual presidente da República ou de seus ministros (sobretudo o ministro chefe da Secretaria de Comunicação Social, Paulo Pimenta), ora de maneira “generalizante” contra posicionamentos típicos da esquerda ou direita ou ainda contra a reputação de personalidades cujas posturas políticas são de conhecimento público, como observamos mais à frente.

É evidente como as notícias falsas de cunho político expõem a rivalidade entre esquerda e direita, esta última representada pelas pautas do bolsonarismo ou por figuras que apoiaram o governo Bolsonaro (Elon Musk, Luciano Hang, entre outros). Fucks e Marques (2022) observam que a polarização pode assumir uma feição personalista, reforçada por um contexto de polarização afetiva, ou seja, pelo aumento da desafeição entre grupos políticos rivais.

A polarização afetiva é explícita em praticamente todas as checagens e ela dialoga com os conteúdos desinformativos sobre o clima: seja em ataques diretos a determinadas figuras (políticas, empresários e celebridades e influenciadores) e também a países que representariam “o comunismo” (como a China); seja a ataques a visões de mundo, geralmente associadas à esquerda e a um discurso progressista.

Chama atenção nos conteúdos verificados a presença de influenciadores-celebridades (Pablo Marçal, Felipe Neto, Madonna, entre outros) e empresários (principalmente Elon Musk e Luciano Hang) que adotaram posicionamento político explícito publicamente, seja de esquerda e

em apoio à eleição de Lula em 2022, seja de direita e extrema-direita em apoio à reeleição de Bolsonaro. Os desmentidos envolvendo essas figuras evidenciam não apenas suas posturas em relação ao jogo político, mas como estas legitimam suas trajetórias profissionais no cenário cultural, empresarial ou do entretenimento.

O posicionamento dessas “celebridades” durante as enchentes é revelador de um fenômeno de penetração da política em diferentes campos sociais, sobretudo a cultura e o setor do entretenimento. De certa forma, essa dinâmica evidencia como as decisões políticas dizem respeito também à relação que se pretende estabelecer com os públicos, com a sua mobilização através de figuras públicas não especializadas ou não pertencentes à esfera política. É de certa forma uma maneira de exercerem um certo controle sobre a agenda midiática.

Assim, o segundo e último eixo de leitura se refere ao processo de celebração (Simões; França, 2020), processo socialmente situado em que se produz e se reverencia figuras de referência (França, 2014) e as disputas por reputação na web principalmente por “celebridades ordinárias” (Serralle, 2020). Devido à potencialidade das celebridades e influenciadores na mobilização de públicos, vários casos de golpes e fraudes (como promoção falsa de vendas de produtos da loja Havan, cujo dono é Luciano Hang) foram desmentidos pelos checadores.

4. Considerações finais

Um acontecimento climático, como o que ocorreu em maio de 2024 no estado do Rio Grande do Sul, pode se tornar um vetor de mobilização intensa online a ponto de virar um grande acontecimento midiático e jornalístico, mas que passa a ser objeto também de estratégias que buscam definir-lo como um “não-acontecimento” ou um acontecimento que, através de falsos elementos que descrevem e justificam a sua existência, sofre tentativas de ressignificação. Os conteúdos falsos e enganadores verificados pela *Aos Fatos* e pela *Lupa* reforçam esse argumento, visto que são materiais

que se espalharam pela web sendo objeto de mobilização de diferentes grupos (negacionistas do clima; desinformativos; grupos que aplicam golpes e fraudes etc.) que contaram também com ajuda de robôs, impulsionamento pago etc. Há nos conteúdos enganosos tentativa de “factualizar” (Arquembourg, 2006) o “acontecimento enchentes”, reduzindo-o a um fato (chuvas abundantes) ou a vários fatos (uso político, golpes e falcatrucas).

Os jornalistas-checadores tentam ajustar o “discurso” e o mundo. Mas como ressalta Lewandowsky (2021) quando se trata da desinformação climática, as práticas de verificação podem, muitas vezes, corrigir percepções errôneas dos fatos, mas não podem mudar atitudes ou preferências políticas. Isso mostra os limites da atuação das mídias de *fact-checking*, principalmente diante de um contexto caracterizado pelo fortalecimento da desintermediação da comunicação política, por discursos populistas cada vez mais performantes e um processo de polarização afetiva.

Referências Bibliográficas

- ARQUEMBOURG Joselyne. De l'événement international à l'événement global : émergence et manifestations d'une sensibilité mondiale, *Hermès*, nº 46, p. 13-21, 2006. DOI :10.4267/2042/24050
- BARREDO, Daniel; De-la-Garza; Daniel-Javier, Torres; Angel; López, Paulo-Carlos. (2021). Artificial intelligence, communication, and democracy in Latin America: a review of the cases of Colombia, Ecuador, and Mexico. *El Profesional de la información*, v. 30, n. 6, e300616. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.16>
- BIGOT, Laurent. Le fact-checking ou la réinvention d'une pratique de vérification. *Communication & langages*, v. 2, n. 192, p. 131-156, 2017. DOI : 10.4074/S0336150017012091
- BUCHER, Taina. The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, v. 20, n. 1, p. 30-44. 2016.

CANAVILHAS, João; COLUSSI, Juliana; MOURA, Z. Desinformación en las elecciones presidenciales 2018 en Brasil: un análisis de los grupos familiares en WhatsApp. *El profesional de la información*, v. 28, n. 5. 2019

CANAVILHAS, João; COLUSSI, Juliana. WhatsApp as a disinformation platform: Case study of the Brazilian presidential elections. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review*, v. 9, n. 3, p. 1-10. 2022.

CAMPOS DOMINGUEZ, E., Esteve-Del-Valle, M., & Renedo-Farpón, C. Retóricas de desinformación parlamentaria en Twitter. *Comunicar*, 72, 47-58, 2022.

CHAMPAGNE, Patrick. L'événement comme enjeu. *Réseaux*, v. 18, n°100, p. 403-426. 2000. doi : <https://doi.org/10.3406/reso.2000.223>.

COLUSSI, Juliana; DE SOUZA PAES, Paula; RUBIRA-GARCÍA, Rainer; ASSUNÇÃO REIS, Thays. Perceptions of University Students in Communication about Disinformation: An Exploratory Analysis in Brazil, Colombia and Spain. *Observatorio (OBS*)*, v. 8, n. 5. 2024, <https://doi.org/10.15847/obsOBS18520242446>

DORNELLES, Beatriz. O fim da objetividade e da neutralidade no jornalismo cívico e ambiental. *Brazilian Journalism Research*, [S. l.], v. 4, n. 2, p. 121-131, 2008. DOI: 10.25200/BJR.v4n2.2008.167. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/167>. Acesso em: 16 jul. 2024.

ESQUENAZI, Jean-Pierre. *L'écriture de l'actualité*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2002.

FRANÇA, Vera. Celebidades: identificação, idealização ou consumo? In: FRANÇA, Vera et al. (Orgs.). *Celebidades do século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 15-36.

GRAVES, L., B. NYHAN, REIFLER, J. Understanding Innovations in Journalistic Practice: A Field Experiment Examining Motivations for Fact-Checking. *Journal of Communication*, v. 66, p. 102-138, 2016.

LELO, Thales. (2022). When a Journalistic Truth-Seeking Tradition Thrives: Examining the Rise of the Brazilian Fact-Checking Movement. *Journalism Practice*, v.18, n.6, p. 1442–1460. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2088603>.

LEWANDOWSKY, S. Climate change disinformation and how to combat it. *Annual Review of Public Health*, v. 42, n. 1, p. 1-21, 2021.

MACÁRIO, C., BECKER, L. *Lupa*, 18 maio 2024. Doações, resgates e alarmismo dominam onda de fakes sobre enchentes no RS. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2024/05/18/doacoes-resgates-e-alarmismo-dominam-onda-de-fakes-sobre-enchentes-no-rs>. Acesso em: 30 jul. 2024.

MERCIER Arnaud. Logiques journalistiques et lecture événementielle des faits d'actualité. *Hermès*, nº 46, p.23-35, 2006. DOI:10.4267/2042/24051

MOROZOV, Evgeny. *La locura del solucionismo tecnológico*. Buenos Aires: Katz. 2016.

NETLAB UFRJ. *PANORAMA DA INFODEMIA SOCIOAMBIENTAL*. Análise multiplataforma do ecossistema brasileiro de mídia digital 2021 – 2022. Disponível em: <https://netlab.eco.ufrj.br/post/panorama-da-infodemia-socioambiental>.

PAES, Paula; CARVALHO, Zulmira Piva de. Fact-checking e combate à desinformação climática: renovação da credibilidade jornalística? *Anais [...] 22º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, vol. 22, 2024.

PARISER, Eli. *El filtro burbuja: cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Barcelona: Taurus. 2017.

PETTERS, Lorreine. Injonction à la transparence dans le fact-checking : de l'idéal de l'objectivité à une tentative de proximité », *SociologieS*, 2020. Doi: <https://doi.org/10.4000/sociologies.14951>.

SIMÕES, Paula Guimarães; FRANÇA, Vera. Celebridades, acontecimentos e valores na sociedade contemporânea. *E-Compós*, n. 23, 2020. Doi: <https://doi.org/10.30962/ec.1910>.

RODRÍGUEZ, Cesar-Augusto. Los usuarios en su laberinto: burbujas de filtros, cámaras de ecos y mediación algorítmica en la opinión pública en línea. *Virtualis*, v. 8, n. 16, p. 57-76, 2017.

RODRÍGUEZ PÉREZ, Carlos; ORTIZ CALDERÓN, Laura Sofía. S.; ESQUIVEL CORONADO, Juan Pablo. Desinformación en contextos de polarización social: el paro nacional en Colombia del 21N*. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, v. 19, n. 38, p. 129-156, 2021.

RÔMANY, Ítalo. Negacionistas associam enchentes no RS a ‘arma ultrassecreta’ chamada Haarp

Lupa. 23 maio 2024. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2024/05/06/doacoes-retidas-e-corpos-encontrados-veja-o-que-ja-chechamos-sobre-as-enchentes-no-rs>. Acesso em: 4 jul. 2025.

SERELLE, Márcio. A abordagem intertextual no estudo de celebridades: aspectos teórico-metodológicos. In: FRANÇA, V. R. V.; SIMÕES, P. G.; PRADO, D. (org.). *Celebridades no século XXI*: diversos perfis, diferentes apelos. Belo Horizonte: Selo PPGCOM, 2020. p. 59-72.

TÖRNBERG, Petter. Echo chambers and viral misinformation: Modeling fake news as complex contagion. *PLoS one*, v.13, n. 9, p. 1-21, 2018.

VEJA tudo o que já desmentimos sobre as enchentes no Rio Grande do Sul. *Aos Fatos*, 11 maio 2024. Disponível em: <https://www-aosfatos.org/noticias/informacoes-falsas-enchentes-rs/>. Acesso em: 30 jul. 2024.

WARDLE, Claire. Fake news. It's complicated. *Medium.com*, 16 fev. 2017. Disponível em: <<https://goo.su/BUPHjq>>. Acesso em: 4 jul. 2025.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Thinking about ‘information disorder’: formats of misinformation, disinformation, and mal-information. In: C. Ireton ; J. Posetti. *Journalism, ‘fake news’ & disinformation*, pp. 43-54. Unesco, 2018.

A MIDIATIZAÇÃO, AS NARRATIVAS DISSONANTES E OS EFEITOS DE CONTRASTE¹

Demétrio de Azeredo Soster²

Resumo: Partimos do princípio que a processualidade da midiatização, ao interferir nas operações do sistema midiático-comunicacional, não apenas reconfigura seus dispositivos como provoca emergências as mais diversas, interferindo na produção de sentidos dos mesmos. Referimo-nos ao que estamos chamando de narrativas dissonantes; nelas, os efeitos de contraste, que surgem a partir de complexas semioses e operam, no plano simbólico, em uma espécie de contraposição às ofertas de sentido dos demais dispositivos que compõem o sistema midiático comunicacional. Com isso, complexificam a própria noção de sistema, aqui pensando como um quarto extrato narrativo, ou, simplesmente, um Quarto Narrador, exigindo, de quem analisa, novas gramáticas in-

¹ Este capítulo se integra, de forma complementar, nos esforços de pesquisa realizados pelo Greminas - Grupo de Pesquisa sobre Midiatização e Narrativas (CNPq/UFS), pelo autor coordenado.

² Professor-pesquisador da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Doutor e pós-doutor pela Unisinos. E-mail: deazeredososter@academico.ufs.br

terpretativas, da matizes midiaturizados. A reflexão será ilustrada com notícias sobre as enchentes que atingiram a Região Sul do Brasil a partir do mês de abril de 2024. A abordagem será qualitativa, nos moldes de Machado da Silva (2021) e Demo (2000). Já a estratégia de observação, com Ginzburg (1989), indicária.

Palavras-chave: Narrativas, Narrativas dissonantes, Jornalismo, Quarto Narrador, Midiaturização

1. Emergência conceitual

Este artigo analisa e amplia, a um tempo, reflexões em torno da emergência do que estamos chamando de narrativas dissonantes, aqui compreendidas como ofertas de sentido resultantes de complexas operações internas dos dispositivos que compõe o sistema midiático-comunicacional em determinadas condições de circulação. Trouxemos este tema à tona, pela primeira vez, no artigo *As Zonas Intermediárias de Circulação e a emergência de narrativas dissonantes na discursividade midiática*³, da revista Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação, o conceito de narrativas dissonantes. Mais recentemente, versão inicial dessa reflexão foi apresentada e debatida no 22º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Universidade Federal do Pará – Belém (PA) – Novembro de 2024, e publicada na forma de capítulo no livro Narrativas Midiáticas Contemporâneas: Amazônia(s) (Editora Vert, 2024). O tema tem sido debatido sistematicamente, também, também, nos esforços de pesquisa realizados pelo Greminas - Grupo de Pesquisa sobre Midiaturização e Narrativas (CNPq/UFS). Este capítulo, como dito, amplia e revisa as perspectivas seminais a partir da revisão crítica das mesmas.

³ Disponível em: [https://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/26423/60749883]. Acesso em: [17 de junho de 2024]

Estamos falando, quando nos referimos a narrativas dissonantes, de abordagens contra-hegemônicas que se estabelecem em uma perspectiva sistêmica e que operam no plano simbólico como uma espécie de contraposição às ofertas de sentido, previsíveis ou não, que usualmente são realizadas pelos dispositivos que compõe o sistema em determinadas condições de enunciação. Trata-se, o fenômeno, de uma decorrência da processualidade da midiatização sobre as atividades internas dos sistemas e que produz uma espécie de ‘efeito colateral’ que complexifica a própria natureza do sistema, exigindo, portanto, de quem analisa, novas gramáticas de interpretação.

O adjetivo dissonante, é importante que se diga, é aqui utilizado porque estas narrativas são, a um tempo, semelhantes e distintas das demais que compõe o sistema midiático comunicacional. A semelhança é perceptível pelo viés do alinhamento temático; configura-se por meio de ofertas de sentidos resultantes dos processos de semioses internos dos dispositivos e usualmente por ocasião de acontecimentos capazes de irritar partes significativas do sistema. Já a distinção é de ordem discursiva, ou seja, relacionada aos sentidos que emergem da processualidade interna dos dispositivos. Importante lembrar que tanto as ofertas de sentido internas ao sistema como a distinção que delas emergente são afetadas pela processualidade da midiatização, de onde dizemos que são midiatizadas.

Sempre que diferenças dessa natureza se verificam, no entanto, e é por meio dessa hipótese que nossa pesquisa avança em relação às nossas reflexões anteriores em torno do tema, complexifica-se a própria noção segundo a qual o sistema midiático comunicacional, ele próprio um extrato narrativo, ou, simplesmente, um Quarto Narrador, conforme veremos adiante, é marcado por uniformidades discursivas. Trata-se, a emergência das narrativas dissonantes, no diálogo com Bateson (2000), de uma geração de diferenças que geram diferenças no âmbito dos próprios dispositivos, o que acaba por complexificar a noção de sistema como um todo.

Seguindo um pouco mais em nosso raciocínio, a propriedade que nos permite identificar a natureza dissonante dos dispositivos, neste

contexto, é o “efeito de contraste”. Efeito de contraste é como chamamos a propriedade por meio da qual os sentidos gerados por determinados dispositivos se diferenciam dos demais antes por diferentes tonais que temáticas. Essas diferenças podem ser facilmente identificáveis (triste/alegre; preocupante/festivo), ou serem mais sutis (reflexivo/informativo; opinativo/interpretativo etc.). O que determina a natureza “dissonante” dos sentidos é a essência dos acontecimentos, mas, também, os critérios e valores por meio dos quais as organizações/instituições por trás dos dispositivos se assentam.

É preciso reiterar que o “efeito de contraste” não significa falta de alinhamento temático, que é o que, ao fim, nos permite identificar o sistema. Trata-se, antes, uma espécie de distinção quanto à natureza dos sentidos que são oferecidos pelas operações internas dos dispositivos. Isso ocorre, por exemplo, como veremos ao fim dessa reflexão, no campo da enunciação, por ocasião da repercussão de grandes eventos, previstos ou não, quando um dispositivo se propõe a interpretar, de forma distinta dos demais dispositivos, determinado acontecimento.

Para dar conta de nosso propósito, escolhas são necessárias, a começar pela revisão bibliográfica do que se disse, até aqui, em torno do assunto. A abordagem será qualitativa, nos moldes de Machado da Silva (2021) e Demo (2000). Já a estratégia de observação, com Ginzburg (1989), indicária, por meio na análise de pistas discursivas que encontrarmos na superfície de relatos dessa natureza, aqui compreendidos desde agora como indexadores de camadas mais profundas de significação. Antes de prosseguirmos, as necessárias revisões conceituais.

2. Natureza dos narradores

Começemos retomando o que entendemos por Quarto Narrador, constructo que utilizamos, em nossas reflexões, para refletir sobre as ofertas de sentido que são realizadas pelo sistema midiático comunicacional em determinadas condições de enunciação, de forma voluntária

ou não. Recentemente (Soster, 2023, 2024), na tentativa de organizar as reflexões em torno das vozes narrativas, defendemos que pensar o conceito de narrador em seu diálogo com as teorias do jornalismo, narrativas, sistemas e midiatização implica considerá-lo, a um tempo, de maneira 1) topológica, de natureza cartográfica e mais afeta ao lugar espacial ocupado pelo narrador; e, de outro, de forma 2) tipológica, ligada à natureza do que entendemos por narrador.

Pelo viés topográfico, inicialmente a partir de Genette (2016), na literatura, e Motta (2013), pelo jornalismo, observamos que são em número de três os extratos narrativos identificados – todos eles ligados às processualidades internas dos dispositivos: primeiro, segundo e terceiro narradores. De uma forma simplificada, podemos afirmar que todos eles têm natureza organizacional, porque integrantes, como dito, dos movimentos internos dos dispositivos em que se inserem, e operam em uma perspectiva hierárquica axiomática, ou seja, de cima para baixo.

Assim, o primeiro narrador corresponde às funções organizacionais que, no jornalismo, têm poder de decisão e que representam a organização propriamente dita por meio de vínculos profissionais mais complexos, comprometidos com a condução das operações. Referimo-nos aos diretores de redação, editores, subeditores etc. O primeiro narrador é identificável, na superfície dos relatos, mesmo quando não assina seus textos, por meio da escolha e confecção de manchetes, fotos, chamadas de capa/telas de abertura, titulações em geral, escolhas editoriais, artigos, análises, editoriais etc.

Importante observar que Motta (2013) afirma que o lugar situacional do primeiro narrador é extradiegético, ou seja, situa-se “do lado de fora” das histórias. Preferimos pensar que, não obstante suas operações ocorrerem usualmente de forma não autoral (sem marcas de identificação) na superfície dos relatos, estão lá por meio do resultado das escolhas que são feitas ao longo das rotinas produtivas. Ou seja, são, ao menos no jornalismo, igualmente intradiegéticos, porque integram as narrativas que ajudam a estruturar.

O segundo narrador, também intradiegético, é personificado no esquema de Motta (2013) pelo papel do repórter; ou seja, o profissional que, nas rotinas produtivas do jornalismo, está encarregada de coletar informações e transformá-las em matéria de natureza jornalística, à revelia de sua natureza (textual, imagética, traços etc.). O segundo narrador é subordinado, hierarquicamente, aos editores/editoras, subeditor/subeditoras, que orientam suas ações e formatam seus relatos a partir de constrangimentos operacionais os mais diversos. Não obstante esta pressão hierárquica, o segundo narrador tem relativa liberdade para escolher suas fontes, ou personagens, pensando-se em formatos diferenciados de jornalismo, caso do divertisional.

São elas, as fontes, ou personagens, que identificamos como terceiro narrador. O lugar ocupado por este estrato narrativo também é intradiegético e ele se encontra subordinado ao segundo narrador. Será considerado fonte quando suas funções forem referenciais, a exemplo do que ocorre com textos de natureza informativa – notícias, notas etc. É identificável, usualmente, pelo uso de aspas e pela presença de verbos de apoio, ou discendi, na estrutura de suas falas. Já o personagem, claro, também serve para emprestar credibilidade aos relatos, mas sua função, é, antes, estruturadora das narrativas que avalizadora.

E é por isso que, usualmente, encontramos personagens em relatos mais estruturados, caso das reportagens, e fontes nos textos mais objetivos, caso das notícias, ainda que, como dissemos, ambos possam ser utilizados nos dois formatos.

Graficamente, temos o seguinte organograma:

Gráfico 1: os três narradores



Fonte: elaboração do autor

É preciso lembrar, ainda que brevemente, e sob o risco de dispersão, que, a distribuição axiomática de poder entre as vozes narrativas parece estar diretamente relacionada à periodicidade do dispositivo; quando menor, mais perceptível; quando maior, mais difusa. Foi o que observamos quando constatamos (Soster, 2015, 2016) que o segundo narrador sofre uma reconfiguração processual em dispositivos com periodicidade muito espaçada entre as edições, caso dos livros. Em momentos assim, o segundo narrador passa a ter uma centralidade operacional na comparação com o primeiro e o terceiro narradores, reconfigurando a oferta de sentidos do dispositivo. É o que se verifica, por exemplo, quando a pessoa que escreve os livros toma para si a responsabilidade de escolha dos títulos, fotos e mesmo conteúdo do livro que escreve, à revelia das vontades do editor.

O esquema gráfico abaixo ilustra como isso se dá:

Gráfico 2: reconfigurações narrativas



Fonte: elaboração do autor

Ainda pensando pela topografia, mas deixando de lado o âmbito do dispositivo, vamos identificar um quarto extrato narrativo, que denominaremos Quarto Narrador, naquele que estamos chamando de sistema midiático-comunicacional no que ele tem de jornalístico. Sabemos, a partir da Teoria Geral dos Sistemas, que um sistema é uma diferença na relação com seu entorno e com os demais sistemas. O que provoca esta diferença, pensando-se especificamente no sistema midiático, são os sentidos que emergem das processualidades internas dos dispositivos que integram o referido sistema.

O sistema se transforma em um extrato narrativo quando os dispositivos que o integram realizam ofertas de sentido semelhantes do ponto de vista temático, ainda que não necessariamente idênticas. Por

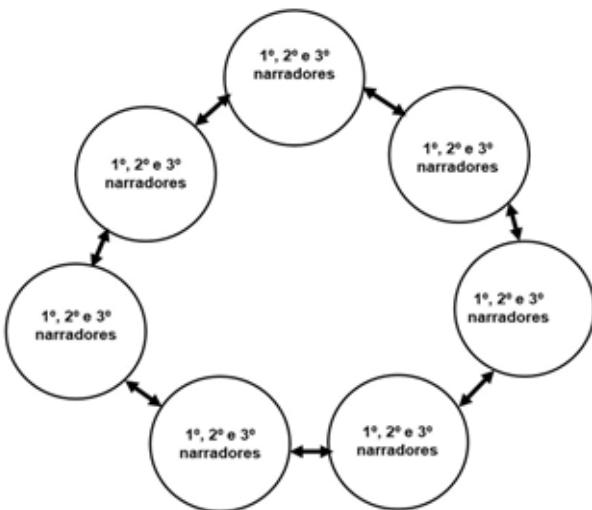
isso podemos afirmar, comparado com os primeiro, segundo e terceiro narradores, que o Quarto Narrador é, antes, uma processualidade que um lugar situacional. Que é, sobretudo, multifacetado e plurivocal, não obstante sua forma se dar, como dito, pelo viés do alinhamento temático.

Quanto às condições de sua existência, a emergência do Quarto Narrador pode se dar de forma previsível ou imprevisível. Ela será previsível quando se personificar, por exemplo, a partir de eventos que tenham de ser necessariamente veiculados pela mídia, caso das eleições, olimpíadas, das copas do mundo, grandes eventos etc. Nestes casos, a tendência é o assunto ser veiculado por todos os dispositivos de forma simultânea, ou em datas próximas, considerando-se as datas e horários de realização dos eventos, por exemplo.

Já a imprevisibilidade fica por conta do fato de determinados temas, mesmo não fazendo parte das previsões de cobertura, irritarem todos os dispositivos. É o que ocorre, por exemplo, quando de uma grande tragédia ambiental – caso das enchentes ocorridas no Sul do país no primeiro semestre de 2024, ou mesmo quando de acidentes de grandes proporções. Em ambos os casos, o “tempo de vida” do Quarto Narrador está diretamente relacionado com o período em que o acontecimento se realiza.

O Gráfico 3, com todas as limitações inerentes a estas representações, busca mostrar como isso se dá:

Gráfico 3: o Quarto Narrador



Fonte: elaboração do autor

Sob outro ângulo, e ainda a título de revisão bibliográficas, do ponto de vista tipológico, com Benjamin (2012), Santiago (2012) e Soster (2016), vamos encontrar três modelos narrativos: o narrador moderno, o narrador pós-moderno e o narrador midiatisado.

O narrador moderno é o narrador de Benjamin (2012); ou seja, o narrador sábio, que dá conselhos, que fala da vida como transformação pessoal. Usualmente se expressa em primeira pessoa; traz, na narrativa, as coisas que viu e que viveu, quem conheceu no caminho e quando se transformou. É por isso que Sodré (2020) afirma que este modelo de narrativa constitui a base comunicativa do grupo social. “Sua temporalidade é necessariamente lenta, já que a interiorização harmônica das experiências demanda, para o ouvinte, o intervalo prudente entre os relatos; para o narrador, o próprio acúmulo temporal como critério de sabedoria. (SODRÉ, 2000, p. 180)

Já o narrador de Santiago (2012), que chamamos de narrador pós-moderno, é aquele narrador que faz o papel de repórter, espécie de

espectador dos acontecimentos. Sua narrativa, portanto, é distante da cena narrada, ainda que eventualmente pareça estar na cena narrada. Quando narra algo, o faz como quem assiste a um espetáculo da arquibancada, ou mesmo de (...) uma poltrona, sala de estar ou na biblioteca; ele não narra enquanto atuante” (SANTIAGO, 2002, P. 45).

Narrador midiatizado, a aqui com Soster (2016), por sua vez, é aquele narrador que existe na condição de fenômeno midiático; ou seja, dotado, a um tempo, de autonomia e persistência, mas com capacidade para gerar historicidade (Verón, 2013). Dizemos que ele é midiatizado porque é afetado pela processualidade da midiatização, midiatizando-se. Esta condição “midiatizada” torna imperioso que ele seja pensado no plano da discursividade midiática, inserido necessariamente em um dispositivo de natureza comunicacional (site, blog, rede social, jornal, livro etc), jornalístico ou não.

O narrador midiatizado é um narrador cuja identidade é cambiante, ou seja, que se transforma constantemente pela experiência vivida e que, assim, a relata. Ele pode ser, portanto, tão benjaminiano (2012), e estruturar, em suas narrativas, pendores morais, de transformação pessoal, por exemplo, quanto pós-moderno, à Santiago (2002), e, ao olhar, reportar sobre o contemplado como ideia de transformação enquanto recurso discursivo. Trata-se da soma das duas possibilidades. (Soster, 2016, on-line)

Isso posto, podemos afirmar, com alguma segurança, que o narrador midiatizado é multifacetado e plurivocal; sobretudo, que existe em movimento.

3. Uma enchente de proporções dantescas

Feitas as necessárias revisões conceituais, e para tentar ilustrar o que representa a emergência de narrativas dissonantes na discursividade midiática, vamos observar, por meio de pistas discursivas – portanto,

de maneira indiciática, um acontecimento que provocou a emergência do Quarto Narrador; com ele, de narrativas dissonantes e dos consequentes efeitos de contraste. O evento em questão, ou sucessão de eventos, ocorridos a partir do mês de abril de 2024, está relacionado com as enchentes que assolararam Região Sul do Brasil, mais especificamente falando, grande parte do Estado do Rio Grande do Sul.

Em um primeiro momento, e a partir dos alertas iniciais de que chuvas muito fortes se abateriam sobre o Estado foram expedidos pelo Instituto Nacional de Meteorologia (Inmet), entre os dias 26 e 27 de abril de 2024, gradativamente o assunto foi sendo veiculado pelos dispositivos do sistema midiático-comunicacional. É o que se observa nesta matéria do Jornal do Comércio⁴, veiculada dia 28 de abril de 2024, às vésperas das inundações: “Excesso de chuva poderá causar enchentes no RS no início de maio”, dizia o título da matéria. Ou esta, do Diário do Nordense⁵, veiculada dias depois, a 06 de maio de 2024: “O que aconteceu no Rio Grande do Sul? Entenda o desastre climático que já matou 100 pessoas”

Para termos uma dimensão mais ampla da forma como o tema irritou o sistema midiático-comunicacional, uma simples busca no Google com o enunciado “Enchentes do Rio Grande do Sul em 2024” permite acesso a aproximadamente 15 milhões de resultados. Do ponto de vista de sua natureza, a hegemonia fica por conta dos textos informativos, por sua vez divididos em notícias (a maioria) e reportagens. É o caso da notícia publicada no site Brasil de Fato⁶, de São Paulo, a 26 de maio de 2024: “Sobe para 169 o número de mortos pelas chuvas no Rio Grande do Sul; Canoas volta a receber voos comerciais nesta segunda (27)” Ou

4 Disponível em: [<https://www.jornaldocomercio.com/geral/2024/04/1152263-excesso-de-chuva-podera-causar-enchentes-no-rs-no-inicio-de-maio.html>] Acesso em: [01/07/2024]

5 Disponível em: [<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/ultima-hora/pais/o-que-aconteceu-no-rio-grande-do-sul-entenda-o-desastre-climatico-que-ja-matou-mais-de-70-pessoas-13508840>] Acesso em: [01/07/2024]

6 Disponível em: [<https://www.brasildefato.com.br/2024/05/26/sobe-para-169-o-numero-de-mortos-pelas-chuvas-no-rio-grande-do-sul-canoas-volta-a-receber-voos-comerciais-nesta-segunda-27>] Acesso em: [01 de julho de 2024]

da reportagem veiculada no site UOL a 10 de maio de 2024: “Cronologia de enchente no Rio Grande do Sul revela tragédia anunciada”⁷

Os textos de natureza utilitária, voltados à oferta de serviço, incidem em menor grau, mas estão presentes significativamente desde o primeiro momento. Alguns exemplos: o governo do estado do Rio Grande do Sul criou um site intitulado “SOS Rio Grande do Sul⁸” com o objetivo de fornecer informações úteis (segurança, orientações, transporte etc.) aos atingidos pelas enchentes. Algo semelhante em relação à Defesa Civil do estado⁹, cujo site passou a ser utilizado tanto para disponibilizar informações sobre o clima como orientações dirigidas a quem desejasse ajudar.

O que queremos ilustrar com isso? Que o sistema operou, desde quando as enchentes foram anunciadas, como um extrato narrativo – o Quarto Narrador, porque instaurador de integibilidade. Isso se tornou possível por meio da tematização; ou seja, pelos sentidos que emergiram das cadeias de semiose resultantes das processualidades internas dos dispositivos, individualmente. Observe-se, ainda, que esta tematização é horizontal, ou seja, composta, em sua maioria, de sentidos semelhantes em termos de tonalidade e angulação. Dito de outra forma, estamos diante de relatos referenciais, marcados pelo caráter informativo e com tonalidades que oscilam entre a tragédia e a compaixão, decorrente da necessidade de se ajudar o próximo em momentos como esta.

Em determinados momentos, no entanto, as ofertas de sentido de alguns dispositivos do sistema midiático-comunicacional, no que ele tem de jornalístico, parecem ocorrer de forma distinta. Ainda estão alinhados tematicamente às ofertas de sentido dos demais dispositivos, naturalmente, mas sua tonalidade, e angulação, se distinguem signifi-

⁷ Disponível em: [<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2024/05/10/cronologia-enchente-chuvas-rio-grande-do-sul-2024-tragedia-sem-precedente.htm>] Acesso em: [01 de julho de 2024]

⁸ Disponível em: [<https://sosenchentes.rs.gov.br/inicial>] Acesso em: [01 de julho de 2024]

⁹ Disponível em: [<https://www.defesacivil.rs.gov.br/inicial>] Acesso em: [01 de julho de 2024]

cativamente do que encontramos nos demais dispositivos. Identificamos, nestes momentos, ainda que de forma seminal, a emergência do que estamos chamando de narrativas dissonantes. É caso, por exemplo, da cobertura realizada pelo site Sumaúma¹⁰.

Se, de um lado, tratou do tema “enchentes no sul do país” durante a cobertura, garantindo, dessa forma, sua inclusão no sistema midiático comunicacional, o site ofereceu conteúdo substancialmente distinto dos demais dispositivos. Boa parte de sua cobertura, senão toda, esteve voltada para compreender o que estava acontecendo, ao invés de apenas relatar; criticando questões paralelas aos eventos em si – fake news, negacionismo climático, a poluição do planeta etc.; sobretudo, explorando outras formas de linguagem – os quadrinhos, por exemplo.

Geneticamente, os textos do Sumaúma oscilam entre o interpretativo e o opinativo, sem abrir mão do informativo (as reportagens, principalmente). É o caso, por exemplo, da reportagem “Como se espalham as ‘fake news’ do clima, que prejudicam até a ajuda ao Rio Grande do Sul¹¹”. Ou da reportagem em quadrinhos “É muito louco pensar que no Mercado eu ficaria afogada¹²” Em ambos os casos, mais que dizer o que está ocorrendo, o esforço é no sentido de trazer à tona nuances diferenciadas da problemática em questão; pontos de vista que usualmente são nengligenciados, ou deixados de lado, em visadas referenciais.

É no editorial assinado por Jonathan Watts, em Altamira, no Pará, a 16 de maio de 2024, no entanto, que esta “diferença” se faz saber mais pronunciada: “Bem-vinda, bem-vinde, bem-vindo ao mundo flutuante: As inundações devastadoras no Rio Grande do Sul são um prenúncio

10 Disponível em: [<https://sumau.ma.com/tag/enchentes-no-rio-grande-do-sul/>] Acesso em: [01 de julho de 2024]

11 Disponível em: [<https://sumau.ma.com/como-se-espalham-as-fake-news-do-clima-que-prejudicam-ate-a-ajuda-ao-rio-grande-do-sul/>] Acesso em: [01 de julho de 2024]

12 Disponível em: [<https://sumau.ma.com/quando-a-agua-subiu-nao-achamos-que-ia-ser-tao-grave-ver-o-mercado-fechado-e-muito-triste/>] Acesso em: [01 de julho de 2024]

do caos que está por vir e uma advertência aos governos que não cuidam da floresta e de outros pilares da estabilidade climática¹³”

Um excerto:

É só o começo. Esta é a verdade desconfortável da qual não podemos escapar quando olhamos para as imagens da colossal devastação no Rio Grande do Sul. Uma das piores e mais intensas inundações da história do Brasil levou pelo menos 149 vidas, forçou a evacuação de mais de meio milhão de pessoas (incluindo vários integrantes e parentes da comunidade SUMAÚMA) e deixou cerca de 2 milhões sem eletricidade nem água potável. Imagens surreais de estradas transformadas em rios e estádios de futebol convertidos em lagos, além de um cavalo preso num telhado, superaram as expectativas de uma realidade estável. Cidades inteiras ficaram à deriva. E a certeza parece ter perdido o rumo (2024, on-line).

O que está posto, no texto de opinião, não é apenas o relato das operações internas (formas como a publicação aborda a questão das enchentes) do site; há toda uma preocupação no sentido de dizer que aquele não é um problema localizado, mas, antes, global. Sobretudo, que este tipo de questão constitui a forma de ser de Sumaúma: “Como Sumaúma advertiu no ano passado, trata-se de uma calamidade para a vida humana e mais-que-humana”, afirma o editorial.

Considerações interpretativas

Feitas as necessárias ilustrações, e retomando o raciocínio inicial, podemos nos perguntar, uma vez mais, o que se transforma no Quarto Narrador quando da emergência de narrativas dissonantes; nelas, dos efeitos de contraste? A hipótese que nos move é que, em situações as-

¹³ Disponível em: [<https://sumau.ma.com/bem-vinda-bem-vinde-bem-vindo-ao-mundo-flutuante/>] Acesso em [01 de julho de 2024]

sim, verificamos um movimento de natureza sistêmica realizado para tentar evitar a entropia provocada pela processualidade da midiaturização sobre os sistemas. Isso se dá dessa forma porque estamos falando, antes, de um movimento de reacomodação sistêmica (a emergência de narrativas dissonantes) que de algo provocado, por exemplo, por um processo de irritação.

Ou seja, não é “algo” fora do sistema que provoca a transformação do sistema; o que faz com que este se reconfigura é o fato de estar em uma ambiente substancialmente distinta da que lhe deu origem enquanto sistema. Por isso podemos afirmar que as narrativas dissonantes, e os efeitos de contraste, são, mais que ausências de sintonia, ou mesmo desalinhamentos temáticos: tentativas de fortalecimento identitário do próprio sistema por meio da geração de diferenças na relação com os demais sistemas com o ambiente com os quais dialoga.

Isso nos ajuda a compreender, por exemplo, porque reconhecemos, nestas emergências, os motivos por meio dos quais o jornalismo segue “vivo”, apesar das crises tantas. É como, em uma interpretação possível, o sistema midiático comunicacional se posicionasse, ele próprio, nestas condições, como um estruturador mais qualificado de sentidos. Se é mais qualificada a oferta de sentidos, torna-se mais identificável como tal; detentor, portanto, de voz narrativa capaz de dar conta antes de complexidades que de linearidades. Esta versatilidade narrativa, por sua vez, permite que se estabeleçam novos e diferenciados vínculos com os demais sistemas, e com o próprio meio em que se inserem, sem, contudo, em uma tentativa de fortalecer sua própria identidade.

O problema é observar que este mesmo sistema se estabelece, agora, em “lugar situacional” marcado fortemente por atravessamentos e interposições próprios de uma lógica operacional de fluxo, em constante transformação. Ou seja, é afetado pela processualidade da midiaturização, midiaturizando-se. Se está em transformação constante, então toda e qualquer tentativa de compreensão do que representa é, antes, marca de um momento que, necessariamente, uma característica. Compreender o que isso significa é o desafio que temos pela frente.

Referências

- BATESON, Gregory. **Steps to an ecology of mind**. Chicago: The University of Chicago Press, 2000.
- BENJAMIN. W. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre a literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2012. (Obras escolhidas I.)
- DEMO, Pedro. **Metodologia do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2000.
- GENETTE, G. **Figuras III**. Barcelona: Lumen, 1988. GOMES, P. G. **Midiatização: um novo modo de ser em sociedade**. São Paulo: Paulinas, 2016.
- GINZBURG, C. Sinais: raízes de um paradigma indiciário. In: GUINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. (p. 143-179)
- LUHMANN, N. **Introdução à teoria dos sistemas**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- MACHADO DA SILVA, Juremir. **O que pesquisar quer dizer – como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da Capes**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2021.
- MOTTA, L. G. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora UnB, 2013.
- REIS, Carlos. **Dicionário de estudos narrativos**. São Paulo: Almedina, 2018.
- SOSTER, D.A. **Quarto Narrador, um conceito em movimento**. E-Compós, [S. l.], v. 26, 2023. DOI: 10.30962/ec.2703. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2703>. Acesso em: 1 jul. 2024.
- SOSTER, D. de A. **As Zonas Intermediárias de Circulação e a emergência de narrativas dissonantes na discursividade midiática**. Questões Transversais, São Leopoldo, Brasil, 2023. Disponível em: <https://>

revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/26423. Acesso em:
1 jul. 2024.

SOSTER, D.A. **A literatura, o sistema midiático e a emergência do Quarto Narrador**. Signo (UNISC. Online), v. 1, p. 154-161, 2016.

SOSTER, D.A. **A reconfiguração das vozes narrativas no jornalismo midiatisado**. Rizoma, v. 3, n. 1, p. 23-35, 1 ago. 2015.

VERÓN, Eliseo. **La semiose social 2: ideas, momentos, interpenetrantes**. Ciudad Autonoma de Buenos Aires: Paidós, 2013.

DAS SÚBITAS INUNDAÇÕES AO FLAGELO DAS SECAS: exercícios de leituras de acontecimentos midiatizados¹

Marco Antônio de Oliveira Tessarotto²

Resumo: A partir de um corpus constituído por mensagens jornalísticas nos portais (UOL e G1), extraídas do buscador da web (*Google*), passamos a refletir como estas mídias digitais enunciaram as notícias das inundações no Rio Grande do Sul (maio de 2024) e da estiagem prolongada no país (agosto de 2024). Este último acontecimento jornalístico (Mouillaud, 2002) é trabalhado sob um viés de banalização do fato (seca). Nos interessa analisar, como a mídia digital enquadrhou tecnicamente as imagens das inundações e da seca? E, de modo inferen-

¹ A pesquisa representa um movimento interpretativo do pesquisador diante das imagens do acontecimento das inundações no Rio Grande do Sul (maio/2024) e da estiagem/ incêndios florestais no Brasil (agosto/2024). As diferenças e reverberações entre os dois episódios revelam tratamentos diferenciados na produção/enunciação dos fatos. O baixo engajamento para o acontecimento dos incêndios/seca mobilizou fazeres para descrever a ocorrência do fenômeno das imagens banalizadas e em circulação midiática.

² Doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos. Pesquisa midiatização em comunidades tradicionais, comunicação alternativa e processos folkcomunicacionais. E-mail: marcoantoniotessarotto@gmail.com.

cial, o fenômeno da estiagem quando acoplado na circulação midiática (Braga, 2012) é retroalimentado por uma espécie de reenquadramento do acontecimento em um processo de diferença (Fausto Neto, 2018), como parte da rotina jornalística.

Palavras-chave: acontecimento; imagens midiatizadas; inundações; seca; circulação.

1. Introdução

Este trabalho pretende analisar o fenômeno da circulação midiática a partir de dois acontecimentos jornalísticos e de suas reverberações nas mídias digitais. Considerando os fatos, das cheias/inundações no Estado do Rio Grande do Sul ocorrido em maio de 2024 e, dos focos de incêndios florestais ocorridos nos meses de agosto/setembro daquele mesmo ano. Os dois acontecimentos sinalizaram os efeitos extremados da crise climática, efeitos estes, advindos do acúmulo de gases do efeito estufa na atmosfera desde a Revolução Industrial. A crescente “revolução das máquinas” e o uso intensivo de combustíveis fósseis acumulados ao longo de décadas, anunciam condições de clima/temperatura acima das prospecções simuladas em laboratórios pelos cientistas como ponto de não retorno³. Este ensaio, recorreu enquanto locus de observação, um empírico recortado entre os meses de maio e setembro de 2024, analisando o que materializou na circulação midiática. A priori, os dois fenômenos climáticos antagônicos caracterizaram-se por aspectos diferenciados de agenciamentos na circulação do acontecimento. O empírico extraído é composto por notas informativas/imagens dos portais Universo OnLine (UOL, Folha de São Paulo⁴) e G1 (Grupo Globo).

³ EXAME. Da revolução industrial à destruição da ozonasfera. Exame, 5 set. 2022. Disponível em: <<https://exame.com/esg/da-revolucao-industrial-a-destruicao-da-ozonasfera/>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

⁴ Na segunda metade da década de 1990, os primeiros portais começaram a migrar seus conteúdos impressos para a web. Neste processo de digitalização, o provedor de acesso,

Para descrição e análise dos dois acontecimentos, mobilizamos a seguinte pergunta: como a mídia digital dos portais UOL/G1 trabalharam as imagens dos acontecimentos das inundações no RS e da seca/estiagem no Brasil? Na busca por respostas/encaminhamentos da pesquisa, teve por objetivo geral, extrair o enquadramento imagético/referencial das imagens recuperadas pelo *Google* dos portais UOL/G1 e, de forma específica, descrever o trabalho realizado pelo campo da produção com essas imagens; analisar os sentidos expressos, imagens aderentes e imagens banalizadas e, por último, refletir sobre os valores notícias e sua configuração do acontecimento para os campos sociais.

A justificativa deste estudo que, de forma inferencial, busca reconstruir os caminhos da enunciação/enquadramento sobre o acontecimento jornalístico (Mouillaud, 2002). Apesar dos desafios da enunciação no digital e da perda da “chancela” produtiva da informação por parte do jornalismo, percebemos uma construção do factual trabalhada em duas dimensões, uma repleta por uma diversidade de construções de sentido e, outra, banalizada (esgarçada).

1.1. Contextualizando o caso

Antes de apresentar o caso, um importante exercício de contextualização se faz necessário. Pouco antes do evento da Cúpula da Terra ou ECO-92 realizada pela Organização das Nações Unidas no Rio de Janeiro, o artista pernambucano, Luiz Gonzaga, em 1989, lançou a canção “Xote Ecológico”⁵. Em um dos trechos temos a seguinte construção melódica:

UOL (Universo OnLine) em 1996, foi o responsável por criar um portal de notícias totalmente voltado para o digital, abarcando gradativamente as tecnologias de streaming de vídeos/áudio em seus produtos.

⁵ GONZAGA, Luiz. Xote Ecológico. YouTube, 1 out. 2021. Disponível em: <<https://youtu.be/YSwq5mJwi38?si=zCF2araHaK8JEATK>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

Cadê a flor que estava aqui?
Poluição comeu
E o peixe que é do mar?
Poluição comeu
E o verde onde é que está?
Poluição comeu
Nem o Chico Mendes sobreviveu.
(Gonzaga, 1989, s. p.).

O cenário descrito por Luiz Gonzaga apresenta alguns dos atra- vessamentos de nossa contemporaneidade e dos efeitos disruptivos da modernidade tardia e de exploração, o que nos guia para aprofunda- mento sobre o tema das mudanças climáticas.

Neste estudo, as imagens geradas, organizadas e preservadas pelo algoritmo do buscador do *Google* são analisadas para compreender as modulações e curadorias realizadas pelo código da plataforma, que determina como os acontecimentos devem ser apresentados aos usuários finais ou operadores. São considerados dois eventos: as inundações no Estado do Rio Grande do Sul (alcançando também partes de Santa Catarina) em maio de 2024, caracterizadas por efeitos mais localizados, e um evento de maior abrangência, composto por secas, estiagens e queimadas que afetaram grande parte do país entre agosto e setembro de 2024. Ambos os acontecimentos são examinados a partir dessas duas perspectivas de observação.

Observa-se que não apenas os valores-notícia mobilizados pelas cheias no RS justificam uma cobertura mais detalhada e enquadrada jornalisticamente pela mídia digital. Com base na análise interpre- tativa, as imagens de incêndios no Brasil, obtidas do *Google*, mostram principalmente áreas remotas e distantes dos centros urbanos, o que pode limitar seu valor-notícia e engajamento social. Por outro lado, as imagens e a cobertura jornalística das inundações no RS, centradas em áreas urbanas, cidades e pessoas, apresentam maior destaque devido à presença de elementos de notoriedade e tragédia associados ao evento.

A cobertura mediática dos eventos apresenta variações, e temas como a emergência climática global enfrentam desafios para conso-

lidar seus significados no contexto social. Embora as amostras indiquem inicialmente dois enquadramentos distintos, a pesquisa lida com um objeto em constante transformação. Por esse motivo, foi adotada a perspectiva netnográfica que, de acordo com Beatriz Polivanov (2014), busca observar elementos recentes e não estabilizados por meio da análise de capturas de tela extraídas da plataforma do Google e do conteúdo selecionado pelo algoritmo nas notas informativas do UOL/G1, reconhecendo que o objeto está sujeito a lógicas mutáveis e contínua atualização.

Propomos analisar observações e materiais extraídos à luz do modelo funcionalista, que permite identificar como imagens e imaginários produzem sentidos e influenciam práticas sociais. O estudo examina como a sociedade se transforma nas plataformas digitais, onde ocorrem disputas de referencialidade, utilizando o conceito de midiatização e uma abordagem hermenêutica para observar mudanças no cotidiano. O jornalismo, enquanto dispositivo, agrega valor à informação visando reconhecimento da audiência, e revela defasagens nas negociações informativas ao circular material noticioso. A análise destaca a importância das perguntas “como” e “porquês” na estrutura da lide para descrever jogos de poder e manipulação, mostrando o jornalismo como mediador e agente de acontecimentos em contextos midiatizados.

No jornalismo, a linguagem busca complementar as informações relativas aos acontecimentos e, em uma sociedade caracterizada pela presença de plataformas digitais e algoritmos, as imagens e suas representações iconográficas também contribuem para preencher possíveis lacunas informativas. Os fatos relacionados a cheias e secas influenciam diferentes campos sociais, sendo apropriados por diversos meios, atores e instituições. O fenômeno recente da estiagem apresenta um alcance geográfico mais amplo, estendendo-se além das secas recorrentes no Nordeste para áreas como a Floresta Amazônica e o cerrado, com efeitos, como a fumaça, perceptíveis em outras regiões do país, incluindo Sul e Sudeste. Apesar dessa expansão territorial, as imagens associadas à seca costumam receber interpretações menos intensas nos campos sociais.

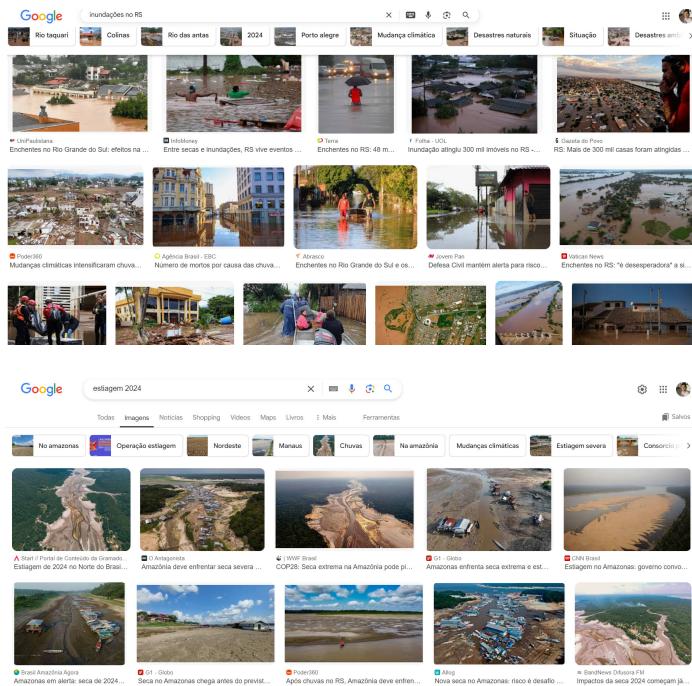
2. Complexidades e encaminhamentos do caso

Na midiatização, a produção segue lógicas específicas conforme o objeto analisado, como no caso dos eventos extremos (cheias/seca). Este estudo examina como imagens desses eventos circulam por diferentes contextos sociais, influenciando o imaginário coletivo e gerando disputas de sentido. A análise foca nos efeitos dessas imagens e suas representações, considerando o papel das empresas jornalísticas, usuários e algoritmos na formação das narrativas.

O trabalho realiza uma análise inferencial ao apresentar relatos e examinar, em um contexto ainda em desenvolvimento e, de que forma, essas informações foram comunicadas à população. Destaca-se o modo como a mídia representou as imagens das cheias/inundações no RS (maio de 2024) e dos incêndios no Brasil (agosto de 2024). As imagens analisadas contribuem para a reconstrução dos acontecimentos e evidenciam operações do campo da produção midiática, as quais são posteriormente interpretadas pelos campos sociais.

A pesquisa analisa o contexto (cheias/secas), a presença e permanência desses temas na circulação midiática (imagens/enquadramentos) e os aspectos nos quais podem revelar ou重构 a prática jornalística (processo de produção e constituição). Também são consideradas as molduras e a curadoria, seleção e registro desse processo produtivo realizados por instituições midiáticas e atores sociais, tanto nas ferramentas de busca (Google) quanto nas operações de disputa por sentidos feitas pelos atores sociais. Para exemplificar, propõe-se analisar como a imagem-trucagem é atravessada por dois movimentos: contextualização (apresentar ao leitor o significado da imagem) e descontextualização (enquadramentos, marcas operacionais e significados estabelecidos pela angulação do pano de fundo).

Figuras 1 e 2 – Movimento de contextualização (Rio Grande do Sul) e de descontextualização (Brasil)



Fonte: o autor, maio/2024 e agosto/2025

As duas capturas de tela revelam abordagens distintas do enquadramento imagético. Na Figura 1, em um movimento de contextualização, os registros tratam o acontecimento com fortes marcas do fator de proximidade, do espaço da urbe (edificações/pessoas), pela presença atuante das equipes de resgate/voluntários. A Figura 2, apresenta uma segunda angulação deste espaço do acontecimento, observamos o contexto rural, dos rios em vazante/secos, daquele lugar “outrem”, sem marcas da metrópole.

As imagens coletadas provocaram reflexões sobre o papel da imprensa e de seus agentes nos fluxos midiáticos em disputas/negociações

de sentidos entre atores sociais e instituições. O enquadramento e a profundidade das imagens influenciam como percebemos e interpretamos a realidade. Segundo Neiva Jr. (2006), ao selecionar imagens, reconhecemos a existência de múltiplas versões sem que o “original” possa ser alcançado. Na obra “Introdução à análise da imagem”, Martine Joly (2010) destaca que, para identificar um destinatário de uma mensagem visual não basta apenas compreender seu propósito; mas compreender qual é a função da mensagem e de seu conteúdo (Joly, 2010, p. 55). Segundo a autora, o significado da imagem depende do contexto e de referências, ora contextualizando ou descontextualizando um dado acontecimento. Assim, as imagens das queimadas no Brasil adquirem sentidos variados, como o fogo em áreas rurais e o distanciamento da cidade, além de retratar o homem observando impotente o avanço das chamas.

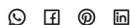
Figura 3 – Enquadramento imagético (Google) das imagens das queimadas no Brasil (agosto/2024)

Opinião • Notícias

As queimadas começam com mentiras, e o preço é alto

Thais Lazzeri* • Colunista convidada

13/09/2024 12h00



24.aug.2024 - Incêndio em plantação de cana de açúcar em Dumont (SP)

Fonte: o autor, setembro/2024

Ao analisar a circulação midiática que impulsionou as imagens das inundações no Estado do Rio Grande do Sul e sua “resistência”/aderência em outros contextos e mundos sociais, destacamos que, alguns destes registros, como aponta Ana Paula da Rosa (2019), tornam-se permanentes no imaginário coletivo devido à sua repetição. Destaca-se, contudo, que mesmo essas imagens inéditas, devido à sua repetição/reprodução na circulação midiática podem gradativamente esgarçarem sentidos no tecido social. Na outra ponta, do processo de aderência, temos as imagens dos incêndios/seca que se transformaram em um acontecimento banalizado.

O conceito de banalização encontra aportes em Guy Debord (1967) na obra “A Sociedade do Espetáculo” onde o esvaziamento de sentido das imagens – como as dos incêndios no Brasil – é reflexo da mercantilização/reprodutibilidade, agora sob vieses do algoritmo, conforme tratou Mattelart (2010) como mais uma etapa de reelaboração do sistema capitalista.

Figura 4 – Fotografia de ponto de doação na cidade de Bayeux – PB⁶
(maio de 2024)



Fonte: o autor, 2024

6 A cidade de Bayeux pertence à região metropolitana de João Pessoa com pouco mais de 88 mil moradores. Segundo dados do IBGE, Bayeux é a cidade da Paraíba com o maior percentual de casas em favelas. Apesar dos desafios socioeconómicos da população bayeunesse, o referido ponto arrecadou dois contêiners com doações. Dados obtidos junto ao G1 PB, disponível em: <<https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2020/05/19/bayeux-tem-o-maior-percentual-de-casas-ocupadas-em-favelas-na-paraiba-diz-ibge.ghtml>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

2.1. Indícios da banalização do acontecimento

Este tópico pretende estabelecer pontos de análise para compreensão do fenômeno das imagens banalizadas e em circulação. Recuperando materialidades a partir da mídia massiva, na superfície do jornalismo impresso, desde 1897, imagens da estiagem, de paisagens desertas e das pessoas afetadas pela seca circularam pelo imaginário do brasileiro. Naquele ano, o jornal “Estado de São Paulo” enviou o jornalista/escritor Euclides da Cunha e o repórter fotográfico, Flávio de Barros para cobrir a “Campanha de Canudos”. Os desdobramentos da cobertura jornalística e o relato escrito de Euclides pavimentou a obra “Os Sertões”, um dos clássicos da literatura brasileira, da transição do realismo para o pré-modernismo.

O relato dos diários de campo de Euclides da Cunha foi acompanhado por registros fotográficos feitos por Flávio de Barros. As imagens enviadas e impressas no jornal “Estado de São Paulo” impressionaram o público leitor pela dramaticidade das cenas, da terra seca, da destruição de Canudos e do corpo exumado de Antônio Conselheiro. Tais registros e outros não publicados pelo jornal foram exibidas em projeções de tamanho real, apresentando à população, o sertão baiano pouco conhecido à época. A interiorização dos meios impressos, ocorrida nos anos 30 e 40, impulsionaram no imaginário regional e nacional, novas e outras imagens das grandes secas (anos 30, 40) e da migração de povos nordestinos em direção às regiões norte e sudeste do país. Na época, aquelas imagens, aderiram ao tecido e ao imaginário coletivo nacional, impulsionando políticas para reversão de desigualdades econômicas, a exemplo da criação da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) em 1959.

Figuras 5, 6 e 7 – Campanha de Canudos (1897)⁷



Fonte: Museu da República/Ibram/MinC⁸, fevereiro de 2025

Esse fazer circular das informações, o trabalho no imaginário e o simbólico associam sujeitos em contextos específicos, do Rio Grande do Sul às margens do Rio Paraíba, na cidade de Bayeux. Nas redes digi-

⁷ Imagens registradas por Flávio de Barros (destruição e incêndio em Canudos; corpo exumado de Antonio Conselheiro). Por último, publicação na Gazeta de Notícias (RJ), datada de 02 de fevereiro de 1898, anunciando a projeção eletrônica das imagens da Campanha de Canudos. No anúncio, os valores empregados foram “Curiosidade, Assombro, Horror, Miséria”.

⁸ Imagens extraídas do material disponível em: <<https://museudarepublica.museus.gov.br/wp-content/uploads/2017/10/CronoCanudos.pdf>>. Acesso em: 9 jul. 2025

tais, a figura do jornalista atua como intermediária, filtrando imagens fornecidas por agências e atores sociais. Assim, seu relato é influenciado por diversos registros visuais destas múltiplas fontes. Observamos neste cenário, a transformação do papel de “gatekeeper” para “*gatewatch*”, em que o jornalista realiza uma pesquisa (raspagem de dados), seleciona e decide quais imagens serão disponibilizadas à mídia e às plataformas.

Tal configuração decorre da implementação de tecnologias no modelo produtivo do jornalismo, onde suas práticas foram convertidas para dominar e se apropriar das lógicas de enunciação dos produtos de informação em multiplataformas. No cenário anterior, o modelo tradicional do jornalismo impresso, radiofônico e televisivo, tais mídias produziam seus conteúdos em ferramentas distintas. Na configuração do digital e de plataformas sociais, o campo da recepção é alargado com a presença da figura do proconsumer, do ator social que produz, consome e atua na circulação destas notas informativas conforme nicho/bolhas referenciais. O termo “*gatekeeper*” cunhado nos anos 40 do século passado, em que uma e/ou poucas pessoas tomavam decisões do que seria notícia ou não e que atuavam de modo isolado da audiência é gradativamente convertido pelo advento das tecnologias móveis e pela ampliação do campo da recepção/participação.

Esta ampliação da participação da audiência, forjou condições para a configuração de uma outra tipologia. O termo “*gatewatching*” (Weber, 2010) é cunhado a partir do contexto de aceleração das redes digitais e interacionais. O jornalista perdeu o controle de porteiro da informação e se converte em uma espécie de curador de informações dispersos em diversos espaços/fontes e que passa a ser concentrado em um único espaço para ser consumido por sua audiência. O desafio do pesquisador consiste em descrever/desvelar onde e em que etapas da produção atuam os filtros de seleção, edição e produção noticiosa nestes espaços de digitalização.

A estratégia adotada pelo Google funciona como um ponto de observação destinado à descrição de estratégias e do funcionamento desses filtros. A midiatização é evocada como categoria analítica, cujos

indícios servem para fundamentar o desenvolvimento de hipóteses com foco em descrever como os coletivos midiatisados, caracterizados pela atuação experimental, integram outras narrativas oriundas da mídia e contribuem para ressignificar os acontecimentos. Tais operações, acionadas pelos sujeitos sociais, influenciam a perpetuação ou não das imagens do acontecimento.

3. Os desafios de “ler” os filtros: metodologias para o desvelar das chancelas da produção midiática

O tópico a seguir apresenta costuras indissociáveis ao objeto, ao tratar do recorte da pesquisa imerso em lógicas de seleção/decupagem em base de dados, a exemplo do *Google*, tratamos de apontar as consequências do jornalismo digital. Este novo modo de “ser e “estar” do jornalismo promoveu mudanças substanciais no modelo produtivo e de seus produtos, no caso, a informação. A imersão no ambiente digital com seus ciclos de produção dinâmicos, demandam uma atuação contínua e em tempo real destes profissionais. A necessidade do clique/postagem instantânea, obriga redações, profissionais e amadores a manterem atualizações constantes e frequentes de seus produtos comunicacionais (páginas da web, bloggers, sites de redes sociais).

O algoritmo é a materialização da experiência mental, ao pesquisador(a) interessa entender as lógicas destas experimentações mentais transpostas para a linguagem binária/codificada. Tais operações abstratas (dos códigos) fazem-nos pensar como estas imagens filtradas por códigos fechados e não passíveis de auditoria passam a afetar o mundo sensível e da experiência humana. Outro ponto de visada e de observação do empírico, diz respeito aos usos sociais das operações abstratas, como se articula seu acesso, usos/apropriações e, como estes usos sociais são validados na circulação midiática? Para tanto, elencamos para coleta e extração de dados, a vertente netnográfica que segundo Polivanov (2014) permite identificar fenômenos ainda não consolidados

por meio das sequências produzidas nas plataformas digitais, em nosso caso, da ferramenta de busca do *Google*.

As capturas de tela foram obtidas entre os meses de fevereiro e março de 2025, utilizando conexão cabeada e georreferenciada (sem o uso de VPN), o navegador de internet utilizado foi o *Brave Browser* com conta pessoal logada na plataforma do *Google*. O corpus foi constituído a partir de 25 “prints”/capturas de tela extraídas no fluxo em três períodos: maio de 2024 (inundações no RS – 10); agosto de 2024 (estiagem/queimadas – 10) e janeiro de 2025 (o que foi enquadrado-sedimentado pelo fluxo - 5).

Os materiais extraídos, segundo Antonio Carlos Gil (2008) é recomendado em estudos exploratórios, os quais têm por objetivo abordar realidades pouco conhecidas pelo pesquisador ou fornecer uma visão aproximativa do problema pesquisado (Gil, 2008). A perspectiva exploratória visa desenvolver, esclarecer e aprimorar conceitos e ideias, permitindo a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses viáveis para desdobramentos em pesquisas futuras.

As imagens extraídas revelaram disputas de valor, ou seja, ao que é visível e disputado entre diferentes esferas sociais, segundo a pesquisadora Ana Paula da Rosa (2019). Os acontecimentos das cheias/inundações no Rio Grande do Sul e, do evento oposto, das secas/estiagem emergem desta disputa por sentidos, são imagens que aderem, continuam circulando, uma vez que, já se fixaram nos imaginários sociais. Apesar desta valoração, ambos acontecimentos foram retratados e enquadrados sob dimensões antagônicas. A compreensão dessas imagens exige interpretação dos sentidos e dos enquadramentos definidos pelas agências de notícias, destacando os fatores que são enfatizados e disponibilizados para os leitores em cada contexto nacional.

Observar a circulação significa identificar como se formam coletivos e reconhecer diferenças e fragmentos dessas produções. O desafio é compreender, na estrutura da plataforma, quais marcas vêm das ações dos agentes sociais e o que as evidências empíricas apresentam destes marcadores. Essas reflexões abordam como as representações sociais

são incorporadas aos algoritmos por meio dos *inputs* inseridos nas máquinas, direcionando o aprendizado e a mediação do conteúdo. Neste sentido, o pesquisador Fausto Neto (2018) trata deste fenômeno como uma transformação da comunicação midiática e nas formas pelas quais os discursos circulam e se reconfiguram na sociedade contemporânea. As disputas entre imagens que aderem e as que são banalizadas revelam disputas onde práticas sociais e sentidos se encontram, se confrontam e se transformam, este “*gatewatch abstrato*” representado pelo *Google* é uma ferramenta avançada criada por especialistas técnico-científicos que, por sua vez, atuam como mais um filtro no processo.

Nessa esteira, o processo de circulação midiática e sua “raspagem” pelo *Google* representa mais uma etapa do processo dos circuitos sociais (Braga, 2012). As interações intra-midiática perpassam pela chancela da mídia tradicional e revela este terceiro sistema representado pela resposta social da mediação dos acontecimentos, ou seja, o *Google* exibe o que a sociedade produz enquanto mídia e faz circular sobre isto. O digital representa este fenômeno sócio-tecnológico pelas quais ocorrem as experimentações sociais.

Dessa perspectiva analítica, dos efeitos das imagens selecionadas pela plataforma do *Google*, recorremos ao conceito de imaginário social tratado por Erick Felinto (2011) como uma tradução do mundo mediada por imagens formadas por mitos, símbolos e representações mentais. As imagens banalizadas da seca decorrem desta construção mental já constituída pela circulação midiática e, em outros dispositivos, a exemplo dos livros didáticos que forneceram elementos aos mundos sociais de diversas gerações, retratando a migração de famílias da região Nordeste para o Norte/Sudeste do país⁹.

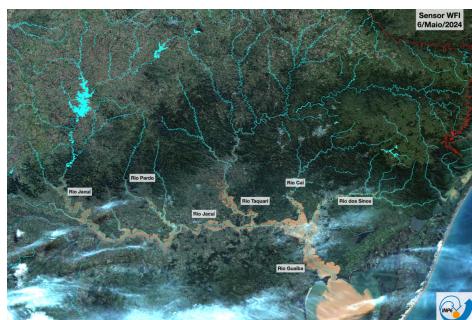
⁹ SANTOS, Rosiane Rocha Oliveira; SANTOS, José Moacir dos Santos. O Nordeste nas páginas dos livros didáticos. *Revista ComSertões*, v. 5, n. 1, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.36943/comsertoes.v5i1.3701>>. Acesso em: 9 jul. 2025.

4. O que dizem essas imagens?

Este tópico descreve os dois fenômenos como acontecimento que, segundo Maurice Mouillaud (2002) cabe, ao campo da informação, construir a moldura que enquadra o sentido na construção da notícia. O autor afirma que o campo da informação é responsável por enquadrar tais “aderências à sombra” (Rosa, 2019) ou reenquadrá-las, tomando para si, uma recircularização destas imagens, mobilizando atores e instituições. Nos interessa, neste ponto, analisar o fenômeno das imagens aderentes e banalizadas a partir de dois acontecimentos: inundações no Rio Grande do Sul (maio de 2024) e das queimadas/estiagem no país (agosto de 2024). Destes fatos, quais imagens circularam com maior fluidez? O que “aderiu às sombras” dos mundos sociais?

É decerto que, o acontecimento dos incêndios no Brasil se caracterizou por um aspecto geográfico mais ampliado. Aquele flagelo da seca que, ocorria sazonalmente na região Nordeste, atravessou a Floresta Amazônica, campeou no cerrado e suas consequências atravessaram as dinâmicas/rotinas das urbes nas regiões Sul e Sudeste do país. Observa-se, à priori, apesar deste espalhamento territorial da estiagem e das queimadas, o enquadramento noticioso circulou com baixo engajamento e mobilização social para o fenômeno em curso naquele momento.

Figuras 8 e 9 – Imagens dos acontecimentos (Rio Grande do Sul, maio¹⁰ e queimadas no Brasil em agosto de 2024¹¹)



Fontes: INPE e Zero Hora (maio e agosto/2024)

As imagens dos incêndios florestais no Brasil foram noticiadas com critérios mais brandos, enfatizando que o problema afeta unicamente povos da Amazônia Legal e áreas rurais. A imagem de satélite divulga-

¹⁰ ASCOM/MCTI. Imagem do Satélite Amazonia-1 dá dimensão da tragédia em todo o Rio Grande do Sul. *Instituto de Pesquisas Especiais (INPE)*, 13 mai. 2024. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpe/pt-br/assuntos/ultimas-noticias/imagem-do-amazonia-1-da-dimensao-da-tragedia-em-todo-o-rio-grande-do-sul>>. Acesso em: 9 jul. 2025.

¹¹ ZERO HORA. FOTOS: satélite de agência norte-americana identifica corredor de fumaça da Amazônia que chegou a Porto Alegre. *Zero Hora*, 20 ago. 2024. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/ambiente/noticia/2024/08/fotos-satelite-de-agencia-norte-americana-identifica-corredor-de-fumaca-da-amazonia-que-chegou-a-porto-alegre-cmo2grx3koo4no15igit9dtqf.html>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

da pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), em ambos os acontecimentos apresentam uma dimensão mais ampliada entre os dois eventos climáticos, reportados em instâncias mais fluídas do digital.

Em trabalho publicado no ano de 2022, Erick Felinto destaca que:

Não obstante a acumulação de *gadgets* na vida contemporânea ser também responsável pela desaparição de importantes afetos atmosféricos (efeitos de “presença” e de relações diretas com o mundo), as tecnologias contemporâneas de comunicação podem, paradoxalmente (em seus melhores momentos) trazê-los de volta. Essas tecnologias colaboraram para nos alienar das coisas do mundo e suas presenças [...]” (Felinto, 2022, p. 6).

Aprofundando esta citação de Felinto (2022), como “trazer de volta” aquelas representações esvaziadas e banalizadas da seca? Inferencialmente, retomamos algumas reflexões, mobilizando tecnologias e linguagens audiovisuais. No ano de 2022, a Rede Globo de Televisão relançou a refilmagem da novela “Pantanal”, gravado no bioma do cerrado brasileiro, um dos mais afetados pelos incêndios florestais.

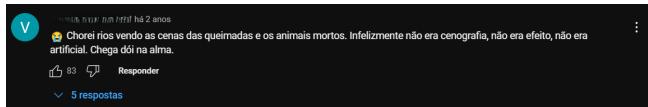
Figura 10 – Reenquadramento das imagens banalizadas, uso do primeiro plano com imagens de animais carbonizados durante as gravações da produção



Fonte: YouTube (resumo do Capítulo 80, da novela Pantanal, Rede Globo. Exibido em 22 de junho de 2022)

Trechos do capítulo 8o, exibido em 22/06/2022, exemplificam esse processo de atribuir novos sentidos as imagens já conhecidas, impulsionando novos sentidos e reverberações, a exemplo do comentário postado por ator social.

Figura 11 – Ator social em comentário sobre as cenas em primeiro plano dos animais carbonizados



Fonte: Youtube, Rede Globo de Televisão, 28 de junho de 2022

O comentário extraído: “Chorei rios vendo as cenas das queimadas e os animais mortos. Infelizmente não era cenografia, não era efeito, não era artificial. Chega dói na alma”, revelou como o imaginário se transforma aos ser reenquadrado a partir de novas angulações do acontecimento. Os corpos carbonizados dos animais, na época, não possuíam uma permanência no imaginário coletivo. Os atores sociais em interação começaram a demonstrar os primeiros sinais do diagnóstico desse movimento de afetação, originado do modo de dizer sobre um acontecimento (queimadas no bioma do pantanal) ressignificado pela produção audiovisual.

5. Considerações finais

Para Verón (1991), o acontecimento/seu relato só existe na medida em que esses meios os elaboram, uma vez que “[...] são o lugar onde as sociedades industriais midiatizadas e amparadas por discursividades produzem essa realidade” nas telas dos dispositivos sociotécnicos. As imagens constroem acontecimentos e, após serem enunciadas nas plataformas digitais, capturadas e “raspadas” por terceiros, não se pode

gerir este registro primário. A sua essência, aquilo que foi moldado – ajustado, enquadrado pelo tema/intenção do autor da imagem, ao se converter em produto retido pelo algoritmo, o leitor não adquire as mesmas sensações e experiências do produtor. De modo inferencial, as imagens das inundações no Rio Grande do Sul são afetadas por marcas de “permanências” simbólicas (cidades, pessoas – coletivos, artistas da indústria do entretenimento, celebridades, equipes em ação – bombeiros/jornalistas). Já na angulação do acontecimento das secas/queimadas no Brasil, circulam sentidos diversos, do fogo no campo (zona rural), do distanciamento da urbe e pela presença do homem que observa impotente o avanço das chamas, em processo de conformação.

Ambos os acontecimentos (RS/Brasil) foram lastreados e acompanhados por imagens/reportagens/infografias e pela presença do jornalista no acontecimento, entretanto, observamos diferenças nítidas dos valores notícias entre os dois fatos, a exemplo do lugar de relato que, ao ser enquadrado, pode atuar para fortalecer outras leituras ou esvaziar sentidos, banalizando o acontecimento. Enseja-se, em um segundo momento do estudo, com um corpus mais ampliado de materialidades, construir categorias de análise para desvelamento dos atravessamentos provocados pelo trabalho elaborativo dos produtores e pelas interações destas imagens midiatizadas e, ao mesmo tempo, banalizadas.

Referências Bibliográficas

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda Aparecida (Orgs.). *Mediação e Midiatização*. Salvador/Brasília: UFBA/COMPÓS, 2012, p. 31-52. Disponível em: <<https://static.scielo.org/scielobooks/k64dr/pdf/mattos-9788523212056.pdf>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

EXAME. Da revolução industrial à destruição da ozonasfera. *Exame*, 5 set. 2022. Disponível em: <<https://exame.com/esg/da-revolucao-industrial-a-destruicao-da-ozonasfera/>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

FAUSTO NETO, A. Circulação: trajetos conceituais. *Rizoma*, v. 6, n. 2, p. 8-40, jul. 2018. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/13004/7731>>. Acesso em: 9 jul. 2025.

FELINTO, Erick. “O Mito é o Nada que é Tudo”: Imaginário, Atmosfera e a Midiosfera. In: 31º Encontro Anual da Compós, 2022, Imperatriz. *Anais* [...], Galoá, 2022. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2022/trabalhos/o-mito-e-o-nada-que-e-tudo-imaginario-atmosfera-e-a-midiosfera?lang=pt-br>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

GAZETA DE NOTÍCIAS (RJ). Publicação do dia 2 de fevereiro de 1898, nº 33. *Gazeta de Notícias*, 2 fev. 1898. Disponível em: <http://memoria.bn.gov.br/DocReader/103730_03/17666>. Acesso em: 8 jul. 2025.

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONZAGA, Luiz. Xote Ecológico. *YouTube*, 1 out. 2021. Disponível em: <<https://youtu.be/YSwq5mJwi38?si=zCF2araHaK8JEATK>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE SUSTENTABILIDADE. Comparação da atual mancha de CO₂ gerada pelo fogo em Los Angeles, com aquela do dia 29 de agosto de 2024 no Brasil. *Instagram*, 9 jan. 2025. Disponível em: <<https://www.instagram.com/ibsustentabilidade/p/DEnO6bL-RwXy>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Tradução de Marina Appenzeller. 14^a ed. Campinas: Papirus, 2010.

MATTELART, Armand. *História das teorias da comunicação*. Tradução de Luiz Paulo Roaunet. 13^a ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

MOUILLAUD, Maurice. A crítica do acontecimento ou o fato em questão. In: MOUILLAUD, M.; PORTO, S. D. (Orgs.). *O Jornal: da forma ao sentido*. 2. ed. Brasília: Editora UnB, 2002, p. 49-83.

NEIVA JR., Eduardo. *A imagem*. São Paulo: Ática, 2002.

PANTANAL. Velho do Rio tenta impedir que fogo se espalhe pelo Pantanal (resumo do capítulo 80, exibido no dia 28 de junho de 2022).

YouTube, 29 jun. 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7GtrUnmEZaQ>>. Acesso em: 8 jul. 2025

OLIVANOV, B. B. Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicações dos conceitos. *Esferas*, v. 1, n. 3, jul. 2014. Disponível em: <<https://doi.org/10.31501/esf.vi3.4621>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

ROSA, Ana Paula da. Imagens em espiral: da circulação à aderência da sombra. *MATRIZES*, São Paulo, Brasil, v. 13, n. 2, p. 155-177, 2019. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrices/article/view/150455>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

SAID, Flávia. Na ONU, ministra Sonia Guajajara relaciona queimadas a negacionistas. *Portal Metrópoles*, 25 set. 2024. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/brasil/na-onu-ministra-sonia-guajajara-relaciona-queimadas-a-negacionistas>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

SANTOS, Rosiane Rocha; SANTOS, José Moacir. O Nordeste nas páginas dos livros didáticos. *Revista ComSertões*, v.5, n.1, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.36943/comsertoes.v5i1.3701>>. Acesso em: 9 jul. 2025.

VÉRON, Éliséo. Il est là, je le vois, il me parle. In: BEAUD, P. et al. (Orgs.). *Sociologie de la communication*. Paris: Réseaux / CNET, 1997, p. 521-539.

WEBER, Carolina Teixeira. Gatekeeper e gatewatching – repensando a função de selecionador no webjornalismo. In: XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2010, Novo Hamburgo. *Anais* [...]. São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0493-1.pdf>>. Acesso em 10 jul. 2025.

ZERO HORA. FOTOS: satélite de agência norte-americana identifica corredor de fumaça da Amazônia que chegou a Porto Alegre. *Zero Hora*, 20 ago. 2024. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/ambiente/noticia/2024/08/fotos-satelite-de-agencia-norte-americana-identifica-corredor-de-fumaca-da-amazonia-que-chegou-a-porto-alegre-cmo2grx3koo4no15igit9dtqf.html>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

RECONFIGURAÇÃO DO PERFIL PROFISSIONAL NAS MÍDIAS E JORNALISMO¹

Celestino Joanguete²

Resumo: As redações jornalísticas mais inovadoras estão a incorporar novos perfis profissionais, como cientistas de dados, engenheiros de linguagem natural e curadores algorítmicos, o que sinaliza uma reorganização nas estruturas de trabalho dos media. Este estudo analisa os efeitos da inteligência artificial (IA) sobre o ecossistema mediático e jornalístico, com

¹ Trata-se de um projeto de pesquisa de extensão intitulado Inteligência Artificial, Midia e Jornalismo, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

² Professor da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique. Atua nas linhas de pesquisa em Mídias Digitais e Inteligência Artificial aplicada à comunicação. É Pós-Doutor em Ciências da Educação Ambiental pelo Instituto Fondo Verde (Peru) e realizou estágio pós-doutoral na Universidade Salgado de Oliveira- Brasil. Doutor em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho-Portugal, possui especializações em Jornalismo Político na Universidade do Porto (Portugal), Pós-Graduação em Inteligência Artificial e Machine Learning na UNOPAR, Brasil. Atualmente é Professor Visitante no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria.

foco na emergência de novos perfis profissionais. A investigação, de base qualitativa, combina revisão bibliográfica e análise documental. Constatou-se que a IA automatiza tarefas como redação de notícias factuais, checagem de dados e distribuição de conteúdos. No entanto, também demanda competências técnicas, como leitura de algoritmos, análise de dados e reflexão ética. As redações estão, assim, a promover adaptações internas. Surge um novo tipo de profissional, que integra habilidades tradicionais do jornalismo com fluência tecnológica. Esse processo indica uma mudança estrutural na produção jornalística contemporânea.

Palavras-chave: Inteligência Artificial; Media; Jornalismo; Perfil Profissional; Algoritmo

1. Introdução

No contexto contemporâneo, a IA tem assumido um papel cada vez mais relevante em diversos setores da sociedade, promovendo transformações profundas nos contextos profissionais e provocando, por conseguinte, uma reconfiguração significativa das práticas laborais e da estrutura do mercado de trabalho (UNESCO, 2023). Ainda que sua incorporação aos sistemas produtivos seja relativamente recente, os efeitos da IA já se fazem sentir de forma expressiva, em especial nas áreas voltadas à produção de conhecimento e à prestação de serviços.

De acordo com Dantas (2024), estima-se que, até 2026, cerca de 90% do conteúdo online poderá ser gerado por sistemas de IA, o que sinaliza uma revolução sem precedentes na criação e disseminação de informações. Nessa mesma linha, a consultoria McKinsey (2024) aponta que entre 60% e 70% das atividades laborais têm potencial para serem automatizadas, evidenciando o caráter altamente disruptivo da tecnologia frente a múltiplas ocupações.

Entretanto, tais avanços não representam apenas um incremento de produtividade. Pelo contrário, impõem simultaneamente desafios significativos, sobretudo para profissões baseadas em tarefas repetitivas,

estruturadas ou de natureza burocrática. Em alguns casos, ocupações inteiras poderão ser ressignificadas ou mesmo extintas do mercado de trabalho convencional, o que reforça a necessidade de novas abordagens profissionais.

No setor privado, a IA tem sido amplamente adotada como alicerce estratégico para o crescimento corporativo. Conforme indica levantamento da Accenture (2024), 84% dos executivos de grandes empresas consideram essencial a implementação de tecnologias de IA para a expansão e competitividade dos seus negócios. Diante disso, observa-se uma busca crescente por eficiência operacional, inovação contínua, melhoria da experiência do cliente e desenvolvimento de produtos personalizados.

Por outro lado, no setor público, a adoção da IA já se encontra consolidada em muitas administrações governamentais. Segundo o Relatório da OCDE (2024), aproximadamente 70% das instituições públicas analisadas utilizam soluções baseadas em IA em áreas como saúde, segurança, educação e gestão administrativa. Neste contexto, a IA tem contribuído para práticas de governança mais responsivas, orientadas por dados, com maior personalização dos serviços e melhor alocação de recursos públicos.

Não obstante os benefícios operacionais, emergem impactos mais sutis — porém igualmente significativos — sobre a organização do trabalho e o perfil das profissões emergentes. Conforme destaca a Revista Forbes (2023), novas ocupações vêm sendo criadas para atender às exigências de um mercado cada vez mais automatizado. No campo editorial, por exemplo, surgem funções voltadas à curadoria de conteúdo gerado por IA, à mediação entre humanos e algoritmos, bem como à supervisão ética das dinâmicas informacionais mediadas por tecnologias inteligentes.

Diante dessas transformações, torna-se evidente a necessidade de perfis profissionais híbridos, capazes de articular competências técnicas — como análise de dados e operação de sistemas inteligentes — com habilidades comunicacionais, criativas e de pensamento crítico. Nesse sentido, a formação e a requalificação de profissionais impõem-

-se como desafios centrais, exigindo das instituições um esforço coordenado de adaptação curricular e organizacional.

À luz desse panorama, o presente artigo tem como objetivo analisar as transformações estruturais e funcionais nos ambientes de trabalho, com ênfase nos setores editorial e comunicacional, provocadas pela introdução da IA nos processos produtivos. Pretende-se, com isso, identificar os perfis profissionais emergentes, mapear as competências demandadas e examinar as estratégias institucionais de reorganização. Para tanto, o artigo está estruturado em três seções principais: a primeira aborda a ressignificação do perfil pela IA no geral; a segunda discute os impactos concretos no campo das mídia e jornalismo, e a terceira reflete sobre as implicações laborais e associadas à nova configuração do trabalho.

2. Reconfiguração de Perfis Profissionais

A automação, impulsionada principalmente pelos avanços da Inteligência Artificial (IA), está a transformar de maneira acelerada as competências requeridas no mercado de trabalho global. Ainda que essa transição venha sendo prevista há décadas, sua concretização tem se intensificado substancialmente nos últimos anos, provocando mutações significativas nos perfis profissionais, nas estruturas ocupacionais e nos próprios ambientes de trabalho.

Nesse novo cenário, competências técnicas avançadas — especialmente aquelas associadas ao domínio de tecnologias digitais, sistemas de dados, machine learning e linguagens computacionais — passam a ser altamente valorizadas. Contudo, não apenas habilidades técnicas são demandadas. De forma crescente, habilidades sociais e cognitivas, como pensamento crítico, criatividade, resolução de problemas complexos e capacidade de colaboração interdisciplinar, tornam-se igualmente essenciais para lidar com um contexto de constante mutação (McKinsey & Company, 2018).

Em contrapartida, competências tradicionais ligadas a tarefas físicas, repetitivas ou manuais tendem a declinar progressivamente em relevância, ainda que, em alguns países e setores, continuem a desempenhar um papel importante até meados da próxima década. Estima-se, por exemplo, que até 3% da força de trabalho global precisará mudar completamente de ocupação, sobretudo em setores altamente suscetíveis à automação, como indústria, atendimento ao cliente, logística e serviços administrativos.

Além disso, o estudo conduzido pelo Goldman Sachs (2023) projeta que cerca de 300 milhões de empregos em todo o mundo poderão ser impactados pelas tecnologias de IA, seja pela reconfiguração das funções desempenhadas, seja pela completa extinção de certos postos de trabalho. Esse dado alarmante sugere não apenas uma substituição parcial de funções humanas, mas uma reestruturação sistêmica do modelo produtivo mundial, cuja magnitude se assemelha às grandes revoluções industriais da história.

Por outro lado, à medida que algumas ocupações desaparecem, outras surgem. Segundo o World Economic Forum (2025), aproximadamente 23% das profissões existentes deverão sofrer transformações profundas até 2027, impulsionadas não apenas pelos avanços tecnológicos, mas também por mudanças climáticas, novas regulações ambientais e pela transição para uma economia verde. O relatório *The Future of Jobs Report 2025*, que reúne a percepção de mais de mil grandes empregadores em 22 setores e 55 economias, reforça que essas transformações exigirão estratégias robustas de requalificação e reorganização rápida da força de trabalho.

Ainda que muitas profissões sejam extintas ou reformuladas, o relatório indica que novas funções estão a emergir com força, sobretudo na área de análise de dados, tecnologia da informação, cibersegurança, bioengenharia, inteligência artificial e comunicação digital especializada. Dessa forma, o período entre 2025 e 2030 será decisivo para a reconfiguração do trabalho, exigindo um esforço conjunto entre governos, instituições de ensino, empresas e profissionais para garantir resiliência e adaptabilidade frente às mudanças.

No campo da comunicação e do jornalismo, essas tendências se manifestam de maneira particularmente sensível. Os perfis profissionais ligados à comunicação estão em fase de transição, sendo desafiados por novos modelos de produção, circulação e verificação de conteúdos. À medida que a IA se insere nas redações, observa-se não apenas a automação de tarefas rotineiras — como a redação de notas factuais, o clipping automatizado, a categorização de conteúdos e a análise de tendências —, mas também o surgimento de novos desafios éticos e técnicos relacionados à apuração de dados, à verificação de fatos, ao combate à desinformação e à proteção de direitos autorais.

Consequentemente, os fluxos de trabalho nas redações estão sendo redesenhados para integrar de forma mais eficaz as ações humanas com as capacidades dos sistemas automatizados. Surgem, então, novas funções como curadores de conteúdo gerado por IA, gestores de relacionamento homem-máquina, especialistas em ética algorítmica e engenheiros de linguagem natural voltados ao conteúdo jornalístico. Tais profissionais são responsáveis por supervisionar os limites de atuação da IA, validar a veracidade das informações processadas por algoritmos e garantir a conformidade com os princípios editoriais da profissão.

Neste contexto, não se trata apenas de substituir o jornalista por um robô redator, mas de integrar competências distintas em um ambiente de trabalho cada vez mais híbrido. Exige-se, portanto, um novo tipo de profissional da comunicação, com fluência tecnológica, pensamento sistêmico e sólida formação crítica, capaz de compreender o funcionamento dos algoritmos e, ao mesmo tempo, manter o compromisso com os valores democráticos e a ética da informação.

Portanto, a reconfiguração dos perfis profissionais impulsionada pela IA não é apenas técnica, mas estrutural e cultural. Ela altera os papéis, os saberes, os modos de fazer e as formas de pensar o trabalho. Desse modo, compreender essa transformação é fundamental para antecipar tendências, propor políticas empresariais de formação e requalificação, e fortalecer práticas comunicacionais responsáveis frente à nova era do trabalho inteligente.

3. Novo Perfil Profissional nas Mídia e Jornalismo

A IA nas redações não apenas confirma uma tendência irreversível, como também reconfigura de forma acelerada os perfis profissionais demandados no campo da comunicação. Segundo Pennacchio (2025), 60% dos profissionais da área consideram a automação essencial, e a previsão é de que, até 2025, ferramentas de IA voltadas diretamente ao público, como resumos em áudio, tradução automatizada e interfaces de busca interativas, tornem-se rotineiras.

Newman (2024) e Guzman e Lewis (2024) demonstram que a integração da IA nas redações não se resume à adoção de tecnologias, mas implica também novas práticas editoriais, reconfigurações institucionais e redefinição de funções. Esses autores convergem na análise de que a inteligência artificial, embora traga eficiência e agilidade, exige uma supervisão humana rigorosa, especialmente na apuração e verificação de informações. Beckett, Yaseen (2023) reforça esse argumento ao apontar que o papel do editor se amplia, incorporando responsabilidades voltadas à fiscalização crítica de conteúdos automatizados.

Em diálogo com essas contribuições, a análise da empresa americana de consultoria Goldman Sachs (2023) acrescenta uma dimensão macroeconômica ao debate, ao projetar que cerca de 300 milhões de empregos poderão ser impactados globalmente. Contudo, o relatório também destaca o surgimento de novos cargos, especialmente em setores como jornalismo e media, que demandam competências voltadas à integração e supervisão da IA. A convergência desses estudos aponta, portanto, para uma reconversão estrutural dos fluxos de trabalho nas redações e exige uma requalificação urgente dos profissionais.

Dentre as múltiplas respostas possíveis a essa reconfiguração, diversas funções emergem com destaque: criadores de conteúdo com suporte de IA, auditores de qualidade automatizada, analistas de previsão de IA, gerenciadores de input/output de sistemas inteligentes, especialistas em integração técnico-editorial, engenheiros de prompt e *designers* de personalidade de IA. Esses profissionais não substituem os jornalistas tradicionais, mas

atuam em complementaridade, garantindo que os sistemas automatizados operem dentro dos princípios éticos e editoriais do jornalismo.

Além disso, o relatório do Instituto Reuters (2024) fornece um retrato abrangente das expectativas e tensões do setor. Baseado em entrevistas com mais de 300 líderes de redações em 56 países, o documento revela um cenário de transição, no qual apenas 47% dos executivos demonstram confiança no futuro do jornalismo. As preocupações giram em torno do aumento dos custos, da retração das receitas publicitárias e da instabilidade das assinaturas, enquanto se observa um deslocamento estratégico para plataformas de maior engajamento, como WhatsApp, Instagram, TikTok e YouTube.

Ademais, Newman et al. (2024) mostram que os formatos de maior aposta para retenção de audiências são vídeos, newsletters e podcasts, apontando para uma valorização de narrativas mais imersivas. Contudo, existe um tensionamento claro entre as estratégias de métricas de performance e a ética editorial, com preocupações crescentes em relação à fadiga informativa e à evasão seletiva.

Nesse contexto, torna-se imprescindível a formação de um novo perfil profissional: um sujeito híbrido, capaz de articular conhecimentos tecnológicos com competências analíticas, sensibilidade ética e comunicação multiformato. Tal perfil não apenas operará sistemas emergentes, mas também contribuirá para uma transformação crítica e responsável do ecossistema informacional, alinhando inovação tecnológica ao fortalecimento da esfera pública e ao compromisso com a democracia.

4. Implicações Laborais e Profissionais Impactadas pela IA

As implicações laborais decorrentes da adoção da inteligência artificial nas redações transcendem as transformações técnicas ou operacionais: elas representam, sem dúvida, um verdadeiro ponto de inflexão para os modos de produção, circulação e validação da informação no campo do jornalismo. À medida que os fluxos de trabalho se automatizam, o

núcleo da prática jornalística passa a depender menos de tarefas operacionais e mais de funções que exigem análise crítica, curadoria ética e gestão da interação homem-máquina.

De acordo com o World Economic Forum (2025), aproximadamente 23% das profissões existentes sofrerão transformações significativas até 2027, e o jornalismo encontra-se entre os setores mais diretamente afetados. Tal impacto manifesta-se, sobretudo, na emergência de um novo ecossistema laboral em que competências interdisciplinares tornam-se imprescindíveis. Profissionais da comunicação passam, portanto, a ser cobrados por domínio técnico em IA, compreensão de modelos de linguagem e sensibilidade para avaliar a confiabilidade de fontes automatizadas (Newman, 2024).

Além disso, Guzman e Lewis (2024) alertam que a crescente delegação de funções jornalísticas a sistemas automatizados requer a criação de protocolos institucionais de supervisão, bem como de dispositivos de accountability tecnológica. A ausência desses mecanismos pode, por conseguinte, agravar as assimetrias informativas e comprometer a credibilidade dos veículos, impondo um novo ethos profissional orientado para a vigilância crítica dos algoritmos.

Beckett e Yaseen (2023), ao analisar o redesenho das redações, observa que a valorização da IA tem gerado novas categorias de ocupação, mas também acirrado processos de substituição laboral em funções de entrada, como repórteres iniciantes e redatores de apoio. Isso pode gerar um esvaziamento das etapas formativas da profissão, colocando em risco a transmissão de valores essenciais do jornalismo. Assim, uma das principais implicações laborais reside na necessidade de preservar espaços de aprendizagem humana, mesmo em ambientes altamente automatizados.

Paralelamente, a fragmentação das plataformas e a diversificação dos canais de distribuição têm exigido dos jornalistas habilidades em design de experiência, análise de métricas de engajamento e adaptação narrativa multiplataforma. De acordo com o relatório “The Future of Jobs Report” (2025), a comunicação criativa e a capacidade de con-

textualização crítica dos dados figurarão entre as competências mais valorizadas em um horizonte próximo.

Autores como Alcântara (2024) contribuem para esse debate ao enfatizar que as redações estão passando por uma “desmaterialização das competências fundantes do jornalismo”, o que demanda, de forma inadiável, uma nova arquitetura profissional baseada em análise de dados, curadoria ética e revisão crítica automatizada. Em consonância, Albuquerque e Saavedra (2019) faz uma estimativa das probabilidades de automação das ocupações no Brasil. Essas estimativas norteiam os fazedores de políticas públicas e profissionais a definir cursos prioritários que as instituições de ensino deverão oferecer visando maximizar as oportunidades de emprego no país.

Ainda nesse panorama, Dantas e Vieira (2025) afirmam que o jornalista contemporâneo atua como “tradutor sociotécnico” entre a lógica dos algoritmos e os valores editoriais da profissão. Tal contribuição aponta, de maneira contundente, para uma redefinição profunda das práticas profissionais, na qual o domínio técnico não substitui a capacidade reflexiva, mas a potencializa.

Dessa maneira, a nova configuração profissional no jornalismo não diz respeito apenas à aquisição de ferramentas, mas à constituição de um repertório ético-técnico capaz de lidar com as complexidades de um ambiente informacional automatizado. A inteligência artificial, portanto, não substitui o jornalista, mas exige sua reinvenção constante, em diálogo com as tecnologias, com a sociedade e com os valores democráticos que sustentam a prática comunicacional.

Considerações Finais

Em linhas gerais, este artigo teve como objetivo analisar as transformações estruturais e funcionais nos ambientes de trabalho nas áreas de mídia e jornalismo, provocadas pela introdução da IA, com ênfase na emergência de novos perfis profissionais. Para tanto, a pesquisa procu-

rou mapear as competências requeridas, examinar as estratégias institucionais de reorganização e refletir criticamente sobre as implicações laborais dessas mudanças.

Nesse contexto, a análise demonstrou que a adoção da IA nas redações não se limita à automação de tarefas rotineiras, mas, acima de tudo, reconfigura integralmente os fluxos de produção jornalística. Com efeito, surgem novos papéis profissionais — como engenheiros de linguagem natural, curadores algorítmicos e auditores de sistemas inteligentes — que exigem uma articulação entre habilidades técnicas, competências comunicacionais e sensibilidade ética. Dessa forma, as redações mais inovadoras têm buscado integrar esses perfis híbridos, revelando uma tendência crescente de especialização e requalificação interna.

Não obstante, o estudo contribui para o campo das Mídia e Jornalismo ao sistematizar as principais mudanças provocadas pela IA no ecossistema jornalístico e ao propor uma leitura crítica das transformações em curso. Além disso, oferece subsídios teóricos e práticos para instituições de ensino, gestores de redações e formuladores de políticas públicas interessados em compreender e antecipar as demandas profissionais emergentes no setor.

Cabe ressaltar que, metodologicamente, este trabalho se baseou majoritariamente em revisão bibliográfica e análise documental. Ainda que tais métodos tenham permitido uma leitura abrangente do tema, é importante destacar que o estudo não contemplou entrevistas empíricas com profissionais em atuação, tampouco observações de campo em redações. Por conseguinte, tais abordagens poderiam enriquecer futuras investigações, aproximando teoria e prática de maneira mais robusta.

Nesse sentido, recomenda-se a realização de estudos empíricos com foco na experiência concreta dos profissionais que atuam em ambientes automatizados, bem como análises comparativas entre diferentes contextos geográficos e culturais. Ademais, seria pertinente investigar como os currículos de formação jornalística estão sendo adaptados — ou negligenciados — frente às exigências de um mercado cada vez mais orientado por dados e algoritmos.

Por fim, a reconfiguração do perfil profissional no jornalismo, impulsionada pela inteligência artificial, representa mais do que uma mera atualização técnica: ela evidencia uma tensão com fundamentos éticos, epistemológicos e políticos da prática comunicacional. Diante disso, em um cenário marcado por desinformação, crise de confiança e concentração tecnológica, torna-se urgente formar profissionais capazes de operar criticamente as ferramentas digitais, preservar a integridade editorial e fortalecer os vínculos entre jornalismo, cidadania e democracia. Em suma, a IA não elimina o papel do jornalista, mas sim exige sua reinvenção permanente, em um esforço contínuo de mediação entre inovação e responsabilidade pública.

Referências Bibliográficas

ACCENTURE. Inteligência artificial e o crescimento corporativo: um estudo com executivos de grandes empresas. 2024. Disponível em: <https://www.accenture.com>. Acesso em: 18 maio 2025.

ALBUQUERQUE, P. H. et al. Na era das máquinas, o emprego é de quem? Estimação da probabilidade de automação de ocupações no Brasil. *Mercado de Trabalho: conjuntura e análise*, Brasília, v. 25, n. 66, p. 1–12, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/9930>. Acesso em: 18 maio 2025.

ALCÂNTARA, Márcio Venício Pilar. Impacto da inteligência artificial no jornalismo: análise automatizada utilizando ChatGPT e IRaMuTeQ. *Internet & Sociedade*, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 80–115, set. 2023. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2023/08/Impactos-da-Inteligencia-Artificial.pdf>. Acesso em: 18 maio 2025.

BECKETT, Charlie; YASEEN, Mira. *Generando el cambio: un informe global sobre qué están haciendo los medios con IA*. Londres: Polis – London School of Economics and Political Science, 2023. Disponível em: <https://www.lse.ac.uk/polis/publications/generando-el-cambio-un-informe-global-sobre-que-estan-haciendo-los-medios-con-ia>.

[tps://www.journalismai.info/research/2023-generating-change](https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change). Acesso em: 18 maio 2025.

CHLOUDHURY, M. et al. Impact of artificial intelligence (AI) on the media and entertainment industry. *AIP Conference Proceedings*, v. 2736, n. 1, p. 060012, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1063/5.0171147>.

DANTAS, M. *A revolução da IA no mercado de conteúdo: previsões para 2026*. Rio de Janeiro: Editora Conteúdo Digital, 2024.

FORBES. Inteligência artificial e o novo perfil profissional: oportunidades e desafios no mercado editorial. *Forbes Insights*, 2023. Disponível em: <https://www.forbes.com>. Acesso em: 18 maio 2025.

GUZMAN, A. L.; LEWIS, S. C. What generative AI means for the media industries, and why it matters to study the collective consequences for advertising, journalism, and public relations. *Emerging Media*, v. 2, n. 3, p. 347–355, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1177/27523543241289239>.

LINARES, C. L. 15 conceitos para entender a IA no jornalismo – e os seus usos em redações. *LatAm Journalism Review*, 2024. Disponível em: <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/15-conceitos-pa-ra-entender-a-ia-no-jornalismo-e-os-usos-em-redacoes/>. Acesso em: 18 maio 2025.

McKINSEY & COMPANY. AI, automation, and the future of work: ten things to solve for. 2024. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/ai-automation-and-the-future-of-work-ten-things-to-solve-for#part3>. Acesso em: 18 maio 2025.

NEWMAN, Nic. *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>. Acesso em: 18 maio 2025.

NEWMAN, N. et al. *Digital News Report 2024*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2024. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>. Acesso em: 18 maio 2025.

OCDE. *Relatório sobre a utilização de inteligência artificial no setor público.* Paris: OCDE Publishing, 2024.

PENNACCHIO, Katherine. Aprovação de leis repressivas, crescimento de influenciadores e uso de IA: previsões para 2025 do Instituto Reuters. *LatAm Journalism Review*, 2025. Disponível em: <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/aprovacao-de-leis-repressivas-crescimento-de-influenciadores-e-uso-de-ia-previsoes-para-2025-do-instituto-reuters/>. Acesso em: 15 abr. 2025.

REVISTA LIDE. 71% das empresas de mídia e comunicação adotam IA para gerenciar conteúdo e aumentar sua eficiência e personalização. *Revista Lide*, 2024. Disponível em: <https://www.revistalide.com.br/noticias/tecnologia-inovacao/71-das-empresas-de-midia-e-comunicao-adotam-ja-para-gerenciar-conteudo-e-aumentar-sua-eficiencia-e-personalizacao>. Acesso em: 18 maio 2025.

TÚÑEZ LÓPEZ, M.; FIEIRAS-CEIDE, C.; VAZ-ÁLVAREZ, M. Impact of artificial intelligence on journalism: transformations in the company, products, contents and professional profile. *Communication & Society*, v. 34, p. 177–193, 2021. DOI: <https://doi.org/10.15581/003.34.1.177-193>.

UNESCO. *Para aproveitar a era da inteligência artificial na educação superior: um guia às partes interessadas do ensino superior.* Paris: UNESCO, 2023. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000386670_por. Acesso em: 18 maio 2025.

WANG, S. et al. The role of human creativity in the presence of AI creativity tools at work: a case study on AI-driven content transformation in journalism. *arXiv preprint*, arXiv:2502.05347, 2025. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2502.05347>. Acesso em: 20 abr. 2025.

WORLD ECONOMIC FORUM. *The future of jobs report 2025: insight report January 2025.* Genebra: WEF, 2025. Disponível em: <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2025/>. Acesso em: 18 maio 2025.



ACONTECIMENTO NO CONTEXTO LATINO- AMERICANO

LA CONSTRUCCIÓN FRACTAL DEL ACONTECIMIENTO: El devenir de la semiosis social en la transición de la coexistencia entre seres humanos y entidades de inteligencia artificial

Gustavo Markier¹

Resumen: La configuración de los objetos se presenta en una serie de ejemplos de construcción de sentido a partir de elementos laterales (no centrales o periféricos) en relación al hecho informativo en sí. La multiplicidad de fuentes fragmentadas de información y la capacidad de creación de nuevos discursos a partir de la generación de insumos algorítmicos en la selección de datos, sumado a la creciente capacidad de producción a través de múltiples medios, han inaugurado una era de construcción fractal del acontecimiento como objeto mediatizado.

Palabras clave: mediatización; semiosis; social; discurso; acontecimiento.

¹ Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) – Universidad Nacional de Rosario (UNR) / Universidade de Buenos Aires (UBA).

1. Introducción

En el marco de los estudios de las gramáticas de producción y de reconocimiento, y a partir de la reflexión acerca del lugar de construcción del acontecimiento en el año 2025, mi hipótesis es que el acontecimiento se termina de convertir en un acto performativo en cuanto el consumidor de información de fuentes múltiples y fragmentadas lo procesa, en función de los discursos que a su vez él genera a partir de su percepción de la noticia.

Desde el desarrollo de Eliseo Verón, en “Construir el acontecimiento” (Verón, 1983, p. 2-3): “el objeto cultural que llamamos actualidad... es un objeto fabricado que sale de esa fábrica que es un medio informativo... los medios producen realidad social”, los acontecimientos son “leídos” a partir de un flujo informativo complejo, configurado parcial o completamente por algoritmos de programación personalizados a medida de las “selecciones preexistentes” hechas por el lector/consumidor dentro del sistema de medios. “Los hechos que componen esta realidad social no existen en tanto... hechos sociales *antes* que los medios los construyan... *Después* que los medios los han producido, ... empiezan a tener múltiples existencias” (Verón, 1983, p. 4-5).

Verón visibiliza los juegos del sistema mediático y los vincula con los sistemas sociales complejos. Desde la perspectiva de Luhmann (1998), cada persona, conceptualizada como un sistema socio individual, es inter-penetrada comunicacionalmente por diferencias que se constituyen en significación: el acontecimiento se construye como sentido en el sujeto y deviene social cuando afecta a un conjunto de sistemas socio individuales que comparten un sistema social. Un acontecimiento se crea en la mente de los consumidores a partir de estímulos sucesivos comunicados a través de múltiples medios digitales y analógicos.

Es en la modalidad de la interfaz (Scolari, 2018) en que el acontecimiento vive. Donde lo más relevante lo constituyen **las características de mediatización del objeto que el suceso en sí mismo**. Una de las novedades de la actual década lo constituye la consolidación existente

de entidades de la denominada inteligencia artificial que dan cuenta a nuevos formatos de acontecimientos.

Como metodología de análisis compartiré una serie de objetos mediatisados con características diferenciadoras en relación al objeto base. En base a una misma consulta (*prompt*) a Perplexity, una entidad de inteligencia artificial alimentada por múltiples fuentes de información, se presentarán diferentes escenas de la “actualidad”.

La configuración de los objetos se diferenciará en una serie de ejemplos de construcción de sentido a partir de elementos laterales (no centrales o periféricos) en relación al hecho informativo en sí. Por ejemplo, la visibilidad pública de hechos usualmente privados – hasta ahora –, la re-interpretación artística del medio, una lectura equívoca de imágenes, el foco en el contexto más allá del hecho originante o el énfasis sobre el *star system* por sobre el supuesto hecho deportivo trascendente.

Figura 1 – Ejemplo 1: la escena de Donald Trump, J. D. Vance y Volodimir Zelensky en la Casa Blanca



Fuente: Wikimedia Commons (2025)

El 28 de febrero de 2025, en el marco de una conferencia de prensa conjunta en la Casa Blanca, entre el Presidente de los Estados Unidos,

Trump, su Vicepresidente, Vance y el Presidente de Ucrania, Zelensky. Hacia el final de la conferencia de prensa se produjo una serie de intercambios cortantes e incómodos entre los participantes, que fue enraziendo el tono y la actitud corporal de los participantes, en un modo inédito de visualización pública y abierta a una amplia audiencia. La situación se crispó de modo tal que el acuerdo entre partes que iba a ser firmado fue suspendido sin fecha.

Pero lo que más impactó a quienes asistimos a esa puesta en escena fue el modo de trato interpersonal escasamente diplomático, que usualmente podría pertenecer a la esfera privada de diálogo, pero que en esta oportunidad se trasmitió en vivo y en directo a una audiencia global, lo cual podría interpretarse con una determinada intencionalidad hacia ciertos paradestinatarios.

Consultada acerca de la audiencia del acontecimiento, – ¿Cuántas personas componen la audiencia de los videos y *streaming* del diálogo entre Trump, Vance y Zelensky en la Casa Blanca? –, la entidad de inteligencia artificial Perplexity nos comenta lo siguiente: no existen cifras oficiales exactas sobre la audiencia total de los videos y transmisiones en *streaming* del diálogo entre Trump, Vance y Zelensky en la Casa Blanca, pero los reportes disponibles permiten hacer una estimación razonable:

- El video de Noticias Telemundo sobre el incidente fue transmitido en vivo por televisión y plataformas digitales como Facebook Live, YouTube Live y X, lo que sugiere un alcance potencial de cientos de miles de espectadores solo en ese canal;
- Un video en YouTube de En Punto, titulado “Trump y J. D. Vance increpan a Zelenski en la Casa Blanca”, acumuló 12,000 visualizaciones en solo una hora tras la transmisión en vivo;
- Medios internacionales como CNN y Telemundo reportaron que el episodio fue “visto por millones”, lo que indica que la suma de las audiencias de televisión, redes sociales y plataformas de video supera ampliamente el millón de personas.

En resumen, la audiencia combinada de los videos y transmisiones del diálogo entre Trump, Vance y Zelensky en la Casa Blanca se estima en varios millones de personas a nivel global, considerando la cobertura en televisión, plataformas digitales y la viralización en redes sociales.

Citas:

1. <https://www.youtube.com/watch?v=MfJItGvIYuc>
2. http://www.youtube.com/watch?v=vo89cYU-Ses&channel_id=Usm-fannqOYo2PNN67CoKA
3. <https://cnnespanol.cnn.com/2025/02/28/eeuu/video/trump-zelesky-discusion-casa-blanca-orix>
4. <https://www.infobae.com/america/mundo/2025/03/25/zelensky-hablo-sobre-el-cruce-con-trump-estaba-defendiendo-la-dignidad-de-ucrania/>
5. <https://www.elsaltodiaro.com/guerra-en-ucrania/trump-jd-vance-matonean-zelensky-washington>
6. <https://www.youtube.com/watch?v=jyL9imnqcSU>
7. <https://www.bbc.com/mundo/articles/c2d45xdywtk10>
8. <https://www.france24.com/es/ee-uu-y-canad%C3%A1/20250301-trump-se-enzarza-con-zelenski-en-la-casa-blanca-que%C3%A9-impacto-puede-tener-esta-pelea>
9. https://www.youtube.com/watch?v=_XD2GEcbxgM

Figura 2 – Ejemplo 2: la escena del encuentro entre Emanuel Macrón, Presidente de Francia, Keith Starmer, primer ministro del Reino Unido y Friedrich Merz, Canciller de Alemania



Fuente: canal de Canal 26 en YouTube (2025)

El 13 de mayo de 2025 se difundió en forma viral un video de 15 segundos sobre el encuentro entre Emmanuel Macrón, Presidente de Francia, Keith Starmer, primer ministro del Reino Unido y Friedrich Merz, Canciller de Alemania, en un vagón de tren rumbo a Kiev, Ucrania. La información circulante en forma inicial se enfocaba en un objeto blanco en la mesa, sugiriendo que podría tratarse de una bolsa de cocaína. Dicha primera oleada de mensajes fue seguida de una segunda oleada de informaciones haciendo ampliaciones de imagen y mostrando que era papel descartable.

El acontecimiento del viaje de tres de los más importantes responsables ejecutivos europeos viajando a Ucrania como gesto político resultó oculto tras la construcción de una escena aparentemente incómoda y deslegitimante. El ejemplo de una dinámica de construcción

de una noticia falsa que construye un acontecimiento que eclipsa al acontecimiento de base.

Le consultamos a Perplexity: ¿Cuántas personas componen la audiencia de los videos y *streaming* del diálogo entre Macron, Starmer y Merz en un tren hacia Ucrania? La audiencia total de los videos y *streamings* del diálogo entre Emmanuel Macron, Keir Starmer y Friedrich Merz en el tren hacia Ucrania no cuenta con cifras oficiales exactas, pero los datos disponibles permiten estimar su alcance:

- El video original, grabado por agencias internacionales como AFP y AP, fue difundido ampliamente en redes sociales y replicado por medios de comunicación en toda Europa y Rusia;
- En plataformas como X (Twitter), las publicaciones que difundieron el clip y las teorías falsas asociadas fueron compartidas miles de veces: solo uno de los mensajes principales superó las 2.000 particiones, y otro más de 1.000, lo que indica una alta viralidad en redes sociales;
- El video y sus derivados fueron amplificados por cuentas automatizadas, medios afines al Kremlin y figuras políticas, alcanzando a cientos de miles de usuarios en Europa y a nivel global;
- Además, canales de noticias como Canal 26 en YouTube publicaron el video, sumando visualizaciones adicionales.

Considerando la combinación de: la viralización en redes sociales (X, Telegram, Facebook, Instagram), la cobertura en medios internacionales y tradicionales, la amplificación por cuentas automatizadas y medios prorrusos, la audiencia total puede estimarse en **varios cientos de miles de personas**, posiblemente superando el millón a nivel global, dada la repercusión internacional y la naturaleza viral del contenido. Sin embargo, no hay un dato único y consolidado de visualizaciones, ya que el video se difundió en múltiples plataformas y formatos.

Citas:

1. [https://www.infobae.com/america/mundo/2025/05/13/el-gobierno-frances-revelo-la-verdad-sobre-el-video-viral-de-ma-](https://www.infobae.com/america/mundo/2025/05/13/el-gobierno-frances-revelo-la-verdad-sobre-el-video-viral-de-ma)

- cron-starmer-y-merz-en-el-tren-a-ucrania-la-intervencion-de-putin/
- 2. <https://www.20minutos.es/internacional/un-arrugado-pañuelo-de-papel-convertido-en-bolsita-de-cocaina-las-redes-crean-y-difunden-un-bulo-contra-europa-que-comparte-rusia-5709393/>
 - 3. <https://www.rtve.es/noticias/20250512/falso-emmanuel-macron-no-esta-escondiendo-bolsas-cocaina-este-video/16576865.shtml>
 - 4. <https://www.youtube.com/watch?v=HaVJtSxWw9Y>
 - 5. <https://www.youtube.com/watch?v=S-tamn6v7gs>
 - 6. <https://www.youtube.com/watch?v=NtpdXd55cyo>
 - 7. <https://actualidad.rt.com/actualidad/549689-philippot-decadencia-moral-tren-macron-starmer-merz>
 - 8. <https://www.dailymotion.com/video/x9je4gu>
 - 9. https://www.larazon.es/internacional/paris-desmiente-consideracion-tren-cocaina-que-llevo-macron-merz-starmer-kiev_202505126821c9bff7f2oa1odo3ab927.html
 - 10. https://www.tiktok.com/@dw_espanol/video/7504062627270675734
 - 11. https://www.instagram.com/eldiarionuevodia80/reel/DJjh3-hOCAHW/?locale=ne_NP
 - 12. <https://www.tiktok.com/@nahummachoficial/video/7503219564105239854>
 - 13. <https://elpais.com/internacional/2025-05-13/el-bulo-de-la-cocaina-de-macron-decenas-de-tuits-videos-manipulados-y-un-desmentido-del-eliseo.html>
 - 14. <https://www.france24.com/es/europa/20250513-macron-el-pa%C3%B1uelo-y-la-coca%C3%ADna-la-historia-de-las-fake-news-y-sus-idiotas-%C3%BAtiles>

15. <https://es.euronews.com/2025/05/12/escondio-el-presidente-frances-emmanuel-macron-una-bolsa-de-cocaina>
16. <https://chequeado.com/ultimas-noticias/no-este-video-no-muestra-al-presidente-frances-emmanuel-macron-con-una-bolsa-de-cocaina-es-un-panuelo-de-papel/>
17. <https://www.instagram.com/p/DJkPskCt4Fc/>
18. <https://lafolkargentina.com.ar/a-nota/153839/el-gobierno-frances-revelo-la-verdad-sobre-el-video-viral-de-macron-starmer-y-merz-en-el-tren-a-ucrania-la-intervencion-de-putin>
19. <https://www.youtube.com/watch?v=zi9Qeq4KLjk>
20. <https://www.infobae.com/america/mundo/2025/05/14/emma-nuel-macron-prometio-mas-sanciones-a-rusia-en-los-proximos-dias-si-no-acepta-una-tregua-con-ucrania/>

Un objeto mediatizado arrojado a las redes, potenciado por un conjunto de enunciadores con el objetivo de multiplicar una noticia falsa en pos de un interés político, cuya influencia se modaliza sembrando sospechas e indignaciones, que “prenden como reguero de pólvora” en segmentos de públicos predispuestos a ver ratificadas sus ideas. Anillos de audiencia listos para replicarlas como un modo de reconocimiento ratificador de su propio punto de vista.

Figura 3 – Ejemplo 3: la escena en la ceremonia de cierre de los Juegos Olímpicos París 2024



Fuente: periódico La Hora (2024)

Durante la ceremonia de cierre de los Juegos Olímpicos París 2024, uno de los rituales globales que se producen cada cuatro años, fue extensa en el tiempo y extendida a través de lugares icónicos de París. Momento icónico de construcción de identidad para las ciudades anfitriones, se generó una serie de puestas en escena cuya imagen icónica fue una representación de la diversidad francesa elaborada con semejanzas al cuadro “La última cena”, de Leonardo Da Vinci, en referencia a un momento clave del relato del Nuevo Testamento.

Esa imagen generó una amplia repercusión en forma inmediata y construyó un acontecimiento mediático, generando una multiplicación de nuevos contenidos que opacaron, de alguna manera, al propio evento de clausura deportivo.

Le preguntamos a Perplexity: ¿Cuántas personas componen la audiencia de los videos y streaming de la escena que referencia al cuadro La Ultima Cena durante la ceremonia de cierre de los Juegos Olímpicos Paris 2024? La audiencia mundial de los videos y streaming de la escena que referencia al cuadro “La Última Cena” durante la ceremonia

de apertura de los Juegos Olímpicos París 2024 puede estimarse en decenas de millones de personas, con base en los siguientes datos:

- En Francia, la ceremonia fue vista por **22 millones de espectadores en la televisión pública France 2**, con una cuota de pantalla del 81,5%, cifra casi récord para un evento televisivo en ese país;
- A nivel global, los Juegos Olímpicos de París 2024 han registrado un crecimiento exponencial en el consumo digital, con **11.000 millones de interacciones en redes y plataformas digitales** hasta el 6 de agosto, y **20 millones de visitas diarias a la web o app oficial** de París 2024;
- La ceremonia estuvo disponible en múltiples plataformas de streaming internacionales y fue ampliamente replicada y viralizada en redes sociales, lo que amplió significativamente su alcance más allá de la audiencia televisiva tradicional;
- En España, por ejemplo, la ceremonia de clausura reunió una media de 2,3 millones de espectadores en cinco canales de televisión, y los Juegos en general alcanzaron a más de 31 millones de espectadores acumulados en televisión tradicional;
- Considerando la suma de espectadores en televisión, streaming y visualizaciones digitales a nivel mundial, la audiencia total de la escena que incluye la referencia a “La Última Cena” puede estimarse en **más de 30 millones de personas**, posiblemente mucho más si se consideran todas las plataformas digitales y redes sociales.

En conclusión, la escena tuvo un alcance global masivo, con decenas de millones de espectadores entre televisión y plataformas digitales, reflejando la gran repercusión del evento olímpico y su contenido cultural.

Citas:

1. <https://www.marca.com/juegos-olimpicos/2024/08/07/66b384a6ca47418d768b4590.html>

2. <https://www.uniandes.edu.co/es/noticias/arte-y-fotografia/que-hay-detras-de-la-polemica-presentacion-festividad-de-los-juegos-olimpicos>
3. <https://www.produ.com/mercadeo/noticias/samy-alliance-los-juegos-olimpicos-de-paris-2024-fue-el-evento-de-las-redes-sociales-polemicas-y-controversias/>
4. <https://www.nielsen.com/es/news-center/2024/younger-viewers-olympics-drive-big-month-for-youtube-and-nbcuniversal-in-nielsens-july-media-distributor-gauge/>
5. <https://elpais.com/television/2024-08-12/el-tenis-y-el-futbol-levan-a-la-1-al-oro-de-audiencias-en-los-juegos-de-paris-2024.html>
6. <https://www.elmundo.es/deportes/juegos-olimpicos/2024/07/27/66a4d46afc6c83e3498b4583.html>
7. <https://www.youtube.com/watch?v=YFIItay3YdR8>
8. <https://www.infobae.com/cultura/2024/09/10/thomas-jolly-director-artistico-de-paris-2024-como-pueden-creer-que-queria-reirme-de-la-religion-catolica/>

2. La semiótica de las interfaces

A continuación, compartiremos un tercer ejemplo del sistema de intercambio discursivo (Fernández, 2021, p. 195), dentro del ecosistema de personas estrellas del deporte de masas. Para ello, haremos una escala en un segundo texto de Verón, en esta oportunidad coescrito con Jean-Jacques Boutaud, **Del sujeto a los actores. La semiótica abierta las interfaces**, en “Semiótica abierta” (2007).

...revelar la naturaleza complementaria del contrato de comunicación propuesto por un producto mediático de divulgación, con el consecuente emplazamiento del destinatario en una posición *down*,

para emplear la terminología de Bateson; **mostrar la importancia, más allá de las características “objetivas” del individuo** —en referencia a su nivel de educación y de otras variables demográficas— de *la percepción* que él podía tener de sus recursos y de su propia ignorancia; destacar el rol diferencial que podía jugar, en el contexto de diferentes gramáticas de reconocimiento, el esfuerzo necesario para comprender, experimentado en el momento del consumo de productos de divulgación. (Boutaud; Verón, 2007, p. 111, nuestro énfasis).

El hecho deportivo como excusa del acontecimiento mediático: el desplazamiento de los objetos mediáticos tradicionalmente “periféricos” hacia el “centro” de la escena.

Figura 4 – Ejemplo 4: la escena del encuentro entre Colapinto, Bizarrap, Nicky Nicole y Duki



Fuente: revista Caras (2024)

¿Cuántas personas componen la audiencia del streaming de la escena multidualógica entre el piloto argentino de Fórmula 1 Franco Cola-

pinto, y los cantantes Bizarrap, Nicky Nicole y Duki, en el marco del Gran Premio de México? Perplexity responde: no existen cifras oficiales publicadas sobre la audiencia total de los videos y streamings del diálogo entre Franco Colapinto, Bizarrap y Nicki Nicole en el GP de México 2024 el 27 de octubre de 2024. Sin embargo, se puede hacer una estimación razonable a partir de la información disponible:

- El episodio especial de Team Torque, con Colapinto, Bizarrap, Nicki Nicole y Duki, fue publicado en el canal oficial de Williams Racing en YouTube y promocionado en redes sociales oficiales de Williams Racing, así como en perfiles de los propios artistas y medios de comunicación;
- El contenido se viralizó rápidamente, generando clips destacados y momentos que circularon ampliamente en Instagram, X (Twitter) y otras plataformas, alcanzando a cientos de miles de usuarios en redes sociales;
- Medios argentinos reportaron que el blooper de Colapinto fue “viral” y uno de los clips “más comentados del año” en el entorno digital, lo que sugiere un alcance muy significativo.

Dado el alcance combinado de: el canal de Williams Racing (más de 800.000 suscriptores en YouTube), la viralización en redes sociales de los artistas (cada uno con millones de seguidores), la cobertura de medios tradicionales y digitales, la audiencia total de los videos y streamings relacionados puede estimarse en **cientos de miles a más de un millón de personas** a nivel global. No hay datos precisos de visualizaciones únicas, pero la suma de visualizaciones en YouTube, clips virales en Instagram y X, y la exposición mediática sugiere una audiencia masiva, especialmente entre el público joven y fanáticos de la F1 y la música urbana.

El crossover (cruce mediático) de figuras populares del espectáculo (en esta oportunidad, la música, pero podría ser el cine o la televisión) con el deporte (en este caso el automovilismo, o el fútbol) mantiene una tradición popular a modo de voyeurismo que contiene cierta

excitación y atracción por lo que genera la proximidad de entre los personajes.

Potenciales romances, el cultivo de amistades y la creación de códigos en común, además de múltiples guiños a los lectores (“somos como Ustedes”) generan una percepción de cercanía y disfrute, cuya circulación y rebote mediático puede alcanzar volúmenes de audiencia superiores al hecho deportivo o musical en sí mismo.

Es decir, en este caso, la carrera automovilística en sí misma puede tener menos audiencia que los comentarios entre bambalinas entre el piloto y los músicos o la compilación de los diálogos entre el piloto y su equipo de ingenieros vía conexión interna. Y en el básquetbol, la transmisión de las conversaciones técnicas entre el entrenado y los jugadores dentro del “minuto” de pausa intra-partido. O en el fútbol, las conferencias de prensa, los diálogos en los bancos y los vestuarios.

Las marcas patrocinantes han relevado una mayor atención por parte de la audiencia en dichos segmentos, y buscan ampliar y profundizar esos contenidos “periféricos” que se deslizan al centro de la escena mediática y maximizan la visibilidad del esponsoreo.

Asistimos a una expansión inédita de contenidos laterales, incluyendo docuseries, programas de comentarios ante y post evento, resúmenes, nuevos tipos de crossovers y más. En síntesis, la reproducción en las redes y el *streaming* de los hechos “laterales” es respaldada por los anunciantes y deseada por los estrategas de comunicación en una medida tan importante como el hecho deportivo en sí mismo.

Esta nueva veta de contenidos se expande pues favorece el predominio del “lector amable” en detrimento del “lector receloso” (Markier, 2019, p. 34). El lector “amable”, cuando acepta la dinámica de las propuestas personalizadas, “se deja llevar”, es más, las espera y disfruta descubrir aquellos consumos potenciales con similaridades que pueden brindarle satisfacción, placer o completar su deseo. Como rasgo adicional que requiere una activación de su parte, puede compartir su estado o preferencias.

El lector “receloso”, en forma consciente, percibe que hay características parciales o totales del algoritmo de personalización que le generan malestar, en formato de sospechas varias, sensación de estar siendo observado, rebelión ante lo impuesto, búsqueda de opacidad/privacidad (vs. la “transparencia” del sistema), búsqueda de descubrir un error en las propuestas sugeridas, cansancio ante las repeticiones o pequeñas y grandes paranoias de persecución.

3. El lugar del acontecimiento se ubica en la interfaz

En “Las leyes de la interfaz”, Scolari (2018) retoma el concepto de actor de Verón, citando a Flchy en su caracterización de los usuarios de las interfaces. Los identifica como estrategas y tácticos. Scolari lo utiliza para hablar de “tácticas de los usuarios” refiriéndose a los “usos desviados” o no previstos por el creador de la interfaz.

Se generan un nuevo tipo de contrato de lectura entre seres humanos y entidades de inteligencia artificial. Ahora (las entidades de IA) también enuncian a partir del consumidor/productor (prosumidor) ya que cada ser humano al consumir genera datos, por lo cual forma parte de muchos algoritmos que gestionan grandes bases de datos (*Big Data*), cuya gestión, por volumen y complejidad, tiende a ser realizada por software de Inteligencia Artificial. (Dicha gestión) muchas veces tiene componentes que aprenden de las preferencias exitosas o negativas (retroalimentación para un ajuste de expectativas – *machine learning*) (Markier, 2019).

La implementación de acciones por parte del sistema socio individual (reacciones, mensajes, respuestas, reenvíos, entre otros) construye a su vez una gramática de reconocimiento. Su multiplicidad puede constituir un corpus para ser analizado por el observador. El acontecimiento se construye en la mente del consumidor a partir de los múltiples estímulos percibido en su singular sistema de intercambio

discursivo, se deconstruye en su interpretación y se reconstruye en los modos de reacción.

La escala de circulación social dará cuenta de su impacto (si traspasa las burbujas de grupos digitales o alineamiento de ideas, si llega o no a tener presencia en los medios tradicionales *broadcasting*, si asume nuevos formatos a partir de la re-creación por parte de *influencers* o prosu-midores en otros idiomas/lenguajes, si se consolida como meme, etc.).

Actualmente en América Latina estamos insertos en un conjunto de sistemas de medios, en los cuales podemos percibir como dominantes a ciertos sistemas de intercambio discursivos definidos por nuestras elecciones de consumo en las redes digitales (sociales, informativas, mensajerías) y en coexistencia, por el momento, con otros sistemas de medios analógicos y de mediación humana directa.

La mediatización del acontecimiento depende también de la escala de propagación y alcance, de su sincronía y de su capacidad de circulación asincrónica. Pero fundamentalmente de nuestra escala de capacidad humana de consumo. El acontecimiento se representa fragmentado, en forma de mosaico, prosumidoramente creado.

4. Lo fractal en la construcción del acontecimiento

El *self* acontecimiento: en el marco de una amplia selección de interpretaciones, el consumidor elige su propia interpretación, desarrolla su propio camino entre un calidoscopio de alternativas. A veces la intervención y modifica en forma inconsciente. En otras oportunidades la acción es consciente, abriendo una panoplia de variedades que va desde las “verdades a medias” hasta la elaboración planificada de noticias falsas (tal vez podemos nominarlas como noticias intencionadamente falsas, elaboradas con rasgos de verosimilitud que suspenden o jaquean la capacidad de creencia asertiva del lector).

El estatuto de la verdad sobre el acontecimiento base (el hecho en sí), al situarse el lugar del mismo en la propia percepción del consumi-

dor, pasa a un plano subjetivo. Los consumidores que *flanean* en la misma burbuja percibirán la noción de verdad en forma similar. Se abrirá una gama de grises de claros a oscuros a medida que otras burbujas interpretacionales sean capaces de “retratar” el mismo acontecimiento desde otra perspectiva de “mundo”.

5. Conclusiones

A diferencia de la época del análisis de Eliseo Verón en la década de los 80, el acontecimiento mediatizado actual no es un corpus constituido a lo largo de una **secuencia** espacio-temporal, sino es un objeto construido en **momento** espacio-temporal, concentrado a partir de un conjunto de fuentes y configurado en un formato de destilación fractal que compone una síntesis singular.

El acontecimiento entendido como artefacto de la cultura se situará en múltiples “lugares” y será interpretado como un arma más dentro de las “batallas culturales” por crear nuevas hegemones en el pensamiento. Se transformará un rehén, un artefacto que será objeto de disfrute y de confrontación, de creación y de consumo, de armonía y de polémica.

Mientras tanto, las entidades de la denominada inteligencia artificial o programas destiladores de prácticas múltiples a escalas de procesamiento inéditos ya son capaces de construir este tipo de acontecimientos en una escala de fractalidad asombrosa. Combinan múltiples lecturas en nuevos formatos a compartir, de modo tal que los niveles de comprensión del estatuto de la verdad están siendo modificados radicalmente.

Nada es lo que parece ser. La perspectiva de simulacro enunciada oportunamente por Jean Baudrillard (1981) es a su vez desafiada por artefactos que son simulacros de simulacros, como un abstracto juego de muñecas rusas. Los objetos que son simulacros al cuadrado (meta-versos, agentes de IA, software de juegos dentro de software de juegos) desafían nuestra capacidad de comprensión.

Y nos invitan a pensar cómo nos complementamos con estas nuevas herramientas para que acontecimientos mediados presencialmente, como el abrazo, nunca dejen de ser reales. El lugar del acontecimiento se convierte en los múltiples lugares del acontecimiento. Como objeto podemos identificar el acontecimiento como el hecho cuya originalidad es de una magnitud tal que embriona diferencias de sentido para ciertas audiencias. Como discurso, el acontecimiento mediatizado, por ejemplo, a través de una plataforma audiovisual en vivo.

El acontecimiento recepcionado por el sistema socioindividual (persona o IA) en modo analista interpretante genera una semiosis más infinita que nunca (si se me permite la hipérbole). En el año 2025 una alta proporción de discursos son procesados a partir de fragmentos en forma caleidoscópica en fracciones de segundos.

El acontecimiento original mediatizado a través de una nueva enunciación que modifica al original a partir de la posición del enunciador, la alteración de enunciados y la nueva red de audiencias. Discurso que considera al discurso previo como su objeto.

¿Será capaz el lector humano de aprender la distinción en forma operativa, tal como ha aprendido a distinguir ciertas publicidades encubiertas o ciertos montajes políticos propagandísticos o ciertos estilos de escritura realizados por las entidades de inteligencia artificial?

Nuevos desafíos cuestionan la capacidad característica de lector receloso de un renacer como espíritu preponderante, una tensión permanente, como un Sísifo moderno que enfrenta el ejercicio de aprehender nuevas modalidades operativas en cuanto al reconocimiento de nuevas gramáticas de producción de sentido.

Cada generación de estrategias de comunicación construye acontecimientos a través de nuevas gramáticas de producción. Cada generación de lectores/consumidores protagoniza nuevas modalidades de interpretación. Y nuestra generación de analistas sociales se enfrenta al desafío de desmontar las complejas operaciones fractales de sentido y contribuir al aprendizaje colectivo que mitigue los esfuerzos de manipulación. O al menos intentarlo.

Referencias Bibliográficas

- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacres et Simulation*. Paris: Ed. Galilée, 1981.
- BOUTAUD, Jean-Jacques; VERÓN, Eliseo. Du sujet aux acteurs. La sémiotique ouverte aux interfaces. In: _____. *Sémiotique ouverte: itinéraires sémiotiques en communication*. Paris: Hermès Science, 2007. Cap. 8.
- FERNANDEZ, José Luis. *Vidas mediáticas: entre lo masivo y lo individual*. Buenos Aires: La Crujía, 2021.
- LUHmann, Niklas. *Sistemas Sociales*: lineamientos para una teoría general. Ciudad de México: Anthropos, 1998.
- MARKIER, Gustavo. El contrato de lectura en tiempos del algoritmo personalizado. In: 14vo. Congreso Mundial de Semiótica, 2019, Buenos Aires. *Anales [...]*, Tomo 5, p. 33-37.
- PERPLEXITY. *Prompts mencionados en el artículo*. Accesos realizados en 17 de mayo de 2025.
- SCOLARI, Carlos. *Las leyes de la interfaz*. Barcelona: Gedisa, 2018.
- VÁZQUEZ, Gustavo Álvarez. Caos/Complejidad, fractales e identidades sociales. *Razón y Palabra*, Quito, n. 79, 2012.
- VERÓN, Eliseo. *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa, 1983.

LA VIOLENCIA EN LAS REDES:¹ Análisis crítico del discurso de la cuenta @GordoDan_ en X

Silvia Ramírez Gelbes²

Resumen: El discurso de odio es cualquier mensaje que usa palabras insultantes y busca denunciar a grupos definidos según su etnia, su credo, su género o su religión (cf. Campos Zamora, 2018; Paz et al., 2020; Rasaq et al., 2017, entre otros), i.e., alguna condición inherente a las personas. En la actualidad, el discurso de odio asume una difusión inédita gracias a la acción de las redes sociales. En la Argentina, contribuye a profundizar la polarización política entre los ciudadanos oficialistas y los opositores. Desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso (Fairclough, 2003; Van Dijk, 2016; Wodak & Meyer, 2015), este trabajo tiene un doble objetivo: proponer una modificación a la definición de “discurso de odio” por medio de incluir en ella las opiniones y mostrar que ese tipo de discurso, cuando está escrito, se expresa también por medio de recursos no verbales. El estudio de una cuenta en X (Twitter) sirve de modelo a ambos argumentos.

Palabras clave: discurso de odio – redes sociales – análisis crítico del discurso

¹ Este trabajo fue realizado gracias al subsidio PAI de la Universidad de San Andrés, Argentina.

² UdeSA, Profesora Principal de Cátedra, sgelbes@udesa.edu.ar

1. Introducción

La red social X (ex Twitter) está plagada de discursos de odio, muchos de los cuales no entran en la definición al uso de la frase. Con ello en mente, el objetivo de este trabajo es doble. En primer lugar, propondré una consideración modificatoria de la definición usual de “discurso de odio”, entendida hasta aquí, de modo global, como un enunciado público consciente y deliberado que busca denigrar a un grupo de personas en vistas de una condición inherente a ellas (Campos Zamora, 2018; Consejo de Redacción, 2017; Díaz Soto, 2015; Nielsen, 2002; Paz; Montero-Díaz; Moreno Delgado, 2020; Rasaq et al., 2017, entre muchos otros). En segundo lugar, para responder la pregunta de si solo mediante las palabras se proclaman los discursos de odio, me ocuparé de mostrar que estos discursos no resultan expresados exclusivamente por el léxico: hay recursos no lingüísticos que los manifiestan con claridad. Con el fin de alcanzar ambos objetivos, me enfocaré en una cuenta de X (ex Twitter) oficialista en la Argentina de 2024. Pero debe entenderse que el caso seleccionado resulta simplemente ejemplar como tal en función de argumentar la modificación de la definición del sintagma “discurso de odio” y, al mismo tiempo, de reconocer algunas estrategias no verbales en la expresión del discurso de odio.

En lo que sigue, comenzaré por describir la cuenta de marras (@Gordo Dan_) y demostraré su cercanía con el gobierno nacional. A continuación, me concentraré en la propuesta para precisar la definición de discurso de odio tras estudiar las definiciones al uso. En tercer lugar, exploraré una serie de recursos no verbales que se emplean en las redes con el fin de expresar discursos de odio. Para terminar, elaboraré algunas reflexiones sobre los resultados de mis análisis a modo de conclusión.

2. La cuenta @Gordo Dan_

Sabemos, por supuesto, que el género tuitero es conocido por su discurso insultante, una particularidad facilitada por el anonimato de las cuentas (Fortuna; Nunes, 2018, p. 85; Mondal et al., 2017). Sin embargo, este trabajo muestra las estrategias insultantes y agresivas empleadas por una cuenta con un nombre conocido y asociada al poder público, i.e., una cuenta que no es anónima.

La cuenta Dan @GordoDan_ destaca entre todas las que conforman el conjunto de cuentas que apoyan al oficialismo. Se trata de la propia del influencer político más importante en redes sociales, como lo demuestra el premio nacional –una especie de Óscar de los medios digitales– que le fue otorgado el 19 de agosto de 2024 (Martín Fierro Digital como “El más influyente en X”). Su titular es Daniel Parisini, médico genetista argentino, oriundo de Santiago del Estero, que tempranamente se manifestó como cercano a las ideas del presidente argentino Javier Milei, elegido en las urnas en octubre de 2023. Además de esta cuenta ya famosa, Parisini conduce el programa “La Misa” en el canal de stream Carajo, de orientación libertaria.

Para llevar adelante este análisis, tomaré los tuits de agosto y septiembre de 2024 de esta cuenta como muestra ejemplar (unos 400 tuits³), esto es, los del mes en que ganó el premio ya mencionado y los del mes siguiente.

2.1 ¿Por qué este corpus?

La red social Twitter, o X como la ha nombrado su dueño Elon Musk, es conocida por un discurso insultante y violento, particularidades habilitadas en parte –como ya se dijo– por el anonimato de las cuentas

³ La mitad de los tuits de la cuenta está dedicada a promocionar el programa “La Misa”, que su titular conduce, como se dijo, en el canal de stream Carajo.

(Fortuna; Nunes, 2018, p. 85; Mondal et al., 2017).⁴ En este caso particular, insisto, tomo como universo de estudio una cuenta con nombre conocido y asociado al poder público.

La cuenta Dan @GordoDan_ destaca por varias razones. Relevaré tres como las más notorias. En primer lugar, el premio -ya mencionado- que su titular obtuvo en agosto de 2024.

La segunda razón por la que este trabajo selecciona esta cuenta es que su titular inauguró una agrupación oficialista de extrema derecha, Las Fuerzas del Cielo,⁵ lo que patentiza la relevancia política de Daniel Parisini, su líder. La agrupación, en su ideario, exhibe con claridad la adscripción de Parisini a las políticas y las convicciones del actual presidente argentino.

En tercer lugar, y este es el aspecto más saliente, esta cuenta anticipó el despido de varios funcionarios del gobierno, algo que acredita su cercanía con el Poder Ejecutivo de la Nación. Esta circunstancia puede constatarse por medio del siguiente tuit del 28 de agosto (Imagen 1), en el que el discurso pone en juego la voz de un enunciador con poder de decisión (como manifiesta el empleo del imperativo “levantá”) o, en todo caso (según puede presumirse), de vocería del poder.⁶

⁴ Es interesante señalar aquí que el discurso de odio en las redes o cyberhate (como Burnap; Williams, 2015, lo nombran) estaba prohibido explícitamente en X (ex Twitter) en el período en que se postearon los tuits de este universo de estudio. El propio Daniel Parisini ha declarado que X, o Twitter, es “la red social más tóxica, la peor cloaca de la Argentina” (discurso por la obtención del Martín Fierro, 19 de agosto de 2024).

⁵ Las Fuerzas del Cielo es un sintagma frecuentemente citado por el presidente de la Nación Argentina, Javier Milei. En sus bases, la agrupación -que elige, precisamente, denominarse según ese sintagma- se define a sí misma como “el brazo armado de La Libertad Avanza [partido creado y liderado por el presidente Javier Milei]”.

⁶ El Triángulo de Hierro mencionado en el tuit está conformado por el presidente argentino y las otras dos personas de su mayor confianza: la secretaria general de la presidencia (Karina Milei) y el asesor principal del gobierno nacional (Santiago Caputo). Daniel Parisini no forma parte del Triángulo de Hierro.

Imagen 1. Posteo del 29 de agosto de 2024.



Fuente: @GordoDan_ (Twitter/X)

Obsérvese también el consecuente titular de un diario argentino de gran circulación (Imagen 2), que ratifica esta anticipación, tal como se confirmaría más tarde desde el propio partido del gobierno.

Imagen 2. Titular que confirma el poste de la imagen 1.

LA NACION

EL GORDO DAN ANTICIPÓ LA SALIDA DE FRANCISCO PAOLTRONI DE LA LIBERTAD AVANZA

LA NACION - Política

El tutero libertario sugirió que el senador formoseño dejaría el bloque oficialista y la noticia se confirmó luego, en una entrevista televisiva, el legislador habría negado su salida

26 de agosto de 2014 - 21:31 - 3 minutos de lectura

LA NACION | ESTIMAR NOTA

DESCUBRI EL SABOR UNICO DE NUESTROS HONGOS
PROBALOS HOY!

Fuente: *La Nación*, 28/08/24

No solo este caso se hizo conocido sobre el asunto. La prensa argentina (medios de muy distinta línea editorial) atestigua que ese comportamiento de @GordoDan_ se convirtió en una conducta relativamente reiterada. Tomemos el caso de una nota del diario *Clarín* que ejemplifica la recurrencia del comportamiento (Imagen 3).

Imagen 3. Recurrencia en la anticipación de los despidos de funcionarios por parte de la cuenta @GordoDan.

≡ Clarín 

Hola, Rodrigo 

• En vivo | Javier Milei: el Presidente y Villarruel vuelven a juntarse | Colapinto en la F1: horarios y las prácticas libres del GP de Brasil | Dólar blue: la cotización este 1 de nov

Política

• Solo suscriptores

Uno por uno, quiénes fueron eyectados del gobierno de Milei tras los posteos del “Gordo Dan”

• Funcionarios y economistas fueron desplazados de sus cargos con una particularidad: los “trolls” oficialistas previamente habían preparado el terreno para su salida con ataques en las redes sociales

Fuente: *Clarín*, 18/07/24

Como se observa en el título de la nota, sobre todo al principio del gobierno de Javier Milei, se verificó una conducta repetida por parte de los tuits de esta cuenta, que consistió en difundir acciones gubernamentales previo a que estas acciones se llevaran a cabo efectivamente. No debe leerse aquí que actuaba al modo del periodismo de chismes: tanto la prensa en general como la oposición interpretaron ampliamente que se trataba de un mecanismo estratégico del propio oficialismo. Ese mecanismo consistía en adelantar, por la vía de las redes sociales, acciones gubernamentales de matiz negativo en algún sentido.

2.2 ¿En qué medida esta cuenta materializa el poder?

La conjunción de pruebas que se acaba de presentar permite dejar en claro la pertinencia de esta cuenta en términos de relevancia política y también social, en el sentido de que los discursos que emanen de ella no resultan inocuos en una sociedad como la argentina. Para decirlo de otro modo, las consecuencias de los dichos de esta cuenta tienen un alcance que difícilmente consiga la propia de un ciudadano o de una ciudadana común.

En los términos de las teorías críticas como el Análisis Crítico del Discurso (Fairclough, 2003; Van Dijk, 2016; Wodak & Meyer, 2015), esta

cuenta expone una voz que escenifica al poder frente a sujetos que quedan representados como dominados: el poder obtura su continuación en el cargo que ocupaban y los hechos confirman que estos funcionarios debieron abandonar sus funciones. La cuenta actúa como la voz en off del Poder Ejecutivo en estos casos.

Conviene recordar aquí que el Análisis Crítico del Discurso (ACD) es un enfoque interdisciplinario que estudia cómo el lenguaje refleja, reproduce y también cuestiona las relaciones de poder en la sociedad. Esto es, reconoce el papel activo del lenguaje en la constitución de la realidad social, en la medida en que el discurso no refleja la realidad: más vale, la configuración.

Desde este punto de vista, los discursos siempre se encuentran situados en un cierto contexto histórico social y político, por lo que no solo el poder juega un papel central en la producción y reproducción de los discursos. También la ideología y la identidad son categorías que intervienen en el aspecto clave de este tipo de análisis: la evidencia discursiva de las inequidades sociales y de la lucha por el sentido. En busca de este objetivo, el ACD emplea instrumentos ya sea gramaticales o semánticos, ya sea sociológicos, orientados a dar respuesta a sus preguntas. Y este trabajo intenta dar pruebas de que discursos como estos son tanto manifestaciones de los llamados discursos de odio (y por eso su tipo o contenido temático debería incluirse en las definiciones usuales del discurso de odio), cuanto que sus estrategias discursivas exceden el ámbito de lo estrictamente verbal.

3 Las definiciones de “discurso de odio”: una propuesta superadora

El diccionario Collins –en inglés y en línea⁷– define el discurso de odio como “el discurso que menoscabe a un grupo por motivos de color,

⁷ <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/hate-speech> (revisado el 6 de junio de 2025).

raza, etnia, nacionalidad, religión, sexo, orientación sexual, identidad de género o discapacidad, o a una persona que se identifica con dicho grupo”.⁸ Según predica el Consejo de Europa –también en inglés y en línea⁹, el discurso de odio es cualquier expresión que incita, promueve, difunde o justifica la violencia, el odio o la discriminación en contra de un grupo de personas, o que las denigra a causa de características reales o atribuidas como la raza, el color, la lengua, la religión, la nacionalidad, etnia, edad, discapacidad, sexo, identidad de género u orientación sexual. El diccionario Treccani –en italiano–, por su parte, que lo trata como un neologismo, lo define como un discurso “dirigido, en presencia o a través de los medios de comunicación, contra individuos o sectores enteros de la población (extranjeros e inmigrantes, mujeres, personas de color, homosexuales, creyentes de otras religiones, discapacitados, etc.)”.¹⁰

Las categorizaciones de los académicos, por su lado, también permiten reconocer una clara definición. Paz; Montero Díaz; Moreno-Delgado (2020, p. 2), por ejemplo, confiesan que, para buscar textos que trataran sobre el discurso de odio en las redes, recurren a las siguientes etiquetas: discurso antisemita, discurso antifeminista, discurso homofóbico, discurso racista, discurso xenófobo, discurso islamofóbico. En cuanto a Mondal; Araújo Silva; Benvenuto (2017, s/p), estos establecen las siguientes etiquetas: raza, comportamiento (gente insegura, gente lenta), físico, orientación sexual, clase (gente rica, gente que pertenece a un gueto), género, etnia, discapacidad, religión.

8 “...speech disparaging a group on the grounds of colour, race, ethnicity, nationality, religion, sex, sexual orientation, gender identity, or disability, or a person who identifies identifies with such a group”. Todas las traducciones son propias.

9 “...hate speech is understood as all types of expression that incite, promote, spread or justify violence, hatred or discrimination against a person or group of persons, or that denigrates them, by reason of their real or attributed personal characteristics or status such as “race”,[2] colour, language, religion, nationality, national or ethnic origin, age, disability, sex, gender identity and sexual orientation”. (<https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/hate-speech>, revisado el 6 de junio de 2025).

10 “Espressione di odio rivolta, in presenza o tramite mezzi di comunicazione, contro individui o intere fasce di popolazione (stranieri e immigrati, donne, persone di colore, omosessuali, credenti di altre religioni, disabili, ecc.)”. ([https://www.treccani.it/vocabolario/hate-speech_res-2f344fce-89c5-11e8-a7cb-00271042e8d9_\(Neologismi\)}/](https://www.treccani.it/vocabolario/hate-speech_res-2f344fce-89c5-11e8-a7cb-00271042e8d9_(Neologismi)/), revisado el 6 de junio de 2025).

Como puede constatarse, las definiciones de la frase “discurso de odio” tienden a concentrarse en discursos contra características inherentes o permanentes de los sujetos (cf., además de los vistos, Campos Zamora, 2018; Consejo de Redacción, 2017; Díaz Soto, 2015; Nielsen, 2002; Rasaq et al., 2017, entre muchos otros). En efecto, una definición común y resuntiva de “discurso de odio” puede ser la que brinda en su página las Naciones Unidas,

En el lenguaje común, la expresión “discurso de odio” hace referencia a un discurso ofensivo dirigido a un grupo o individuo y que se basa en características inherentes (como son la raza, la religión o el género) y que puede poner en peligro la paz social. (<https://www.un.org/es/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech>, revisado el 6 de junio de 2025)

En este trabajo, sin embargo, muestro que debería extenderse el concepto a discursos ofensivos dirigidos a sujetos por sus opiniones. Y las opiniones, desde luego, podrían resultar mudables y no son de ningún modo inherentes. Para expresarlo de otro modo, este trabajo pretende realizar un aporte en el sentido de que la definición de discurso de odio exige incluir de manera explícita las opiniones: “el discurso de odio se trata de un tipo de discurso que menosprecia a un grupo por motivos de color, raza, etnia, nacionalidad, religión, sexo, orientación sexual, identidad de género, discapacidad *u opinión*, o a una persona que se identifica con dicho grupo”.¹¹

No debe entenderse que esta observación es definitivamente original. Cuando se trata del discurso de las redes, como en este caso, distintos autores y autoras consideran “naturalmente” la ideología como incluida en las condiciones contra las que se pronuncian los discursos de odio (v. Al-Utbi, 2019; Ben-David; Matamoros-Fernandez, 2016; Erjavec; Kovačić, 2012; INADI, 2021; Mac Avaney et al. 2019; Ott, 2017, entre otros). Pero lo que puede entenderse como aporte de este trabajo es que en él se hace

¹¹ El destacado es mío.

una propuesta explícita de inclusión de características no inherentes a las personas como blancos de los discursos de odio.

4. Contenido y forma de los posteos de @GordoDan_

Se sabe que X (ex Twitter) es una red que se presta a la agresión. Aun así, los contenidos de la cuenta que se estudia aquí exacerbaban las ofensas y tienden a ubicarse en un continuum que va desde las provocaciones y las intimidaciones hasta las amenazas.

En concreto, los posteos de @GordoDan_ repiten un insulto muy grosero y machista: “me chupa (bien) la pija” (Imagen 4).

Imagen 4. Posteo del 24 de septiembre de 2024.



Fuente: @GordoDan_ (Twitter/X)

Si bien el insulto de la Imagen 4 está dirigido a un colectivo -y como este hay varios ejemplos en esta muestra-, el agravio se dirige específicamente a una persona (cuya identidad reservamos) en muchos otros casos, como puede advertirse en el poste de la Imagen 5.

Imagen 5. Posteo del 8 de agosto de 2024.



Fuente: @GordoDan_ (Twitter/X)

E incluso se llega a la incitación a la violencia, como en este caso, en el que se alude a atacar efectivamente el cuerpo de los opositores.

Imagen 6. Posteo del 10 de agosto de 2024.



Fuente: @GordoDan_ (Twitter/X)

En concreto, el poste de la Imagen 6 historia, por una parte, una serie de acciones que se han llevado a cabo en contra del colectivo agredido y promueve, por la otra, una amenaza física. No es una novedad puntualizar que el discurso de X (ex Twitter) alimenta el miedo, el abuso o la discriminación (Burnap; Williams, 2015; Nielsen, 2002; Paz et al., 2020, entre otros). Pero pretendo destacar aquí el alto grado de provocación y agresividad que contiene este poste, expresión de lo que suele nombrarse como discurso de odio.

En primer lugar, el valor de la agencia que otorga al grupo que en el tuit puede etiquetarse como “nosotros”. “Hicimos esto (cerramos el Ministerio de la Mujer) y deberíamos hacer aquello (expropiarles hasta

el último centavo)”, incluso con esta expresión axiológica que no admite debate: “deberíamos”. Este nosotras coloca al ellos en una posición pasiva y paciente: reciben lo que hacemos y no pueden defenderse porque carecen de agencia.

En segundo lugar, la burla al lenguaje inclusivo de género y a los géneros no binarios mediante el morfema “e” en español: “los, las y les empleados”.¹² Una expresión explícita de intolerancia de género.

Y, en tercer lugar, la referencia abierta a la violencia física. La alusión al órgano abdominal de los oponentes, para “extraerles hasta los alimentos que hayan ingerido hoy”, se traduce en una expresión extrema del discurso de odio recurrente en este mensaje. Y recuerda esos otros discursos que, en lugar de condenar la ideología partidaria o las opiniones, insultan el género, la etnia o la religión.

En suma, la carga de violencia que se percibe en el discurso verbal de estos tuits es notable: los términos agraviantes o el sintagma “extraerles hasta los alimentos del estómago”, que pueden leerse, en los términos de Paz et al. (2017, p. 1), como “el uso de un lenguaje emocional o negativo para instar al público a sentirse incómodo y/o a actuar”, admiten ser interpretados como una forma de incitación al odio, en línea con las definiciones que se han presentado más arriba (v. §3).

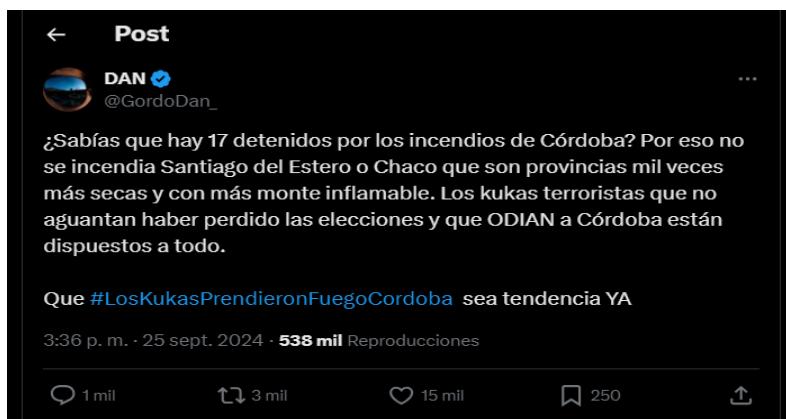
Así y todo, resulta pertinente destacar que, además de la explicitud verbal, el discurso de odio se manifiesta, en este corpus, también por medio de algunas estrategias formales o, como informa Nielsen (2002, p. 266), estrategias con valor simbólico. De hecho, la aparición de ciertas formas, íconos o señales anuncia en estos tuits la ocurrencia de una injuria o de una agresión. Se presentará a continuación una breve taxonomía tetrapartita: hashtags, repeticiones, emojis y memes. Se brindarán ejemplos modélicos de cada caso únicamente.

¹² Dados los alcances de este trabajo, no se profundiza en el análisis de los usos del lenguaje inclusivo. Para hacerlo, ver, por ejemplo, Ramírez Gelbes (2022). El destacado es mío.

4.1. Hashtags

Los hashtags tienen el objetivo principal de conformar comunidades por medio de invitar a conversar sobre un cierto tema (Zappavigna, 2015). En términos generales, tal cual se comprueba en las tendencias, propenden a convocar opiniones coorientadas. Y esto es lo que ocurre con los hashtags de esta cuenta, en todos los casos agresivos, como se ve en el siguiente posteo (Imagen 7), a partir de una denuncia que luego se comprobó falsa –”#LosKukasPrendieronFuegoCordoba”¹³.

Imagen 7. Posteo del 25 de septiembre de 2024.



Fuente: @GordoDan_ (Twitter/X)

Obsérvese en el ejemplo, por otra parte, el empleo de la mayúscula, que –como bien se sabe– representa un habla a los gritos en el discurso digital. La ocurrencia de la pregunta inicial interpela al lector y esto, sumado a la incitación a transformar este hashtag en tendencia, contribuyen con la configuración de un tuit que ha de ser leído como un ataque.

¹³ “Kukas” es el apelativo que usa esta cuenta para referirse a una agrupación peronista, los kirchneristas, opositora al gobierno libertario de Javier Milei.

4.2. Repeticiones

Fuera de la recurrencia de insultos y agravios, la cuenta presenta un número considerable de posteos que repiten la interjección “JA”. En mayúscula y seguida una interjección de otra sin solución de continuidad, la repetición expresa una carcajada burlona o sarcástica, en particular cuando se repostea el tuit de un adversario, tal como puede verse en la Imagen 8.

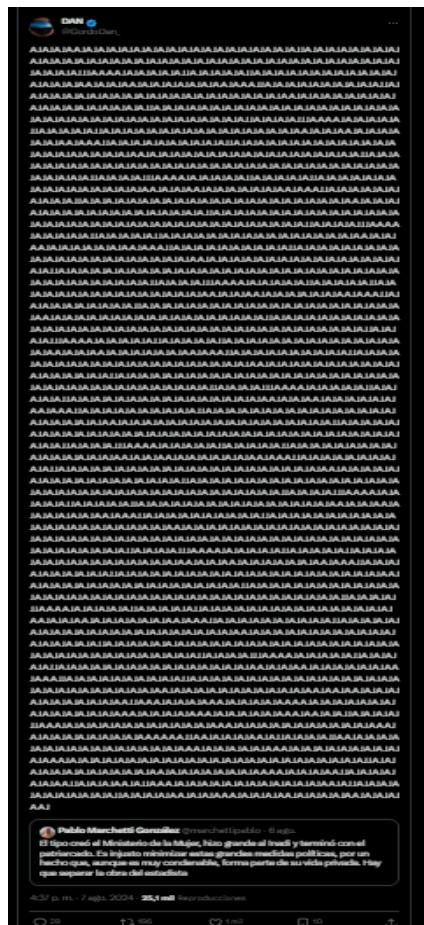
Imagen 8. Posteo del 1 de agosto de 2024.



Fuente: @GordoDan (Twitter/X)

Obsérvese, nuevamente, que el empleo de la mayúscula en la Imagen 8 colabora, además, con la representación de una carcajada estentórea y continuada, como si la burla no pudiera detenerse. Ello se ve sumamente reforzado aun en el siguiente posteo, que ridiculiza un tuit en defensa del gobierno anterior, opositor al actual (Imagen 9).

Imagen 9. Posteo del 9 de agosto de 2024.



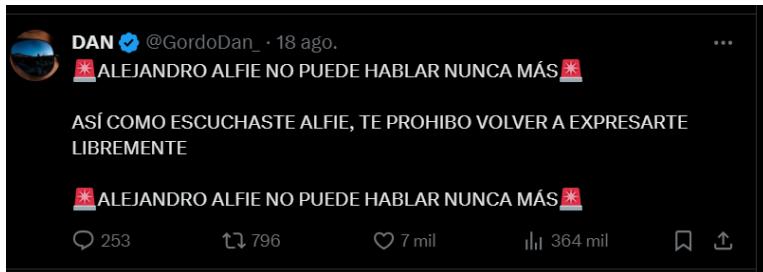
Fuente: @GordoDan_ (Twitter/X)

Nótese la extensión inusitada del bloque de repeticiones continuas de la interjección “ja” en mayúsculas y el efecto intensificador de sorna que genera ante un posteo antagonista. La ausencia de errores en la repetición, por otra parte, admite ser interpretada como una producción correctamente cuidada desde la emisión.

4.3. Emojis o símbolos

Los posteos de este corpus suelen presentar unos símbolos a modo de emoji que se presentan al comienzo y al final de una frase. En muchos casos, esa frase enmarcada por estos símbolos aparece repetida, tal como se ve en la siguiente Imagen 10:

Imagen 10. Posteo del 18 de agosto de 2024.



Fuente: @GordoDan_ (Twitter/X)

Tal cual puede constatarse, el contenido del posteо es claramente agresivo, adopta la estructura de una prohibición y, en tanto prohibición, determina que el enunciador tenga poder sobre el enunciatario (cuya identidad resguardamos): solo ese poder lo autoriza a emplear la frase “te prohíbo”. Sin embargo, lo que se quiere destacar aquí es el uso de estos símbolos rojos, con formato de emojis que simulan las luces estroboscópicas de los autos patrulleros de la policía. De color rojo, con base blanca y una especie de asterisco interior que representa los rayos de la luz, parecen dar una señal de que la autoridad de las fuerzas oficiales llega para detener las voces en disidencia.

4.4. Memes

Por último, es necesario resaltar la presencia de los memes. Los memes son unidades culturales que buscan la replicación en función de sobrevivir (Wiggins, 2024).¹⁴ Suelen condensar ideas muy ligadas a su contexto sociohistórico y siempre conllevan una pretensión de viralización, es decir, son creados con la expectativa de que se difundan masivamente de manera inmediata.

Esta cuenta los emplea con un sentido agresivo, para atacar a grupos o individuos determinados que se oponen a la ideología de su titular. Esto se ve en el siguiente ejemplo (Imagen 11):

Imagen 11. Posteo del 24 de septiembre de 2024.



Fuente: @GordoDan_ (Twitter/X)

¹⁴ Wiggins (2024) explica que los memes son a la cultura lo que los genes a la biología. Este concepto fue acuñado por el biólogo británico Richard Dawkins.

Este meme se burla de un adversario por medio de encuadrarlo como integrante de un grupo desventajado (las personas con discapacidad), a contramano de los usos extendidos entre los opositores a la agrupación de la que forma parte el titular de esta cuenta y a los usos, incluso, que pudieran entenderse como políticamente -y humana o moralmente- correctos. Una forma, en suma, de intensificar la agresión al mismo tiempo hacia el colectivo en el que lo inscribe y hacia los opositores políticos.

5. Discusión

Como afirman Wodak; Meyer (2001, p. 36),

...un discurso representa una realidad propia que, en relación con la realidad real, no es en absoluto “mucho ruido y pocas nueces”, distorsión ni mentiras, sino que posee una realidad material propia y se nutre de discursos pasados y (otros discursos) actuales.¹⁵

Según el presente análisis, la representación de los oponentes políticos como enemigos en lugar de adversarios contribuye a la construcción de una realidad en la que solo puede haber un “nosotros contra ellos” (cf. Van Dijk, 2016) y bloquea la posibilidad del diálogo.

En los términos de Fairclough (2003, p.112), el contenido de estos tuits, con palabras y frases violentas, ha de interpretarse al modo de metáforas pragmáticas, “una función del discurso que aparentemente es otra”, es decir, como representativas de una lógica de las apariencias, según la cual se describen hechos con un alto nivel de abstracción, aunque sin base demostrable, según hemos visto. Para decirlo una vez más, se presumen o inventan hechos negativos o ilícitos incluso con el fin de motorizar el odio hacia quienes los ejecutan.

¹⁵ “...a discourse represents a reality of its own, which in relation to ‘the real reality’ is in no way ‘much ado about nothing’, distortion and lies, but has a material reality of its own and ‘feeds on’ past and (other) current discourses”.

Y en ello se fundamenta el primer objetivo de este trabajo, su aporte principal. Mi propuesta, entonces, se centra en modificar la definición habitual de “discurso de odio” incorporando, a los atributos esenciales inherentes a una persona que se han considerado hasta el momento, una condición y una perspectiva que pueden incluso entenderse como transitorias: la de la afiliación ideológica y la de las opiniones. Propongo, por lo tanto, añadir estos conceptos a la definición de discurso de odio:

Discurso que menosprecia a un grupo por motivos de color, raza, etnia, nacionalidad, religión, sexo, orientación sexual, identidad de género, discapacidad u *orientación ideológica y opiniones*, o a una persona que se identifica con dicho grupo.¹⁶

El segundo objetivo, como se ha declarado desde la introducción, se funda en una pregunta que puede reformularse de la siguiente manera: ¿la forma transmite los discursos de odio escritos del modo en que lo hacen los contenidos de esos discursos?

En este recorrido, que explora una cuenta de Twitter –ahora X– de orientación política explícita, se ha visto que las formas consideradas –el empleo de hashtags, de repeticiones, de emojis y de memes– no solo transmiten un significado agresivo, sino que colaboran con los contenidos de marras para intensificar su sentido. O, para decirlo brevemente, tanto el contenido escrito como la forma contribuyen de manera solidaria en la configuración de un discurso de odio.

En la perspectiva del análisis crítico del discurso, puede afirmarse que estos empleos profundizan el desequilibrio entre los grupos dominantes –a los que pertenece el titular de esta cuenta en el momento en que emite los tuits– y los grupos dominados. O, en otras palabras, estos usos contribuyen y reconfirman las inequidades de poder entre los ciudadanos que participan en la infosfera.

¹⁶ El destacado es mío.

Dinámica y voluble como pueda ser, aun en tanto expresiones publicadas en las redes sociales, la frecuencia de aparición de estos tipos de discurso abona la carga de agresividad ya latente, ya palmaria en la sociedad. Y trabajos como este, cada vez más frecuentes en los estudios en ciencias sociales (Paz et al., 2017, p.1), permiten mapear ocurrencias, hacer comparaciones entre países, elaborar leyes requeridas por la sociedad (para autorizarlos o para prohibirlos) y dejar testimonio de la violencia discursiva de estos tiempos.

Referências Bibliográficas

- AL-UTHI, Mahdi. A Critical Discourse Analysis of Hate Speech. *Journal of the College of Languages*, 39, pp. 19-40, 2019.
- BEN-DAVID, Anet; MATAMOROS-FERNANDEZ, Ariadna. Hate speech and covert discrimination on social media: Monitoring the Facebook pages of extreme-right political parties in Spain. *International Journal of Communication*, 10, pp. 1167–1193, 2016.
- BURNAP, Pete; WILLIAMS, Matthew. Cyber hate speech on twitter: An application of machine classification and statistical modeling for policy and decision making. *Policy & Internet*, v. 7, n. 2, pp. 223–242, 2015. (<https://doi.org/10.1002/poi3.85>, visitado el 12 de junio de 2025).
- CAMPOS ZAMORA, Francisco. ¿Existe un derecho a blasfemar? Sobre libertad de expresión y discurso del odio *DOXA, Cuadernos de Filosofía del Derecho*, v. 41, pp. 281–295, 2018.
- COHEN-ALMAGOR, Raphael. Fighting Hate and Bigotry on the Internet. *Policy & Internet*, v. 3, n.3, pp. 1-26, 2011 (en AL-UTHI, 2019).
- CONSEJO DE REDACCIÓN. Los discursos del odio: una amenaza a la construcción democrática de la tolerancia. *Revista De Fomento Social*, v. 285, pp. 5–27, 2017. (<https://doi.org/10.32418/rfs.2017.285.1411>, visitado el 12 de junio de 2025).

- DIAZ SOTO, José Manuel. Una aproximación al concepto de discurso del odio. *Revista Derecho del Estado*, v. 34, pp. 77–101, 2015.
- ERJAVEC, Karmen; KOVAČIĆ, Melita. “You don’t understand, this is a new war!” Analysis of hate speech in news web sites’ comments. *Mass Communication and Society*, v. 15, n. 6, pp. 899–920, 2012. (<https://doi.org/10.1080/15205436.2011.619679>, visitado el 12 de junio de 2025).
- FAIRCLOUGH, Norman. *Analyzing discourse: Textual analysis for social research*. London: Routledge, 2003, 270 p.
- FORTUNA, Paula.; NUNES, Sérgio. A Survey on Automatic Detection of Hate Speech in Text. *ACM Comput Surv.*, v. 51, n. 4, pp. 85:1–85:30, 2018.
- INADI. Una aproximación a los discursos de odio: antecedentes de investigación y debates teóricos. Coordinación de Investigaciones y Observatorios sobre Discriminación. Buenos Aires: Buenos Aires.gob.ar, 2021 (chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/discurso_de_odiopdf , visitado el 12 de junio de 2025).
- MAC AVANEY, Sean; YAO Hao-Ren; YANG, Eugene; RUSSELL, Kaitina; GOHARIAN, Nazli; FRIEDER, Ophir. Hate speech detection: Challenges and solutions. *PLoS ONE*, v. 14, n. 8, p. e0221152, 2019.
- MONDAL, Mainack; SILVA, Leandro; BENEVENUTO, Fabricio. A measurement study of hate speech in social media, *Proceedings of the 28th ACM conference on hypertext and social media*, pp. 85–94, 2017.
- NIELSEN, Laura. Subtle, Pervasive, Harmful: Racist and Sexist Remarks in Public as Hate Speech, *Journal of Social Issues*, v. 58, n. 2, pp. 265–280, 2002.
- OTT, Brian. The age of twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*, v. 34, n. 1, pp. 59–68, 2017. (<https://doi.org/10.1080/15295036.2016.1266686>, visitado el 12 de junio de 2025).

PAZ, María Antonia; MONTERO-DÍAZ, Julio; MORENO-DELGADO, Alicia. Hate speech: A systematized review. *Sage Open*, v. 10, n. 4, pp. 1-12, 2020.

RAMÍREZ GELBES, Silvia. Hate speech in Argentinian social media: No voices in opposition are allowed. (Ponencia presentada en la Conference on Language, Norms and Digital Lives, Copenague: Universidad de Copenague, 29 de noviembre de 2024).

RAMÍREZ GELBES, Silvia. La conversación inclusiva. En FARRO, M.; NIGRO, P. *Libro blanco de la conversación*. Buenos Aires: Biblos, 2022.

RASAQ, Adisa; UDENDE, Patrick; IBRAHIM, Abubakar; OBA, La'aro. A. Media, politics, and hate speech: A critical discourse analysis. *E-Academia Journal*, v. 6v n. 1, pp. 240-252, 2017.

VAN DIJK, Teun. Estudios críticos del discurso. Un enfoque sociocognitivo. *Discurso & Sociedad*, v. 10, n. 1, pp. 167-193, 2016.

WIGGINS, Bradley. *El poder de los memes*. Buenos Aires: Ampersand, 2024, 272 p.

WODAK, Ruth; MEYER, Michael. (Eds.). *Methods of critical discourse studies*. Sage: London, 2015, 200 p..

ZAPPAVIGNA, Michele. (2015). *Discourse of Twitter and social media*. Londres: Bloomsbury, 227 p.

TENSIÓN SEMIÓTICA: La insopportable levedad y circulación de la política ungida¹

Pedro Russi²

Resumen:

En el presente texto, propongo una reflexión de manera inferencial, en la esfera de sentido, sobre la tensión semiótica de la semiosfera-mentalidad religiosa como espacio de semiosfera-mentalidad política. Esto sucede por referentes políticos y estructuras gubernamentales, que incorporan el imaginario religioso como imaginario político, configurando una tensión semiótica. El fenómeno religioso y el político no están encapsulados, actualmente explosionan en diferentes prácticas y formas de sentido, como nuevos modos de ser que afectan las prácticas sociales de identidad política uruguaya. Así, infiero sobre las transfiguraciones y renovación sínica de la mentalidad política por la mentalidad religiosa, articulada, normalizada por los sistemas narrativos y sentidos puestos en circulación por procesos de mediatización. Esto observado y analizado en Argentina, Brasil y Uruguay, como localización analítica en este momento.

¹ El texto está enmarcado en los tópicos de avance de la investigación “Mediatización, religión y política: disruptores y sinergias, discurso y semiosis en América del Sur”; en la Línea de Investigación: “Medios, discursos y apropiaciones sociales”.

² Universidad de la República (UdelaR/Uruguay) Departamento Ciencias Sociales / CE-NUR-LN; pedrorussi@gmail.com

Palabras claves: Tensión Semiótica; Religión y Política; Mentalidad y Semiosfera; Comunicación; Mediatisación

1. A modo de génesis

El triunfo en la guerra no viene de la cantidad de soldados, sino de las fuerzas que vienen del cielo³

Javier Milei

Se identifica una creciente preocupación respecto al tema cada vez más presente y que gana paulatinamente más intensidad en nuestros países. Esto no nos exime de las afirmaciones mencionadas de forma reiterada por escépticos (negacionistas) tales como: “esto no sucederá aquí”, o “nuestra democracia es muy consolidada”, “eso ya es tema del pasado”, “no tenemos que preocuparnos por esos temas porque no tienen la intensidad política”, etc.... **La propuesta, es comprender** dichas frases, **como** el puntapié inicial a las inferencias que presento a seguir. Éstas, habiendo sido planteadas como dictámenes o sentencias, fueron profetizadas en diversos momentos (Pentálogos anteriores) en los que presenté el tema, siempre en el marco de una preocupación sobre el trasbordo de lo que hoy entiendo desde la mentalidad religiosa⁴ a la mentalidad política. Lo mental entendido como una articulación de trayectorias, compuestas por diversas operaciones semióticas que posibilitan el estar en el mundo.

³ Frase del libro de los Macabeos, referente a un movimiento judío de liberación contra el ejército de invasores griegos en el año 166 a.n.e, es citada en campaña y luego al ser presidente por Javier Milei (Argentina)

⁴ Es importante indicar, que no estoy para nada diciendo la validez de tener o pertenecer a una determinada espiritualidad, religiosidad o religión. Nada más lejos de la intención de mis investigaciones y estudios, en los que sí analizo la tensión semiótica de la transición entre las mentalidades: religión-política; donde se viene infiriendo la sustitución acelerada y vertical de una por otra con mucha naturalización y normalización, como efecto de sentido.

Mi preocupación es justamente semiótica, evocando aquella frase de Charles S. Peirce de no impedir el camino del pensamiento e investigación, o del amigo Oscar Traversa cuando en uno de los Pentálogos nos decía “no dejen que les marquen el tránsito intelectual”, invitándonos a caminar a contrapelo. Considerar el desafío de la incertidumbre, cuando de investigar se trata, preguntándome, desde la mirada semiótica y epistemológica, ¿dónde están ‘los guardianes de la moral’, que nos quieren dirigir en el tránsito intelectual? Por ese motivo, en este texto propongo un ejercicio abductivo, para no caer en los determinismos que nos hacen preposterior (hacer para saber lo ya descubierto), en vez de lanzarnos a nuevas sospechas e indagatorias. De manera que podamos pararnos frente a la creciente e intensificada tensión semiótica entre ambas mentalidades, siendo la religiosa realzada en detrimento de la política. La idea no es quedar en lo puntual de los efectos en las elecciones presidenciales, sino avanzar y profundizar para complejizar las lecturas sobre el tema, ancoradas únicamente a períodos electorales. El telón de fondo, es objetar aquellas sentencias casi proféticas (actos de fe “científicos”), mencionadas al inicio, ancoradas y amparadas en la tenacidad, autoridad y a priori, si las observamos desde el método científico discutido por Peirce en aquel emblemático texto de 1877, sobre “La fijación de las creencias”.

Por lo tanto, quiero destacar mi preocupación analítica por la temática presentada, con base en estudios-investigaciones que vengo desarrollando, como resultados de Pentálogos anteriores y publicaciones posteriores (Russi): “La imagen mediatisada del presidente uruguayo Tabaré Vázquez Adagio en cinco fases (2005-2009)” (2010); “Circulação e operações de sentido. Violência sacrificial no Impeachment a Dilma Rousseff.” (2017); “A Necessary Challenge for Communication: Thinking the Functionalism and Functionalists” (2020); “Uruguay: Mercosur, um bloco que se desintegra” (2008); “Elección Presidencial de Colombia 2022-2026. ‘Entre el miedo y la ilusión’” (2023); “Mediatización y Elecciones Presidenciales Diálogo sobre la campaña y asunción Luis Lacalle Pou, un gobierno en campaña permanente” (2023).

La dinámica (tránsito) observada entre lo religioso y en lo político no es para nada nuevo, eso no es novedad ninguna porque no son específicos del tiempo presente. Además, son varios los trabajos que se han realizado desde diferentes temporalidades, ámbitos y campos del conocimiento, algunos aquí citados en la bibliografía. Es decir, el par religión-política no está encapsulado en el tiempo. Lo que si podemos y venimos reconociendo es una aceleración y explosión de diferentes prácticas y formas de sentido, como nuevos modos de ser Política; desde la mentalidad religiosa afectan las prácticas sociales de identidad e interacción, resignificando los procesos democráticos. Lo que está en juego, va más allá del acto electoral correspondiente a un gesto administrativo del votar, sino la forma en que se le da sentido al tejido social, esencialmente construido en el proceso de interacción.

En consecuencia, se puede vislumbrar (ya manifestado) una posible tendencia a la ruptura del tejido social por intervención ‘divina’, instalada desde la mentalidad religiosa, desde sus teologías —prosperidad y dominio—, como la única salida a la política que tendría su destino divinamente marcado al fracaso total. De esa manera, pierde validez todo tipo de interacción constructora del tejido social, por lo tanto, de negación a toda semiosis social que no sea apocalíptica⁵.

Todo movimiento contrario a ese signo, es localizado por la sentencia pecaminosa como enemigo de esa mentalidad que al mismo tiempo castiga y es salvoconducto. Esto puede ser observado en frase bíblica “la verdad nos hará libre”⁶. Frase ungüento que da inmunidad sagrada e instantánea, abriendo umbrales para que todo pueda ser hecho

5 Tomo como base La Biblia Reina-Valera 1960 y su conjunto de revisiones. Apocalipsis, libro profético, el último del Nuevo Testamento, en el cual se revelan eventos venideros, que relacionan el fin de los tiempos y la segunda venida de Cristo. Es conocido como la revelación de Jesucristo (Apocalipsis 1), siendo la guía de los creyentes en la victoria final del Bien (Dios) contra el mal. <https://www.biblegateway.com/passage/?search=Apocalipsis%201&version=RVR1960> En esa línea, vale recomendar el documental “Apocalipsis en los trópicos” de Petra Costa (2024), para comprender en la experiencia de Brasil lo que eso significa, y permite analizar la región inmediata y distante al caso brasileño.

6 Evangelio de Juan (8:32). Políticos, en Brasil, del sector evangélico y bolsonarista (partidarios de Jair M. Bolsonaro, expresidente brasileño), se tatuaron esa frase.

y, luego, simplemente confesado-perdonado (especialmente en lógicas mediáticas), por un juez que no está en este plano terrenal.

Figura 1 - “...a verdade vos Libertará” — “Onyx Lorenzoni diz que tatuou frase bíblica para se lembrar de ‘erro’ do Caixa 2” / Brasil



Fonte: <https://revistaforum.com.br/politica/2018/12/10/onyx-lorenzoni-diz-que-tatuou-frase-biblica-para-se-lembrar-de-erro-do-caixa-36879.html>

La frase bíblica, actúa como forma y lógica utilitarista con encuadre de las teologías de la prosperidad y dominio. Una “letra de cambio”, una transacción mecánica de efecto trascendente, eso es, lo judicial terrenal del aquí y ahora queda sometido a un segundo y abandonado plano.

En ese sentido, desde la perspectiva semiótica, se infiere sobre las transfiguración y renovación sógnica de la mentalidad política por la mentalidad religiosa, articulada, normalizada por los sistemas narrativos puestos en circulación por procesos de mediatización. Así, es posible aventurar el concepto de Mentalidad como “el sabor de la mediación” (CP 1.533) propuesto por C. S. Peirce —recuperado en Andacht (2024)—, por el cual advierto una tensión semiótica que va instalando nuevas sensibilidades, resignificando el lugar de las respectivas men-

talidades. Hay índices discursivos donde lo religioso y lo político se expresan, prolongan y se entrelazan, a través de sentidos en circulación de los sistemas de lenguajes que potencian dichas sustituciones y resignificaciones. Y es en lo discursivo político que se fortalece lo religioso, no como citación, sino como matriz interpretativa: ethos, pathos y logos de la actualidad.

Así, la política (*polis*) se cubre de “experiencias místicas”, donde las referencias que suceden provienen desde otro plano con otras referencias temporales y espaciales. Así, la responsabilidad política no está en la *polis*, sino en otro lugar, por lo que el sujeto político abandona el plano terrenal, dirigiéndose a lo trascendental con otras referencias identitarias.

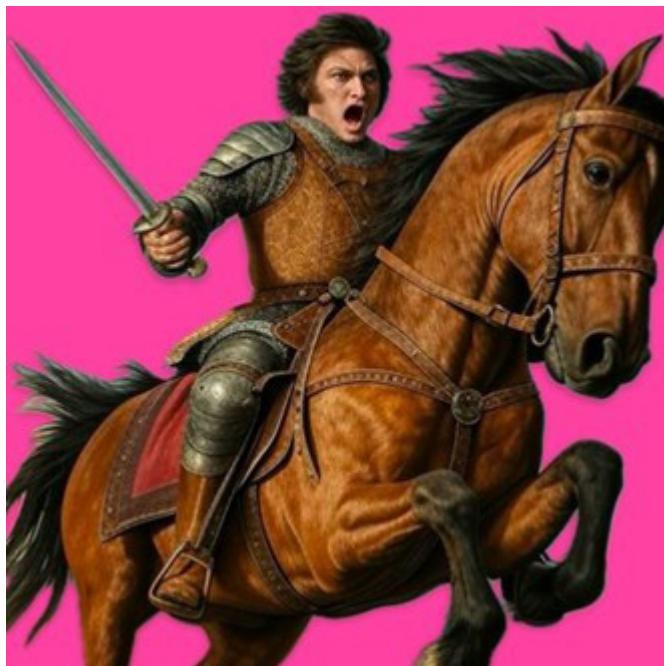
Lo inefable de esos signos, es la mentalidad como “la forma más pura de la categoría de la mediación semiótica, del proceso de engendramiento lógico del sentido, de la serie de interpretantes con las que ‘los símbolos crecen’ (CP 2.300), y llegan a significar más a medida que pasa el tiempo. Ese y no otro es el objetivo sistémico de la semiosis o acción de los signos (CP 5.848)”, (Andacht, 2024, p.23). En ese marco, podemos inferir que el discurso político muestra signos de decaimiento y agonía, lo que podría dejar en jaque a la democracia, debido a que surge con fuerza inaudita un *giro indicial* provocado por la mentalidad religiosa.

2. ... y el verbo se hace carne

La intersección religión-política vemos amplificarse mediáticamente en las recientes campañas de los períodos electorales cada vez más continuos, un permanente estado en campaña electoral/pastoral. Más que campañas electorales, estamos en la presencia literal de cruzadas evangelizadoras que se materializan en varias instancias entrelazadas y perseverantes unas con otras, a lo largo de todo un mandato político. No es una causa determinada, sino que la causa está dentro de una

cruzada que busca la liberación por la salvación del mal encarnado en la política. Hoy la presencia explícita de los Legendarios, estimulada en la combinación de lógicas paramilitares religiosas, vale mencionar también al ejército o soldados de Cristo, como la participación masiva de la Policía Militar en cultos religiosos —no de manera individual, sino como fuerza policial en su conjunto.

Figura 2 - “La misa de Javier Milei y la nueva cruzada” – Argentina
“No hay cruzada sin misa y Javier Milei ya tiene la suya en su desatada cacería de kukas, wokes y zurdos en general”



Fonte: <https://retinatendencias.com/opinion/la-misa-de-javier-milei-y-la-nueva-cruzada/>

Figura 3 - Material recibido en mi cuenta personal de WhatsApp.
Publicado en cuenta de Facebook “vamos salvar o Brasil”



Fonte: <https://www.facebook.com/people/Vamos-salvar-o-Brasil/100086783460099/>

Lo tan explícito puede resultar extraño para países como Uruguay, donde se cree que es novedad, pero está presente en la dinámica social desde hace bastante tiempo. Comienzan a ser más visibles las diversas formas de manifestación entrando, de esa manera, al circuito discursivo de los países fronterizos (Brasil, Argentina). Se puede señalar que hay un repliegue de aquella sensación de novedad, y muchas veces ironía, de algo que “lejanamente” pasaba del otro lado de la frontera —como si una frontera geográfica o política, impidiera la circulación de los sentidos—.

Se destacan discursos de líderes religiosos (pastores, sacerdotes), dentro y fuera de los púlpitos, y los ambientes legislativos se transmu-

tan en potenciales ambones⁷. Un entrecruzamiento entre las lógicas de lo religioso y lo político, en detrimento de este último afrontado por el catequismo. Estamos observando un escenario de trascendencia, que distorsiona la necesaria diferenciación entre el discurso y predica evangelizadora, con el político (Andrade, 2009; Barrales 2021). De hecho, conservadores católicos, (neo)pentecostales, evangelistas y otros evangélicos, aumentan su presencia activa en la política representativa. Representación que altera el sentido de lo político, cuando responden a alguien que dijo que “mi reino no es de este mundo”, que parece tan lejano. Pero se hace presente en los sentidos atribuidos a Dios por encima de todo y todos, hasta de las propias constituciones nacionales, como en el caso del uruguayo Gerardo Amarilla, presidente de la cámara de diputados entre el 1 de marzo de 2016 y el 1 de marzo de 2017. No sin propósito analítico recuperé este hecho en Uruguay, justamente por lo mencionado anteriormente, un país que se vanagloria de ser tradicionalmente laico⁸.

Figura 4 - “Uruguay – Los evangélicos, su crecimiento y su relevancia social.” Brecha - Uruguay



<https://correspondenciadeprensa.com/?p=6070>

7 Objeto litúrgico (como un atril) que está en las iglesias católicas y también ortodoxas que es utilizado para proclamar la palabra de Dios en las instancias religiosas como las misas.

8 En muchas ocasiones denominado erróneamente y generando confusión, al decir que Uruguay es un país ateo.

Figuras 5

“Si algún día la Constitución o la ley afectan la palabra de Dios, ejerceremos la desobediencia civil y las desobedeceríamos”, dijo

Amarilla confirmó que integra el grupo Cosmovisión que convocó el año pasado junto al grupo Transformación Uruguay 2030 una “Ceremonia de Consagración a cristianos en el gobierno”.

Fonte: <https://laicismo.org/asume-presidencia-de-diputados-en-uruguay-un-evangelista-que-afirma-que-la-ley-de-dios-esta-por-encima-de-las-leyes-de-nuestra-republica/>

Figuras 5.1



FUENTE: LA RIOJA · 2 MARZO 2016 · 0 LECTURA DE 3 MINUTOS

Fonte: https://www.180.com.uy/articulo/60619_

Se explicitan, instalan y sobreponen las agendas religiosas en relación a las agendas políticas e instauran la presencia directa en el par-

lamento, evangelización cuerpo a cuerpo, *in situ*. Se hacen activamente visibles los pastores o las lógicas mesiánicas (en su mayoría masculinadas) con cargos representativos o de confianza, manteniendo estratégicamente al margen a otras instituciones también religiosas (como las de raíces afro), lo que no quiere decir fuera del relato, discurso o acción *in loco* (Marcha 1968).

En relación a eso, es posible recuperar acciones, que no están aisladas, como producto y efecto de las carreras o campañas electorales, y donde el factor religioso es central, llegando a ser más importante de lo netamente político. Al desencarnar algo que estaba en el ambiente, me refiero a lo que sucedió en Uruguay el 2 de marzo de 2020 cuando fue decepada la independencia del Estado con lo religioso institucional Iglesia⁹, ya que se conoce la alusión de que el Estado uruguayo es laico y de no vínculo religioso (Caetano 2013ab; Zepeda 2010). A 100 años de la secularización en el Uruguay, y a 24 horas de haber asumido la presidencia, el presidente Luis Lacalle Pou del Partido Nacional (partido histórico y de derecha), accede a realizar una celebración interreligiosa convocada por el arzobispo de Montevideo (actual cardenal) Daniel Sturla, la Conferencia Episcopal del Uruguay y representantes de la colectividad judía e iglesias cristianas —con ausencia de las religiones aro, por ejemplo—, junto a los/las flamantes representantes parlamentares y del poder ejecutivo¹⁰.

Un acto en el que fue encomendando el futuro del país a Dios, especialmente cuando el actual cardenal Sturla hace referencia a una antigua bendición que está en el Libro de los Números del Antiguo Testamento, “damos gracias a Dios todo poderoso en la seguridad que esta bendición será propicia para el nuevo presidente, su gobierno, para el

⁹ El Estado uruguayo se seculariza con la Constitución de 1917 y la denominada ley de feriados de 1919. El gran impulsor de esa separación entre Estado e Iglesia fue José Batlle y Ordoñez, presidente en dos oportunidades 1903-1907 y 1911-1915.

¹⁰ Las voces contrarias también se manifestaron, como lo fue “Declaración Pública: Violación de la Laicidad del Presidente Luis Lacalle Pou al participar de una ceremonia religiosa”, por parte de la Asociación Uruguaya de Libre-Pensadores (AULP). Que no se manifestó en la celebración con Yamandú Orsi en 2025.

bien de la patria (...) amén”¹¹. Un gesto (signo) de orden discursivo, que resignifica y disuelve ritualmente 100 años de secularización —desvinculación entre Iglesia y Estado—. Una forma de encomendar el éxito o no del gobierno a la trascendencia, algo más cotidiano en los otros países del contexto sudamericano a ser analizado.

Lo que es necesario analizar en esta tensión semiótica, propuesta desde la mentalidad religiosa, es que esa celebración interreligiosa —con los mismos ausentes— se repite el 17 de marzo de 2025, cuando asume la presidencia Yamandú Orsi por el Frente Amplio (izquierda).

Figura 6 - Presidente Luis Lacalle Pou participó en la “Oración interreligiosa por la patria” en la Catedral de Montevideo / 02.03.2020



Fonte: <https://www.gub.uy/presidencia/comunicacion/fotos/presidente-luis-lacalle-pou-participo-oracion-interreligiosa-patria-catedral>

¹¹ https://www.180.com.uy/articulo/82834_es-ahora-la-bendicion-ecumenica-al-nuevo-gobierno

Figura 6.1



Fonte: https://www.180.com.uy/articulo/82834_es-ahora-la-bendicion-e-cumenica-al-nuevo-gobierno

Figura 6.2 - Yamandú Orsi en una celebración interreligiosa en la Catedral Metropolitana de Montevideo.



Fonte: <https://ladiaria.com.uy/fotos/photo/20250318-orsi-interreligioso/>

Hay una mentalidad que se instala y naturaliza, no es únicamente el tema de la relación con las instituciones religiosas, es la situación de

necesitar que el gobierno sea ungido o encomendado a Dios para tener un determinado desempeño. Es decir, si una gobernabilidad entra en esa esfera de la acción trascendental, establece que si no funciona puede estar relacionado a un tipo de no reconocimiento (o castigo) de la divinidad a quien se encomienda. Si consideramos la situación desde esa mentalidad, no es un acto simple y protocolar, es pasar el umbral para otras dinámicas interpretativas que, inevitablemente, nos trasladan a otras semiosferas interpretativas (Lotman, 1996, 1998). Como sistemas semióticos donde actúan los sistemas de significación, por ser el espacio de las interacciones donde es posible la realización de los procesos comunicativos y la producción de nueva información. Lo político queda bajo el resguardo, no de una intención de buen funcionamiento, sino de lo ‘divino’ a quien se le ofrece lo que será gobernado. De lo administrativo político, se dan pasos a lo trascendental religioso.

En ese marco, reparamos que es una forma superior mediante la cual los líderes políticos — para su gobierno —, son ungidos-bendecidos de variadas formas. Desde imposición de manos — Lula, Milei —, así como purificados en el propio río Jordán —Bolsonaro y diputada libertaria argentina —, sumadas a otros modales de santificaciones. Es posible notar que el gesto de ungir atraviesa os varios escalones de las representaciones políticas. No es el voto, gesto de la democracia electoral, sino el gesto de lo trascendente providencial que hace posible la legitimidad. Además de tornar al/a la ungida, intocable en lo terrenal.

Figuras 7 - Pastor Everaldo (preso por corrupción en 2020), en 2016 realizó el bautismo de Jair Bolsonaro (diputado en ese momento) en el Río Jordan (Israel), con presencia del senador Flávio Bolsonaro y edil Carlos Bolsonaro. Era bautizado en el mismo día en que sucedía el comienzo del Impeachment (Golpe) a Dilma.



Fonte: <https://www.correio braziliense.com.br/politica/2020/08/4871770-preso-pela-pf-pastor-everaldo-batizou-bolsonaro-no-rio-jordao.html>

Figuras 7.1 - “La diputada de La Libertad Avanza María Celeste Ponce se bautizó en el río Jordán: ‘No soy más esclava’”



Fonte: <https://www.lanacion.com.ar/politica/la-diputada-de-la-libertad-avanza-maria-celeste-ponce-se-bautizo-en-el-rio-jordan-no-soy-mas-esclava-nid10062025/>

La salvación es situar a los ungidos en posiciones de autoridad y poder, porque “no puedes tocar al ungido del Señor”¹². Una frase que sustenta que no se puede tocar al ungido del Señor y entonces estos – corrientemente masculinos – se confunden con el Señor. Ungidos del Señor que, sin importar lo que hagan, sus errores/horrores, sus abusos,

¹² 1 Samuel 26:11 – “No permita el Señor que yo extienda mi mano contra el ungido del Señor; pero ahora, te ruego, toma la lanza que está a su cabecera y la vasija de agua, y vámonos.” “Pero no pongas la mano encima del ungido de Yavé. Tan sólo toma la lanza que está a su lado y la cantimplora de agua, y vámonos.” (Biblia Latinoamericana) — Antiguo Testamento.

son ungidos del Señor, y nadie los debe tocar. En ese sentido, hay que dejar que Dios “haga su papel”. Aquí no hay un tema de partido o posición política en sí, es el sentido que se está accionando y poniendo en circulación en el tejido social, en el cual se interpretan y construyen los signos de la política. En este momento dislocada a otra esfera, a otra mentalidad, la religiosa.

Figuras 7.2 - “Javier Milei asistió a una ceremonia judía y fue bendecido por el rabino David Pinto Shlita”



Fonte: <https://politicaconvos.com.ar/javier-milei-asistio-a-una-ceremonia-judia-y-fue-bendecido-por-el-rabino-david-pinto-shlita/>

Figuras 7.3 - Instagram Oficial de Lula, antes del segundo turno, octubre 2023.



Por consiguiente, en la disputa de los campos, el político con sus programas de gobierno, parece retraerse frente al campo religioso, donde lo trascendental deja de ser coadyuvante o anecdótico, para presentarse como actor social principal. El candidato “de carne y hueso” parece sufrir una transustanciación (transmuta) y deja lugar a alguna divinidad incuestionable, mediadora entre el cielo y la tierra, donde amarra la responsabilidad política (Fontanille, 2013).

3. Desafíos de la tensión semiótica

El cuerpo político se mueve entre mediador, querubín y arcángel, conectando las dimensiones sagradas y profanas, donde el programa par-

tidario político se presenta como la “buena nueva”. Se pueden mencionar algunos signos analizados en ese sentido (Russi, Dutra, 2025), observando desde: atribuir a Dios la Gracia del impeachment contra Dilma (Brasil); el pacto santo o encomendar explícitamente y agradecer el gobierno a la Virgen María (Colombia); la autoridad solamente cesa ante Dios (Brasil); que la Virgen escucha al parlamento uruguayo y recibe sus oraciones (Uruguay); no ser asesinada por milagro de Dios (Argentina), Kast es Dios, orden y familia (Chile); declararse católico *sui generis*, o rezar de que Dios nos ayude, y fotos de campaña con la Virgen de San Nicolás, (Argentina). Todos proyectados desde las lógicas mediáticas espectaculares, que son incorporadas en las respectivas Cruzadas que, de una manera u otra se perfilan como el camino simbólico de la política. No es solamente nombrar a Dios, en el sentido de “si Dios quiere o gracias a Dios”, que estaría más en la fusión fáctica de Jakobson o en el orden de la interacción del instante de Goffman, sino el encarnar la mentalidad religiosa como paradigma político. Esa es la tensión semiótica, la divinidad no es aludida por costumbre, sino como plataforma interpretativa, no es lo casual, sino lo causal.

Desde ese punto de vista, mandatos en los cuales Dios o alguna entidad actúa para designar alguna misión, la primera es el ejercicio político de *religio*, la acción de ligar fuertemente con Dios (Petrella, 2020). Es la evangelización de la política desde la propia política, la figura de sentido que más se puede aproximar es la del caballo de Troya o, como lo ha dicho el presidente argentino Javier Milei “Soy el topo que destruye el Estado desde adentro”¹³, quien se siente encomendado a ese acto mesiánico y misión, desde La Libertad Avanza (partido político —religioso— que representa), y se ve como Terminator que llegó desde un futuro apocalíptico para evitarlo. Es importante destacar la mentalidad religiosa instalada, en sus acciones resguardadas, mandatadas y legitimadas por las Fuerzas del Cielo, como se denominan también algunos de sus sectores. El que suceda esto en Argentina, no es para nada ajeno a los países de la región que trato en este texto, porque la

¹³ <https://www.infobae.com/politica/2024/06/06/javier-milei-soy-el-topo-que-destruye-el-estado-desde-adentro/>

circulación de sentidos, transborda fronteras como ya fue mencionado. No es casual, sino resultante, de que en Uruguay se estén instalando Plataforma por la Libertad y “La Libertad Avanza” (emulación al argentino), acentuados en movimientos evangelistas fundamentalistas de las neoderechas, también recuperando los moldes normativos del movimiento Tradición Familia y Propiedad¹⁴.

Lo político se ajusta y responde a otro operador de sentido, subrayado por la traslación de las agendas políticas hacia la agenda política pero religiosas, en especial con normativas morales sobre temas cruciales a la sociedad como: aborto, eutanasia, adopción, genética... amparadas en las respectivas teologías conservadoras. Tales agendas son amplificadas mediáticamente y presentadas como siendo los trazos, huellas y marcas de las conversaciones cotidianas, signos que observados en dichas producciones y operadores mediáticos — enfatizadas por adquisiciones de medios de comunicación, diversas plataformas.

Al considerar la tensión semiótica religión/política, los espacios (algunos imperiales) mediáticos religiosos no pueden ser entendidos únicamente como soportes aislados, porque son actores fundamentales al resignificar los fenómenos sucedidos en la arena política. La idea analítica es ir más allá de la apropiación de las lógicas mediáticas, comprendiendo la actualización catequética circulante que moldea las formas representar el mundo, otros procesos significativos de sociabilidad.

En ese sentido, las indagaciones realizadas en esta investigación, se dirigen hacia las caracterizaciones de religiosidad. Así, podemos comprender las significaciones del tema en los medios, realizadas por los encuadramientos discursivos de los operadores de sentido de religiosidad. En concreto, parecen interpretaciones que no se explicitan y análisis que no se formulan (Verón, 1997), es decir, los medios actúan como estructuras de producción que presentan diversas situaciones, sostenidos en las lógicas que los caracterizan y conservan. Así negocian y difunden los procesos que presentan, la negociación que busca mantener las marcas propuestas a partir de ese ambiente (el político), pero

¹⁴ <https://tfp.org.uy/> - TFP, sociedad creada por el brasiliense Dr. Plinio Corrêa de Oliveira.

ajustadas a las formas discursivas religiosas de entender el cotidiano, por antonomasia, destinado a lo sagrado y agraciado.

Se nota la búsqueda para institucionalizar el proceso clerical en el discurso político, lo que implica tensionamientos entre las gramáticas de lo imprevisto y de lo estipulado o medido en el esqueleto mediático (Marinkovich, 1998; Van Dijk, 1999). Los medios no solamente atribuyen amplificaciones y visibilidades a los hechos, sino que también proponen modos propios de hacer presente ese cotidiano religioso. Por la acción diaria y ritual, los medios no sólo van anunciando la noción de realidad, sino que se convierten por ellos mismos, en espacios a través de los cuales la realidad no sólo pasa como se construye en ellos (Fausto Neto, 1999). De esta forma, se puede señalar en los análisis realizados, “una ideología dominante que hace con que ciertos acontecimientos aparezcan en el campo de la información, mientras otros son alejados del mismo campo, una moldura [de contenido] determinada y arbitraria es aplicada sobre la realidad” (Tuchman *apud* Mouillaud, 1997).

De modo que, las operaciones de sentido religiosas definen sus demandas sobre el campo político, y penetran con vectores de carácter religioso en las discusiones de lo que sería el campo político (Martino, 2012). Así, el campo religioso opera simbólicamente en lo que se puede denominar como semiosfera-mentalidad religiosa, sobre el campo político. El sentido simbólico de lo religioso se proyecta en la transmutación del campo político, amplificando y exponiendo operadores de sentido religioso, instalando potencialmente la semiosfera religiosa. Para que exista interacción entre ambas semiosferas (como mentalidades) política y la religiosa, son necesarios tener signos compartidos, porque de lo contrario resultan ajenos. Esta perspectiva nos permite entender las porosidades actuantes y penetradas entre las fronteras de dichas mentalidades, cuando la religiosa actúa permutándose en política. Por tal motivo, se puede pensar, cómo lo político en sus estructuras, paradigma, funciones y representaciones, es cotidianamente dislocado y transfigurado frente a la mentalidad religiosa, bajo signos de conversión.

Desde ese punto de vista, se comprende que dichas cualidades de divinidad, dan soporte y fondo a la lógica dicotómica determinista de cielo/infierno, salvación/castigo, bien/mal... y de que todo acto electoral es una cruzada evangelizadora continua sin tregua, ni tiempo de finalización. Es decir, va más allá del resultado de las elecciones puntuales, que obviamente es uno de los objetivos, pero no el único. Porque las diversas tácticas discursivas deben conducir a una estrategia mayor, que es la eliminación del mal a corto y largo plazo. La intensidad es un meollo de signos, podemos tener a la misma persona portando la imagen de Ustra el torturador de Dilma Rousseff, un crucifijo y una estatua de la Virgen María, todo en una síntesis que demanda lecturas más afinadas y cuidadosas, para no caer en el ridiculizar o patologizar — algo que sucedió desmesuradamente con Milei y Bolsonaro. Es necesario entender desde la semiótica los sentidos en circulación, en momentos como los que estamos viviendo de mentalidades en tensión, mucha más que los votos en disputa.

Figura 8 - Instagram de Katholikosbrasil – postura crítica sobre el conservadurismo religioso.



Figura 9 - Michelle: “Este momento é um momento de guerra espiritual [...] Não estamos aqui por poder, não estamos aqui por status. Estamos para cumprir uma missão proposta pelo Senhor” – 30.8.22

Michelle cita “guerra espiritual” em encontro com evangélicas

Ao lado de Bolsonaro, primeira-dama abriu residência oficial para culto com lideranças religiosas e mulheres de pastores



Com discursos, louvores e orações, o presidente Jair Bolsonaro e a primeira-dama Michelle Bolsonaro promoveram encontro com mulheres evangélicas no Alvorada

Fonte: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/michelle-cita-guerra-espiritual-em-encontro-com-evangelicas/>

En consecuencia, debemos analizar para comprender los procesos discursivos y circulación de sentidos desde lo religioso a lo político, así como los (neo)fundamentalismos políticos, religiosos y mediáticos, donde el votante es transformado a la categoría de fiel, feligrés y misionario. En esa línea, importa destacar la tensión y aproximación Estado-Religión, en las corporalidades discursivas del político pastor y pastor político, por la dislocación parlamento-templo, templo-parlamento en las sensibilidades contemporáneas. Semiosis de la discursividad política y religiosa, potenciada por las nuevas tecnologías, nuevas tecnó-utopías y tecno-políticas: Saber-Querer-Poder, como refundación de nuevos-viejos paradigmas de salvación, moral y bienestar social. Considerando las diferentes y diversas plataformas narrativas en la construcción del orden del discurso (Foucault, 2005).

Entre las respectivas fronteras de esas dos mentalidades, se encuentra una capa intermedia que es sustancial para la traducción entre ambas. De lo contrario cada semiosfera (mentalidad) se mantiene exclusiva en su ambiente y materialidades de significación. En el caso político, se puede pensar en la cultura material/mental de las leyes, normas, congreso, etc. En el caso de lo religioso, es posible señalar los rituales, dogmas, fe, devoción, simbólico trascendente, alma, divinidad, etc. En investigaciones anteriores, se distinguieron alteraciones en esa distancia intermedia de respectiva salvaguarda, al identificar un incremento exponencial y cada vez más violento de penetración religiosa en lo político. De tal forma, la capa intermedia — de salvaguarda, está en acelerada deterioración y debilitamiento político.

Cabe destacar que no se está hablando de personas religiosas en representaciones parlamentarias/ejecutivo, algo que hace tiempo sucede, sino que se entiende la reciente penetración de la mentalidad religiosa y no política en esas esferas. El desafío está en analizar lo que estamos viviendo, más allá de una naturalizada o normalizada “estética religiosa”, para comprender la *poiesis* más intensa en relación a la circulación y tensión semiótica de trasmutación de la mentalidad política por la religiosa. Con consecuencias esenciales en la construcción democrática.

Referencias Bibliográficas

- ANDACHT, F. *Signos del imaginario cotidiano: guía para interpretar nuestra vida mediática*. Montevideo: Planeta, 2024.
- ANDRADE, S. *Entre la religión y la política*. Montevideo: La República, 2009.
- BARRALES, D.; IGLESIAS, N. *¿De qué lado está Cristo?* Montevideo: Fin de Siglo, 2021.
- CAETANO, G. et al. *El Uruguay laico: matrices y revisiones*. Montevideo: Taurus, 2013a.

- CAETANO, G. Laicidad, ciudadanía y política en el Uruguay contemporáneo: matrices y revisiones de una cultura laicista. *Cultura y Religión*, v. 7, n. 1, p. 116–139, 2013b.
- FAUSTO NETO, A. *Comunicação e mídia impressa: estudo sobre a AIDS*. São Paulo: Hacker Editores, 1999.
- FONTANILLE, J. Medios, regímenes de creencia y formas de vida. *Contratexto*, n. 021, p. 62–82, 2013. DOI: <https://doi.org/10.26439/contratexto.no21.33>.
- FOUCAULT, M. *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets, 2005.
- GOMES, P.; FAUSTO NETO, A. *Midias e religiões: a comunicação e a fé em sociedades em midiatização*. São Leopoldo, RS: UNISINOS, 2020.
- LOTMAN, I. *La semiosfera I: semiótica de la cultura y del texto*. Valencia: Universitat de Valencia; Ediciones Cátedra, 1996.
- LOTMAN, I. *La semiosfera II: semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio*. Valencia: Universitat de Valencia; Ediciones Cátedra, 1998.
- MARCHA. De Camilo Torres a Helder Câmara: la Iglesia en América Latina. *Cuadernos de Marcha*, Montevideo, n. 9, ene. 1968.
- MARCHA. Medellín: la iglesia nueva. *Cuadernos de Marcha*, Montevideo, n. 17, set. 1968.
- MARINKIVICH, J. El análisis del discurso y la intertextualidad. *Boletín de Filología*, v. 37, n. 2, p. 729–742, 1998. Disponible en: <https://boletinfilologia.uchile.cl/index.php/BDF/article/view/21478/22776>. Acceso en: 28 jul. 2025.
- MARTINO, L. M. A mediatização do campo religioso: esboço de uma síntese possível. *Comunicação & Informação*, Goiânia, v. 18, n. 2, p. 06–21, jul./dez. 2012.
- MOUILAUD, M.; PORTO, S. D.; DUARTE, A. R. *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

PEIRCE, C. S. La fijación de la creencia (1877). In: PEIRCE, C. S. *El hombre, un signo (El pragmatismo de Peirce)*. Barcelona: Crítica, 1988. p. 175-199.

PEIRCE, C. S. *The collected papers of Charles S. Peirce*. Ed. C. Hartshorne; P. Weiss; A. Burks. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1931-1958. (Referencias citadas conforme a: x.xxx).

RUSSI, P. A necessary challenge for communication: thinking the functionalism and functionalists. In: OLIVEIRA, F.; KAPLÚN, G. et al. (orgs.). *Research traditions in dialogue – Communication Studies in Latin America and Europe*. Porto: Media XXI, 2020. v. 1, p. 67-73.

RUSSI, P. Circulação e operações de sentido: violência sacrificial no Impeachment a Dilma Rousseff. In: CASTRO, P. C. (org.). *Circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió: EDUFAL, 2017. v. 1, p. 257-278.

RUSSI, P. et al. Uruguay: Mercosur, um bloco que se desintegra. In: DUARTE, J.; GOBBI, M. C. (orgs.). *MERCOSUL sob os olhos do mundo: como jornais de 14 países apresentaram o Mercosul aos seus leitores*. Pelotas: UFPel, 2008. p. 93-107.

RUSSI, P. La imagen mediatizada del presidente uruguayo Tabaré Vázquez: adagio en cinco fases (2005-2009). In: FAUSTO NETO, A.; VERÓN, E. (orgs.). *Los cuerpos del poder: la mediatización de las figuras presidenciales*. São Paulo: Difusão Editora, 2010.

RUSSI, P.; DUTRA, D. La renovación de lo político por lo religioso. *Informatio: Revista del Instituto de Información de la Facultad de Información y Comunicación*, Montevideo, v. 30, n. 1, e213, 2025. DOI: <https://doi.org/10.35643/Info.30.1.3>.

RUSSI, P.; MOREIRA, C. Mediatización y elecciones presidenciales: diálogo sobre la campaña y asunción Luis Lacalle Pou, un gobierno en campaña permanente. In: *Midiatização, pandemia e eleições: disputas e transformações nas discursividades contemporâneas*. Campina Grande/PB: EDUEPB; Japaratinga, AL: CISECO, 2023b.

RUSSI, P.; QUIÑONES, B.; SOTOMAYOR, D. Elecciones Presidencia de Colombia 2022–2026: “Entre el miedo y la ilusión”. In: *Midiatização, pandemia e eleições: disputas e transformações nas discursividades contemporâneas*. Campina Grande/PB: EDUEPB; Japaratinga, AL: CISECO, 2023a.

VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*, Lima, n. 48, p. 9–17, 1997.

ZEPEDA, J. de J. L. Secularização ou ressacralização? O debate socio-lógico contemporâneo sobre a teoria da secularização. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 25, n. 73, p. 129–141, 2010.

SILÊNCIOS E SILENCIAMENTOS MIDIÁTICOS: a produção do não-acontecimento em crises ambientais

Inesita Soares de Araujo¹

Raquel Aguiar²

Adriano De Lavor Moreira³

José Gadelha da Silva Júnior⁴

Anderson dos Santos Machado⁵

Sandra Raquew dos Santos Azevedo⁶

Cláudia Malinvern⁷

Resumo: O texto aporta as reflexões propiciadas por um painel com sete pesquisadores sobre o não-acontecimento, observado em situações expressivas da crise ambiental por que passa o Brasil e o mundo. Partindo do entendimento comum de que a existência de um não-a-

1 Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz); Pesquisadora e docente; inesita.araujo@fiocruz.br

2 Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz); Jornalista; raquel.aguiar@fiocruz.br

3 Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz); Jornalista; adriano.lavor@fiocruz.br

4 Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz); Assessor de comunicação; jose.gadelha@fiocruz.br

5 Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS); Jornalista; andersonsmachado@gmail.com

6 Universidade Federal da Paraíba (UFPB); Docente e pesquisadora; sandraraquew@yahoo.com.br

7 Instituto de Saúde do Estado de São Paulo (ISEP); Pesquisadora e docente; claudia.malinverni@isaude.sap.gov.br

contecimento é atravessada pela (in)visibilidade simbólica e que essa característica decorre de dispositivos midiáticos produtores dos acontecimentos, foram tratados: a ausência de migrantes e refugiados na discussão sobre mudanças climáticas, o protagonismo invisível dos ribeirinhos nas cheias amazônicas, o não-acontecimento como dispositivo midiático nas enchentes gaúchas, o silêncio sobre a luta das mulheres paraibanas contra o projeto predador dos parques eólicos e a invisibilização dos corredores ecológicos na epidemia da febre amarela.

Palavras-chave: acontecimento; não-acontecimento; crise ambiental; desigualdade; invisibilidade.

1. O não-acontecimento: um tema a ser visibilizado

No XIII Pentálogo do CISECO (2024) foi apresentado um painel visando levantar e debater questões relacionadas aos dispositivos e práticas discursivas midiáticas de produção de não acontecimentos relacionados às crises climáticas, através de temas que falam de situações pouco ou nada conhecidas do grande público, ou de outras cujas narrativas hegemônicas invisibilizaram algumas importantes dimensões.

Por que falar do não-acontecimento justamente no evento que trata do acontecimento?

De uma forma bastante ampla e sem absolutamente desconsiderar as diversas abordagens autorais que concomitantemente se apresentam neste livro, o acontecimento é marcado sempre pela visibilidade, remetendo a situações cuja narrativa ganha ampla circulação, que atribui ao ocorrido uma existência concreta, fortemente ancorada na sua dimensão simbólica. Na contemporaneidade, essa circulação e essa visibilidade dependem dos aparatos midiáticos, digitais ou analógicos, que integram estruturas econômicas e de poder definidoras do que vai ou não se tornar visível; assim, estabelecem que situações e que aspectos e dimensões de cada situação serão ou não transformadas em acontecimento ao lhes atribuir uma vida simbólica. Temos aqui configurada

uma dinâmica de desigualdade entre aquilo que ganha (ou não) o status de visibilidade.

O não-acontecimento tem sido abordado por alguns autores como produto de um trato indevido de critérios jornalísticos (caso de Fontcuberta, 1999), ou identificados com as chamadas *fake news*, ou como, no caso específico de Baudrillard (1995), como um evento produzido exclusivamente para desviar a atenção do que seria um acontecimento mais importante, mais relevante. No sofisticado sistema de pensamento de Baudrillard, o conceito de não-acontecimento foi forjado para pensar a análise sobre a Guerra do Golfo – o contexto, portanto, é o ano de 1991. Na visão cética do filósofo, episódios como a Guerra do Golfo e o atentado terrorista de 11 de setembro constituem eventos tão brutalmente mediados que alcançam aspecto de simulacro; com isso, perdem a capacidade de impactar a sociedade no sentido de mudanças. No ecossistema de pensamento baudrillardiano, esta perspectiva está alinhada com a crítica à ênfase exagerada ao consumo e à espetacularização da sociedade.

Por que refletir especificamente sobre as crises climáticas, de forma articulada com o arcabouço conceitual do não-acontecimento?

Apesar de absolutamente recorrente nos diferentes mídias, o tema em geral é tratado pelo viés do impacto das mudanças climáticas nos grandes eventos, de grandes proporções, com comprometimentos planetários. Hoje essas crises assumem contornos de ficção, quando direitos básicos, como o acesso a um ar respirável, ficam comprometidos. Há pessoas que lutam pelo direito a respirar em suas cidades. Aqui, de forma sintonizada com a ideia do não-acontecimento, observamos em microcosmo: falamos de situações vividas por pessoas comuns, que são invisíveis ou invisibilizadas pelos meios de comunicação, diante de episódios que afetam o ambiente, com impactos diretos na saúde humana.

Os pesquisadores que participaram desse painel, falando de diferentes lugares de observação, de análise e de enunciação⁸, compartilham o

⁸ Além de suas filiações institucionais, os autores compartilham o pertencimento ao Grupo Técnico de Comunicação e Saúde da Abrasco - Associação Brasileira de Saúde Coletiva.

relevo conferido aos processos de invisibilização e silenciamento como uma expressão das desigualdades, em um exercício de poder que resulta na definição do que deve ser visto, do que deve ser lembrado ou ignorado e esquecido.

Para nós, o não-acontecimento caracteriza justamente o lado, o aspecto, a dimensão dos fatos e das situações ocorridas nos diversos territórios, aos quais não foi conferida visibilidade midiática. Isso tanto pode ocorrer como prática sistemática ou episódica, mas intencional, caracterizando forma de silenciamento, como nos propõe Orlandi (1993), mas também pode decorrer da própria estrutura social, econômica e política dos países que relegam alguns setores das populações ou das regiões onde habitam a um lugar subalternizado, caracterizando assim outras formas de silêncio. Assim, esses pesquisadores falarão aqui de interditos de existência, de não-lugares, das zonas do não-ser, das formas de produção da não-existência, mas falarão também de formas de resistência a esses apagamentos midiáticos.

Optamos, então, por falar de não-acontecimentos relacionados às crises ambientais, que se manifestam por diferentes contextos, com diferentes atores sociais e políticos envolvidos e em diferentes regiões do país, em suas relações de visibilidade com os dispositivos midiáticos. Ao mesmo tempo em que imprimem visibilidade (portanto existência) aos acontecimentos relacionados às diversas crises ambientais ocorridas no país, os dispositivos discursivos midiáticos também operam no sentido inverso, o de silenciar vozes e apagar contextos e situações vividas nas narrativas dessas mesmas crises que fazem circular. Desta forma, produzem tanto os acontecimentos quanto o seu reverso, os não-acontecimentos.

Num texto escrito a muitas mãos, buscamos registrar aqui um pouco desses aportes e debates, em cinco partes. Na primeira, Adriano De Lavor trata dos múltiplos regimes de visibilidade que afetam as pessoas em situação de refúgio na discussão climática, responsáveis por diferentes resultados simbólicos de silenciamento. Na segunda, José Gadelha nos faz ver como um não-acontecimento pode simbólica e concretamente ser visto e vivido como acontecimento pela população

ribeirinha do Rio Madeira, na região amazônica, que protagoniza os fatos ignorados midiaticamente.

Na terceira, Anderson Machado fala da lama como vestígio do acontecimento, mas também do não-acontecimento nas enchentes do Rio Grande do Sul e argumenta que o não-acontecimento, enquanto operação midiática que neutraliza a força de eventos concretos ambientais, impede que estes se convertam em motor de transformação coletiva. Na quarta parte, Sandra Raquel Azevedo nos faz ver o silenciamento midiático aplicado sobre os embates da população de parte do semiárido brasileiro com os grandes projetos de energia eólica. Experiências de resistência e ecocrítica à implementação desses projetos têm sido ignoradas pela grande mídia e por portais de notícia locais. Na última parte, Cláudia Malinverni comenta a invisibilidade midiática da solução de corredores ecológicos na prevenção e controle da febre amarela.

I. Refúgio e fronteiras do acontecimento: a discussão sobre mudanças climáticas e a produção da não-existência

As diferentes interseções entre visibilidade e políticas públicas revelam não somente as consequências diretas dos diversos níveis de visibilidade para a saúde de indivíduos e coletivos, mas também indicam o quanto estes contribuem para as iniquidades, em especial quando afetam populações em situação de vulnerabilidade.

Ao partir da constatação da invisibilidade de pessoas migrantes ou em situação de refúgio, trânsito e/ou de fuga nas discussões sobre a emergência climática, que acontecem em diferentes níveis e contextos na sociedade contemporânea — e se projetam com maior intensidade nos aparatos midiáticos — surgem elementos que aproximam a produção de visibilidades (e invisibilidades) da produção do não-acontecimento.

Explicitando claramente essa relação, o relatório “Sem escapatória — Na linha de frente das mudanças climáticas, conflitos e deslocamento forçado⁹”, divulgado em novembro de 2024 pelo Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados (ACNUR), informa que dos 120 milhões de refugiados no mundo, pelo menos 90 milhões vivem sob o impacto das mudanças climáticas. O documento mostra que desastres naturais, como secas e enchentes, muitas vezes agravados pela ação humana, forçaram 220 milhões de pessoas a se deslocar dentro do seu próprio país.

A produção, divulgação e a circulação de um documento deste porte articulam uma rede de comunicação potente, de onde emergem muitas vozes autorizadas. Gestores, ativistas, influenciadores, pesquisadores e especialistas. Daqueles que sofrem, no entanto, pouco se ouve ou se vê, como aponta o documento:

A situação das populações deslocadas e das comunidades que as acolhem tem sido frequentemente subnotificada, e suas vozes excluídas e marginalizadas. Este relatório analisa as realidades atuais e revela uma história de imensa escala: 90 milhões de pessoas deslocadas vivem em países com exposição alta a extrema a perigos relacionados ao clima e quase metade de todas as pessoas deslocadas à força estão suportando o peso tanto de conflitos quanto dos efeitos adversos das mudanças climáticas (ACNUR, 2024).

O Relatório do ACNUR não somente atesta como a falta de visibilidade interfere na ausência de protagonismo de migrantes e refugiados na discussão sobre mudanças climáticas, seja na tomada de decisões, seja nos encontros multinacionais, seja nas coberturas jornalísticas internacionais ou mesmo na produção acadêmica. Ele também indica que há diferentes regimes de visibilidade em curso, cada um responsável por resultados simbólicos de silenciamento.

⁹ Disponível em <https://www.acnur.org/br/media/sem-escapatoria-na-linha-de-frente-das-mudancas-climaticas-conflitos-e-deslocamento-forcado>. Acesso em 27/5/25

Pode-se argumentar: eles são vistos, sim! Frequentemente, são manchetes de telejornais e sites noticiosos; imagens contundentes circulam nas redes sociais, diariamente, gerando milhões de compartilhamentos, mostrando campos de refugiados abarrotados de pessoas, filas de migrantes caminhando em direção a fronteiras, estrangeiros retidos nas áreas de trânsito dos aeroportos das grandes cidades, pedintes nos sinais de trânsito em Roraima, corpos sem vida boiando no Mar Mediterrâneo. Eles estão sempre sob os olhares de câmeras, sim.

Mas, mesmo quando a luz lhes é dirigida, rostos são desfocados, nomes são omitidos e vozes são silenciadas em detrimento dos higienizados pronunciamentos oficiais, das frias análises da Ciência, dos taxativos vereditos da Justiça, das notas de repúdio de ativistas, dos cancelamentos articulados nas redes sociais e das qualificadas vozes de especialistas – da Saúde, do Meio Ambiente, dos Direitos Humanos.

Protagonistas do não-acontecimento

Nas tragédias clássicas, o protagonista é o herói trágico, cuja própria falha de caráter se combina com o destino para provocar a sua ruína. As pessoas em situação de fuga no mundo, hoje, protagonizam apenas a sua própria queda, silenciadas pelas mesmas narrativas que visam contar a sua história. Do mesmo modo que são retratadas como vítimas, aparecem como responsáveis pelo destino inevitável da não-existência. Refugiados protagonizam o não-acontecimento e a não-existência.

Em sua passagem pelo Brasil em 2024, o jovem escritor francês Édouard Louis, estrela incensada da Festa Literária de Paraty (FLIP) daquele ano, narrou como a realidade de violência e de homofobia que vivia no interior da França foi determinante para a sua escrita. Em uma entrevista concedida ao programa Roda Viva, exibido pela TV Cultura em outubro de 2024¹⁰, Louis declarou que a literatura o salvou do con-

¹⁰ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=wn7RxTuQc4U&t=6s> Acesso em 27/5/2025

texto em que vivia — o mesmo contexto que o possibilitou narrar sua autobiografia política.

Durante a entrevista, o autor, cujos livros são baseados na sua experiência de vida e de sua família, disse: “Escrevo autobiografia porque a pessoa que está lendo, no conforto do seu sofá, sabe que aquilo está acontecendo, ou acaba de acontecer. E dificilmente podemos desviar o olhar, como as vezes fazemos na rua”.

O escritor usou o conceito “trânsfuga de classe” para explicar o desconforto experimentado na vida pós-fuga, quando aquele que fugiu sente-se de certo modo culpado por ter deixado os outros para trás. Mesmo se recusando a assumir esse lugar, Louis revelou a dificuldade de manter sua identidade num contexto diverso. Para ele, não havia alternativa: era preciso fugir para sobreviver. Mas a fuga não garantiu sua total liberdade.

O depoimento do escritor francês dialoga diretamente com o que relatam mulheres refugiadas venezuelanas que vivem em Manaus, retratadas em reportagem “No Refúgio do SUS”, publicada na Revista Radis, em setembro de 2024¹¹. Integrantes e protagonistas do projeto ReGHID¹² – que avalia a garantia de direitos sexuais e reprodutivos de meninas e mulheres migrantes – elas aproveitam o momento de visibilidade para declarar que, assim como Louis, não tinham alternativa, a não ser fugir.

Também elas se referem ao desconforto de “ter escapado” de sua condição de sofrimento em detrimento de amigos ou parentes. Elas também relatam estratégias que utilizam para não parecerem migrantes, sufocando as suas identidades para escapar dos olhares enviesados, que ora apontam diferenças, ora ignoram necessidades. Mesmo livres

11 Disponível em <https://radis.ensp.fiocruz.br/todas-edicoes/radis-264/> Acesso em 27/5/2025

12 REGHID – Do acrônimo *Redressing Gendered Health Inequalities of Displaced Women and Girls in contexts of Protracted Crisis in Central and South America*; em português, Reparando as desigualdades de gênero na saúde de mulheres e meninas deslocadas em contextos de crise prolongada na América Central e do Sul.

— e aparentemente visíveis — continuam fugindo das memórias. Dos silêncios. Da não-existência

As venezuelanas entrevistadas, assim como Louis, são protagonistas de uma fuga sem fim, impressa em seus corpos e mentes, que simbolicamente as invisibiliza diante de questões não previstas no roteiro trágico a que foram submetidas. Como elas, experimentam fugas cotidianas muitas outras pessoas, com tantas outras vulnerabilidades. Em comum, dividem a não-existência: do acontecimento, são figurantes; do acidente, são vítimas; do relatório, são números; da notícia, são mortes. Protagonizam, somente, o trágico destino de “não acontecer”.

Suas histórias poderiam estar incluídas no texto em que Foucault se debruça sobre a vida dos homens infames. Diz ele, sobre isso: São “fragmentos de discurso carregando os fragmentos de uma realidade da qual fazem parte” (FOUCAULT, 1977). Diante deste cenário de silêncios e silenciamentos, a não-existência destas pessoas precede, produz e se alimenta do não-acontecimento. São engrenagens que mantêm a máquina de iniquidades.

Producir o não-acontecimento e alimentar não-existências, portanto, é uma estratégia que fortalece as estruturas que mantêm a crise ambiental inalterada. Por um lado, mantém-se a discussão acima das vidas humanas, até que o trágico as apanhe com a força das águas de uma enchente ou sucumba suas forças diante da devastação da lama; de outro, tenta-se neutralizar a resistência dos atingidos, desqualificando suas trajetórias e a sua própria existência.

A potência disruptiva do não-acontecer

Édouard Louis, o escritor que inspira esta reflexão, faz uma aposta que poderia ser definida como “potência disruptiva do não-acontecer”. Ele diz: “A questão, portanto, não é mais mostrar, mas sim confrontar” (LOUIS, 2024). O escritor fugiu das surras do pai, foi ameaçado de morte pelo próprio irmão e mudou de nome para não mais ter que en-

carar no espelho a identidade que insiste em o perseguir. Mesmo assim, prossegue contando a sua história, que reverbera em muitos lugares, tocando muitos corações e mentes.

É isso que definimos como potência disruptiva do não-acontecer. Algo que deve inspirar profissionais de comunicação a olhar mais atentamente para os indivíduos, escutá-los, permitir que relatem suas histórias. Talvez assim a singularidade de suas existências possa protagonizar um futuro distinto, onde diferentes vozes se unam na defesa de um ambiente mais saudável e seguro para todos. Com a força implícita das não existências que seguem em frente, com a potência do não-acontecimento que é sinônimo do quase, do ainda, ou daquilo que nas ruas cariocas se diz: “Já é!”

II. Território e vivência na construção do não-acontecimento midiático: um olhar de dentro da Amazônia

De que forma o não-acontecimento midiático (no reverso do acontecimento tão amplamente discutido no campo acadêmico) reflete o agenciamento de sentidos e discursos acerca das populações invisibilizadas e negligenciadas da Amazônia? Partindo desta questão, propomos discutir/refletir sobre o não-acontecimento e a invisibilidade midiática no contexto da crise climática na Amazônia, especificamente a seca severa de 2024 em rios de Rondônia, Acre e Amazonas. Entendemos que o conceito de não-acontecimento – quando compreendido sob a ótica decolonial, numa perspectiva que considere os sujeitos em suas relações intersubjetivas, expressões culturais e práticas cotidianas na produção de sentidos – nos permite visualizar realidades concretas tradicionalmente ignoradas ou mesmo invisibilizadas pelos padrões midiáticos vigentes e considerá-las como detentoras de significados, portanto compreendidas como uma dado acontecimento nas dimensões simbólica, comunicacional e política. Pautamo-nos nas experiências e vivências de moradores ribeirinhos

afetados pela crise climática, na região do Baixo Madeira, em Porto Velho-RO, e nas relações que esses sujeitos estabelecem e protagonizam no território, considerando o histórico de invisibilidades e o olhar preconceituoso/estigmatizador sobre os quais se formou, ao longo do tempo, o imaginário coletivo acerca da região Norte do país e suas populações.

Cenarizando

A Amazônia possui uma relação histórica com a invisibilidade em muitas dimensões, e a midiática é uma delas, constituindo-se uma força produtora/agenciadora de não-acontecimentos. Por outro ângulo, a produção e disseminação de discursos estereotipados sobre a região fortalecem as engrenagens responsáveis pela construção de acontecimentos que muitas vezes desvirtuam ou contradizem a realidade dos povos amazônicos, gerando o que talvez possamos chamar de um “falso acontecimento” ou a “ilusão de um dado acontecimento midiático”, justamente por apresentar-se descontextualizado, desconexo à realidade que se diz representar ou até mesmo produzido por um discurso carregado de estereótipos. Nesse sentido, a percepção predominante acerca do território amazônico e de suas populações foi construída, ao longo do tempo, por uma visão ora fantasiosa, ora estigmatizante e sempre colonizadora. Basta lembrarmos dos relatos de viajantes que, em diferentes épocas, se preocupavam em descrever a região conforme os interesses e a visão do mundo circundante do autor do relato (NE-NEVÉ, 2020), ou das propagandas do governo militar, que prometiam terras para homens sem terra, numa Amazônia desabitada que precisava a todo custo ser integrada às fronteiras econômicas para que o país pudesse se redimir do subdesenvolvimento (GONÇALVES, 2022).

Se a invisibilidade e as condições de negligenciamento em que vivem as populações de regiões periferizadas são mecanismos que demarcam o território, tornando-o menos importante/relevante, podemos afirmar que os grupos populacionais que se organizam nesses espaços

de fronteira (BHABA, 2013) ou nas zonas do não ser (FANON, 2022), a exemplo das populações ribeirinhas, enfrentam sérias barreiras em ocuparem espaços que promovam alguma visibilidade, ou mesmo lhes permitam participar de decisões coletivas que dizem respeito às suas demandas e necessidades mais elementares. Em outras palavras, as chances de serem ouvidos e levados em consideração são inviabilizadas/minadas pelo próprio sistema que os exclui, sequestrando suas formas de expressão e de visibilidade.

No contexto da crise hídrica vivenciada em 2024 em rios da Amazônia importam para nós os fatores de afetação do cotidiano das populações mais atingidas, que são os ribeirinhos, por dependerem do rio para quase tudo. Sob a dinâmica da cheia e da vazante, o ribeirinho organiza as suas práticas de subsistência, as quais são as primeiras a serem afetadas a cada episódio de uma crise ambiental, seja na enchente ou na estiagem severa, como vem se intensificando nos últimos anos.¹³

No dia 19 de julho de 2024, o Serviço Geológico do Brasil¹⁴, noticiou que o Rio Madeira registrava mínimas históricas para o período. Em 29 de julho, a Agência Nacional de Águas¹⁵ (ANA) declarou situação de escassez hídrica nos rios Madeira e Purus. Dois dias depois, o mesmo órgão publicou no Diário Oficial duas resoluções declarando situação crítica de escassez de recursos hídricos no Madeira e Purus e em seus afluentes. No mês seguinte, noticiários passaram a divulgar que os meses de julho e agosto eram os piores da história na bacia do rio Madeira. Do Acre e Amazonas, vinham as cenas de localidades isoladas, de desabastecimento, balsas encalhadas e ribeirinhos atravessando a pé enormes trechos de leito dos rios totalmente em terra firme.

¹³ A Bacia Amazônica é a maior bacia hidrográfica do mundo, localizada no Brasil e em mais sete países da América do Sul. Um dos seus principais rios é o Amazonas, sendo o Rio Madeira seu principal afluente da margem direita.

¹⁴ Rio Madeira atinge menores níveis históricos para o mês de julho. Disponível em: [Rio Madeira atinge menores níveis históricos para o mês de julho - SGB](#). Acesso em: 13/05/2025.

¹⁵ ANA declara situação de escassez hídrica nos rios Madeira (RO/AM) e Purus (AC/AM). Disponível em: [ANA declara situação de escassez hídrica nos rios Madeira \(RO/AM\) e Purus \(AC/AM\) — Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico \(ANA\)](#). Acesso em: 13/05/2025.

Buscamos refletir sobre o não-acontecimento midiático a partir de vivências compartilhadas por moradores ribeirinhos durante a crise hídrica do rio Madeira em Rondônia, considerando o histórico de invisibilidade da região e como concorrem as práticas discursivas desenvolvidas por esses indivíduos na busca pela produção de sentidos frente ao silenciamento midiático.

A cada episódio de seca extrema, a dimensão dos riscos e dos acidentes revela um cenário de total insalubridade no interior das comunidades ribeirinhas, especialmente por manterem o rio como principal meio de mobilidade, o que não recebe a devida atenção dos veículos de comunicação. Com o nível das águas muito baixo, surgem os bancos de areia em diferentes pontos do leito do rio. O transporte de cargas e passageiros fica comprometido. Nas localidades mais remotas onde as crianças navegam longas distâncias em voadeiras¹⁶ ou lanchas para acessarem a escola, o risco de acidentes é iminente, até que sejam suspensas as atividades escolares. A fumaça proveniente das queimadas agrava a situação e atrapalha a visibilidade aumentando os riscos de acidentes com pedras, bancos de areia ou até mesmo entre embarcações.

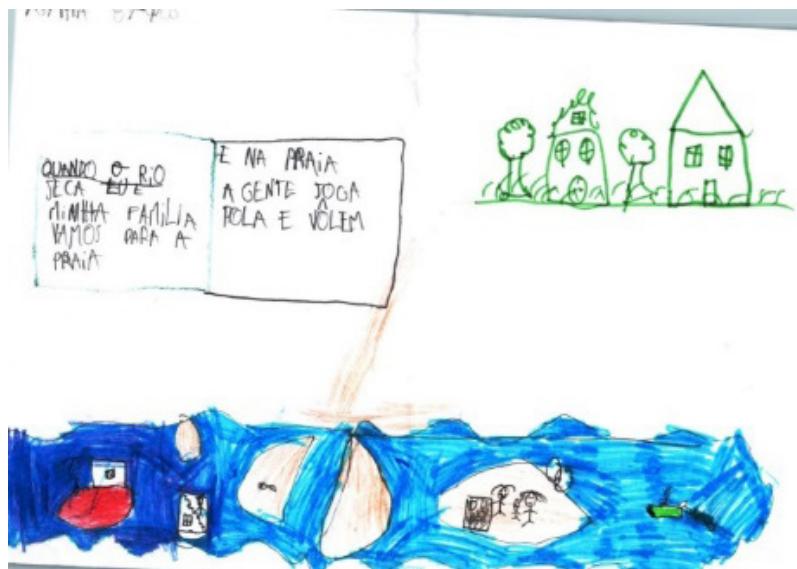
No campo midiático, negligencia-se essa dimensão dos riscos e a consequência é a naturalização do descaso e do abandono. A própria acessibilidade às comunidades ribeirinhas é prejudicada durante a seca, em virtude dos altos barrancos e as escadas, muitas improvisadas, serem o único acesso e ocasionarem acidentes. Na comunicação cotidiana, registra-se enorme fragilidade no acesso à internet de banda larga nas comunidades ribeirinhas; o WhatsApp se mostra, então, uma potente ferramenta de comunicação. Nas localidades que margeiam o rio e que dispõem de sinal de internet via rádio, a comunicação gira em torno do aplicativo tanto para ligações telefônicas quanto para re-cados e avisos. Nos barcos recreios (transportam passageiros e cargas) que dispõem de internet via satélite, a comunicação é permitida mediante o pagamento de taxa, que varia de preço conforme o porte da

¹⁶ Pequenas embarcações tipo canoa, geralmente em alumínio equipada com motor de popa de 10 a 60 HP, muito utilizada em rios amazônicos para deslocamentos (AMARAL, 2015).

embarcação. Os passageiros do barco Salmo 23¹⁷ podem fazer o monitoramento em tempo real dos pontos de passagem da embarcação pelas localidades, o que traz mais segurança aos ribeirinhos que têm o barco como principal meio de locomoção para chegarem à cidade e terem acesso a serviços essenciais como a saúde. Esse acontecimento (a comunicação via WhatsApp) se destaca em um cenário marcado pela desigualdade social e potencializado pelo isolamento geográfico. Esse dispositivo comunicacional – o grupo do WhatsApp – representa uma potente estratégia de ajuda mútua na reorganização da vida. O que em termos midiáticos pode não ser considerado um acontecimento, para essas pessoas – que vivem na “zona do não ser” (FANON, 2022) – é um acontecimento de natureza comunicacional, política e simbólica, por meio do qual são ressignificadas as práticas de comunicação tanto quanto a vida nas localidades mais isoladas.

No campo simbólico, a percepção das crianças sobre os reflexos da crise hídrica no território não necessariamente reflete o lado negativo desse fenômeno, em que pesem o desajustamento que ele provoca à vida dos ribeirinhos e seu poder de afetação. Os bancos de areia que se formam no leito do rio passam a ganhar outro significado: tornam-se praias na imaginação das crianças ribeirinhas, conforme se pode observar no desenho de um estudante da Escola Rural Ribeirinha Heitor Vila Lobos em Porto Velho, em atividade na qual o professor buscou trabalhar a percepção das crianças sobre as modificações na paisagem em torno da seca:

¹⁷ Embarcação de grande porte que faz o percurso Manicoré (AM) – Porto Velho (RO) duas vezes por semana, com transporte de cargas e passageiros.



Fonte: Domingas Luciene

Os significados atribuídos ao rio e a esse espaço (agora em mudança) giram em torno dos momentos de lazer com a família no mundo subjetivo das crianças, mesmo que na vida real o brincar nos bancos de areia possa representar um perigo a mais, pelos riscos de acidentes com animais peçonhentos ou ataques de predadores como jacarés. Procurando meios para despistar os efeitos negativos da estiagem e, na dimensão do simbólico e da representação (BAKTHIN, 2009), a identificação das pessoas com a cultura ribeirinha se materializa por meio dos desenhos e, nessa prática de linguagem e comunicação, também elas se ressignificam diante do caos. O não-acontecimento torna-se um acontecimento que transcende o aspecto factual priorizado no campo jornalístico.

Passando adiante

Para cada acontecimento exposto pelas vias midiáticas, existe no seu reverso um não-acontecimento que fica nas sombras, que é invisibi-

lizado para o país inteiro. Mas, para aquelas pessoas que vivem e que deles são protagonistas, aquele não-acontecimento ganha importância de verdadeiro acontecimento, se torna acontecimento não por uma correspondência ao que está na estrutura do noticiável, seguindo as determinações do campo jornalístico, mas porque guarda em si uma relação com o contexto vivido, são expressões concretas do cotidiano que permeiam a dimensão do pertencimento e do simbólico.

III. A lama como vestígio do (não) acontecimento: as enchentes no Rio Grande do Sul (2024)

Em maio de 2024, o Rio Grande do Sul enfrentou o maior desastre climático de sua história recente. As chuvas intensas iniciadas no final de abril resultaram em enchentes que afetaram mais de 400 municípios, com especial impacto no Vale do Taquari, Vale do Rio Pardo, região metropolitana de Porto Alegre e sul do estado. O episódio deixou mortos, desaparecidos, milhares de desalojados e marcas físicas profundas nas cidades atingidas.

Ainda que o desastre tenha se imposto materialmente, foi parcialmente obscurecido por pseudo-eventos, ruídos e deslocamentos simbólicos. Propomos analisar a cobertura midiática desses eventos, a partir do conceito de “não-acontecimento” que, se pode ser visto como resultante de uma ação de apagamento ou silenciamento dos mídias, em prol do que eles desejam visibilizar, também pode ser compreendido no seu reverso (mas ainda assim implicando em apagamentos) a partir da perspectiva de Fontcuberta (1999). Segundo a autora, se o jornalismo se consolidou pela difusão de informes amparados em acontecimentos, fatos e realidade, percebe o rompimento do paradigma com o recurso do não-acontecimento:

“Chamo de não-acontecimento jornalístico à construção, produção e difusão de notícias a partir de factos não ocorridos ou que envolvem explicitamente uma não informação no sentido jornalístico: a realidade, a veracidade e a atualidade. O não-a-

contecimento jornalístico rompe com a ideia de atualidade (se um facto não se reproduziu, nem está previsto a ocorrer, não há atualidade possível) e desvirtua a própria essência do jornalismo: em lugar de informar sobre os factos ocorridos ou previstos, informa sobre os factos não previstos nem sucedidos” (Fontcuberta, 1999, p.22)

Entre os vestígios mais visíveis do desastre, destaca-se a lama, que invadiu casas, escolas, hospitais e ruas. Mais que marca física, a lama será aqui abordada como metáfora para refletir sobre a disputa de sentidos que se instaurou em torno da tragédia. Inspirado por Josué de Castro (2003), propomos uma leitura dual: a lama fértil, da solidariedade e reconstrução e a lama tóxica, da desinformação e apagamento.

A metáfora da lama, além de seu aspecto físico e simbólico, pode ser aprofundada à luz das teorias do imaginário de Gilbert Durand e Michel Maffesoli. Durand (2002), em sua obra sobre as estruturas antropológicas do imaginário, propõe que o pensamento simbólico se organiza em regimes como o noturno, marcado por imagens de profundidade, dissolução e regeneração. A lama, nesse regime, é símbolo ambíguo: evoca destruição, mas também fertilidade e reinício. Maffesoli (1998), por sua vez, ressalta o papel do imaginário coletivo como substrato emocional e afetivo que sustenta os vínculos sociais. Ao transformar a lama em signo de dor, solidariedade ou resistência, a sociedade constrói um espaço de sentido compartilhado que transcende a materialidade do desastre e reforça pertencimentos. A leitura simbólica, portanto, permite interpretar os episódios aqui analisados como expressões de uma luta por sentido em meio à catástrofe.

A enchente e sua escalada

O ciclo de chuvas iniciado em 27 de abril de 2024 rapidamente provocou o colapso da infraestrutura de centenas de municípios gaúchos. Com volumes superiores a 400 mm em 48 horas em regiões como o

Vale do Taquari, rios transbordaram, avançando sobre centros urbanos e zonas rurais. A tragédia se agravou pela repetição de eventos extremos — era a terceira grande enchente em menos de um ano na região.

Porto Alegre, Canoas, Eldorado do Sul, Pelotas e Rio Grande também foram severamente atingidas. Houve interrupção de serviços básicos, evacuação de hospitais e resgates dramáticos por barcos e helicópteros. A lama tornou-se um elemento onipresente — marcando paredes, interrompendo o cotidiano e se convertendo em ícone do evento.

Ainda assim, mesmo diante da extensão e gravidade da crise, o acontecimento foi disputado em sua própria visibilidade. A cobertura do desastre não acompanhou inicialmente sua escala. Essa ausência de mediação proporcional abria espaço para a emergência do não-acontecimento.

A espetacularização e o apagamento simbólico

Nos primeiros dias de maio, enquanto o Rio Grande do Sul enfrentava uma calamidade em curso, a cobertura nacional concentrou-se em eventos culturais de grande apelo, como o show da cantora Madonna no Rio de Janeiro. O contraste evidenciou a força dos pseudo-eventos na dinâmica midiática contemporânea. O caso do “Cavalo Caramelo”, resgatado de um telhado alagado, ilustra como símbolos afetivos podem ocupar o centro da narrativa, deslocando a atenção da complexidade estrutural do desastre. Embora mobilizador, Caramelo converteu-se em figura de catarse e escapismo, ganhando mais destaque do que os debates sobre prevenção, resposta estatal e reconstrução.

A espetacularização, nesse sentido, não nega a existência do acontecimento, mas o recobre com camadas narrativas que o diluem. O não-acontecimento, aqui, emerge como operação de substituição simbólica: o que deveria ser central — a tragédia em sua dimensão política e social — cede espaço a emblemas emocionais e eventos fabricados que absorvem o foco da opinião pública.

Esse processo está diretamente ligado à lógica do modelo tradicional de notícia e à estrutura narrativa da cobertura jornalística, que favorece o factual episódico, o inusitado e o emocional em detrimento da análise contextualizada. A seletividade da mídia nacional diante da catástrofe no RS revela não apenas uma omissão, mas uma forma de apagamento embutida na própria racionalidade do infoentretenimento e da disputa por atenção.

A desinformação como lama tóxica

A circulação massiva de desinformação durante o desastre agravou a crise. Segundo o Instituto Democracia em Xequé (2024), apenas na semana de 14 a 21 de maio foram identificadas mais de 2 milhões de publicações com informações falsas relacionadas às enchentes. Boatos sobre impedimentos às doações, ocultamento de cadáveres, teorias conspiratórias e acusações infundadas ao poder público proliferaram em ritmo alarmante.

Essa onda de ruído afetou diretamente a comunicação de risco, gerando confusão sobre alertas meteorológicos, locais de apoio e procedimentos de segurança. A desinformação comprometeu a capacidade de resposta e corroeu a confiança nas instituições.

No contexto do não-acontecimento, a desinformação ocupa o espaço da realidade com versões manipuladas ou fictícias dos fatos. Ao substituir o acontecimento pela narrativa que convém a determinados grupos, a tragédia é deslocada de sua centralidade como objeto de ação coletiva e responsabilidade compartilhada.

Solidariedade e resistência simbólica

Apesar do apagamento e da contaminação informacional, a sociedade civil respondeu com rapidez e intensidade. Redes de voluntariado e movimentos comunitários emergiram para suprir lacunas deixadas pelo Estado. A frase “o povo pelo povo” tornou-se lema e ação concre-

ta, com mobilizações que garantiram abrigo, alimentação e resgate de milhares de pessoas.

Essa reação popular também gerou novas narrativas. A lama, nesse caso, figurou como símbolo da reconstrução coletiva — um terreno fértil, como propõe Josué de Castro, onde a vida insiste em brotar. As experiências de cuidado, partilha e organização autônoma contrapunham-se à lama tóxica da desinformação.

A solidariedade, ainda que menos noticiada, também é narrativa. Ela resgata o acontecimento real e o reinscreve na esfera pública a partir de uma gramática de vínculos, em oposição à lógica do espetáculo e da autopromoção dos influenciadores digitais.

O não-acontecimento como dispositivo midiático

A análise das enchentes no RS em 2024 revela que nem mesmo uma catástrofe de grandes proporções escapa à lógica contemporânea do não-acontecimento. A visibilidade do evento foi corroída por pseudo-eventos, símbolos emocionais e fluxos intensos de desinformação que desviaram a atenção da realidade bruta.

A lama, enquanto metáfora, permitiu organizar os elementos centrais desta análise — ora como cobertura simbólica que distorce, ora como substrato fértil de resistência. No entanto, o foco deste estudo recai sobre o não-acontecimento enquanto operação midiática que neutraliza a força de eventos reais, impedindo que se convertam em motor de transformação coletiva.

Reconhecer esse processo é essencial para reposicionar o jornalismo, a comunicação pública e a própria ação política diante de tragédias reais. Em tempos de saturação simbólica, restaurar a centralidade do acontecimento é um gesto de enfrentamento, memória e justiça social.

IV. Desertificação no Semiárido e reivindicações por justiça climática: a produção midiática do não-acontecimento

Nos últimos 30 anos o Semiárido brasileiro tem sido palco de um projeto importante de mudança social, denominado paradigma da convivência com o semiárido (DUQUE, 2008). Um projeto social relevante, cujas bases advogam a defesa de um território agroecológico, sustentável, que se relaciona intimamente com o percurso da educação popular freiriana que coloca a comunicação enquanto diálogo, práxis (AZEVEDO, 2021).

A trajetória histórica e comunicacional aponta para disputas na construção de sentidos sobre o próprio território do Semiárido, tendo em vista as marcas estigmatizadoras do imaginário operacionalizado pela indústria da seca na invenção do Nordeste brasileiro (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2011).

De acordo com o Laboratório de Análise e Processamento de Imagens por Satélite (Lapis), 12,85% do Semiárido brasileiro enfrenta um processo de desertificação¹⁸, o que faz o tema emergir na mídia com ênfase no debate sobre desequilíbrio ambiental e empobrecimento. Em contrapartida, a vida cotidiana das populações que vivem nessa região é atravessada por ações de preservação ambiental com ênfase em ações de convivência, a partir das experiências de conhecimento e saberes dos povos tradicionais que ocupam e transformam o espaço. Experiências como a implementação de cisternas, bancos de sementes comunitários, fundos rotativos solidários, quintais produtivos, feiras agroecológicas, reflorestamento da Caatinga, representam marcos importantes de acesso, permanência e preservação ambiental que tem o povo do semiárido como protagonista.

Entretanto, nos últimos anos há um número significativo de pessoas no semiárido que têm sido impactadas com implementação de

¹⁸ A desertificação é um processo no qual há um manejo inadequado dos recursos naturais dentro do semiárido.

projetos de energia eólica nesse território, um acontecimento que traz desdobramentos para o meio ambiente, saúde, agricultura familiar e produção de alimentos.

Experiências de resistência e ecocrítica à implementação desses projetos, concebidos com um modelo centralizado de energia eólica que parte apenas de empresas *offshore*, têm sido ignoradas por parte da grande mídia e por portais de notícia locais. Ao analisarmos a agenda midiática em portais de notícias locais e nacionais (Folha de S. Paulo, Brasil de Fato, WSCom) entre 2020-2022 constatamos a existência de uma espiral do silêncio em torno da pauta trazida pelas mulheres que, desde 2022, vêm problematizando os impactos dos parques de energia eólica no semiárido. Observamos ainda a incidência de uma narrativa unilateral sobre a transição energética nos portais pesquisados não apontando suas contradições.

A Marcha pela Vida das Mulheres e pela Agroecologia, que envolve a participação de aproximadamente cinco mil mulheres, representa na atualidade a experiência de mobilização social e comunicação que se constitui como a ecocrítica mais presente sobre o processo de transição energética e justiça climática neste território.

A Marcha acontece anualmente em março e tem articulado mulheres de outros estados brasileiros, inclusive pescadoras que testemunham a atividade de pesca tradicional ameaçada pela implementação de parques eólicos no mar. Elas objetivam pautar o poder público, os meios de comunicação e a sociedade para a compreensão da justiça climática, rompendo a lógica do não acontecimento que neste caso se relaciona à prevalência de falsas soluções na cobertura midiática e à espiral do silêncio em torno da violação dos direitos dos povos do semiárido quando salvaguardas não são respeitadas.

Embora este fato social signifique um processo relevante no que diz respeito à transição energética no Planeta e esteja na pauta do dia, especialmente no Sul global, as evidências dos conflitos sociais não aparecem na mediatização da vida social.

Isso nos leva a considerar que a realidade social, enquanto acontecimento, está se diluindo na narrativa jornalística; indo mais além, que a

própria narrativa jornalística está cada vez mais sendo substituída por uma construção discursiva centrada no marketing digital, que mascara as tensões e lutas sociais cotidianas, mimetizando a realidade social a partir da simplificação, distorção e/ou apagamento de sentidos com base no fato social, ou seja, no acontecimento.

A construção de um enquadramento sobre a transição energética construída a partir de um modelo centralizado que desrespeita direitos fundamentais das populações e territórios locais onde os grandes projetos são implementados é nomeada por diferentes atores sociais como falsa solução para a crise climática. As falsas soluções podem ser pensadas como expressão de um não acontecimento na medida em que mascaram a realidade. Ou podem ser construídas simbolicamente dentro de uma opacidade de dados.

As falsas soluções, no tocante às transformações do clima, são iniciativas que trazem em si equívocos, enganos, falâncias técnicas. Embora se coloquem publicamente como espaço de inovação tecnológica e eficiência na construção de um discurso sobre enfrentamento às mudanças climáticas – *greenwashing* –, estão centradas num modelo extrativista e de concentração de poder econômico, político e de recursos naturais.

Diferentes redes e organizações sociais, a exemplo da Marcha pela Vida das Mulheres e Agroecologia, e do Movimento pelos Atingidos pelas Renováveis, MAR, têm denunciado a depredação de recursos naturais, acumulação de riquezas, o extrativismo (inclusive o extrativismo de dados) e a reprodução da desigualdade social no processo de construção de projetos de transição energética, evidenciando a necessidade de um amplo processo de debate e participação social em relação a esta pauta social urgente.

As lutas por justiça climática se instauram também no campo comunicacional, uma vez que estamos igualmente submersos e submersas no extrativismo de dados que forja muitas vezes falsas narrativas, trazendo opacidade ao debate sobre temas relevantes, a exemplo das mudanças climáticas.

Respeitamos e reconhecemos a trajetória das Mulheres ao marcharem e entendemos seu discurso público enquanto uma ecocrítica fun-

damental, tendo em vista a relação delas com o território de origem, a experiência de preservação e sustentabilidade ambiental que carregam e os saberes tradicionais na construção de projetos de convivência com o semiárido para lidar com as mudanças climáticas. Conhecimento ancestral, histórico, que há muitas décadas observa e age em relação às transformações da temperatura, o aumento da evaporação das águas, aspectos importantes relacionados ao clima.

As mulheres que atuam na Marcha pela Vida das Mulheres e pela Agroecologia têm sido porta-vozes de uma ecocrítica importante que precisa ser compreendida, dentro de um ritual de participação social, construindo uma dimensão importante: o acontecimento centrado na verdade, na realidade em si, e não a partir de uma falsa solução, tendo em vista os riscos de um modelo forjado apenas a partir de grandes empreendimentos de geração centralizada de energia renovável.

A Marcha como um ritual de construção de uma narrativa ancorada na realidade dos fatos deixa em evidência os sentidos complexos da transição energética, impactos e riscos que também existem para intensificação dos processos de desertificação e para o bioma da Caatinga.

As mulheres quando marcham em defesa de seu bem viver no território semiárido tornam visível o vínculo social profundo e sua atuação histórica na reconstrução dos espaços de vida de diferentes espécies, humanas e não humanas. Esse vínculo se faz a partir de processos semânticos em torno do termo mudança climática, desconstruindo simulacros forjados em falsas soluções e abrindo o campo de sentidos sobre um modo de ser e estar preservando o caminho histórico de luta e permanência na terra de maneira sustentável e justa.

V. Corredores ecológicos e febre amarela, um não-acontecimento jornalístico

Na epidemia midiática de febre amarela, no verão 2007-2008, a dramaticidade e espetacularização da cobertura jornalística deslocou o even-

to que estava em curso de sua forma silvestre, espacialmente restrita e de gravidade limitada, para a urbana, de caráter epidêmico e potencialmente mais grave. O sentido epidêmico produzido jornalisticamente provocou uma desenfreada e desnecessária corrida à vacinação contra a febre amarela, impactando profundamente o sistema nacional de imunização e provocando oito casos de reação adversa grave, dos quais seis foram a óbito¹⁹.

Uma década depois, ao eclodir a epidemia amarílica mais preocupante em 100 anos, o comportamento da mídia jornalística havia mudado. A despeito de um evidente agravamento do cenário epidemiológico, a cobertura foi austera, focada na objetividade da informação factual, grande ancoragem nos discursos peritos e ênfase na forma silvestre da doença.²⁰

Essa guinada enunciativa pode ser vista como o eixo estruturante de um novo evento midiático em torno da febre amarela, agora como não-acontecimento, que redundou em invisibilização. Em 2018, no lastro da agudização da epizootia amarílica, a Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo divulgou os resultados de um estudo inédito, que levou a mudanças significativas e benéficas na estratégia de controle do vírus causador da doença em território paulista. Apesar de inovador, tinha uma base tecnológica muito simples e de baixo custo: o mapeamento da trajetória do vírus por meio do monitoramento de epizootias em “corredores ecológicos”, criados artificial e intencionalmente pelos pesquisadores, empregando a mesma lógica dos corredores ecológicos, definidos na Lei nº 9.985/2000: porções de ecossistemas naturais ou seminaturais que liga unidades de conservação, havendo entre elas fluxo de genes e o movimento da biota, facilitando a dispersão de espécies, a recolonização de áreas degradadas e a manutenção de populações animais.

¹⁹ Malinverni C, Cuenca AMB, Brigagão JIM. Epidemia midiática: produção de sentidos e configuração social da febre amarela na cobertura jornalística, 2007-2008. *Physis Revista de Saúde Coletiva*. 2012; 22(3): 853-872. Disponível em: <https://www.scielosp.org/pdf/physis/2012.v22n3/853-872/pt>

²⁰ Malinverni C. Uma epizootia, duas notícias: a febre amarela como epidemia e como não epidemia . RECIIS. 2017;11(2). Disponível em: <https://doi.org/10.29397/reciis.v11i2.1339>

A importância da febre amarela como problema de saúde pública deve-se à gravidade clínica da doença e ao elevado potencial de disseminação em áreas urbanas infestadas por *Aedes*, transmissor também da dengue. Seu agente etiológico, um arbovírus do gênero *Flavivirus*, é transmitido por mosquitos, mas o hospedeiro primário é o macaco. Assim, os corredores foram desenhados seguindo o trajeto dos corpos de macacos vitimados pela doença em porções de mata e regiões isotérmicas distribuídas pelo território paulista, o que permitiu monitorar o comportamento do vetor. Com a incorporação dos corredores ecológicos, a vigilância paulista conseguiu definir e priorizar a vacinação da população distribuída por 54 cidades identificadas como áreas de risco, antecipando-se assim à chegada do vírus. Outro achado do estudo foi determinar a velocidade com que o vírus percorreu os caminhos a partir da Amazônia em direção ao Sul do país, no período do surto.

Mas, apesar do caráter inovador e dos benefícios indiscutíveis da estratégia para o sistema de vigilância em saúde, a cobertura jornalística sobre esse acontecimento foi insignificante. Entre 2016, início do estudo e 2019, quando a epidemia iniciada em 2017 arrefeceu, apenas cinco textos foram publicados em mídias de jornalismo de massa, três deles usando os seus resultados para sustentar uma crítica à letargia do governo estadual em começar a vacinação.

Uma questão que se apresenta é o porquê da não cobertura desse acontecimento. Afinal, no contexto de uma profunda crise climática que, indicam as evidências, vem contribuindo para a expansão sustentada das arboviroses, a criação de uma tecnologia nacional, focada em inteligência, de baixo custo e com enorme impacto na saúde pública, não deveria ser assunto midiático de destaque? Quando pensamos em risco à saúde – e, sim, a febre amarela é um risco que paira sobre nossas cabeças tropicais há quase 400 anos –, sabemos que o jornalismo exerce papel fundamental na amplificação da percepção social do risco. Por que, então, o não acontecimento, se há décadas os estudos de comunicação demonstram que a visibilidade midiática é fundamental para a construção da agenda pública?

Podemos seguir algumas pistas sobre esse ocultamento. Para entender o não acontecimento midiático dessa tecnologia é preciso revisitar as lógicas do jornalismo de mercado, que são regidas por critérios de noticiabilidade que não operam a partir das demandas públicas. Sob a égide da indústria cultural, a mídia frequentemente opera segundo os interesses que representam, em geral privados, em detrimento do bem comum. São forças que definem o enquadramento da cobertura e os sentidos que ela produzirá no espaço público. A hipervisibilidade da epidemia midiática de febre amarela, por exemplo, foi produzida nessa lógica, enquanto outros processos de saúde-doença são silenciados, invisibilizados ou negligenciados, levando ao seu subdimensionamento político.

Além disso, alguns estudiosos (LOOSE; CALMANA; BELMONTE, 2017) demonstram uma problemática relação do jornalismo de massa com temas complexos, como os ambientais, em especial quando envolvem riscos, caso da febre amarela. Daí redonda a tese de que as mídias jornalísticas de massa, orientadas por fundamentos deontológicos e epistemológicos cristalizados, tende a silenciar os riscos ambientais em razão de uma dificuldade em enquadrá-los e apreendê-los em seus modelos de produção, que são guiados pela novidade e pelo factual. Nessa perspectiva, a falta de concretude da tragédia cotidiana da doença amarílica – quer dizer, a ausência de imagens fortes e comoventes, dramáticas, escandalosas e imediatistas – inviabilizaria a abordagem factual, sistemática, tematizada, pela qual seria possível aprofundar a cobertura e trazer outras abordagens, inclusive as soluções para o flagelo, como os corredores ecológicos. Segundo McCombs (2003), submersa na invisibilidade jornalística, essa tecnologia não alcançou a agenda pública. Tornada irrelevante, não se fixou no calendário dos acontecimentos.

2. Da desigualdade ao negacionismo, o não-acontecimento no cerne do acontecimento

Por meio da prática jornalística, se desenvolve um sistema complexo de caracterização e definição do que é ou não relevante, sendo tarefa do

jornalista divisar esses acontecimentos e narrá-los (FRANÇA, 2012), seguindo as regras do campo jornalístico. Logo, o que não entra na categoria do acontecimento é considerado irrelevante, excessivo, descartável.

O não-acontecimento, uma vez instituído simbolicamente por processos midiáticos de invisibilização – por apagamento ou silenciamento – gera interdições e exclusões que produzem desigualdades ou favorecem as já existentes. Invisibilidade e não-acontecimento, portanto, constituem partes indissociáveis e complementares de um binômio de desigualdades.

O não-acontecimento de que estamos falando aqui supõe uma intenção de silenciamento. Das vidas amazônicas, dos moradores em risco nos corredores ecológicos, das vozes dos refugiados, dos protestos no campo, ou – na perspectiva reversa – trata-se da intenção de ofuscar os acontecimentos mais relevantes à população, em favor da espetacularização dos fatos. Há uma intencionalidade de deixar nas sombras.

Mas, apagamento não é da ordem do resíduo, não é algo que sobra depois que o principal foi consumido, ele é construídoativamente. Esse é o modo de operação que gera todas as situações de desigualdade, modo de operação simbólico-narrativo de produção da não existência, que já nos ensinava Fanon (2022) quando, analisando as características da relação colonial, conceitua as “zonas do não-ser”, mas é incisivo quanto ao fato da existência necessária dessa zona, para a sustentação da que seria, por oposição, a “zona do ser”, embora ali atuando o princípio da exclusão recíproca.

Aqui podemos estabelecer uma rede de sentidos entre alguns conceitos que traduzem variações de modos dessa produção.

O não-lugar é um elemento frequentemente definidor do não-acontecimento. Assim, migrantes não são de parte nenhuma e, em suas origens, de lugares que o mundo considera como inferior. A Amazônia é, ao mesmo tempo, o lugar que o mundo disputa e uma região cujo estatuto não promove seus habitantes, pelo contrário. A Paraíba dos parques eólicos integra a região Nordeste, sabidamente e indevidamente

considerada uma região de menor importância no contexto nacional. As pessoas atingidas pelo não-acontecimento habitam não-lugares que, atravessados pelos dispositivos de apagamento, acabam se caracterizando como zonas do não-ser. Não-lugar e não-ser são, assim, indissociáveis e esse binômio está fortemente expresso em grande parte das situações que podem se caracterizar como não-acontecimentos. Mesmo no caso dos corredores ecológicos, sendo São Paulo sua localização, é pelo dispositivo de produção do não-acontecimento que se institui internamente um não-lugar, aquele que deve ficar ocultado, na sombra.

O caso dos refugiados acrescenta a esse debate a ideia de fronteiras e de não-pertencimento: quem são as pessoas que se deslocam de um lugar para outro? Temos o não-acontecimento dessa diáspora (e suas causas humanas) e temos também o não pertencimento deles a lugar nenhum, portanto o não-lugar que ocupam nesse mundo. O seu não-pertencimento os confina nas zonas do não ser.

Retomando as ideias de Baudrillard, o simulacro é um componente essencial do seu pensamento sobre o não-acontecimento, assim como o de hiper-realidade. O simulacro como algo que existe dentro do simbólico. No contraponto do simulacro e da hiper-realidade, está o não-acontecimento, que é o metaverso do acontecimento e que guarda relação com uma interdição na vida simbólica. A situação comentada no caso das enchentes gaúchas pode ser vista como uma construção sistemática de simulacro e o conceito de interdição nos permite passar ao terceiro e último ponto desse debate.

3. Por uma democratização da enunciação jornalísitica

Os casos compartilhados no painel nos colocam diante de dois enfoques analíticos: a violência física, material, ao ambiente (que é a forma como a humanidade se coloca no mundo, ainda que existam contramovimentos); e a violência simbólica às pessoas vitimadas pelas condições decorrentes dessa violência material.

Pela perspectiva que adotamos, o não-acontecimento tem a ver com dois polos, tanto o apagamento das vítimas como o apagamento dos agentes causais, que são humanos, relacionados a esta violência. O não-acontecimento, assim, resulta da tentativa de construção de uma cosmovisão parcial, míope, deteriorada e inclinada à manutenção das condições que permitem a manutenção da violência estrutural ao planeta e à negligéncia às pessoas.

No conjunto de abordagens compartilhadas no painel, dois elementos podem ser delimitados claramente: primeiro, o apagamento das vítimas, que é classicamente o que ocorre em toda operação de conservação do status quo e onde está presente a desigualdade; e a tentativa de apagamento da ação humana na raiz das crises climáticas e ambientais.

Por um lado, essa construção é negligente, quando pensamos nas vítimas. Por outro, é negacionista, quando pensamos no apagamento do impacto das causalidades humanas para as condições do planeta. Portanto, estamos falando de negligências e, por outro prisma, de negacionismos. De um forma ou de outra, estamos falando de desigualdades.

O que emerge fortemente desse painel é a responsabilidade do jornalista, não só na configuração desses cenários aqui discutidos, mas na possibilidade de sua reversão, pelo caminho da democratização da enunciação.

Essa democratização, se cabe em grande parte aos jornalistas, também pode ser vista como favorecida pela ação dos próprios afetados pela produção midiática da invisibilidade. Como Orlandi nos alerta em “As formas do silêncio” (1993), os sentidos que foram ocultados, apagados, não deixam de serem sentidos. Eles continuam produzindo efeitos, voltam de diversas formas, gritam em seu estatuto de silenciado. Ouvimos estes gritos nas marchas das mulheres, nos manifestações artísticas de crianças ribeirinhas, nos cartazes empunhados por refugiados nos cruzamentos das cidades, na mobilização solidária dos atingidos pelas enchentes. Como a autora expressa com maestria: “Os sentidos vazam por qualquer espaço simbólico que se apresente. Eles

migram" (ORLANDI, 1993, p.132), afirmação que nos provoca a pensar que estamos diante, portanto, de sentidos refugiados. E, se o silêncio grita, ele pode ser ouvido. Mais que isso, pode ser considerado relevante para ser visibilizado, para ser alçado à condição de acontecimento.

Ainda nos apropriando da elaboração de Orlando²¹, na produção do não- acontecimento o que se procura impedir "é justamente que haja elaboração histórica dos sentidos e movimento no trabalho de identificação dos sujeitos" (1993, p.132). Mas, como ela nos alerta, "como história e sujeito, quando se trata de linguagem, estão sempre em movimento, a resistência aparece, como dissemos, exatamente onde há censura". (idem)

Os sentidos que foram invisibilizados, as vozes que foram silenciadas, "vazam" aqui e ali, irrompem em outras formas de circulação (mídias alternativas, perfis em redes digitais sociais, marchas e outras mobilizações em praça pública etc.), em forma de protestos, denúncias, ou mesmo transformados em acontecimentos com fortes implicações para populações locais, como no exemplo das populações ribeirinhas do Rio Madeira.

Quando observamos que a marcha das mulheres paraibanas não recebe qualquer atenção midiática, sendo um movimento importante para a discussão da política energética no país e sendo essas mulheres pessoas que acumulam conhecimento e capacidade de resistência contra a seca; que, no contraponto, um grande holofote se instala sobre os parques eólicos, vistos como o futuro do Brasil, ignorando-se seu efeito sobre a produção local, impossível não lembrar o que houve com a chamada "revolução verde", que ressolveria o problema da fome no mundo, com grande apoio da imprensa, silenciando-se as vozes que se levantaram para apontar o envenenamento das populações, a contaminação das terras, das águas e do ar. As consequências todos sofremos hoje.

Muitas crises se sobrepõem na contemporaneidade e o que foi aqui aportado ilustra bem algumas delas, a crise ambiental, a sanitária, a

²¹ No trecho de sua obra a que estamos nos referenciando (1993), ela enfoca o tema da censura no país por ocasião do regime militar iniciado em 1964.

política, a de autoridade, incluindo-se aqui a crise de legitimidade do próprio jornalismo, que perdeu a exclusividade da prerrogativa de criar os acontecimentos, porque eles emergem de muitos outros pontos da sociedade. Há uma disputa de narrativas em curso e o jornalismo está perdendo espaço por não entender que a gramática de construção dos fatos está mudando. Os mecanismos de mercado, a indústria de fake news, os algoritmos, a emergência avassaladora da IA e tantos outros intervenientes fazem com que o jornalismo perca o protagonismo sobre a narrativa midiática: hoje, ela está em disputa o tempo inteiro. Se radicalizarmos essas conjecturas e pensarmos que os algoritmos ofertam um simulacro para cada pessoa, então temos vários simulacros operando simultaneamente, pela perspectiva do Baudrillard.

O ponto de vista que estamos defendendo aqui, a partir da noção de não-acontecimento como um conceito importante para compreender a produção da desigualdade no país a partir da atuação midiática, é que o jornalismo (e o jornalista) têm ainda um lugar importante a ocupar. O lugar do dessilenciamento, da desnaturalização da não-existência e dos não-lugares, dos não-pertencimentos, dos refúgios.

É importante distinguir entre o silêncio e o silenciamento, como também nos ensinou Orlandi. Em algumas situações há claramente um processo ativo de silenciamento, como nos casos dos corredores ecológicos e no da marcha das mulheres, que envolvem muitos interesses econômicos e políticos. Mas, quando falamos que os migrantes não estão previstos no roteiro jornalístico, isso é silêncio, não é silenciamento. O jornalista não decidiu expressamente: “Não darei voz aos refugiados porque não têm importância”. Existe toda uma lógica construída, cristalizada, do que ou quem é importante ou não. Isso é naturalizado. Mas por que não estão previstos nestes roteiros cristalizados e automáticos? Em três dos casos aqui tratados, as pessoas estão localizadas na zona do não-ser, zonas cujas vidas não interessam, que vivem cotidianamente o trágico destino do não-acontecer. Naturaliza-se o barco que soçobra com todos que estão dentro, fugindo da guerra ou da fome. Naturaliza-se que essas pessoas não tenham direitos, nem

o que dizer. O roteiro jornalístico já prevê essa “falta do que dizer” a respeito daquele acontecimento. O silêncio sobre ele é naturalizado.

Os diversos movimentos hoje estão problematizando a naturalização desse lugar, das zonas do não-ser, do não-lugar onde as pessoas vivem. Nordeste, Amazônia, Áfricas... De toda parte reivindica-se escuta e respeito ao direito de falar. As mulheres paraibanas, por exemplo, representam uma narrativa importante, porque a noção de presença na realidade faz com que haja uma conexão não informacional, técnica, mas a partir do vínculo que têm com os territórios e com as pessoas. A marcha é um ritual, uma expressão que procura trazer o embate para a opinião pública, mas a vida cotidiana dessas mulheres nas associações é o lugar de escuta, de saber o que está acontecendo, de reunir histórias, lugar de percepção da realidade profunda de vida das pessoas e conseguir construir um compromisso político a partir de uma narração que promove uma ruptura com o não-acontecimento. E conseguem construir uma comunicação muito própria, das mulheres enquanto sujeito de representação política no debate da justiça climática, com foco local, mas com dimensão macropolítica, porque essas empresas representam uma forma do projeto colonial. É também fazer frente à agenda pública e à internacional, que representa uma falsa solução, que mascara questões muito significativas do ponto de vista da autonomia dos territórios e da própria questão ambiental. Porque um sistema que prejudica a produção de alimentos compromete a segurança alimentar. Um sistema que provoca o adoecimento das pessoas dentro dos territórios cria uma desestrutura muito grande; um sistema que promove uma concentração de terra, que faz com que se reconfigurem as relações de pertencimento, das relações de trabalho, é um sistema desumano e desumanizador. E, neste ponto, esbarramos num debate político, ético e ontológico sobre a sociedade contemporânea.

Para um projeto de democratização da enunciação o conceito da zona do não-ser é fundamental para que se possa olhar para o não-acontecimento, que efetivamente existe, apesar de sua natureza de construção simbólica. Existe e podemos vê-lo e atribuir-lhe significado através de nossos lugares de fala. Da mesma forma, a “zona do ser” se relaciona

com a produção do acontecimento pelos cânones jornalísticos. Se esse espaço hegemônico que tem legitimidade e que é, por construção social, também legitimador de narrativas, não for tensionado, se não for considerada a necessidade de olhar para os dispositivos de enunciação jornalística, sua democratização não será possível. É a naturalização do que é acontecimento ou do que está destinado a ser um não- acontecimento, o que faz a violência desse apagamento. É a naturalização de todo esse processo, chave da manutenção das desigualdades.

É possível que uma forma de começar essa (des)construção resida em reconfigurar nossa escuta, nosso olhar sobre as pessoas e as respostas que engendram no enfrentamento dessa luta por visibilidade e respeito. Partir da sua própria força e capacidade organizativa e expressiva, ou impulsioná-las quando em processo de perdas significativas, como o caso das pessoas em situação de refúgio. Quais são suas pautas? Poderia ser uma pergunta com potencial de humanidade, de acolhimento e de uma nova visão sobre o que recebe, pelos dispositivos midiáticos, o status de acontecimento.

Referências:

- ALBUQUERQUE JR, Durval Muniz. *A Invenção do Nordeste e outras artes*. 5^a ed. São Paulo: Cortez, 2011.
- AMARAL, Nair Ferreira Gurgel do Amaral. *Carapanã encheu, voou: o “portovelhês”*. Temática Editora, Porto Velho: 2015
- AZEVÊDO, Sandra Raquew dos Santos (Org). *Comunicação no Semiárido*. Ed. Marca de Fantasia, João Pessoa: 2021.
- BAUDRIILLARD, Jean. *A Guerra do Golfo Não Aconteceu*. Indiana University Press, Bloomington:1995.
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. Editora Hucitec, São Paulo: 2009

- BHABHA, Homi K. *O local da cultura*. 2^a edição. Editora da UFMG Belo Horizonte;, 2013.
- BUENO, Wilson. C. A cobertura jornalística de catástrofes ambientais: entre a vigilância e a espetacularização da notícia. *Comunicação & Sociedade*, v. 39, p. 21-41, 2017.
- CASTRO, Josué de. *Geografia da fome*. 10. ed. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro: 2003.
- CAVACA Aline. Guio, & Vasconcellos-Silva, Paulo. Roberto. Doenças midiaticamente negligenciadas: uma aproximação teórica. *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*, 19(52), 83-94. (2015). <https://doi.org/10.1590/1807-57622014.0205>
- DUQUE, Ghislaine. Conviver com a seca: contribuição da Articulação do Semi-Árido/ASA para o desenvolvimento sustentável. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba, n. 17, p. 133-140, jan./jun. 2008
- DURAND, Gilbert. *As estruturas antropológicas do imaginário*. Martins Fontes, São Paulo: 2002.
- FANON, Frantz. *Os condenados da terra*. 1^a edição. Zahar, Rio de Janeiro: 2022.
- FARIA, Eduardo; ANDRADE, José Gabriel. Infoentretenimento e o “não-acontecimento” jornalístico em debate: pesquisa exploratória com estudantes de jornalismo da Universidade do Minho. In: *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 46., 2023.
- FONTCUBERTA, Mar de. *A notícia: pista para compreender o mundo*. 3. ed. Casa das Letras/Oficina do Livro, Alfragide:1999.
- FOUCAULT, Michel. A vida dos homens infames. *Le Cahiers du Chemin*, n. 29, jan. 1977
- FRANÇA, Vera. O acontecimento e a mídia. Galáxia. Revista Interdisciplinar de Comunicação. São Paulo, n. 24, p. 10-21, 2012. Disponível em: [O acontecimento e a mídia | GALÁXIA. Revista Interdisciplinar de Comunicação e Cultura](http://O%20acontecimento%20e%20a%20m%C3%ADdia%20|%20GAL%C3%A1XIA.%20Revista%20Interdisciplinar%20de%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20e%20Cultura). Acesso em: 13/05/2025;

Glossário da Justiça Climática. Plataforma Latino-Americana e do Caribe para a Justiça Climática. Junho, 2022. 35p.

GONÇALVES, Carlos Walter Porto. Amazônia, Amazônias. Contexto, São Paulo: 2022.

INSTITUTO DEMOCRACIA EM XEQUE. Monitoramento de desinformação sobre as enchentes no RS. Relatório preliminar. 2024.

LOUIS, Édouard. Programa Roda Viva, TV Cultura, 2024

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos*: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Forense Universitária, Rio de Janeiro: 1998.

MALINVERNI, C., Cuenca, A. M. B., & Brigagão, J. I. M. (2012). Epidemia midiática: produção de sentidos e configuração social da febre amarela na cobertura jornalística, 2007-2008. *Physis: Revista de Saúde Coletiva*, 22(3), 853-872. <https://doi.org/10.1590/S0103-73312012000300002>

McCOMBS M, Ghanem S. The convergence of agenda setting and framing. In: REESE S, GANDY O, GRANT A. (Eds.). *Framing public life*. Perspectives on media and our understanding of the social world. Mahwah: Lawrence Erlbaum associates, Inc., 2003.

NENEVÉ, Miguel. Que diferença faz um século? Duas obras de literatura de viagem sobre a Amazônia e um discurso. In: FERNADES, Maria Luiza; CARVALHO, Fábio Almeida de; CAMPOS, Sheila P. Pereira. (Org.). *Sobre viagens, viajantes e representações da Amazônia*. Editora da UFRR, Boa Vista: 2020;

ORLANDI, Eni Puccinelli. *As formas do silêncio no movimento dos sentidos*. Editora da UNICAMP, Campinas, SP: 1993

UNIR. Roda de Conversa: *Conectando Pesquisadores e Comunidades*: a realidade de riscos e acidentes em comunidades ribeirinhas. YouTube, 2024. Disponível em: [Conectando Pesquisadores e comunidades: A realidade de riscos e acidentes em comunidades ribeirinhas - YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=KJLcXzgkQHs&t=13s). Acesso em: 13/05/2025.

SOBRE OS AUTORES

Adriano De Lavor Moreira é jornalista, Doutor em Ciências pela Fiocruz e Mestre em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Integra a equipe de jornalismo do programa Radis - Comunicação e Saúde, da Fiocruz, onde foi editor da Revista Radis por 7 anos. Atualmente coordena do Grupo Temático de Comunicação e Saúde da ABRASCO e é colaborador do Observatório Saúde nas Mídias (Fiocruz).

Aline Weschenfelder é graduada em Jornalismo (2006), mestre (2011 - bolsista CAPES) e doutora (2019 - bolsista CAPES) pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Atua na organização de eventos científicos do Centro Internacional de Semiótica e Comunicação (CISECO) e na pesquisa em comunicação com ênfase na midiatização, circulação, redes sociais, celebridades, crítica e discursos. É integrante do Laboratório de Circulação, Imagem e Midiatização (Lacim); e do Grupo de Pesquisa sobre Midiatização e Narrativas.

Ana Paula da Rosa é Graduada em Jornalismo pela Universidade de Passo Fundo (2001), mestre em Comunicação e Linguagens pela Uni-

versidade Tuiuti do Paraná (2007), doutora em Ciências da Comunicação, na linha de pesquisa Midiatização 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. Em 2022 foi professora visitante na Södertörn University pelo projeto CAPES STINT Brasil/Suécia. Atualmente é professora e pesquisadora na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), onde atua no Programa de Pós-graduação em Comunicação, na linha de pesquisa Linguagens e Tecnologias da Comunicação e nos cursos de graduação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO). Vice-presidente da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPOS) e membro do Conselho Consultivo do Centro International de Semiótica e Comunicação (CISECO). E-mail: anarosa@ufrgs.br

Anderson Machado é jornalista, Doutor em Comunicação Social pela PUC-RS, Mestre em Saúde Coletiva pela UFRG, com pós-doutoramento em Comunicação na PUC-RS. É pesquisador do campo das Racionalidades médicas, Coordenador de Comunicação do Consórcio Acadêmico Brasileiro de Saúde Integrativa (CABSIN) e membro do Grupo de Tecnologia do Imaginário (PUC-RS).

Antônio Fausto Neto é 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 Linformation - Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales - França (1982) e estudos de pós-doutorado na UFRJ - RJ (1990). Pesquisador 1A do CNPq; membro do Comitê Científico do CNPq (área de comunicação); Consultor ad hoc: CAPES, CNPq, Fundação Carlos Chagas. Ex-professor Professor titular da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS); ex-professor na UFRJ, UFPB, UnB e PUC-Minas. Professor Visitante da UFPB (2024/2025), Colaborador do Mestrado Profissional em Jornalismo da UFPB Campus João Pessoa. Presiden-

te do Centro Internacional de Semiótica e Comunicação (CISECO). Co-fundador da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós. Autor de livros “Mortes em derrapagem” (1991); “O impeachment da televisão” (1995); “Ensinando à TV Escola” (2001); “Desconstruindo os sentidos” (2001); “Lula Presidente - Televisão e política na campanha eleitoral” (2003); O mundo das mídias (2004).

Celestino Joanguete é Professor da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique. Atua nas linhas de pesquisa em Mídias Digitais e Inteligência Artificial aplicada à comunicação. É Pós-Doutor em Ciências da Educação Ambiental pelo Instituto Fondo Verde (Peru) e realizou estágio pós-doutoral na Universidade Salgado de Oliveira- Brasil. Doutor em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho-Portugal, possui especializações em Jornalismo Político na Universidade do Porto (Portugal), Pós-Graduação em Inteligência Artificial e Machine Learning na UNOPAR, Brasil. Atualmente é Professor Visitante no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria.

Cláudia Malinverni é jornalista, Doutora e Mestre em Ciências pela Faculdade de Saúde Pública/USP. É pesquisadora do Instituto de Saúde do Estado de São Paulo, onde dirige coordena o Mestrado Profissional de Saúde Coletiva.

Demétrio de Azeredo Soster é doutor (2009) e pós-doutor (2016) pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Possui graduação em Jornalismo pela Unisinos (1990) e mestrado em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Ufrgs, 2003). Pesquisa midiatização, narrativas e jornalismo. É professor de jornalismo do Departamento de Comunicação e do programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Integrou a direção colegiada da Rede de Pesquisa Narrativas

Midiáticas Contemporâneas (Renami) da SBPJor, que fundou. É membro do Conselho Consultivo na mesma. Lidera o Greminas - Grupo de Pesquisa em Midiatização e Narrativas (CNPq/UFS). Também coordena o Grupo de Estudos sobre Midiatização (Grenami/UFS). Integra os grupos de pesquisa do CNPq Lejor (UFS), Midiatricom (UFSM) e Midiatização das Práticas Sociais (Unisinos). Jornalista profissional, trabalhou como assessor de imprensa, repórter, repórter especial, subeditor, editor, editor multimídia, editor-executivo e gerente de redação. Organizou, com outros autores, 16 livros voltados à área de jornalismo, comunicação e narrativas. É autor, em literatura, de 14 livros, geneticamente divididos em poesia, narrativas de viagem e crônicas.

Gustavo Markier é semiólogo. Doutor em Ciências Sociais (UBA). Mestre em Design de Estratégias de Comunicação (UNR). Bacharel em Ciências da Comunicação (UBA). Empreendedor. Cofundador e ex-CEO da Plataforma 10 (Argentina - Brasil - Paraguai - Peru). Consultor Sênior de Comunicação – CFI (Conselho Federal de Investimentos), Argentina.

Inesita Soares de Araujo é comunicóloga, Mestre e Doutora pela UFRJ, pós-doutora em Ciências Sociais pela Universidade de Coimbra. É pesquisadora sênior da Fundação Oswaldo Cruz, atuando no Laboratório de Comunicação e Saúde e no Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde, no Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde.

José Luiz Aidar Prado é psicanalista e professor no Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. É doutor pela PUC-SP, mestre pela USP e bacharel em filosofia pela USP. Foi vice-presidente da Compós e membro do comitê de avaliação do CNPq. É autor de *Habermas com Lacan* e *Convocações biopolíticas nos dispositivos comunicacionais*. É co-autor de *Comunicação em rede na década do ódio* e de *Sintoma e fantasia no capitalismo comunicacional*, além de organizador

de duas hipermídias: A invenção do Mesmo e do Outro na mídia semanal e Regimes de visibilidade em revistas. É editor consultivo da revista *Galáxia* e pesquisador senior do CNPq.

José Gadelha da Silva Júnior, é jornalista, mestre em Letras pela UNIR e doutorando em Informação e Comunicação em Saúde pela Fiocruz. Autor de vários livros sobre a Amazônia, atuou na Rede Amazônica Rondônia, como repórter, editor e apresentador de telejornal, no ensino superior de rádio e TV e hoje é assessor de comunicação da Fiocruz de Rondônia.

Marco Antônio de Oliveira Tessarotto é Doutor em Ciências da Comunicação pela UNISINOS (2020); É mestre em Sociologia da Mídia na UFPB (2009); Especialista em Gestão Escolar pelo SENAC/SP (2018) e Licenciado em Formação Pedagógica - Língua Portuguesa (Cruzeiro do Sul, 2025). Possui graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela UEPB (2006). Foi professor substituto no Departamento de Comunicação Social do Campus Professor Barros Araújo (UESPI, 2021-2025). Atualmente, presta consultoria pedagógica pela Fundação Roberto Marinho (FRM) em projetos de correção de fluxo educacional. Tem pesquisas relacionadas nos estudos de impactos midiáticos em comunidades tradicionais e nos seguintes temas: cidadania, identidades, quilombolas, inclusão social, efeitos midiáticos e educação à distância.

Paula de Souza Paes é Professora Adjunta no Departamento do Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Grenoble-Alpes (França). Foi premiada em 2015 com o prêmio de tese (*Prix de Thèse*) pela Escola Doutoral LLSH (Langues, Littératures et Sciences Humaines) da Universidade Grenoble- Alpes. Desenvolveu (2021-2024) dois Projetos de Pesquisa com financiamento público (CNPq/MCTI/FN-DCT nº 18/2021 UNIVERSAL; MCTIC/CNPq/FAPESQ-PB Edital nº

006/2020 PDCTR-PB) na área de Jornalismo (memória do jornalismo; governança da internet e plataforma digitais respectivamente).

Pedro Gilberto Gomes, sacerdote jesuíta, é Mestre e Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). É professor Titular e Pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Indústria Criativa da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Entre suas publicações, destacam-se as obras publicadas pela Editora Unisinos: Dos meios à midiatização. Um conceito em evolução (2017); Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade (2018); e por Paulinas Editora: Midiatização. Um novo modo de ser e viver em sociedade (2016).

Pedro Russi é Docente de la Universidad de la República - Uruguay, Departamento de Ciencias Sociales, CENUR-LN. Doctor y Magister en Ciencias de la Comunicación (Brasil); Posdoctorado en Filosofía y Semiótica en la Universidad de Navarra (España) Grupo de Estudios Peirceanos. Coordinador Grupo METICS (Modos Epistemológicos, Teorías Interdependientes y Complejidad Social); Director del CISECO (Centro Internacional de Semiótica y Comunicación); Director de la Asociación de Investigadoras e Investigadores/Uruguay (InvestigaUy); Integra el GEIUBU (Grupo de Estudios Interdisciplinarios Brasil-Uruguay). Áreas de actuación, investigación y publicaciones: Semiótica, Procesos Mediáticos, Religión-Política, Epistemología, Teorías de la Comunicación.

Raquel Aguiar é jornalista. Doutora em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS) e Mestre em Ensino em Biociências e Saúde (Fiocruz), atualmente chefia a Coordenação de Comunicação Social da Fundação Oswaldo Cruz. Membro do Grupo de Trabalho de Comunicação e Saúde da ABRASCO.

Sandra Raquew Santos Azevedo é jornalista, Doutora em Sociologia e Mestre em Educação pela UFPB. Professora da UFPB, no Departamento de Jornalismo, coordena o Observatório do Semiárido. Autora de vários livros, integra o grupo de pesquisa Comunicação Comunitária e Mídia Local (COMUNI) e Coordena o Grupo de Pesquisa em Jornalismo, Gênero e Educomunicação.

Sergio Dayrell Porto é professor emérito pela Universidade de Brasília. Mineiro de Belo Horizonte, bacharel em Direito UFMG, mestre em comunicação UnB, ph.D em comunicação McGill University, Montreal, Canadá, Pós doutor - CNRS – Centre National de la Recherche Scientifique – Paris, França. Autor de 4 romances: A Volta do Capitão Florzinha, Café Concerto, Editora Rio Fundo, Rio, 1991/2, A Arca das sacristias de Minas, e Voando para o andar de cima. São Paulo, Lux, 2025. sergiodayrellporto@gmail.com

Silvia Ramírez Gelbes es doctora en Lingüística, profesora y licenciada en Letras por la UBA, con un DEA en la UNED de España. Directora de la Maestría en Periodismo de UdeSA, dirige el proyecto ADiPe y el programa de Formación en Periodismo Digital auspiciado por PAE. Es autora de numerosos artículos científicos y de *El discurso híbrido* (Ampersand, 2018) y *Cómo redactar un paper* (Noveduc, 2013), entre otros libros. Dirige la colección Comunicación&Lenguajes en Ampersand. Es columnista de *Perfil*.

Viviane Borelli é docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação e professora associada IV do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). É doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos, mestre e jornalista pela UFSM. Integra a diretoria do Ciseco desde 2020. É bolsista de produtividade do CNPq. E-mail: viviane.borelli@ufsm.br.

Sobre o livro

REVISÃO DE ORIGINAIS

Márcia Zanin Feliciani

CAPA

Eduardo Prates Macedo

DESIGN DO LIVRO

Arão de Azevêdo

Finalizado em novembro de 2025,

onde a Serra da Borborema se faz

Campina

A obra reúne reflexões de palestrantes e mediadores do Pentálogo XIII do Ciseco que teve como temática “**Do fato ao acontecimento: Travessias sociosemióticas**”.

Os artigos discutem distintas abordagens relativas ao conceito de acontecimento e propõem perspectivas e olhares a partir do campo da comunicação e da semiótica.

CISECO

CENTRO INTERNACIONAL DE
SEMÓTICA & COMUNICAÇÃO

