MEDIATIZAÇÃO E ENUNCIAÇÃO: A CONSTRUÇÃO DA VIOLÊNCIA ENVOLVENDO CRIANÇAS E ADOLESCENTES EM JORNAIS IMPRESSOS BRASILEIROS[1]

MEDIATIZATION AND ENUNCIATION: THE CONSTRUCTION OF VIOLENCE INVOLVING CHILDREN AND ADOLESCENTS IN BRAZILIAN NEWSPAPERS

Ivanise Hilbig de Andrade[2]

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo compreender os impactos da mediatização na enunciação jornalística a partir da análise da construção discursiva da violência envolvendo crianças e adolescentes operada por jornais impressos

1. Trabalho apresentado com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG).

2. Professora Adjunta do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA) e Mestre em Estudos de Linguagens (UFMS). Integra o Grupo de Pesquisa Interfaces Sociais da Comunicação: Tecnologias, Políticas e Culturas (PPGCE/UFU) e o Centro de Estudos e Pesquisas em Análise do Discurso (PÓSCOM/UFBA). E-mail: ivaniseha@gmail.com.

integrantes de um mesmo grupo de comunicação, sendo um de referência – O Globo – e um popular – Extra. Admite-se que a mediatização se insere nesse processo como uma condição de produção do discurso mediático sobre a violência ao interferir ou impactar nos modos de dizer do Jornalismo; por reconfigurar a natureza das relações entre enunciadores (os jornais) e coenunciadores (leitores); e por estimular uma maior interpenetração de linguagens. Parte-se de uma análise discursiva da violência construída pelos jornais para entender como as transformações – tecnológicas e sociais – dos meios de comunicação e nas instâncias de produção, circulação e reconhecimento impactam na enunciação jornalística.

Palavras-chave: Mediatização. Enunciação. Jornalismo Impresso. Discurso. Violência.

Abstract: This paper search to understand the impacts of mediatization on the journalistic enunciation by the analysis of the discursive construction of violence involving children and adolescents operated by two Brazilians newspapers, belonging to the same group communication: O Globo and Extra. We assumed that the process of mediatization is a condition of the media's discourse production about violence. It's interferes and impacts of the Journalism Enunciation, by reconfiguring the nature of relations between enunciators (newspapers) and coenunciators (readers); it's stimulate greater interpenetration of languages. This discursive analysis of the violence built by the newspapers permits to understand how the media's changes – technological and social – and the production, circulation and recognition instances impacts on journalistic enunciation.

Keywords: Mediatization. Enunciation. Press. Discourse. Violence.

1 Introdução

O entendimento sobre violência, por ser histórico e contextual, transforma-se ao longo do tempo e, por conseguinte, os sentidos a ele associados e os enunciados que são

produzidos. Hoje, com a globalização (econômica, cultural, de informação) e a complexificação da mediatização, que possibilitam maior circulação e acesso a discursos, os *media* estão colocados no centro de um processo cada vez mais amplo de publicização da violência. De acordo com o sociólogo francês Michel Wieviorka (2005), os meios de comunicação são parte do sistema social e operam sobre situações reais. Isto é, a produção mediática reenvia simbolicamente a experiências concretas de seu público, conferindo visibilidade a formas de violência, por vezes extremas, que irrompem fora do previsível e do rotineiro. A violência é o acontecimento a partir do qual as pessoas produzem (sua) história e se questionam sobre o seu lugar social. Os meios de comunicação fazem, por sua vez, o trabalho de elevar essa história à categoria de um conhecimento que circula, que é difundido e resignificado; conferindo-lhe, assim, sentidos sociais, culturais, políticos.

No atual cenário de mediatização, as transformações na circulação e no acesso a produtos culturais têm se refletido em novas configurações dos *media*. No que se refere à imprensa brasileira, verifica-se, a partir do final da década de 1990, um processo de segmentação e criação de jornais populares ligados a grandes grupos de comunicação consolidados no mercado e com histórico de publicação de jornais de referência como O Globo, Folha de São Paulo, Zero Hora. É sobre este contexto que esta pesquisa se articula: no entendimento de que a segmentação, como parte dos processos de mediatização, instaura novas possibilidades de acesso a produtos e a emergência de outros públicos consumidores de *medias* – os leitores das classes C, D e E –, provocando a expansão e distinção de produtos e públicos, por parte dos grandes grupos de comunicação do Brasil.

Assim, o presente trabalho tem como objetivo compreender os impactos da mediatização na enunciação jornalística a partir da análise da construção discursiva da violência operada por jornais impressos integrantes de um mesmo grupo de comunicação, sendo um de referência e um popular. Admite-se que a mediatização se insere nesse processo como uma condição de produção do discurso mediático sobre a violência ao interferir ou impactar nos modos de dizer

do Jornalismo; por reconfigurar a natureza das relações entre enunciadores (os jornais) e coenunciadores (leitores); e por estimular uma maior interpenetração de linguagens.

Parte-se de uma análise discursiva da violência construída pelos jornais impressos para entender como as transformações – tecnológicas e sociais – dos meios de comunicação e nas instâncias de produção, circulação e reconhecimento impactam na enunciação jornalística. A mediatização é entendida não apenas como um conceito que advém de tais mutações da sociedade, mas como uma conjuntura mais alargada do modo como as pessoas, as instituições e os *media* constroem sentidos. Tomamos como objeto o processo de constituição de sentido da violência por jornais impressos brasileiros inseridos no contexto de mediatização – e nesse caso, especificamente, as estratégias enunciativas de dois jornais de características distintas mas que compartilham de um mesmo emissor. Busca-se compreender quais os impactos da mediatização na construção do discurso da violência por jornais impressos brasileiros.

As reflexões são parte das conclusões da Tese de Doutorado intitulada "A construção discursiva da violência envolvendo crianças e adolescentes em jornais impressos brasileiros: um estudo de caso dos jornais O Globo e Extra de 2000 a 2014", concluída em 2016 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA) e que objetivou investigar como um jornal de referência – O Globo (RJ) – e um jornal popular – Extra (RJ) –, ambos pertencentes a um mesmo grupo de comunicação e oriundos de um mesmo emissor, posicionam-se discursivamente e constroem o sentido da violência envolvendo crianças e adolescentes, verificando, para isto, as estratégias enunciativas e a relação entre os sujeitos enunciadores (os jornais) e seus coenunciadores (leitores).

Para isso, realizou-se uma análise diacrônica das regularidades enunciativas das publicações a respeito da violência envolvendo crianças e adolescentes a partir de um *corpus* composto por 231 matérias e páginas de jornais (matérias significantes como textos, títulos, fotografias, infográficos, *layout,* etc.) veiculados nos dois jornais no período estu-

dado – que coincide com o período de surgimento e consolidação dos jornais populares ligados a grandes grupos de comunicação no Brasil. O Grupo Globo é hoje um dos maiores conglomerados de mídia da América Latina, tendo iniciado sua trajetória em 1925, com a fundação do jornal O Globo no Rio de Janeiro, e ampliado sua atuação aos diversos meios de comunicação nas décadas seguintes. Em 1998, funda o Extra, um jornal de viés popular voltado para um público que não tinha o hábito de consumir mídia impressa. Os jornais O Globo e Extra configuram-se, assim, como publicações complementares no interior de um mesmo grupo de comunicação. Enquanto sujeitos sociais e discursivos, compartilham de um posicionamento institucional de grupo que se configura na partilha de rotinas produtivas e conteúdos, mesmo que as estratégias enunciativas de cada jornal sejam distintas.

A pesquisa situa-se no campo da Comunicação, prioritariamente dentro de uma abordagem semiodiscursiva, que se volta ao estudo da produção de sentido pelos *media*. Fundamentada em reflexões teóricas sobre a semiose social, a mediatização, o acontecimento, a enunciação e na análise de discurso, a pesquisa tem como operadores metodológicos: o posicionamento, os dêiticos, as figuras e vozes discursivas, além do enquadramento enquanto moldura de sentido.

2 Mediatização e Enunciação

A criação, avanço e utilização de dispositivos técnicos de comunicação (escrita, imprensa, TV, Internet, etc) possibilitam autonomia, persistência e acesso aos sentidos produzidos pela ação das pessoas (Verón, 2013), gerando novas ambiências enunciativas (Fausto Neto, 2008) e impactando nas interações humanas (Braga, 2006). Assim, as relações que se estabelecem entre enunciadores e coenunciadores se reconfiguram na medida em que a mediatização permite maior fluidez dos sujeitos sociais no interior do dispositivo de enunciação. Isto é, as imagens que enunciador e coenunciador fazem de si e do outro podem ser pensadas em novos termos com a mediatização: o enunciador cria uma imagem

de si e do destinatário que, por seu turno, cria uma imagem de si enquanto coenunciador e também como enunciador.

Mediatização e enunciação se interpenetram por ser a primeira uma condição de produção, uma conjuntura ou ambiência, que forja os atos enunciativos. Dessa forma, na medida em que os processos de mediatização se complexificam, os dispositivos de enunciação também se reconfiguram. De acordo com Eliseo Verón (2013), a mediatização existe desde que o *homo sapiens* começou a exteriorizar seus pensamentos e seus processos cognitivos. Porém, com o surgimento e avanço das novas tecnologias de comunicação – e suas redes sociais de produção, transmissão, troca, circulação e recepção de informações, ou seja, de sentidos mediatizados – as relações que se estabelecem entre enunciadores e coenunciadores tornaram-se mais complexas, interpenetradas e fluidas.

O conceito de mediatização, ainda em construção e pleno de controvérsias, emerge no diálogo com outras noções como sociedade mediática e globalização marcado, por esse aspecto, pelo surgimento e avanço de tecnologias de comunicação. Para Stig Hjarvard (2012), a mediatização surge como um novo quadro teórico para reconsiderar questões antigas, embora fundamentais, sobre o papel e a influência da mídia na cultura e na sociedade.

> Por midiatização da sociedade, entendemos o processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica. Esse processo é caracterizado por uma *dualidade* em que os meios de comunicação passaram a estar *integrados* às operações de outras instituições sociais ao mesmo tempo em que também adquiriram o *status* de instituições sociais *em pleno direito*. Como consequência, a interação social – dentro das respectivas instituições, entre instituições e na sociedade em geral – acontece através dos meios de comunicação (Hjarvard, 2012, p. 64, grifos do autor).

O autor defende que a lógica da mídia influencia a forma que a comunicação adquire, a natureza e a função das relações sociais, bem como os emissores, o conteúdo e os receptores dos processos comunicativos. Mais próximo de uma perspectiva funcionalista e tecnicista, Hjarvard sustenta que a mediatização "não é um processo universal que caracteriza todas as sociedades", mas uma "tendência que se acelerou particularmente nos últimos anos do século XX em sociedades modernas, altamente *industrializadas e principalmente ocidentais*, ou seja, Europa, EUA, Japão, Austrália e assim por diante" (Hjarvard, 2012, p. 65, grifos do autor).

Por outro lado, Verón (2013) reflete que o processo de mediatização evolui, certamente, com as tecnologias; apesar disso, as preocupações sobre a presença, uso, interferência, participação dos meios nas práticas sociais, nos hábitos e indivíduos não mudam muito. Seu objetivo era, desde a década de 1980 até suas últimas publicações sobre o tema, compreender a mediatização dentro de um quadro sociológico, histórico e antropológico de relações entre *media*, indivíduos e instituições[3].

Nos seus últimos textos sobre mediatização, Eliseo Verón passa a considerar o conceito não mais ligado apenas à presença e interação dos meios de comunicação na sociedade, mas como algo inerente ao ser humano, uma disposição da espécie (2012a; 2012b; 2013; 2014)[4]. Segundo ele, mediatização é uma "exteriorização de processos cognitivos" que se efetiva através de um "suporte material" – a pedra, a escrita, a imprensa, agora as imagens, a digitalização (Verón, 2012a, p. 18). Em outros termos: "a mediatização é, no con-

3. Mais sobre o pensamento de Eliseo Verón acerca da Mediatização em: ANDRADE, Ivanise Hilbig de; FERREIRA, Giovandro Marcus. Percurso da reflexão sobre a mediatização nos estudos de Eliseo Verón. Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Rio de Janeiro-RJ, setembro 2015.

4. Verón desenvolve um percurso histórico e antropológico sobre o surgimento dos primeiros fenômenos mediáticos e sua relação com a aceleração da evolução da espécie em La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes (2013, p. 171-184); e em Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências (2014, p. 13-19).

texto da evolução da espécie, *a sequência de fenômenos mediáticos históricos que resultam de determinadas materializações da semiose, obtidas por procedimentos técnicos"* (Verón, 2013, p. 147, grifos do autor, tradução nossa).

Em tom de crítica aos que acreditam em uma mediatização que surge no século XIX com a emergência dos *media*, Verón afirma: "a mediatização certamente não é um processo universal que caracteriza todas as sociedades humanas, do passado e do presente, mas é, mesmo assim, um resultado operacional de uma dimensão nuclear de nossa espécie biológica, mais precisamente, sua capacidade de Semiose" (Verón, 2014, p.14). Para o semioticista, o conceito de mediatização surge para explicar como o *homo sapiens*, enquanto espécie produtora de signos, exterioriza essa produção sígnica através de um suporte material, ou seja, utilizando-se de dispositivos técnicos de comunicação. "Quero dizer, o *sapiens* é um produtor de signos, mas nem toda produção de signos é mediática, algumas sim, outras não. Poderia-se dizer assim: felizmente o *sapiens* segue praticando alguma semiose não mediatizada." (Verón, 2012a, p. 18).

A questão dos dispositivos técnicos de comunicação – os *media* – continua central no processo de mediatização, para o autor. Porém, não apenas relacionada à noção de meios de comunicação tal como entendida na sociedade moderna (imprensa, televisão, rádio, internet). De acordo com Verón, a relação entre produção de signos e a técnica está no primeiro instante da espécie *sapiens*, tendo começado em torno de 2,5 milhões de anos atrás, quando o homem iniciou a produção de ferramentas e utensílios de pedra, passando a exteriorizar seus processos cognitivos. A capacidade semiótica da espécie se expressa na produção de fenômenos mediáticos, consistindo da exteriorização dos processos mentais na forma de dispositivos materiais (Verón, 2012a; 2013; 2014).

Neste contexto, a mediatização "de novo não tem nada", é apenas o nome para a "longa sequência histórica de fenômenos mediáticos sendo institucionalizados em sociedades humanas e suas múltiplas consequências" (Verón, 2014, p. 15-16). Mas que apresenta, agora, "algumas características especiais" (Verón, 2012a, p. 18). Trata-se de um "sistema

auto-organizante como todos os fenômenos da vida, aumenta a sua própria velocidade de mudança ao longo do tempo" (Verón, 2012b, p. 11, tradução nossa). A vantagem conceitual da perspectiva de longo prazo é importante, segundo o pesquisador, para fazer relembrar que o que está acontecendo nas sociedades da modernidade tardia começou, de fato, há muito tempo. Portanto, a produção de signos pelos seres humanos, a semiose social, não mudou. As transformações aconteceram no âmbito dos suportes através dos quais se processa a exteriorização cognitiva. O problema, para Verón, é compreender o papel – social, histórico – dos dispositivos técnicos de comunicação desde o aparecimento da escritura até os dias de hoje porque é sobre isso, afirma, que está ancorado o conceito de mediatização (Verón, 2012a).

Desde a fabricação dos primeiros utensílios e o surgimento da escrita – momento chave da mediatização –, os dispositivos materiais tornaram-se mais estáveis, possibilitando a *autonomia* e a *persistência* dos signos por meio da materialização da mensagem. A *circulação da semiose* mediatizada constitui-se a terceira característica fundamental do processo de mediatização, junto com a *autonomia* dos emissores e receptores dos signos materializados resultante da exteriorização, e a *persistência* no tempo desses signos. "Podemos completar, então, este primeiro modelo do fenômeno mediático, cujos três aspectos correspondem às três dimensões da semiose: a primeiridade é sua autonomia; a secundidade, sua persistência no tempo; a terceiridade, o conjunto de regras de sua circulação que definem as condições de acesso ao discurso" (Verón, 2013, p. 200, tradução nossa).

Especialmente sobre a terceira característica, o autor considera o surgimento da Internet a maior ruptura na história da mediatização: *"A WWW comporta uma mutação nas condições de acesso dos atores individuais à discursividade mediática, produzindo transformações inéditas nas condições de circulação"* (Verón, 2013, p. 281, grifos do autor, tradução nossa). O uso da Internet afeta progressivamente muitos aspectos das sociedades em processo de mediatização como o acesso à cultura e ao conhecimento, a relação com o *Outro* e o vínculo do ator social com as instituições, a partir do mo-

mento em que permite introduzir os resultados discursivos das operações cognitivas de primeiridade, secundidade e terceiridade no ciberespaço (Verón, 2012b, p. 13).

Embora Verón passe a adotar uma noção ampliada e antropológica para o conceito de mediatização, é fato que suas reflexões datadas dos anos 1990 continuam atuais: os meios de comunicação assumem tamanha importância e autonomia na sociedade que passam a transformar práticas sociais já anteriormente estabilizadas. Sendo assim, é correto considerar que ao instalar uma nova ambiência, processualidades e relações na sociedade, a produção de sentido, no interior da semiose social, também se altera. O que nos leva a concluir que se a mediatização tem implicado a incorporação progressiva de novos registros significantes torna-se decisivo considerá-la parte dos modos de dizer. Em outras palavras: a mediatização provoca transformações nos processos enunciativos, por isso é entendida como uma condição constitutiva do discurso.

Para Antonio Fausto Neto (2008; 2012), com a intensificação e a generalização das operações mediáticas de construção de sentidos, instala-se uma nova "ambiência interacional", cujas práticas sociais são atravessadas por fluxos, operações e dimensões técnico-discursivas, reconfigurando os vínculos sociais – os contratos – que passam a se instituir por contatos, lógicas e operações dos *media.* Trata-se, segundo o autor, de uma problemática que atravessa a sociedade, complexificando a produção de sentidos e sua análise. "A mediatização institui novos 'feixes de relações', que passam por operações de linguagens" (Fausto Neto, 2012, p. 36-37), o que impacta nos atos enunciativos:

> Já não se trata apenas de um sociedade que lida apenas com a existência dos meios, mas de uma outra, cujo modo de funcionamento os elege de modo complexo. Trata-se de questão que transcende aos veículos em si, e que envolve cultura, lógica e operações mediáticas. *A mediatização é um fator gerador de novas enunciações*, pois ela resulta da conversão de processos tecnológicos em meios, em situação de

> produção e de recepção de mensagens, afetando as relações entre instituições e os atores sociais (Fausto Neto, 2012, p. 37, grifos nossos).

Dessa forma, ao adotarmos a mediatização como uma condição constitutiva de discursos, fator gerador de novas enunciações, deslocamos a problemática dos *media* do âmbito dos campos sociais e também dos próprios meios de comunicação, conforme propõe Fausto Neto (2012), para a dos processos mediáticos, e, mais especificamente, para a produção de sentido e as novas estruturas e operações enunciativas. Isso porque "a matéria significante é complexificada por novos processos e operações de enunciação que deixam de se constituir e de se manifestar tão somente através de operações linguísticas *stricto sensu*" (Fausto Neto, 2012, p. 38, grifos do autor).

Com o processo de mediatização em curso, e consequentemente a nova ambiência de produção e circulação de sentidos que promove, verifica-se, segundo Verón (2013), uma aceleração do espaço-tempo nunca antes registrada na história, conduzindo a uma mudança de escalas da semiose social mediatizada. Cada vez mais as relações que os discursos mantêm com suas condições de produção e de reconhecimento estão em rápida transformação. Porém, nem toda produção de signos é mediática ou mediatizada (Verón, 2013). Isto é, a enunciação, enquanto "ato de colocar a língua em funcionamento" (Benveniste, 1989), não depende dos meios de comunicação para funcionar, embora a mediatização tenha favorecido de modo incontestável a autonomia dos signos, a persistência dos sentidos ao longo do tempo e a maior circulação da semiose.

Importante frisar que a "enunciação" é da ordem não do que é dito, mas do dizer e suas modalidades, ou seja, os modos de dizer; enquanto o "enunciado" é da ordem do que é dito. Em linhas gerais, o enunciado é o conteúdo, a materialidade do discurso (Verón, 2004). Em uma perspectiva da Análise de Discurso, segundo Maingueneau (2009, p. 56-57), a enunciação é processo e só se realiza na interação, ou seja, na relação enunciador/coenunciador. Pode ser defi-

nida como um acontecimento dentro de uma configuração de espaço-tempo específica (o *eu/tu* no *aqui/agora*) e está submetida a todo momento a constrangimentos propostos pelo gênero discursivo, pelo dispositivo de comunicação e/ou pelo contexto. A enunciação é, portanto, uma configuração espaço-temporal de sentido materializada em um suporte a partir de um dispositivo. Essa configuração surge de determinadas condições que engendram a produção e o reconhecimento dos discursos.

Assim, considerando a existência de um dispositivo de enunciação que explica a relação entre enunciadores e coenunciadores por meio da construção de imagens de si e do destinatário da comunicação (Verón, 2004), pode-se afirmar que a complexificação da mediatização e as transformações tecnológicas dos dispositivos de comunicação altera a natureza das relações no interior do dispositivo de enunciação.

Se, como nos informa Benveniste (1989), o sujeito enunciador é uma instância que enuncia a partir de um lugar social/institucional e, quando faz isso, estabelece relações de representação e referenciação, é possível afirmar que a mediatização compacta a distância (a *décalage*) entre as instâncias de produção e de reconhecimento através do fortalecimento dos processos de circulação e acesso aos sentidos mediatizados. Dito de outra forma: a complexificação dos processos de mediatização cria novos "coenunciadores" e isto impacta diretamente na natureza das relações no âmbito do dispositivo de enunciação.

Segundo Antonio Fausto Neto (2010), os estudos sobre a recepção tem mostrado há algum tempo que a instância de reconhecimento faz tantas outras coisas, distintas daquelas que são estimadas pelos produtores. Mas quando se trata da sociedade em processo de mediatização, o receptor é "re-situado" em outros papéis dentro da própria arquitetura comunicacional emergente (Fausto Neto, 2010, p. 6). Ou seja, mais do que se preocupar com a imagem projetada pelos produtores mediáticos (enunciadores) sobre os receptores (coenunciadores), o desafio hoje é compreender como a instância de reconhecimento se situa dentro da atual economia discursiva operada pelos meios de comunicação.

As novas formas de interação e de relações entre produção/recepção, entre enunciador/coenunciador, advindas das reconfigurações na organização e circulação dos discursos na sociedade em processo de mediatização tem se refletido nos modos de dizer dos *media.*

Portanto, as lógicas sobre as quais se fundam as enunciações e a natureza das relações no âmbito do dispositivo de enunciação deslocam os sujeitos discurivos para novos espaços ou dispositivos. Segundo Fausto Neto (2010), no atual contexto de mediatização, meios de comunicação como o rádio, a televisão ou o jornal parecem desaparecer para se transformar em "superfícies multimediáticas" controladas pelo receptor. E é nessa conjuntura de grandes transformações e rupturas nos modos de produção, de acesso e de consumo de produtos mediáticos – com o surgimento e emergência da Internet, por exemplo – que o receptor deixa de ser "meramente ativo" para ser o "operador/programador de seu próprio consumo multimediático" (Verón, 2007, p. 14). Assim, a mediatização e a complexificação tecnológica dos dispositivos de comunicação tem provocado rupturas nos ambientes, nas temporalidades, nas práticas sociais e nas discursividades, além de transformar a natureza das relações no interior do dispositivo de enunciação na medida em que altera as imagens e os posicionamentos dos sujeitos envolvidos no processo enunciativo (produtores e receptores), as lógicas de contatos entre eles e os modos de envio e reenvio de discursos.

Nesse contexto, busca-se analisar no item que se segue, os impactos ou interferências dos processos de mediatização na enunciação da imprensa a partir do estudo da construção discursiva da violência envolvendo crianças e adolescentes. Parte-se, conforme demonstrado, da ideia de que a complexificação da mediatização e as novas configurações das relações dos sujeitos enunciadores altera os modos de dizer dos *media,* no caso desta pesquisa, do jornalismo impresso.

3 Mediatização e produção de sentido da violência

A partir da análise de um *corpus* de matérias veiculadas entre os anos de 2000 e 2014 nos jornais O Globo (RJ) e Extra (RJ), observou-se que ao construir discursivamente a violência envolvendo crianças e adolescentes, especialmente quando se tratava de um acontecimento com maior potencial de agenciamento de sentidos de revolta, raiva, sofrimento, tanto o jornal O Globo quanto o Extra utilizavam matérias significantes semelhantes. As duas publicações compartilhavam conteúdos brutos, como fotografias, informações, infográficos, dados, declarações e até mesmo reportagens inteiras, contudo, a articulação dessas matérias significantes seguia a linha editorial própria de cada publicação. O demonstra que dois jornais de um mesmo grupo de comunicação podem trabalhar em sinergia, partilhando rotinas e conteúdos e, mesmo assim, produzirem sentidos distintos sobre um mesmo fato noticiado, permanecendo alinhados a seus posicionamentos discursivos e institucionais e em conformidade com as expectativas de leitura de seus públicos. A prática do compartilhamento de conteúdo é, pois, uma forma de integração jornalística de veículos noticiosos de um mesmo grupo mediático e uma estratégia enunciativa.

Outra rotina dos jornais estudados e que evidencia a integração jornalística é remeter o leitor (o coenunciador) a outros produtos noticiosos do grupo. O Globo e Extra costumam citar telejornais (Jornal Nacional, Fantástico, etc) ou *sites* (G1, O Globo Online, Extra Online) como fontes de informação no corpo do texto ou mesmo direcionar o leitor a enquetes e debates realizados pelos *media* digitais, a programas de rádio e até mesmo novelas, autoreferenciando, assim, todo o Grupo Globo. Os Enunciadores Extra e O Globo situam, pois, seus leitorados dentro do grande conglomerado brasileiro de comunicação, demostrando que o imaginário e a memória da violência envolvendo crianças e adolescentes fazem parte da agenda pública de debates e também da pauta de todo o Grupo Globo.

A construção de sentido perpassa então outros *media* do grupo, promovendo diálogos e compondo uma interdiscursividade própria. Denota que a produção de sentidos operada pelo Grupo Globo não se fecha no jornal impresso em si, mas dentro de um sistema de autorreferenciação que se completa não apenas na relação entre sujeitos enunciadores e coenunciadores, mas na totalidade de produtos informativos geridos pela Infoglobo. Trata-se, portanto, de um processo cíclico de Enunciação em que o sentido se processa na articulação de elementos significantes das páginas dos jornais e na conexão com o que é produzido pelos diversos *media* noticiosos do grupo.

Verificou-se que ambos os jornais em estudo operam, em maior ou menor grau, o compartilhamento de saberes e emoções enquanto estratégias enunciativas. A diferença é que O Globo compartilha um saber especializado, referencial, distanciado, racional e cosmopolita, evidenciando a fala dos especialistas; o Extra, por sua vez, compartilha um saber popular, local, e por isso mais próximo do cotidiano de seu leitorado, isto é, um saber do dia a dia e de utilidade sobre como viver melhor e cuidar das crianças. As duas publicações também compartilham emoções como medo, tristeza, raiva e revolta quando constroem a violência envolvendo crianças e adolescentes. Mas a emoção, no Globo, é contida e triste e, no Extra, aflorada e desesperada. Para além de se relacionarem com seus leitorados pelo saber ou pela emoção, os jornais O Globo e Extra compartilham ainda experiências, em forma de memória sobre a violência no Rio de Janeiro (como sendo uma cidade com locais perigosos, hábitos inseguros, etc.).

As regularidades discursivas identificadas corroboram as expectativas de leitura construídas por cada publicação: o *leitor dos números*, mais racional, de O Globo; e o *leitor das histórias*, mais emocional, do Extra. As publicações permanecem fiéis a suas estratégias discursivas e critérios de noticiabilidade, em conformidade com o posicionamento discursivo e institucional adotado: O Globo comunicando-se com o público mais favorecido economicamente, com ensino superior e que mora nas áreas nobres da cidade; e o Extra

comunicando-se com as classes média e baixa que residem principalmente nas periferias e comunidades. Sendo assim, o modo de Enunciação da violência envolvendo crianças e adolescentes engendrado diariamente pelos jornais O Globo e Extra, bem como o horizonte de expectativas de seu leitorado, interfere diretamente no posicionamento discursivo adotado pelos dois jornais.

Observa-se, todavia, que quando se trata de acontecimentos violentos com alto grau de ruptura da norma social (filhos matam os pais, crianças de famílias ricas assassinadas pelos pais, massacres em escolas e mortes de crianças por balas perdidas, etc), o Extra e O Globo mesclam estratégias enunciativas referenciais e populares. Atendem, assim, a uma série de anseios e expectativas do seus públicos leitores – mais semelhantes em suas angústias, desejos e opiniões do que se supõe comumente, especialmente na atual ambiência de mediatização, com aumento de acesso e circulação de informação, em que a tendência é que os leitores dos jornais de referência e dos populares tornem-se cada vez mais parecidos. Assim, tanto o leitorado do Extra quanto de O Globo querem saber e entender os números, bem como emocionar-se com as histórias de vida.

A análise de dois acontecimentos com grande potencial de mobilização da arena pública de debate – a morte do menino Wesley por uma bala perdida dentro de sala de aula e o *Massacre em Realengo* –, revelou que O Globo e o Extra operam a construção das narrativas recorrendo a uma economia de emoções e sensações, ancorando-se em estratégias discursivas que reforçam sentidos de medo, sofrimento e revolta. Isto é, quando os jornais relatam fatos que chocam e comovem (como as mortes por bala perdida ou chacinas em escolas) a tendência é de se aproximarem de uma fronteira comum: a da espetacularização da violência e da popularização do discurso.

Cada um dos jornais *acentua*, pois, determinados aspectos em suas construções discursivas, mas convergem no entendimento geral de que se trata de violências inaceitáveis, que comovem, revoltam, provocam raiva e indignação – devendo por isso serem tratadas como problemas públicos que

merecem visibilidade. Os sujeitos enunciadores constroem, assim, sentidos da violência aproveitando que a temática já é, por si só, um atrativo especial. Reconhecemos as diferenças de posicionamento discursivo entre O Globo e Extra, mas verificamos que os dois jornais adotam, a depender da gravidade ou da excepcionalidade do acontecimento, a espetacularização do sentido da violência e do sofrimento envolvendo crianças e adolescentes como estratégia enunciativa para informar e seduzir. Compartilham, assim, não somente informações, mas também o entretenimento e a dramatização da vida cotidiana, caminhando para uma forma mais popular de produção da notícia do jornal impresso.

A construção dos dois acontecimentos analisados nesta pesquisa assemelha-se em ambos os jornais, com maior recorrência do discurso da emoção. Isto porque o conteúdo é engendrado no conjunto significante com base na linha editorial, nas expectativas construídas dos leitores e nas "regras do jogo" impostas pelo grupo de comunicação e/ou definidas pela publicação. Assim como uma matéria significante pode produzir vários significados, um conjunto significante também engendra sentidos diversos a depender da articulação dos elementos que o compõem, bem como do modo de dizer operado pelo sujeito enunciador.

Cada enunciador arquiteta, assim, sua própria produção de sentido a partir dos elementos de que dispõe, das expectativas do seu leitor construído e de condições constitutivas de produção inerentes ao campo jornalístico, ao discurso da informação e ao contexto de mediatização – como o constrangimento da forma da notícia e da reportagem impressa, isto é, da contenção de sentidos imposta pelo próprio dispositivo, as mudanças tecnológicas e a reconfiguração da instância de reconhecimento e seus impactos na natureza das relações no interior do dispositivo de enunciação.

Esta conjunção de fatores mantém uma visada firme em estratégias enunciativas que enfatizam um "fazer-crer", um "fazer-saber" e, por fim, um "fazer-sentir", possibilitando que matérias significantes semelhantes produzam efeitos de sentido diversos a depender de como são articuladas. Ou seja, os meios de comunicação podem noticiar um mesmo

acontecimento, mas cada um deles engendrará novos e variados sentidos em sua produção, comprovando que a significação emerge no modo de dizer, na Enunciação, e não apenas no que é dito.

Alguns acontecimentos que historicamente irrompem na esfera pública recebem o mesmo tratamento mediático porque ativam memórias partilhadas socialmente e são entendidos como desviantes e inaceitáveis – fazendo emergir mais fortemente discursos de medo, raiva, revolta, dor e sofrimento. Nestes casos, a tendência verificada foi uma hibridização entre o jornal popular (Extra) e o referencial (O Globo), ambos operando um "fazer-saber" e um "fazer-sentir" em grandes proporções em suas estratégias enunciativas: *layout* mais colorido e com maior recorrência do preto e do vermelho; fotografias em tamanho grande e que ocupam páginas inteiras; títulos situacionais que, para além de informar, indicam um estado, revelando a opinião do jornal sobre o fato noticiado; títulos em discurso direto e/ou em caixa alta concedem a voz aos implicados diretos, conferindo maior concretude e dramaticidade ao relato; textos mais adjetivados e com vocabulário que remete ao léxico do binômio perda-dor.

Por fim, este trabalho analisa comparativamente duas publicações de grupo e comprova que, quando se trata de um mesmo acontecimento mediático com grande apelo emocional, dois jornais de matrizes diferentes podem utilizar estratégias convergentes, revelando uma tendência de aproximação em termos enunciativos. Os jornais O Globo e Extra, mesmo partilhando de um emissor empírico comum, algumas rotinas produtivas e conteúdos, posicionam-se de maneiras distintas no mercado editorial, mantendo-se fiéis ao posicionamento estabelecido na relação cotidiana com seus respectivos públicos. Apesar disso, fazer parte de um grupo de comunicação é condição constitutiva de produção do discurso, impactando, em maior ou menor grau, no modo de enunciação operado pelos sujeitos discursivos – mesmo que as evidências sejam sutis e inseridas dentro de um escopo ampliado de regularidades discursivas.

4 Considerações Finais

Neste trabalho foi empreendida uma reflexão sobre a maneira pela qual os processos de mediatização se inscrevem na produção de sentido operada pelos *media* impactando, sobretudo, nos modos de enunciação jornalístico. Buscou-se demonstrar que a mediatização configura-se como uma condição de produção do discurso mediático sobre a violência envolvendo crianças e adolescentes por, entre outras, reconfigurar a natureza das relações entre enunciadores (os jornais) e coenunciadores (leitores), e estimular uma maior interpenetração de linguagens – apropriando-se cada vez mais das formas textuais da Internet e do Audiovisual.

Retomando o pensamento de Eliseo Verón (2013), a Internet representa, atualmente, a maior ruptura em termos de processos de mediatização por afetar muitos aspectos das sociedades como o acesso à cultura e ao conhecimento, a relação com o Outro e o vínculo das pessoas com as instituições – até mesmo com as instituições mediáticas. A Internet permite introduzir os resultados discursivos das operações cognitivas de primeiridade, secundidade e terceiridade no ciberespaço, maximizando, em proporções nunca vistas, os processos de produção, circulação e reconhecimento de sentidos mediatizados; afetando, por consequência, os modos de enunciação dos meios de comunicação como um todo.

Pode-se especular, por fim, que a hibridização ou maior aproximação em termos de linguagens e modos de enunciação entre o jornal referencial e o popular, por exemplo, resulte dos processos de integração jornalística que ocorrem dentro de um mesmo grupo mediático em busca de abranger o máximo de nichos do mercado editorial. Porém, esta prática é observada em vários outros jornais e veículos de comunicação, principalmente na contemporaneidade hiperconectada e mediatizada.

Para além dos interesses empresariais do grupo, estas apropriações de linguagens de outros *media* são fortemente determinadas pelas condições de produção e pelas relações entre os jornais e seus respectivos leitorados, demonstrando

que as publicações analisadas estão atentas às novas demandas da contemporaneidade. O estudo do dispositivo da enunciação – a relação entre enunciador e coenunciador – demonstra a atenção dos jornais O Globo e Extra aos hábitos de leitura de seus públicos, cada vez mais sintonizados com a convergência mediática.

Referências

ANDRADE, I. H.; FERREIRA, G. M. Percurso da reflexão sobre a mediatização nos estudos de Eliseo Verón. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). *Anais...* Rio de Janeiro-RJ, setembro 2015. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/lista_area_COL.htm>. Acesso em 13/12/2015.

BENVENISTE, E. *O aparelho formal da enunciação*. In: BENVENISTE, É. Problemas de linguística geral II. Tradução Eduardo Guimarães et al. Campinas: Pontes, 1989. pp. 81-90.

BRAGA, J. L. Mediatização como processo interacional de referência. In: *Animus – Revista Interamericana de Comunicação Midiática*. Universidade Federal de Santa Maria – **Vol. V**, n. 2 (julho/dezembro). Santa Maria: NedMídia, 2006.

DEACON, D.; STANYER, J. Mediatization: key concept or conceptual bandwagon? In: *Media, Culture and Society*, n° 36 (7) pp. 1032-1044, 2014.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma «analítica» da midiatização. *Revista Matrizes*, n. 2. São Paulo, abril 2008. pp. 89-105.

_____. A circulação além das bordas. *In:* A. FAUSTO NETO; S. VALDETTARO (org.). *Mediatización, sociedad y sentido: Diálogos entre Brasil y Argentina*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario, 2010. p. 02-17.

_____. *AD – Rumos de uma nova analítica*. *In:* G. M. FERREIRA *et al*. Mídia, discurso e sentido. Edufba: Salvador, 2012. p. 27-42.

HEPP, A. *et al*. Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. In: *Media, Culture & Society*, n° 2, *vol. 37*, 2015.

HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Revista Matrizes.* Ano 5 – nº 2 jan./jun. 2012 - São Paulo – Brasil.

MAINGUENEAU, D. *Les termes clés de l'analyse du discours*. Paris, Seuil, coll. Mémo, 2009.

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

MOUILLAUD, M.; PORTO, S. D. (Org.). *O Jornal: da forma ao sentido*. 3. ed. Brasília: UnB, 2012.

VERÓN, E. *Fragmentos de um tecido.* Trad. Vanise Dresch. São Leopoldo (RS): Editora Unisinos, 2004.

_____. *Sémiotique ouverte: itinéraires sémiotiques en communication*. Paris : Lavoisier, 2007.

_____. Midiatização, novos regimes de significação, novas práticas analíticas? In: FERREIRA, G. et al. (Eds.). *Mídia, discurso e sentido*. Salvador: Edufba, 2012a. p. 17-25.

_____. *Prólogo*. *In:* M. CARLON; A. FAUSTO NETO (orgs.). *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012b. p. 9-15.

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

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

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

WIEVIORKA, M. *La violence*. Paris: Hachette Littératures, 2005.