

## ‘Intervozes midiáticas’ em plataformas digitais: os modelos e estratégias em suas lógicas

*Marcos Reche Ávila<sup>1</sup>*

### **Resumo**

Este trabalho tem o objetivo de estudar características de novos mediadores em suportes digitais que atuaram na conjuntura das manifestações de junho de 2013. São “vozes” na mediação midiática, muitas delas não institucionais, mas trabalham com informações e acontecimentos assim como as instituições do campo jornalístico. Consideramos estes mediadores ‘intervozes midiáticas’, segundo uma definição ainda que provisória. Como principal objetivo do estudo, visa-se a apresentação de seus modelos e estratégias comunicacionais. Examinamos esta questão a partir de um corpus de registros que contêm marcas do trabalho de 24 mediadores, os quais veicularam informações em diferentes plataformas digitais: sites, blogs e redes sociais. O referido corpus nos permitiu analisar marcas das suas identidades, características e funcionamentos, além dos usos destas plataformas, chamando a atenção as singularidades de cada um dos mediadores, em seus modelos e estratégias. Também demos atenção às lógicas de mediação dentro das redes sociais, dado o alcance de algumas delas a relevante parte da população que utiliza a internet. Elegemos, então, o Facebook como referência, pois nos possibilita uma ilustração de relações entre os emissores das mensagens, os receptores, a circulação e as releituras das informações<sup>2</sup>. As curtidas, compartilhamentos e comentários nas postagens nos permitem levantar alguns indícios destas relações e, a partir deles, da circulação e apreciação das informações. Apontamos ao longo do texto

---

<sup>1</sup> Graduado em Comunicação Social: Habilitação Jornalismo na Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS; graduando em Comunicação Social: Habilitação em Relações Públicas; e bolsista de Iniciação Científica CNPq – Projeto de Pesquisa “Afetações da midiatização sobre o ofício jornalístico: ambiência, identidades, discursividades e processos interacionais”, coordenado pelo Prof. Dr. Antônio Fausto Neto.

<sup>2</sup> “O nascimento da internet e de outras tecnologias digitais amplificou a importância das novas formas de visibilidade criadas pela mídia e, ao mesmo tempo, tornou-as mais complexas. Elas aumentaram o fluxo de conteúdo audiovisual nas redes de comunicação e permitiram que um número maior de indivíduos criasse e disseminasse esse tipo de conteúdo. Além disso, dada a natureza da internet, é muito mais difícil controlar o fluxo de conteúdo simbólico dentro dela e, dessa forma, muito mais difícil para aqueles que estão no poder se assegurarem de que as imagens disponíveis aos indivíduos são as que eles gostariam de ver circulando”. (THOMPSON, 2008).

manifestações de ‘intervenções’, onde podemos visualizar algumas destas ações e de suas estratégias.

**Palavras-chave:**

mídia; mediação; intervenções; midiaticização; jornalismo

**Abstract**

This study aims to analyze characteristics of new mediators in digital media who acted in the conjuncture of the June, 2013 demonstrations. They are "voices" in the media mediation, many of them are non-institutional, and however they deal with information and events as well as the institutions of the field journalistic. We consider these mediators 'media intervoices', according to a definition however provisional. The main goal of the study presents their models and communication strategies. We examine this issue from a range of records that contains work marks 24 mediators that broadcasted information in different digital platforms: websites, blogs and social networks. Such records allowed us to analyze traces of their identities, characteristics and runs in addition to the uses of these platforms, highlighting the uniqueness of each one of the mediators in their models and strategies. We have also focused on the logic of mediation within social networks, given the scope of some of the relevant part of the population that uses the internet. We chose, then, Facebook for reference, since it allows us an illustration of the relationships among the message transmitters, receivers, circulation and re-readings of the information. The likes, shares and comments on posts allow us to raise some evidence of these relationships and, from them, circulation and assessment of the information. As an illustration, we present some examples throughout the text, where one can see some of these actions and its strategies.

**Keywords:**

media; mediation; intervoices; communication; journalism

## 1. Introdução

Um dos “ninjas” corre em direção a Av. Paulista, enquanto transmite ao vivo o que a câmera de seu *smartphone* capta. Após 4 min de transmissão “ao vivo” ele se apresenta e dá um panorama do que acontece no local: “*Estamos aqui, pegando o fim da manifestação (...) andando pelas ruas (...) a manifestação se dividiu em dois focos, não é mesmo!? Aqui na Paulista uma frente mais festiva e pelo centro (...) uns atos de vandalismo: a galera pichando a prefeitura, incendiando um carro da Record, saqueando (...)*”<sup>3</sup>.

Apenas um dispositivo de uso pessoal; uma ferramenta e *hospedagem*<sup>4</sup> oferecidas por uma rede social; já tornam possível a construção de uma narrativa sobre um determinado acontecimento.

Na internet muitas estratégias são adotadas para a mediação do acontecimento, técnicas, processos, hibridismo dos discursos dos campos, entre outros descreveremos aqui algumas destas lógicas midiáticas: técnicas de *crossmídia* e *transmídia*; processos de ‘curadoria da informação’; ‘atorização’ do jornalista e do leitor; e coletivos ativistas que mediam acontecimentos. Traremos marcas de algumas intevozes; **Catraca Livre**; células do **Anonymous**; **Folha Política**; **Vi o mundo**; e **Jornal GGN**.

Existem muitas mídias<sup>5</sup> – dispositivos – e todas com potencial de ressignificação dos seus usos. Não é da “natureza” das redes sociais, por exemplo, o uso para mediação social, senão entre círculos pessoais daqueles que as utilizam. Porém, como veremos no decorrer deste artigo, este tipo de ambiente já foi ressignificado para tal uso. Por isto, indiferentemente dos mídias<sup>6</sup> – disseminadores de informação – “nascerem” de outros dispositivos, os sites e blogs, iremos aqui apresentar um estudo feito a partir das redes sociais, com base na análise das formas de mediação encontradas no Facebook.

---

“6º Ato Passe Livre SP - pt1 - TwitCasting (twitcam).” Acesso em: 23 ago. 2013.  
[http://twitcasting.tv/m\\_phillipex7/movie/14323073](http://twitcasting.tv/m_phillipex7/movie/14323073).

<sup>4</sup> É o mesmo sentido usual de hóspede, mas no contexto da tecnologia da informação se refere a esta lógica aplicada nos sites, redes sociais e redes blogs.

<sup>5</sup> “Podemos nos sentir confusos se ‘mídia’ são ou é tecnologia ou códigos culturais – se televisão é um sistema eletrônico de trazer imagens para o lar ou a soma de Oprah, Dan Rather, Jerry Springer e MTV; se ‘mídia’ inclui rock alternativo ou internet. Mas com toda a confusão, sentimos uma certa unidade em funcionamento. A torrente não tem emendas: é uma colagem de histórias lado a lado, piadinhas de programas de entrevista, fragmentos de anúncios, trilhas sonoras de trechos musicais.” (GITLIN, 2003).

<sup>6</sup> “De forma oblíqua e não intencional, aludimos à maior verdade sobre as mídias com um erro gramatical. Costumamos falar ‘a mídia’, no singular”. (GITLIN, 2003).

Sites e blogs não são exclusivamente meios de disseminação de informações através de uma mediação social, mas as ressignificações de seus usos para este fim são fenômenos já reconhecidos. Contudo, analisaremos aqui também o “diálogo” estratégico de lógicas e técnicas com as demais plataformas destes mídias.

Trata-se, então, de analisarmos novas lógicas de mediação que surgiram. É necessário, para isto, algum parâmetro específico para visualizarmos esta nova realidade e este artigo tem a pretensão de trazer indícios destas novas relações de sentido na mediação social através de outro fenômeno, as manifestações de rua no Brasil, cuja eclosão ocorreu em junho de 2013. Foi um momento de uma “implosão” de informações no cenário brasileiro, que circularam mediando os acontecimentos de rua, através de novas lógicas. Algumas ‘intervenções midiáticas’ – como trataremos aqui os mídias e o porquê será explicado mais adiante – trabalharam os acontecimentos de maneira instantânea – em tempo real –, o exemplo mais conhecido é o Ninja.

Há muitas décadas, o jornalismo, campo profissional institucionalizado pela sociedade, esteve a frente deste tipo de função. As organizações de cunho jornalístico sempre foram instituídas a partir de crivos legais de pessoa jurídica. Nos casos das emissoras de rádio e televisão são também estruturadas perante constituição de concessões liberadas pelo Estado. Atualmente, mais precisamente após a massificação de meios digitais, muitos mídias novos surgiram de maneira organizada e seguindo as regras gerais para dispositivos da internet – sites, blogs, etc. –, como o *registro*<sup>7</sup> de *domínio*<sup>8</sup>, e entre eles estão muitos mídias tradicionais do jornalismo institucionalizado.

Com a mais recente ainda vulgarização das mídias – dispositivos – de uso pessoal, que tiveram maciço crescimento, qualquer pessoa pode ressignificar o uso de um *smartphone* para fazer mediação social, através de uma rede social no macro ambiente da internet, por exemplo. Por isto, encontramos estas novas lógicas de mediação em estado crescente e um fenômeno como as manifestações supracitadas é uma “ignição” para ressignificar o uso de determinados dispositivos – computadores pessoais, sites, blogs, redes sociais em ambientes virtuais e os já citados *smartphones* –, eclodindo um sem número de informações que surgem destas novas modalidades de mediação social, como já comentado anteriormente.

<sup>7</sup> Necessário para se estabelecer um endereço na internet e é possibilitado para pessoas físicas e jurídicas.

<sup>8</sup> Nome que identifica um computador na internet.

Muitos mídias novos fazem atravessamentos com os mídias tradicionais, que servem, inclusive, de referência – com similaridades e diferenças – para a reprodução de algo parecido com a técnica jornalística – dentro do que é instituído como prática no campo – nestas novas modalidades. Algumas das ‘intervozes’ estudadas se declaram veículos de jornalismo ou até, especificamente, de jornalismo investigativo. Este último caso é onde se enquadra a Pública que, ao contrário dos modelos da ‘Grande Mídia’, é financiada por uma fundação; e tem projetos financiados por outra fundação e uma empresa de financiamento filantrópico – esta empresa financia os projetos de *crowdfunding*<sup>9</sup>. Dentro das características de muitos destes novos mídias está a resistência as lógicas da “Grande Mídia”, refutando suas políticas e editorias; lançando-se como alternativas. Veremos estes indícios no decorrer deste artigo.

As implicações de estudo estão nos indivíduos ou coletivos que ressignificaram dispositivos midiáticos para a mediação social e potencializaram a interação com seus públicos. A importância da análise das manifestações como pauta destas ‘intervozes’ é sua suposta origem na internet. Marcelo Branco, pensador e ativista das redes sociais digitais e de seus usos políticos, em entrevista veiculada no jornal impresso do Jornalismo B – inclusive este jornal, em sua versão digital, é uma das ‘intervozes’ estudadas nesta pesquisa –, diz que “esses movimentos [manifestações não só no Brasil, mas também no mundo árabe, na Espanha, em Wall Street e no México] só foram possíveis porque existe a internet (...). Se não tivesse internet, isso não teria acontecido”<sup>10</sup>. Isto é, o mesmo ambiente dos mídias analisados. Branco, nessa entrevista, também diz que,

A forma de conexão típica das redes sociais é uma autocomunicação de massas, não é uma comunicação mass media, uma comunicação broadcasting. Então o sucesso da tua comunicação vai depender muito do quanto mais ela engajou o público na construção da tua notícia, na construção do teu conteúdo, no comentário, na publicação de novos fatos em relação àquele conteúdo publicado originalmente.<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Modelo colaborativo de financiamento.

<sup>10</sup> BRANCO, Marcelo. « A internet veio bagunçar o coreto do intermediário ». [1ª quinzena novembro 2014]. Entrevistador: Alexandre Haubrich. Porto Alegre, 2014. Entrevista concedida ao Jornalismo B.

<sup>11</sup> BRANCO, Marcelo. « A internet veio bagunçar o coreto do intermediário ». [1ª quinzena novembro 2014]. Entrevistador: Alexandre Haubrich. Porto Alegre, 2014. Entrevista concedida ao Jornalismo B.

Estratégias e lógicas, da técnica a estrutura e apresentação delas, assim como a maneira que os novos mídias ofertaram seus serviços a população, levando em maior ou menor grau o acesso de suas produções a uma circulação social é nosso objeto geral da pesquisa aqui relatada.

## 2. A oferta informativa: os “genes”, lógicas e estratégias

Não é possível trazer para este artigo todo o volume de características das novas modalidades de mediação, nem mesmo todas as novas lógicas e estratégias adotadas pelas ‘intervenções’. Portanto, farei um movimento de grande esforço e tentarei ilustrar este cenário com algumas ilustrações destas questões que “fogem” do comum, quando o assunto são os mídias, sendo perspectivas de trabalho diferentes das tradicionais.

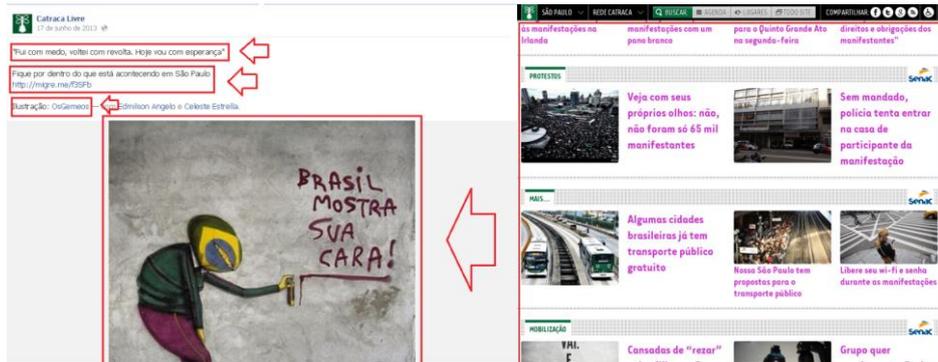
Todos os exemplos trazidos neste artigo foram produzidos durante o período das manifestações e estão relacionados com o fenômeno em seu ápice, no mês de junho de 2013.

### 2.1 . A oferta informativa e o ativismo

Em uma das postagens do **Catraca Livre** durante as manifestações de junho aparece a citação da mensagem sem autor “Fui com medo, voltei com revolta. Hoje vou com esperança” (publicação no Facebook, em 17 de junho de 2013). Na mesma postagem criou um ícone – uma foto – do grafite dos “Gêmeos”, reconhecidos grafiteiros (imagem 1).

O site do **Catraca Livre** é noticioso, mas as matérias são parecidas tecnicamente com as do jornalismo interpretativo e suas editoriais são peculiares como a nominada ‘protestos’. O uso da técnica aparece nas manchetes a exemplo no enunciado “Veja com seus próprios olhos: não, não foram só 65 mil manifestantes (imagem 2)”. O “gene” do **Catraca Livre** é um hibridismo de ativismo e oferta informativa, onde se descrevem ajudantes para criar “uma cidade mais aberta, educada e inovadora”.

---



Imagens 1 e 2 – o ativismo toma força na forma de notícia na estratégia midiática do Catraca Livre.

**Anonymous Brasil**, autointitulado célula da organização sem líderes ‘Anonymous’, caracterizado como “Causa” (imagem 3) no Facebook, usa o nome de endereço de página ‘AnonBRNews’ (imagem 3). Tanto o site do **Anonymous Brasil**, quanto o do **AnonymousBrasil**, duas células diferentes, têm sites com editoriais/seções e notícias (imagem 4).

A peculiaridade está no ‘AnonBRNews’ e suas editoriais ‘Dossiês’ e ‘Wikileaks’. Com documentos denunciativos, o primeiro é feito pelo próprio **Anonymous Brasil** e o segundo é um resumo em português com “linkagem” aos originais do ‘Wikileaks’. O ‘Anonymous’ é um caso diferente do **Catraca Livre**, intitulado “site de notícia/mídia”, mas que também hibridiza ativismo e notícia em meio as postagens de notícias.



Imagem 3 – indícios de um hibridismo entre

ativismo e medição noticiosa.



Imagem 4 - Recorte que aponta editoriais, notícia e a descrição de uma das atividades da célula como ‘AnonBRNews’.

## 2.2 . Ofertas informativas e as técnicas de crossmídia e transmídia

A **Folha Política** é uma intervoz de funcionalidade técnica simples, cuja narrativa noticiosa se assemelha completamente a de um mídia tradicional, que migra o modelo impresso para o digital. Sua principal estratégia, o crossmídia<sup>12</sup>, busca migrar o leitor da sua página no Facebook para seu site (imagem 5), através de um link para a matéria.

Na mesma rede social apresenta-se como “Mídia abordando, de modo isento, política, sociedade, cultura e organização”. No seu site não consta nenhuma informação, a não ser seu slogan: “jornalismo independente”.



Imagem 5 – mesmo texto direcionado do Facebook.

<sup>12</sup> A narrativa crossmidiática direciona o leitor de um dispositivo midiático para outro. Vide: MARTINS, Allysson Viana. Experiências das narrativas cross e transmidiáticas no webjornalismo. **Logos** : estatuto da cibercultura no Brasil, Rio de Janeiro, v.34, n.1, 1º semestre 2011.

No caso da Ninja há mais o uso do transmídia<sup>13</sup>, trabalhando, então, conteúdos totalmente individuais em cada plataforma – Oximity e redes sociais. No Facebook costuma utilizar pequenas notas em texto escrito, acompanhadas por alguma foto (imagem 9), e no Twitter são postados vídeos em tempo real.

A Ninja, ou “Mídia Ninja”, como se popularizou, se considera uma “rede de comunicadores que produzem e distribuem informação em movimento” e “na lógica colaborativa de criação e compartilhamento de conteúdos, característica da sociedade em rede, para realizar reportagens, documentários e investigações no Brasil e no mundo”. Ainda descreve, em sua página na plataforma Oximity, que a internet mudou o jornalismo e que vivemos “uma cultura peertopeer (P2P), que permite a troca de informações diretas entre as pessoas, sem a presença dos velhos intermediários”.

### 2.3 . Multinarrativas e a releitura da objetividade

A plataforma principal de **Vi o mundo** é um site, embora se apresente como blog. É uma inferência baseada na seção “Opinião do blog”. Contudo, possui seu próprio *domínio*. Sua estrutura também é parecida com a de um site noticioso das mídias tradicionais, com editorias/seções e manchetes que dão destaques as notícias em sua página principal. Porém, seu conteúdo narrativo é todo realizado com artigos. Há um indício de uma equipe redigindo artigos para o site nas assinaturas ‘Da redação’.

Colaboradores escrevem para o blog com narrativas distintas. Na ocasião das manifestações encontramos, por exemplo, em um dos textos de Azenha, a manchete “Classe média experimenta o terror que a PM toca na periferia” e a foto que acompanha é da fotógrafa da Folha de São Paulo, baleada<sup>14</sup> no olho. O texto não possui uma opinião explícita sobre o fato expressamente e é construído segundo critérios de noticiabilidade. Porém, tanto no título, quanto no texto há o uso da crítica qualificativa, exemplificado no enunciado “experimenta o terror” ou na classificação que o autor faz

<sup>13</sup> Narrativa em que se segue o desdobramento de uma temática, os acontecimentos nas manifestações de junho de 2013 no Brasil, por meio de várias mídias. Vide: MARTINS, Allysson Viana. Experiências das narrativas cross e transmidiáticas no webjornalismo. **Logos** : estatuto da cibercultura no Brasil, Rio de Janeiro, v.34, n.1, 1º semestre 2011.

<sup>14</sup> As balas utilizadas pela Polícia Militar durante as manifestações eram feitas de borracha.

da jornalista como pertencente à classe média<sup>15</sup>. A narração é feita em 1ª pessoa, o que não é comum no jornalismo, mas, sim, no blogs. Embora o texto seja objetivo e noticioso, mesmo com as adjetivações, é importante inferir que não segue a tradicional objetividade jornalística, cunhada pela teoria da imparcialidade.

Em sua página no Facebook, a descrição anuncia apenas “Vi o mundo: o que você não vê na mídia”, o mesmo inscrito no *slogan* de sua identidade visual.

#### 2.4 . A atorização das intervozes: o produtor e o receptor-produtor

No **Vi o mundo**, o maior número de artigos é escrito pelo idealizador do “blog”, Luiz Carlos Azenha, que também mistura sua imagem a do “blog” uma ‘atorização’<sup>16</sup> do jornalista, que também trabalha para um grande conglomerado midiático tradicional, a Record.

Uma “cartola” da página principal é nominada ‘Estante’ e traz um índice para o local de venda do livro ‘Vi o mundo’, cujo enunciado é: “Repórter da TV Record desde outubro de 2008, Luiz Carlos Azenha também é editor deste blog, um espaço dos movimentos sociais e de contraponto à mídia tradicional”.

Como já citado, muitos textos não são de autoria de Azenha. Por exemplo, um texto também escrito durante as manifestações, cujo autor aparece logo no título: “Igor Felipe: A metamorfose de um protesto em vandalismo”. O autor se torna parte da manchete<sup>17</sup>.

Há também uma seção intitulada “Você escreve”, onde os leitores podem inscrever seus textos (imagem 6). Também são inseridos textos “Da redação” e de outros veículos – identifiquei textos da Folha de São Paulo e Carta Capital, por exemplo – ou entidades, como um texto do Movimento Passe Livre.

<sup>15</sup> <http://www.viomundo.com.br/denuncias/classe-m.html>

<sup>16</sup> Para melhor compreensão do conceito de ‘atorização’ vide: FAUSTO NETO, Antônio. Transformações nos discursos jornalísticos : a atorização do acontecimento. 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Ufrj, novembro 2011.

<sup>17</sup> <http://www.viomundo.com.br/politica/igor-felipe-a-metamorfose-do-protesto-dos-jovens-em-ato-de-vandalismo.html>

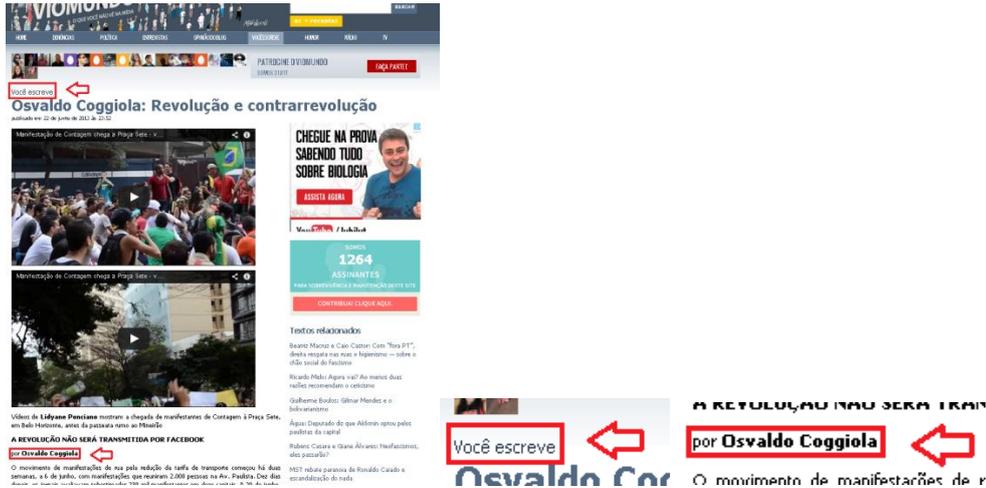


Imagem 6 – texto de autoria publicado em “Você escreve”.

No **Jornal GGN**, Luis Nassif, jornalista, tem seu blog “Luis Nassif online” incorporado ao site e é inserido como editoria/seção (imagem 7).



Imagem 7 – Nassif como “editoria”, além da imagem do jornalista exposta ao lado dos materiais publicados na editoria.

## 2.5. Curadoria digital

É usual na Mídia Tradicional a inserção em seus veículos de textos na íntegra vindos de agências de notícias, porém a mesma lógica não ocorre com textos produzidos por veículos concorrentes. Uma observação resultante desta pesquisa é o uso da inserção de textos de outros veículos pelos novos mídias, sejam os textos da ‘Grande Mídia’ ou de outros novos mídias (imagens 8). Algumas ‘intervenções’ utilizam

constantemente este procedimento, considerado como ‘curadoria de informação’, parte da atividade de ‘curadoria digital’<sup>18</sup>. A pesquisadora em comunicação, Adriana Amaral, traz o seguinte,

“Autores como Rosebaum (2011) e Beiguelman (2011) justificam o surgimento e o crescimento da atribuição de curadoria de informação ao imenso volume exaustivo de dados na web (textos, links, vídeos, imagens, formatos), desde os mecanismos de busca aos sites de redes sociais e outras plataformas.” (AMARAL, 2012).

É possível inferir nesta disseminação de materiais, além de uma seleção, um compartilhamento com a versão do acontecimento promovida pelos terceiros, dado os materiais serem apresentados junto àqueles produzidos pelo mídia determinado, dando maior “combustão” a disseminação de determinada informação. No **Jornal GGN**, por exemplo, em sua peculiar editoria ‘Luis Nassif’, encontra-se textos do jornalista, da “redação” do GGN (imagem 9) e de outros mídias.



Imagem 8 – inserções de textos de terceiros para a oferta informativa.

<sup>18</sup> “(...) no momento em que a informação passa a ser excessiva, o fato de alguém nos dizer “preste atenção nisso e não naquilo” dá a este alguém o status do que está se chamando atualmente no campo da comunicação como “curador” (AMARAL, 2012).



Imagem 9 – inserções de textos do próprio mídia na mesma editoria que dos textos de terceiros.

## Considerações finais

Estas novas lógicas são como uma “janela” que se abre a mutação do campo midiático, cujas deontologias de seus âmbitos internos – o do jornalismo, por exemplo – , e suas práticas históricas já sofreram mutações ao longo de suas existências, porém continuam credibilizados e legitimados pela sociedade. Contudo, o cenário midiático atual implica no aparecimento do amador e do anônimo como atores-mediadores<sup>19</sup>, mesmo que incluídos em uma organização ou coletivo.

Fausto Neto, ao tratar da ‘sociedade dos meios’, onde, em sua perspectiva, há ainda marcas de suas lógicas no estágio atual, coloca que passamos pela mediação como foi institucionalizada e “as atividades da mídia passam a ser situadas como prática de um determinado campo – o campo das mídias – segundo competências e operações de várias ordens, destacando aquelas de caráter discursivo” (FAUSTO NETO, 2009). Contudo, o autor acredita na possibilidade de uma transição para a uma nova dinâmica, cujo processo é conhecido como ‘mídiatização’, onde,

“uma nova ambiência se forma e se estrutura em torno da existência e da ação de dispositivos sócio-técnico-discursivos, agenciando a conformidade de novos procedimentos de comunicação, alterando substancialmente dinâmicas de interação que se apoiavam em lógicas determinísticas e lineares” (FAUSTO NETO, 2009).

<sup>19</sup> O ator aqui é o ator social.

Branco considera as novas práticas midiáticas horizontais. Um indício possível de que estamos em direção a uma sociedade midiaticizada é que,

A forma de conexão típica das redes sociais é uma autocomunicação de massas, não é uma comunicação mass media, uma comunicação broadcasting. Então o sucesso da tua comunicação vai depender muito do quanto mais ela engajou o público na construção da tua notícia, na construção do teu conteúdo, no comentário, na publicação de novos fatos em relação àquele conteúdo publicado originalmente.<sup>20</sup>

Outra observação de Fausto Neto é que no campo das mídias “toma forma o estudo sobre a enunciação, visando descrever processos de inteligibilidade acerca do funcionamento dos campos sociais e de suas lutas de sentidos” (FAUSTO NETO, 2009). Podemos inferir que os novos mídias são resultado da promoção destas novas ações sócio-técnico-discursivas que, além de modificar estruturas organizacionais, técnicas e profissionais, ainda altera a lógica de mediação, onde, por exemplo, os campos sociais antes mediados pelo campo jornalístico passam a mediar também os acontecimentos. Caso dos ativistas “Anonymous”, que hibridizam, atividades do seu campo ‘nativo’ com atividades de mediação dos acontecimentos.

As transformações geradas por estas mudanças ocorrem naturalmente como explica Verón em seu estudo sobre a midiaticização,

A prensa surge no meio do século XV; há, acredito, um amplo consenso entre historiadores de que durante os dois séculos seguintes à invenção de Gutenberg, a Europa mudou economicamente, politicamente, socialmente e culturalmente, mais do que nos mil e quinhentos anos anteriores (ver Eisenstein, 1979, 1983, 2011). (VERÓN, 2014)

O papel de formador de opiniões em meio aos públicos que estabelecem os contratos de leitura também não cessou. O que parece ter acontecido é, realmente, uma transformação na amplitude técnica e aumento das possibilidades de formas organizacionais dos mídias – disseminadores de informação – e da real evolução das mídias digitais – meios tecnológicos digitais.

---

<sup>20</sup> BRANCO, Marcelo. « A internete veio bagunçar o coreto do intermediário ». [1ª quinzena novembro 2014]. Entrevistador : Alexandre Haubrich. Porto Alegre, 2014. Entrevista concedida ao Jornalismo B.

Thompson formula uma teoria sobre o que considera uma ‘nova visibilidade’ das ações e acontecimentos, que seria promovida pelos atuais meios de comunicação. Ele vem a tratar isto como a ‘visibilidade mediada’, que dificulta o controle sobre as ações e os acontecimentos. Isto dialoga com o fenômeno ocorrido na mediação dos acontecimentos nas manifestações de junho de 2013. Um fenômeno gerado por múltiplas versões de múltiplas vozes. Thompson nos diz que,

Nessa nova forma de visibilidade mediada, o campo da visão não está mais restrito às características espaciais e temporais do aqui e agora, ao invés disso molda-se pelas propriedades distintivas das mídias comunicacionais, por uma gama de aspectos sociais e técnicos (como angulações de câmera, processos de edição e pelos interesses e prioridades organizacionais) e por novas formas de interação tornadas possíveis pelas mídias. Ela é moldada também pelo fato de que, na maioria das mídias comunicacionais, a visualidade não é uma dimensão sensorial isolada, mas vem geralmente acompanhada pela palavra falada ou escrita – trata-se do áudio-visual ou do textual-visual. Ver nunca é «pura visão», não é uma questão de simplesmente abrir os olhos e captar um objeto ou acontecimento. Ao contrário, o ato de ver é sempre moldado por um espectro mais amplo de pressupostos e quadros culturais e pelas referências faladas ou escritas que geralmente acompanham a imagem visual e moldam a maneira como as imagens são vistas e compreendidas. (THOMPSON, 2008)

Thompson submete sua teoria da ‘visibilidade mediada’ a uma lógica que “derrubaria” ideias de relação de poder como conhecemos. Para elucidar isto, o autor da teoria traz que Foucault, ao se inspirar no planejamento de Jeremy Bentham do “Panóptico”, o desenho arquitetônico do que seria a penitenciária ideal, onde, em um prédio circular, todas as celas dos prisioneiros eram visíveis a um supervisor permanentemente oculto – o que moldaria o comportamento dos presos mesmo quando não eram vigiados, pois não tinham como saber disto –, estabelece a teoria do “panopticismo”, que consiste em uma alternativa efetiva a formas antigas do exercício do poder. Ao trazer para a esfera da vida social se torna um modelo de poder onde a visibilidade é uma forma de controle sobre os indivíduos.

O “panopticismo” descreve poderes exercidos por instituições como a polícia, o exército e demais serviços de segurança. Thompson exemplifica isto. Contudo, ao

analisar a teoria do panopticismo de Foucault, Thompson lembra do papel dos mídias – ou da mídia, termo que utiliza –, cuja relação de poder e visibilidade recebe outro desdobramento, o inverso, pois, a visibilidade mediada de indivíduos, ações e acontecimentos não responde a um domínio comum e restrições de relações face a face (THOMPSON, 2008).

Tomo a “provocação” de Thompson a Foucault e sua generalização sobre a relação de poder e visibilidade para frisar a importância dos olhares sobre as atuais conjunturas midiáticas, em suas possibilidades e desdobramentos, através dos novos modelos, técnicas, tecnologias, hibridismos e estruturas organizacionais das ‘intervenções’. Talvez, mais do que antes, a ‘visibilidade mediada’ tenha sido intensa e, se não estivesse unida as ações sociais como as inicialmente promovidas por movimentos como o ‘Passe Livre’ na época das manifestações, não viessem a ter tal intensidade.

## Referências

- “6º Ato Passe Livre SP - pt1 - TwitCasting (twitcam).” Acesso em: 23 ago. 2013. [http://twitcasting.tv/m\\_phillipex7/movie/14323073](http://twitcasting.tv/m_phillipex7/movie/14323073).
- AMARAL, Adriana. Curadoria da informação e conteúdo na web : uma abordagem cultural. In : CORRÊA, Elizabeth Nicolau Saad (org.). **[curadoria digital] e o campo da comunicação**. 1. ed. São Paulo : ECA/USP, 2012. p. 40-50.
- BRANCO, Marcelo. « A internete veio bagunçar o coreto do intermediário ». [1ª quinzena novembro 2014]. Entrevistador : Alexandre Haubrich. Porto Alegre, 2014. Entrevista concedida ao Jornalismo B.
- CORRÊA, Elizabeth Nicolau Saad (org.). **[curadoria digital] e o campo da comunicação**. 1. ed. São Paulo : ECA/USP, 2012.
- FAUSTO NETO, Antônio. Epistemologia do zigue-zague. Primeiro Seminário de epistemologia e pesquisa em comunicação, Unisinos, maio de 2009.
- FAUSTO NETO, Antônio. Transformações nos discursos jornalísticos : a atorização do acontecimento. 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Ufrj, novembro 2011.
- GITLIN, Todd. **Mídias sem limite**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- MARTINS, Allysson Viana. Experiências das narrativas cross e transmidiáticas no webjornalismo. **Logos** : estatuto da cibercultura no Brasil, Rio de Janeiro, v.34, n.1, p.18-31, 1º semestre 2011.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensores do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.



- PAIVA, Claudio Cardoso de. D@niel na cova dos leões : Mídia Ninja no programa Roda Viva. In : BARRETO, Emilia (org.). **Mídia, tecnologia e linguagem jornalística**. João Pessoa : Editora do CCTA, 2014. p. 10-26
- SAKAMOTO, Leonardo. Em São Paulo, o Facebook e o Twitter foram às ruas. In : MARICATO, Ermínia ; et al. **Cidades Rebeldes** : Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. 1. ed. São Paulo : Boitempo, 2013.
- THOMPSON, John B. A nova visibilidade. **Matrizes**, São Paulo, n.2, p. 15-38, abril, 2008.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização : uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**, São Paulo, v.8, n.1, jan./jun. 2014.