



Enunciado aberto: mediatização e a enunciação jornalística¹
Open Enunciate: mediatization and the journalistic
enunciation

Ivanise Hilbig de Andrade

Palavras-chave: Mediatização, Enunciação, Jornalismo

O presente trabalho é parte de uma pesquisa mais ampla, em andamento, e tem como objetivo refletir sobre a noção de enunciação jornalísticas e suas reconfigurações em uma ambiência de mediatização profunda. Para isso, buscaremos analisar os processos de produção e de circulação de sentidos operados pelos meios de comunicação noticiosos em ambientes digitais; focalizando as mudanças que a profunda mediatização acarreta na enunciação jornalística a partir na circulação e (re)circulação de discursos noticiosos.

Propõe-se um estudo para além da análise discursiva dos sentidos propostos e construídos pela instância de produção de conteúdo jornalístico (os veículos jornalísticos, sejam eles comerciais ou amadores), avançando também para uma análise do percurso que esse conteúdo faz no ambiente digital mediatizado. Isto é, analisar como, ao circular, esses discursos são (re)significados a partir do trabalho de produção sociossimbólica operado não apenas pelos produtores da informação, mas também pelos leitores/consumidores.

A partir de um *corpus* de enunciados jornalísticos veiculados por empresas jornalísticas da Bahia em suas mais diversas plataformas digitais, bem como as

¹ Trabalho apresentado ao V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

interações que tais enunciados provocam, procedemos, por um lado, na análise das características enunciativas das notícias e, por outro, na observação da relação entre as matérias jornalísticas e os discursos produzidos durante o processo de circulação nas redes sociais online. Entendemos que os sentidos mediatizados são construídos (também) no processo de circulação.

Diante de um contexto de ampliação da variedade de meios de comunicação e da “abundância de informação” (BOCZKOWSKI, 2021) novas questões relativas à estruturação e funcionamento da mídia surgem e ganham força na ambiência digital. Especificamente no campo do jornalismo, relaciona-se com práticas e processos de produção e circulação de sentidos mediatizados. Dados do Atlas da Notícia (2021) indica que o Brasil contabilizava, até dezembro de 2021, 14.419 veículos de comunicação entre canais de televisão, rádios, jornais impressos e sites². A mesma pesquisa revelou que as redes sociais online configuram, hoje, um novo espaço de circulação e recepção de conteúdo noticioso. Segundo o Relatório Digital News Report 2020, realizado pela Reuters Institute, 90% da população brasileira usam as mídias digitais para consumo de notícias e 27% já pagam pelo conteúdo online. A penetração da internet no Brasil atinge 71% da população, algo em torno de 150 milhões de brasileiros, considerando a população brasileira de 211 milhões. O estudo demonstra ainda que o consumo de notícias pelas redes sociais (67%) ultrapassou, pela primeira vez, a televisão (66%). Dados que comprovam a presença cada vez maior do noticiário brasileiro circulando na ambiência digital.

Em sua mais recente obra, Muniz Sodré (2021) reflete, entre outros aspectos, sobre a reconfiguração do jornalismo na atual “semiose midiática”. Segundo o autor, o sistema informativo, hoje, é regido pela mesma lógica de velocidade de circulação das

² Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/>



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

mercadorias, o que se tem chamado de “tempo real”. Os fatos esvaziam-se de credibilidade institucional e o próprio acontecimento deixa de ser uma projeção discursiva do fato e pode depender mais de uma modelagem algorítmica do que de negociações simbólicas entre os atores sociais que tradicionalmente concorriam para o jogo de linguagem ou pauta noticiável. Por outro lado, “dissolve-se o caráter de “coletividade” implícito na noção de “público”, em favor de “seguidores” individualizados de um publicador emocionalmente escolhido como guia na rede eletrônica” (SODRÉ, 2021, p. 149).

Os efeitos de simultaneidade e de ubiquidade alteram as coordenadas de espaço e tempo da informação, ampliando o “direito de comunicar, normalmente conferido às testemunhas dos acontecimentos. Emergem, então, novas formas de agendamento dos fatos, mais segmentadas e diversificadas, bem como novos relacionamentos entre “o público e o conhecimento da realidade” (SODRÉ, 2021, p. 180-181). Muniz Sodré defende ainda a revalorização do polo da recepção, através da comunidade, como parte do movimento de reinvenção do jornalismo, uma vez que não se trata mais de palavras ou de argumentos, mas de “operações automatizadas” em que o receptor se implica de “corpo inteiro” (SODRÉ, 2021, p. 169).

Para Maria José Van Dijck et al (2018), o campo jornalístico enfrenta a chamada “plataformização da notícia”, consequência dos novos fluxos e modalidades da circulação em uma sociedade profundamente mediatizada, na qual a construção do social passa pela ambiência dos meios de comunicação (COULDRY; HEPP, 2017). A distribuição do discurso jornalístico pelas redes sociais acarreta a desagregação entre conteúdo, público e propaganda e compõe circuitos (BRAGA, 2017). Nesse cenário, ocorre a reconfiguração dos modelos de negócios, dos modos de fazer (rotinas produtivas) e de dizer (enunciação) do jornalismo, engendrando mudanças estruturais no campo.

A discussão, como visto, pode ser conduzida por diversos caminhos de análise, mas propomos, aqui, refletirmos sobre como as transformações de acesso e de



circulação (favorecidas pela expansão da Internet), bem como da instância de reconhecimento (com maior participação dos leitores) implicam no modo de dizer dos produtores da informação e a produção de sentidos.

1. Mediatização e Enunciação

Na perspectiva de uma sociedade mediatizada, a comunicação com/pelos *media* é entendida como ambiente, que reconfigura, estruturalmente, as relações e práticas sociais. O fenômeno constitui-se, hoje, em uma nova agenda de pesquisa no campo da comunicação, buscando entender as implicações dos *media* na sociedade e na cultura contemporâneas.

Para Eliseo Verón (2013), a mediatização deve ser pensada em termos de alterações na instância de circulação, que implica, por conseguinte, em mudanças na produção e no consumo. Sua aceleração, especialmente com a consolidação da Internet, provoca mutações na escala “espaço-tempo”, reduzindo e compactando o desnível (*décalage*) que existe entre as instâncias de produção e de reconhecimento na medida em que transforma as condições de acesso dos atores individuais à discursividade midiática. Assim, ao superar a noção de linearidade entre produção e recepção, a mediatização complexifica as relações entre veículos jornalísticos e usuários da rede (os atores sociais), pois, segundo Borelli (2016, p. 58), “os sujeitos colocam em pauta uma série de práticas discursivas que remetem ao intercâmbio, à complementaridade de ideias, ao questionamento, à insatisfação e o beneficiamento de informações por parte das produções jornalísticas”.

A produção social de sentido remete, assim, a uma visão integral e complexa do sistema produtivo, que implica uma articulação entre produção, circulação e reconhecimento. A produção e o reconhecimento do discurso são edificados num diálogo intertextual (na internet, numa perspectiva hipertextual), no qual a construção de um texto é articulada pelos ecos de outros textos. A perspectiva diacrônica do



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

consumo de tais textos adquire relevância na produção e no reconhecimento de um processo comunicativo.

No intuito de refletirmos sobre a problemática apresentada admitimos, portanto, que a mediatização provoca mudanças na produção, na circulação e na recepção discursiva, especialmente por conta da revolução de acesso; sendo entendida como condição de produção, de circulação e de reconhecimento do discurso por constituir-se como um novo cenário mediático (VERÓN, 2013). O que revela a tendência em se estudar a construção de sentido mediático cada vez mais articulada com a contextualização dos processos comunicacionais em questão, evidenciando que o conceito de mediatização não representa um processo social de causa-efeito, mas um movimento complexo, estimulado pelo desenvolvimento social e tecnológico dos meios de comunicação e de outras dinâmicas envolvendo diferentes instituições.

Para contribuir com as análises, buscamos nos estudos de linguagens, em especial na Teoria da Enunciação de Antoine Culioli, aparatos teórico-metodológicos para observar a semiose mediatizada na ambiência digital. Para a linguística, o enunciado é considerado um elemento material fixo, único, que tem uma nova existência a cada vez que é lido. Os sentidos que dele emergem são sociais, contextuais, e variam de acordo com as condições de produção e de reconhecimento. Acrescentamos a essa descrição, o processo de circulação, cada vez mais acelerado no atual contexto de mediatização. Com isso em mente, consideramos o enunciado jornalístico contemporâneo, esse que é produzido, circula e é recebido na/e por meio da ambiência digital, como um enunciado aberto, uma obra aberta que, assim como pensada por Umberto Eco, vai se configurando à medida em que circula e (re)circula.

Conforme explica Verón (2013), o pensamento de Antoine Culioli funda-se não nos termos, mas nas relações. Sua visão é sistêmica e complexa, tendo como objeto a “atividade de linguagem” do sujeito, apreendida através da diversidade das línguas naturais e da diversidade de textos orais ou escritos. Assim, o abandono do sujeito



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

falante benvenistiano como fonte final do sentido e a recusa ao “esqueleto” de Chomsky são os aspectos de uma mesma busca de Culioli.

A atividade de linguagem, segundo o linguista, é uma atividade: 1) de construção de representações; 2) de referenciação, e 3) de regulação. Essas três dimensões estão presentes sejam quais forem as dimensões do produto da atividade (um comentário, uma discussão científica, uma aula, uma obra de arte, uma notícia). A relação triádica entre representação mental, processos de referenciação e de regulação, é um pré-requisito de toda atividade simbólica mediada por sequências de texto e/ou gestuais. Essa relação deixa marcas nos enunciados, permitindo ao analista reconstruí-la.

O trabalho do analista, nessa perspectiva, tem como desafio trabalhar com a heterogeneidade empírica da atividade de linguagem sem, no entanto, perder a complexidade dos processos (VERON, 2013). O que conduz o analista de discursos mediáticos a uma perspectiva construcionista de análise, de reconstrução de operações de enunciação a partir das traços e pistas deixados no enunciado. Assim, segundo tal perspectiva, a problemática da discursividade social encontra-se em identificar e contextualizar as pistas, no discurso, das operações cognitivas (que são pessoais, humanas) realizadas por um sujeito discursivo dentro de condições de produção, circulação e de reconhecimento complexas.

Carlón (2017; 2018) tem trabalhado na elaboração de um dispositivo analítico para estudar a circulação vertical-horizontal do sentido. Sua reflexão contribui para pensarmos como algumas notícias surgem primeiro nas redes e depois são apropriadas pelos *media* noticiosos e vice-versa; e como outras são pautadas e produzidas pelos veículos noticiosos e permanecem por dias reverberando e circulando nas redes sociais online. Nesses percursos, o jornalismo incorpora novos modos de dizer por diversos motivos, audiência e cliques são alguns deles.



Referências

BOCZKOWSKI, Pablo J. **Abundance: on the experience of living in a world of information plenty**. New York, NY: Oxford University Press, 2021.

BORELLI, Viviane. **Sentidos produzidos por leitores acerca de suas inscrições no ambiente midiático**. In: Dossiê Tendências do Jornalismo em países de língua portuguesa, vol. 2. Revista Estudos de Jornalismo n. 5, v.2, 2016.

CARLON, Mario. **La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión (segunda apropiación de la teoría de la Comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial)**. In: CASTRO, Paulo César (org.). A circulação discursiva – entre produção e reconhecimento. Campina Grande: EDUEPB, 2017.

_____. **Medios individuales, medios colectivos y circulación transversal**. In: CASTRO, Paulo César (Org.). Circulação discursiva e transformação da sociedade. Campina Grande: EDUEPB, 2018.

COULDRY, N. **Mediatization and the future of the field theory**. In: LUNDBY, Knut (ed.). Mediatization of communication (Handbooks of Communication Science), v. 21. Berlin/Boston, De Gruyter, 2014, p.227-248.

COULDRY, N.; HEPP, A. **The Mediated Construction of Reality**. Cambridge: Polity Press, 2017.

CULIOLI, Antoine. **Escritos**. Buenos Aires: Santiago Arcos, 2010.

CULIOLI, Antoine. **Pour une linguistique de l'énonciation**. Vol 1. Paris: Ophrys, 1990.

DIJCK, José van, POELL, Thomas, WAAL, Martijn de. **The platform society**. New York: Oxford University Press, 2018.

LUNDBY, Knut (ed.). **Mediatization of communication** (Handbooks of Communication Science), vol. 21, De Gruyter, Boston/Berlin, 2014.

MEUNIER, Jean-Pierre. **Dispositif et Théories de la Communication : deux concepts en rapport de codétermination**. Dossier Hermès n. 25, 1999. pp. 83-91.

RIEFFEL, Remy. **Révolution numérique, révolution culturelle?**. Paris, Gallimard, coll. Folio actuel, 2014.



Anais de Resumos Expandidos
V Seminário Internacional de Pesquisas
em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

SODRÉ, Muniz. **A sociedade incivil: mídia, iliberalismo e finanças**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2021.

_____. **La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes**. 1ª ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2013.

_____. **Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências**. Revista Matrizes, V. 8 - Nº 1 jan./jun. São Paulo, 2014, pp. 13-19.

VERÓN, Eliseo; FISHER, Sophie. **Théorie de l'énonciation et discours sociaux**. In: Etudes de Lettres, Lausanne, octobre-décembre 1986, pp.71-92.

VOGÜÉ, Sarah de; FRANCKEL, Jean-Jacques; PAILLARD, Denis (org.). **Linguagem e enunciação: representação, referência e regulação**. Trad.: Márcia Romero, Milenne Biasotto-Holmo; posfácio Valdir do Nascimento Flores. São Paulo: Contexto, 2011.