

O jornalismo como dispositivo de diluição de fronteiras: a circulação e suas replicações no caso Ticiano Villas Boas

Joana Belarmino de Sousa¹
Ana Lúcia Medeiros²

Resumo

O artigo analisa os processos de produção jornalística na sociedade em midiatização. Nesse contexto, a audiência tem participação ativa, provocando movimentos interacionais na mídia e na sociedade. De acordo com Fausto Neto (2010), a circulação “aparece como resultado da diferença entre lógicas de processos de produção e de recepção de mensagens” (Fausto Neto, 2010, p. 10). O estudo aborda os processos de replicações, aqui tratados como informações que são reproduzidas em mídias secundárias, gerando novas formas de produção e distribuição de mensagens. Na sociedade em midiatização, inúmeros fatos, aparentemente sem valor de noticiabilidade, adquirem *status* de notícia, sobretudo em função desses processos de circulação midiática que serão descritos no trabalho. Para observar o fenômeno, selecionamos o caso da jornalista Ticiano Villas Boas, objeto de estudo de Ana Lúcia Medeiros (2013) como exemplo das replicações que evidenciam de que modo ocorrem esses movimentos de interação e circulação que dialogam com aportes teóricos de Antônio Fausto Neto (circulação) e José Luiz Braga (dispositivos e circuitos).

Palavras-chave: Circulação, Interação, Jornalismo.

Abstract

The article analyzes the processes of journalistic production in the society in mediatization. In this context, the audience has an active participation, provoking interactional movements in the media and in society. According to Fausto Neto (2010), circulation "appears as a result of the difference between the logics of production processes and the reception of messages" (Fausto Neto, 2010, p.10). The study addresses the replication processes, here treated as information that is reproduced in secondary media, generating new ways of producing and distributing messages. In the

¹ Prof.^a Associada dos cursos de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba

² Pesquisadora DCR do Laboratório de Jornalismo e Editoração – Laje/Universidade Federal da Paraíba

society in mediatization, numerous facts, apparently of no news value, acquire news status, mainly due to the media circulation processes described in the paper. To observe the phenomenon, we selected the case of the journalist Ticiania Villas Boas, object of study by Ana Lúcia Medeiros (2013) as an example of the replications that show how these movements of interaction and circulation occur that dialogue with theoretical contributions of Antônio Fausto Neto (circulation) and José Luiz Braga (devices and circuits).

Keywords: Circulation, Interaction, Journalism

Este artigo tem como base a análise dos processos interacionais e de circulação envolvendo a trajetória da jornalista Ticiania Villas Boas, que tem origem na mídia televisiva e avança para as replicações próprias da internet, com enfoque as redes sociais, cada vez mais ativas na sociedade em midiatização.

Na primeira etapa do trabalho, são apresentadas as concepções históricas do campo jornalístico e suas esferas de produção e circulação.

A segunda parte do artigo traz a análise do caso, apresentando elementos desses processos de circulação e interação que provocam transformações na mídia e na sociedade. A diluição de fronteiras entre jornalismo e entretenimento, as reconfigurações observáveis na objetividade jornalística, uma das principais características do jornalismo canônico.

Concepções Centrais do Estudo

Algumas concepções de fundo dão sustentação a este texto, para promover uma reflexão sobre processos contemporâneos presentes na esfera da circulação jornalística, que complexificam e amplificam sobremaneira os fenômenos de replicação da informação, tensionando as esferas entre público e privado, jornalismo e audiência, entre tantas outras fronteiras que envolvem o campo comunicativo atual.

E, sobretudo, com o objetivo de cercar e refletir devidamente sobre o caso em análise, segunda parte do artigo, tratamos dessas concepções, ainda que de modo sucinto.

A primeira e mais importante concepção de fundo com a qual trabalhamos é aquela proposta por Fausto Neto (2007), da sociedade em vias de midiatização, para caracterizar a sociedade atual, e os profundos impactos dos processos tecnológicos e suas afetações em todas as instâncias da sociedade.

No centro da discussão, coloca-se a informação, mais particularmente a informação jornalística, os modos de produção, a circulação, as rotinas que a configuram como notícia, reportagem, e por assim dizer, a deglutição desses acontecimentos pelas audiências conectadas e ativas.

Não há como pensar o campo jornalístico na sociedade em midiatização sem revisitarmos, ainda que de passagem, a constituição do próprio campo em suas vertentes clássicas, num tempo histórico no qual o jornalismo constituiu-se como instituição social, o que significa pensar o jornalismo como um campo com regras e rotinas próprias, ao qual a sociedade outorga credibilidade e a primazia para investigar, revelar e noticiar os acontecimentos.

Na perspectiva de contextualização do jornalismo como fenômeno da sociedade moderna, seguimos o fio proposto por Habermas (apud Genro Filho, 1987), que delinea pelo menos três fases históricas da sua constituição. Reconhece que a imprensa moderna foi organizada inicialmente em forma de pequenas empresas artesanais, coincidindo com as origens do próprio sistema capitalista. A segunda fase de desenvolvimento do jornalismo é aquela que dá ênfase a uma produção opinativa, e que Habermas classifica como a fase do jornalismo literário. Outros autores, a exemplo de Lage (2006), tipificam esse período como de jornalismo publicista, que predomina entre os séculos XVII e XIX.

A terceira fase estrutura-se no século XIX, quando o jornalismo organiza-se em empresas capitalistas, alicerçando os negócios da venda de notícias através de três vetores cruciais desse desenvolvimento: o surgimento da sociedade de massas, impulsionado pela revolução industrial e, sobretudo, a partir de meados do século XIX, a consolidação do mercado publicitário e a criação das agências internacionais de notícias.

De fato, a organização racional do trabalho dos jornalistas nos moldes de empresas de produção e distribuição de notícias estabelece, na sociedade, a atividade profissional como uma instituição socialmente aceita, com legitimidade, autoridade e

credibilidade para buscar acontecimentos, torná-los fatos jornalísticos, e constituir-se como narrador primeiro na sociedade.

A Sociedade em Mdiatização: breve exploração do conceito

Nos apropriamos, aqui, do quadro teórico assentado na concepção da sociedade em vias de midiatização, não propriamente para discorrer sobre esses enfoques, mas antes, tomá-los como pano de fundo para a discussão em pauta: o campo jornalístico, ao deslocar suas práticas, suas rotinas e seus conteúdos para as “ambiências digitais”, enseja, conforme Fausto Neto (2007), não apenas a emergência de uma nova ambiência e organização sociais, mas de processos interacionais envolvendo produtores e leitores, que se estruturam a partir de novas ligações sociotécnicas, integrando um sistema complexo:

[...] na sociedade da midiatização, é o desenvolvimento de processos e protocolos de ordem sócio-técnica-discursiva, em função de novos mercados, inclusive discursivos, que vai redesenhando a questão dos vínculos sociais. Estes são submetidos a uma nova ambiência e cujo funcionamento decorre de novas estratégias enunciativas. Tecnologias são convertidas em meios de interação e redefinidoras de práticas sociais, ou incidem, diretamente, sobre os seus regimes de discursividades, submetendo diferentes campos sociais às novas lógicas e de processos de enunciabilidade. Neste novo cenário, instalam-se novas ‘formas de contato’. Nele, os *media* não são apenas meios, mas complexos sistemas, enquanto lugar regulador, que através de suas próprias auto-operações realizam o funcionamento de um novo tipo de trabalho do registro do simbólico (Fausto Neto, 2007, p. 80).

Mais que isso, essas novas ambiências digitais, nas quais estruturam-se os processos de produção, circulação e recepção dos discursos, evidenciam o que estamos chamando de novos leitores, novas audiências, que encontram nas ambiências digitais o lugar por excelência para o seu acesso aos conteúdos jornalísticos.

É certo que o quadro teórico dos estudos que dizem respeito à “sociedade em vias de midiatização” tem uma preocupação central com os chamados “regimes discursivos” e as afetações que os insumos tecnológicos acarretam para os processos de produção, circulação e recepção dos conteúdos jornalísticos. Sintetizando esses achados, saímos de um regime de enunciação, circulação e recepção em que os meios clássicos de comunicação detinham a centralidade desses processos.

Com o paradigma sociotécnico, parece já não mais haver esta centralidade. A regência das tecnologias cria o que os estudiosos da midiatização classificam como “cultura das mídias”.

Na segunda, a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade.

A expansão da midiatização como um ambiente, com tecnologias elegendo novas formas de vida, com as interações sendo afetadas e/ou configuradas por novas estratégias e modos de organização, colocaria todos – produtores e consumidores – em uma mesma realidade, aquela de fluxos, e que permitiria conhecer e reconhecer, ao mesmo tempo. Nada estaria fora das fronteiras da sua constituição, uma vez que não haveria nenhum objeto a ser representado, pois tudo estaria contido nas múltiplas relações e codeterminações, a se manifestarem no modo de existência deste ambiente de fluxos e de envio/reenvios.

Não se trata mais da “era dos meios” em si, mas uma outra, estruturada pelas próprias noções de uma realidade de comunicação midiática. Nela, são organizados e dinamizados processos que reformulam as condições de enunciar a realidade.

De fato, há que se enfatizar: na chamada “sociedade dos meios” (Verón) não se podia falar propriamente em audiência ativa, mas, em leitores de jornal, ouvintes de rádio, telespectadores, que afetava pouco ou nada as rotinas produtivas jornalísticas. Na sociedade em midiatização, ao contrário, uma audiência conectada e ativa, irrompe na cena jornalística, produzindo, repercutindo, influenciando inclusive as categorias clássicas que determinavam o que era ou não notícia.

Se nos anos 1990 Robert Darnton afirmou “Tudo o que couber a gente publica” para apresentar uma concepção sobre notícia que povoava as redações de jornais dos Estados Unidos, a atualidade demonstra uma nova vertente do processo noticioso: quanto mais clicadas e curtidas, mais o fato terá chances de ser publicizado nos meios noticiosos clássicos.

Ainda que a atividade jornalística encontre-se organizada nos moldes clássicos, é certo que a irrupção das audiências ativas e conectadas contaminou essas três esferas, propiciando os diversos processos de perda da primazia do ato de narrar antes circunscrito ao campo jornalístico.

Por outro lado, às voltas com uma audiência ao mesmo tempo ativa, volátil, barulhenta, o exercício do jornalista na sociedade em midiatização passa a realizar-se num esforço de capturar e fidelizar audiências a partir de uma simbólica estratégia que envolve o corpo, a constituição dos fãs, se quisermos, aquilo que Barthes (1957) já identificava como os novos mitos modernos.

Insistimos, essa nova realidade subverte profundamente as concepções clássicas de notícia, assim como altera drasticamente a função do jornalista narrador-informador, por um jornalista participante de interação que, para fazer parte do circuito, é levado a reagir, a *responder* – e com isso, por sua vez, estimula a produção e a interação do espectador. Tais fenômenos permitem-nos visualizar, na esfera da circulação, sobretudo, processos de diluição de fronteiras entre o público e o privado, ou conjunturas em que o jornalista alcança níveis de celebração e de queda, sendo assim o centro da noticiabilidade e fazendo exacerbarem-se narrativas, replicações, interações intensas em torno de uma noticiabilidade voltada ao entretenimento.

O Caso em Análise

A esfera da circulação e os processos interacionais sobre a personagem Ticiania Villas Boas (2011 a 2017) – da tela da TV à internet

Apresentadas as concepções centrais do estudo, assim como uma breve contextualização histórica do jornalismo, partimos agora para a análise propriamente dita, privilegiando os processos de circulação midiática.

Escolhemos o caso de Ticiania Villas Boas, jornalista com singularidades que compõem a diversidade de perfis dos profissionais que integram o telejornalismo brasileiro, algo que não fazia parte do padrão televisual do Brasil há duas décadas.

No percurso de Ticiania Villas Boas se pode observar a diluição de fronteiras entre jornalismo televisual e entretenimento, na própria televisão e na internet. A trajetória da jornalista é semelhante à de tantos outros profissionais que pleiteiam uma vaga no telejornalismo de rede brasileiro: cobrir férias de colegas em regiões onde está a sede da emissora; fazer reportagem de rua; ter uma longa rotina de trabalho.

Alguns repórteres conseguem chegar à condição de apresentador ou âncora de um telejornal de horário nobre. Ticiania Villas Boas é um desses casos de profissionais

que atingem a meta de ocupar diariamente a tela de tevê, relatando fatos previamente selecionados para compor a grande do principal telejornal de uma emissora.

Os trejeitos, a espontaneidade e o sotaque de uma região distante do eixo Rio/São Paulo/Brasília, marcas da baiana Ticiania Villas Boas, não necessariamente representaram um empecilho para que, durante quatro anos, assumisse a bancada do telejornal da Band, dividindo espaço com profissionais experientes, muitos dos quais oriundos do jornalismo impresso.

Ousamos dizer que essa jornalista tagarela, alegre e espontânea apresenta elementos do mito descrito por Barthes: “bem alimentado, reluzente, expansivo, tagarela, se inventa sem cessar” (Barthes, 1957, p. 237).

No conjunto de dados sobre as características pessoais da jornalista levantado em entrevista concedida para a tese “Noticiador-Noticiado: perfis de jornalistas numa sociedade em midiatização” (Medeiros Batista, 2013), registramos que ela adota frases como: “...telespectadores dizem que gostam de ver o jornal por causa de mim...”; “... e eu demonstro porque nunca fui pedida para melhorar ou adaptar...”; “tudo isso foi contribuindo de pouquinho em pouquinho...”; “... eu às vezes respondo e não aviso coisa nenhuma...”; “...então eu resolvi isso de mim mesma falar...”; “então eu fui testando e botando eu, sim, na notícia...”; “então eu na rua encontro muita gente falando...”.

Ainda no processo da entrevista, realizada na Band/SP, foi possível presenciar uma cena que dificilmente estaria associada ao *glamour* que o telejornalismo de horário nobre proporciona aos apresentadores: minutos antes de posicionar-se diante das câmeras, na bancada do telejornal, a âncora³ do Jornal da Band foi ao *hall* da Redação. Andando de um lado a outro, comia um pequeno sanduíche que disse ter trazido de casa. A cena reforça uma frase da jornalista durante a entrevista concedida para a tese: “sou uma operária da notícia. Tenho hora pra chegar, hora pra sair”.

Apesar da rotina de “operária da notícia”, Ticiania Villas Boas, assim como as demais celebridades da sociedade em midiatização, aparece em *sites* que abordam aspectos de sua vida pessoal e programas populares de televisão na categoria *humor*, na condição de personagem da própria história.

³ Adotado originalmente nos Estados Unidos, nos anos 1950, *âncora*, no sentido que adotamos aqui, é o (a) apresentador (a) de um telejornal. Tem a função de narrar, anunciar ou comentar as notícias que serão exibidas, além de chamar os repórteres que entram ao vivo na programação.

Aos poucos, a personagem com características do “mito” de Barthes começa a ganhar cada vez mais visibilidade midiática. Em outubro de 2012, uma informação sobre o casamento da âncora do Jornal da Band com um milionário brasileiro revela que a objetividade jornalística, própria do jornalismo canônico enfrenta transformações. Evidencia-se a diluição de fronteiras entre o noticiador e a notícia. O profissional do jornalismo passa a ser, ele próprio, noticiado.

Reproduzimos, a seguir a íntegra do texto “Casamento do ano”, escrito por Flávio Ricco (UOL), com colaboração de José Carlos Nery:

Casamento do ano – 1

Ticiania Villas Boas, apresentadora dos telejornais da Band, e Joesley Batista, dono da Friboi e de uma das maiores fortunas do país, casam no próximo dia 25. A cerimônia será realizada em São Paulo, em um local especialmente construído para a ocasião, no bairro de Pinheiros.

Casamento do ano – 2

Mesmo participando de todos os preparativos, Ticiania não se afastou dos telejornais da Band. Continua no ar normalmente. Apenas nas sextas-feiras, logo após o trabalho, no jatinho do empresário, ela vai até a Maison Dior, em Paris, para experimentar o vestido.

Casamento do ano – 3

A festa, segundo os responsáveis pela organização, não contará com a presença de jornalistas. Ao que parece, apenas uma revista da área de entretenimento terá acesso ao local. O show será animado por Ivete Sangalo e a dupla Bruno e Marrone.
(RICCO, 2012)

As imagens do casamento foram publicadas no *site* Yahoo com o título “Jornalista Ticiania Villas Boas se casa com vestido de noiva da Chanel – Repórter do 'Jornal da Band' casou-se com o empresário Joesley Batista”. Abaixo, destacamos uma das fotos disponíveis no site⁴:

⁴<http://br.omg.yahoo.com/fotos/jornalista-ticiania-villas-bôas-casa-se-com-vestido-de-noiva-da-chanel-slideshow/>



Foto – Casamento de Ticiania Villas Boas

Ticiania disse que procura ser discreta, mas os detalhes que podemos observar na reportagem de Flávio Ricco e nas imagens do casamento revelam a dificuldade em manter-se no anonimato quando o ambiente no qual a pessoa está inserida tem critérios de noticiabilidade. No caso, identificamos o critério de proeminência (Erbolato, 2001): a vida pessoal da jornalista, em si, interessa como notícia; da mesma forma, a vida do marido milionário também tem valor-notícia.

Uma das manifestações de interesse dos públicos na própria Ticiania pode ser constatada na quantidade de cartas, *emails* e presentes que recebe dos fãs. Para a jornalista, o assédio dos fãs gera estabilidade profissional. Além de ser abordada nas ruas, recebe presentes, cartas e *emails* dos fãs. Um dos *mimos* que recebeu na Redação da Band foi o CD *A Musa do Jornal da Band, nossa homenagem a você*, do fã Joel Alves, que compôs especialmente para Ticiania o pagode⁵ *Amor de Notícia*, que ocupa a segunda faixa do CD, com oito músicas. Reproduzimos, abaixo, a capa do Cd e a letra da música:

⁵ Tipo de samba popular, cuja origem é o samba de fundo de quintal, tocado nas festas no subúrbio do Rio de Janeiro. Atualmente é usado em bailes e escolas de dança de salão. O pagode já projetou dezenas de cantores no cenário do samba popular nacional.



Capa do CD de Joel Alves em homenagem a Ticiano Villas Boas



Verso da capa do CD *A Musa do Jornal da Band – nossa homenagem a você*

Letra da música *Amor de Notícia*
Compositor: Joel Alves

Todas as apresentadoras de TV são muito legais
Mas o seu jeito de fazer jornal é muito especial
Eu gosto na hora da meteorologia
Sou seu fã, não te perco nem um dia
Hoje eu tava assistindo o Jornal da Band
Seu jeito de fazer meteorologia
Com jeitinho gostoso já começa a falar que o Brasil vai melhorar
Hoje eu tava assistindo as notícias de você
Seu jeito de dizer que vai chover no Sertão me faz sonhar
Se você diz “vai fazer sol lá na Bahia”, jornalista,
Meu corpo já começa a esquentar
Olha o meu corpo como está
Pena que você não pode olhar
Com jeito carinhoso começo a dizer
Que canto hoje pra você

A tela da TV funciona como um filtro, que provoca distanciamento de quem aparece no vídeo em relação a quem vê, como abordamos anteriormente. Quando o mito (Barthes, 1957) ou o Olimpiano (Morin, 1989) se coloca entre as pessoas comuns, na rotina cotidiana, em espaços públicos, ocorrem reações relacionadas à imagem mítica da perfeição: “Um caixa de supermercado me pede pra tirar uma foto... Outros dizem: ‘Você é tão menina, tão novinha, tão pequenininha...’”.

No que diz respeito à publicização da imagem do jornalista, é possível observarmos a promoção do profissional no próprio espaço do telejornal. Um exemplo citado pela própria jornalista: “Sempre que posso, eu faço interferências que podem personalizar pra mim. Outro dia foi exibida uma matéria sobre serviço, o jeito certo de economizar na feira. Quando voltou da matéria, Boechat falou: ‘a Ticiania tava contando que a mãe dela fazia isso, então fica aqui a dica’. Aí eu complementei: “é, minha mãe falava isso e eu tento seguir” (Medeiros Batista, 2013).

Descrevemos a seguir outra experiência relatada pela jornalista durante a entrevista: “Eu falo na primeira pessoa em vários momentos, quando a notícia não é séria. Eu não personalizo em assuntos como política, economia, que são assuntos mais sérios. Mas futebol, matéria de comportamento, algo sobre o *baianês*, eu faço, entendeu? Eu olho onde eu posso entrar e onde não posso”.

Situações como essas que Ticiania Villas Boas apresenta são tentativas pessoalizadas feitas repetidas vezes com o objetivo de criar códigos de relação. No caso, entre os jornalista e público. O profissional faz a experiência, obviamente dentro do que é possível, de acordo com o que é passível de aceitação pela empresa, e vai experimentando outras vezes. Isso cria uma marca própria e reforça de forma cada vez mais intensa a presença do jornalista no espaço noticioso.

A jornalista faz uma experiência, dá certo, repete. No contexto do processo tentativo, isso se aplica ao que disse Braga (2012), sobre as “práticas testadas em episódios parecidos”, que seriam

[...] resultado de uma transferência, com a carga de registros e de improvisação inerentes a toda transferência, feita a partir de outros episódios em que determinados comportamentos pareceram adequados, e nos quais um sistema de relações entre pessoas, ideias e coisas foi desenvolvido ou acionado, propiciando que a interação tenha se desenrolado (BRAGA, 2012, p. 5).

Para Braga (2012, p. 6),

[...] a tentativa do processo ultrapassa as tentativas dos participantes – a própria produção de "códigos interacionais" é tentativa e se fixa ou se dilui na medida mesmo da produção de resultados sociais, conforme os objetivos locais que lhe são atribuídos e que, sabemos, sofrem deslocamentos ou mutações.

No tipo de relação que estabelece com a audiência, Ticiania Villas Boas assume ter um público que a vê como pessoa com suas características individuais (simpática; musa), com interferência na vida privada. Isso ocorre quando é vista em situações cotidianas e as pessoas comparam a imagem que é mostrada na TV com o que veem pessoalmente, ou quando dizem “vi seu casamento” (situações normalmente apresentadas em mídias que assumem tratar de aspectos da vida privada de pessoas famosas).

A relação com fãs tem semelhanças com a forma de relacionamento de artistas com seus celebradores e ultrapassam a mídia de ação profissional.

Do mito à superexposição vexatória: as transformações nos processos de circulação midiática

A trajetória do mito “tagarela” ganha novos rumos. Uma reportagem específica publicada na mídia tradicional sobre a vida pessoal da jornalista, que se casa com um empresário milionário abre perspectivas, para muitas manifestações do público em função de declarações polêmicas da jornalista.

No vídeo de 2min15s, a entrevista faz declarações como: “não fazer conta é bom...”; “... sair para jantar no restaurante que quiser...”; “...poder reformar sempre a casa...”; “...ter funcionário na casa..”; “...eu tenho medo de sair da realidade. Como eu tenho muita coisa pra fazer, vai me tirando um pouco da noção de realidade. Por exemplo, eu chego em casa, meu carro já está abastecido. Tem um motorista que faz isso. E às vezes eu fico mal acostumada. Um dia eu me perguntei qual o preço do litro da gasolina. Eu não sabia”.

Comentários de usuários que se seguem à divulgação da reportagem de Veja, de 5 de maio de 2014, com Ticiania Villas Boas, revelam que o mito começa a cair. Manifestações de insatisfação com o comportamento pessoal da jornalista revelam isso, com podemos observar a seguir. Mantivemos a grafia original dos textos de usuários postados no Youtube:

Will Bornok

Que mulher ridícula, dá pra entender como uma pessoa assim chegou a ancora da band.. já dizia jose mujica pobre é quem precisa de muito pra viver .

Charla Lira

Uma jornalista não sabe o preço da gasolina? Vazia e fútil!

José Rafael

Puta de luxo!

Luciano Andrade

Não gente serio mesmo na boa, eu admirava essa mulher, pela sua beleza, pelo seu jeito meigo de falar, mas depois que eu vi uma materia , como essa deste video falando da luxuria e ostentação em que vive. Pra mim perdeu a graça , não passa de mais uma interesseira com carinha de anjo. apresenta jornal pra disfarçar .

Anonymus

O diabo veste brada! e também apresenta jornal.

Hans Fingelstein

“Eu sou cara”... Não precisa dizer mais nada!

Três anos depois, após escândalo político envolvendo o marido rico, a imagem de Ticiania Villas Boas volta a circular nas redes sociais. O vídeo da revista Veja chega ao endereço de quem tem whatsapp. Durante os três anos de permanência no Youtube, o vídeo tem 434.006 visualizações e recebe novos comentários como estes que descrevemos abaixo:

Felipe Oliveira

Incrível ainda existir gente nesse mundo assim, se acham acima do bem e do mal, pior, com dinheiro alheio...

Rapha 0123

Eita mundo q da voltas hein

Natanael César

Acho que agora está com bastante "noção da realidade"

Jacqueline Silva

Acabou o "gramurrrr"

Considerações finais

Os processos de circulação e interação crescem e se complexificam em movimentos circulares, gerando fenômenos diversificados e complexos, cujos resultados são provisórios, imprevisíveis e mutáveis.

A instantaneidade e a velocidade dos acontecimentos e os fenômenos das circularidades ilustram o que discutimos sobre novas ligações sócio-técnicas, dispositivos e circuitos.

Do início da observação do caso Ticiano Villas Boas (2011) a 2017, os processos em torno da personagem se intensificam, gerando fluxos interativos com enfoques diferenciados.

Durante o período de observação, a âncora do telejornal migra para o entretenimento (SBT); é notícia em veículos tradicionais (revista *Veja*), programas de entrevista, sites.

As conclusões sobre o caso são sempre provisórias. As dinâmicas próprias da sociedade em midiatização sofrem ressignificações em ritmo acelerado, especialmente pelos processos interacionais que se estabelecem entre os produtores da notícia e a audiência, cada vez mais ativa. Entre essas transformações observáveis está a diluição de fronteiras entre o noticiador e a notícia. Cada vez mais, a personalidade do profissional se evidencia, rompendo fronteiras, e ganha repercussões nas mídias tradicionais e nas redes sociais, gerando episódios que, pelas características e dinâmicas, são passíveis de serem investigados.

Referências

- BARTHES, Roland. **Mythologies**. Paris: Editions du Seuil, 1957.
- BRAGA, José Luiz. Uma teoria tentativa. **E-Compós**, v. 15, n. 3, 2012.
- CAVE, Stephen. Histórias de má fama. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, Caderno Mais, domingo, 08 de fevereiro de 2009.
- DARNTON, Robert. O Beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução. tradução Denise Bottmann. — São Paulo : Companhia das Letras, 2010.
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo. – redação, captação e edição no jornal diário**. São Paulo: Ática, 2001.



MEDEIROS BATISTA, Ana Lúcia. **Noticiador-Noticiado: Perfis de jornalistas numa sociedade em midiatização.** Tese de Doutorado, PPG em Comunicação da Universidade de Brasília. Brasília: UnB, 2013.

MORIN, Edgar. **As estrelas:** mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

ROJEK, Chris. **Celebridade.** Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

Informações encontradas em sites

<http://br.omg.yahoo.com/fotos/jornalista-ticianavillasboas-casa-se-com-vestido-de-noiva-da-chanel-slideshow/> Acesso em 12 de dezembro de 2012.

<https://youtu.be/ryORBwbHT78> Acesso em 10 de novembro de 2017.