Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

# Contratos enunciativos jornalísticos: um percurso histórico pelo viés semioantropológico da mediatização

# Enunciative journalistic contracts: a historical path through the semi-anthropological bias of mediatization

Claudiane Oliveira Carvalho

**Palavras-chave:** Mediatização; Enunciação; Jornalismo; Contrato.

Este artigo propõe abordar, numa perspectiva diacrônica, as mudanças ocorridas nos contratos enunciativos jornalísticos a cada fenômeno mediático, o qual é impulsionado pelo surgimento e institucionalização social de uma nova tecnologia. De caráter crítico-analítico, o texto realiza uma revisão de literatura, a fim de demonstrar como o viés semioantropológico da mediatização, defendido por Eliseo Verón, consiste numa alternativa para traçar a história social dos media tendo em vista as alterações nas enunciações do jornalismo. O presente estudo é composto de três partes: discussão teórica sobre mediatização; uma visão semioantropológica às transformações no jornalismo e, por fim, as implicações dos fenômenos mediáticos (advento da prensa de tipos móveis, fotografia, rádio, televisão e internet) na enunciação jornalística.

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

## 1. História social dos *media* pelo viés dos estudos da mediatização[1]

Ao longo do tempo, o desenvolvimento das tecnologias da comunicação e informação e seus usos e apropriações institucionalizados socialmente acarretaram mutações nas relações, práticas e discursos dos mais distintos campos da sociedade. No que tange à produção e intercâmbio do discurso informativo, o desenvolvimento dos *media* impõe transformações a esses processos, reelaborando o caráter simbólico da vida social e reestruturando os meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si. (Thompson, 1995)

Nos anos finais do século XX e primeiras décadas do XXI, a comunicação mediática passou por expressivas alterações, capitaneadas pela passagem do digital ao analógico, surgimento da internet e web, lançamento dos dispositivos móveis e plataformas de mídias sociais. Esses fenômenos deflagraram os estudos sobre a alcunha de mediatização. Embora a primeira referência ao termo tenha ocorrido em 1933 pelo sociólogo alemão Ernest Manheim, o conceito começou a ser explorado com mais intensidade, a partir dos anos 1980, para fazer referência às mudanças na sociedade e na cultura provocadas pela ambiência dos meios de comunicação. (Lundby, 2014)

Para dar conta dessa problemática, três correntes de pesquisa se destacam nos estudos da mediatização: institucional, construcionista e materialista/tecnológica. Esta última enfatiza a atividade mediática e o processo de digitalização e considera que, cada época, institui sua materialidade mediática dominante. Um dos expoentes das abordagens institucionais, Stig Hjarvard (2013, 2014) propõe a distinção entre

[1] Adotamos o termo "mediatização" em referência à noção de *médium* e à mediação inerente ao processo social de construção do sentido.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

sociedade mediada e mediatizada. Nesse espectro, a comunicação mediada transforma-se em mediatização, quando o processo contínuo de mediação molda as alterações na sociedade e na cultura. Para o autor, mediatização é mais que simples mudança, é a transformação radical dos códigos socioculturais a longo prazo.

Em suas últimas produções acadêmicas, o semioticita Eliseo Verón (2013, 2014) lançou uma visada semioantropológica, de vertente construcionista, à mediatização. Ao vislumbrar o conceito no contexto da evolução da espécie, o cientista considera que a mediatização é a exteriorização de processos cognitivos em um suporte material. Em outros termos, é a exteriorização da produção de sentido por meio dos dispositivos técnicos da comunicação.

Se o processo de mediatização do jornalismo for considerado numa perspectiva semioantropológica, tem-se que, em proporções distintas e de forma contextualizada cultural e historicamente, a produção, circulação e recepção do discurso jornalístico acarretam: reorganização do espaço-tempo; autonomia e persistência do discurso no tempo e no espaço; aceleração do tempo histórico (historicidade midiatizada); e revolução do acesso.

## 2. Uma visada semioantropológica às transformações na produção jornalística

Na perspectiva diacrônica proposta por Verón (2013, 2014), a mediatização do jornalismo é marcada por uma sequência de fenômenos mediáticos metaforicamente denominados de “momentos”. Couldry e Hepp (2017), por sua vez, chamam de “ondas” as mudanças provocadas pela emergência das novas tecnologias na história. Os autores destacam como ondas, a mecanização, a eletrificação, a digitalização e a datificação. O fato é que todo fenômeno mediático provoca uma mudança na escala espaço-tempo, a

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

qual reverbera na produção jornalística afetando a dimensão simbólica (da enunciação) e a dimensão econômica.

Atinente à dimensão simbólica, um novo meio promove mudanças nos modos de dizer do jornalismo, esboçando a constituição de contratos enunciativos diferenciados. Vale ressaltar que a noção de contrato é usada por Eliseo Verón desde os anos 1980, quando elaborou o conceito de contrato de leitura para referir-se ao dispositivo enunciativo construído, especialmente pelos veículos impressos, para estabelecer um vínculo com a recepção. A noção vem sendo refinada ao longo do tempo e a perspectiva de vínculo e elo foi, paulatinamente, substituída por articulação, interface e acoplamentos entre instancias de produção e recepção. Assim, as gramáticas instauradas por cada meio motiva variações nas relações entre as instâncias de produção e de recepção (reconhecimento)[2].

No que se refere à dimensão econômica, o modelo de negócio é afetado, a estrutura das redações e os recursos necessários à produção também são modificados. E, nessa conjuntura, o perfil profissional não passa incólume às transformações. Charaudeau (2012) afirma que a conjunção entre as dimensões simbólica e econômica dos *media* noticiosos constitui a própria enunciação do discurso informativo, cuja

[2] Patrick Charaudeau (2012), por sua vez, fala em contrato de comunicação. Numa abordagem muito próxima àquela defendida por Verón, Charaudeau reivindica, entretanto, uma maior inserção nos aspectos sociológicos ao conclamar os dados externos e internos ao contrato, os quais conjugam as dimensões simbólica e econômica. As duas abordagens, entretanto, coadunam no aspecto de que o contrato se refere a um dispositivo enunciativo, cuja circulação coloca em interação as instâncias de produção e recepção. Este texto, adota o termo contrato enunciativo, por considerar que ele engloba as duas perspectivas e também por ter sido a expressão usada por Verón (2013) em seu último livro publicado em vida.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

tessitura articula o fazer saber e o fazer seduzir. Em outras palavras, é preciso seduzir a recepção para o conhecimento do novo.

Neste texto, usaremos a perspectiva semioantropológica da mediatização como um recurso teórico para compreender as transformações provocadas pelas tecnologias estabelecidas socialmente na produção dos discursos informativos. Para tanto, partimos da premissa de que a mediatização se manifesta na enunciação.

## 3. Fenômenos mediáticos e transformações na enunciação jornalística

Antes de tratarmos dos fenômenos mediáticos no jornalismo, acentuamos que, de acordo com Verón (2013, 2014), o estágio inicial de cada momento da mediatização pode ser datado, pois consiste de um dispositivo técnico comunicacional que surgiu e estabilizou-se em comunidades humanas identificáveis, sendo, portanto, "adotado". Assim, as tecnologias aparecem como motor das transformações, mas não são responsáveis pelas mesmas. É a institucionalização social de usos, práticas e apropriações dos dispositivos técnicos que determinam tais mutações.

### 3.1. Dos panfletos ao jornal: a periodicidade como marca do tempo social

Os panfletos e outros veículos, marcados pela efemeridade, entraram no mundo escritural como consequência do advento da prensa de tipos móveis. Segundo Verón (2013, p.220-221), os panfletos e, depois, os jornais representaram o "em vivo e em direto" da primeira modernidade.

Durante séculos, os jornais foram os únicos administradores dos ritmos do tempo social e políticos públicos. Essas publicações inspiraram produções como o conceito de opinião pública, de Walter Lippmann (2008); e o de esfera pública

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

burguesa, de Jürgen Habermas (1984), o qual foi tensionado pelo próprio autor em escritos posteriores. Ao longo do século XX, a ideologia profissional é delineada fundamentando-se em noções de "objetiviadade" e "neutralidade". Para Verón (2013), o surgimento de outros meios, no século passado, ajuda a explicar o sistema de valores profissionais do jornalismo.

### 3.2 Fotografia: dimensão indicial e alteração de escala para todos

O dispositivo enunciativo forjado pela fotografia estabelece um contrato pautado pela veracidade e pela força do testemunho: "pela primeira vez na história da mediatização, o discurso produzido pelo dispositivo é portador inequívoco das marcas do momento da produção e essas marcas formam parte inseparável do sentido final do discurso". (Verón, 2013, p. 247) A fotografia também instaurou novas condições de acesso, isto porque a fabricação industrial colocou o dispositivo ao alcance do indivíduo, estabelecendo uma porosidade entre as instâncias de produção e recepção.

### 3.3 Rádio: a mediatização da temporalidade do discurso linguístico

Ao trazer a voz para o discurso, o rádio conclamou a presença do corpo, acentuando a perspectiva de legitimidade do índice. Além da legitimidade, o contrato enunciativo estabelecido pelo rádio é calcado também na instantaneidade e na interatividade.

Ao promover a mediatização da temporalidade do discurso linguístico (Verón, 2013), o rádio potencializou também a indústria fonográfica. De acordo com Verón, o rádio "mecanizou definitivamente a 'racionalidade' do mundo dos negócios". (Verón, 2013, p. 259)

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

### 3.4 TV: seguimos em contato?

Ao longo da segunda metade do século passado, o *broadcasting* televisivo determinou o que Verón (2013) definiu como "televisão histórica", a qual deixa de ser viável quando o receptor, mediante os protocolos e regimes da internet, passa a controlar as condições espaço-temporais de consumo dos produtos audiovisuais. Apesar de estarmos diante do declínio dessa concepção de tv *broadcasting*, vale a compreensão dos contratos enunciativos que ela colocou em vigor ao longo de meio século de sua história, a saber: televisão como uma "janela aberta ao mundo" (1950-1970); a própria televisão se converte em instituição interpretante (1980-2000) e amador entra em cena instituindo-se como interpretante dominante (virada do século XX ao XXI).

### 3.5 Internet, web, redes sociais e tecnologia móvel: a revolução do acesso

A mutação nas condições de acesso dos atores individuais à discursividade mediática vem produzindo transformações inéditas nas modalidades e fluxos da circulação. (Verón, 2013, 2014; Fausto Neto, 2018; Braga, 2017)

As novas modalidades da circulação mudam o acesso ao conhecimento e à cultura; a relação com o outro e o vínculo do ator social com as instituições. (Verón, 2013) No que diz respeito ao ciclo do processo produtivo do discurso informativo, é relevante ter em vista que a circulação é uma instância de mediação entre a produção e o consumo, comportando três operações: os usos dos meios; as operações produtivas e o trabalho de reconhecimento. (Ferreira, 2017) Para que hajam os usos, é preciso o acesso às tecnologias, dimensão indispensável às práticas e às apropriações. As modalidades de circulação, delineadas pelos novos dispositivos materiais de comunicação, promovem a

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

reconfiguração do acesso. Os lugares de produção e recepção são tensionados e as interfaces entre esses polos permitem os jogos de acoplamentos instituídos pela "desespecialização" do campo midiático. (Braga, 2017) Por fim, o trabalho do reconhecimento é transformado em produtos midiáticos e/ou em dados, mediante a datificação, moldando o ativador principal das transformações no ciclo produtivo dos bens simbólicos.

## 4. Considerações finalizantes

Uma vertente social da história dos fenômenos mediáticos jornalísticos pretende, em linhas gerais, proporcionar a compreensão de como as transformações nas instâncias do ciclo produtivo do discurso informativo reestruturam o caráter simbólico da vida social. Nessa direção, adotamos a perspectiva semioantropológica de caráter construcionista, elaborada por Eliseo Verón, a qual permite reflexões sobre como o desenvolvimento dos meios de comunicação criou novas formas de interação, novos tipos de visibilidade e novas redes de difusão da informação.

# Referências

BARBOSA, Marialva Carlos. Comunicação, história e memória: diálogos possíveis. **MATRIZes.** V.13 - No 1 jan./abr. 2019 São Paulo – Brasil, p. 13-25.

BARTHES, R. *Roland Barthes por Roland Barthes*. São Paulo: Estação Liberdade, 2003.

BARTHES, R. **A câmara clara**: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

BELL, Emily. OWEN, Taylor. A imprensa nas plataformas: Como o vale do silício reestruturou o jornalismo. **Revista de Jornalismo ESPM**. Vol 20. N 6. Dez. 2017.

BRAGA, J. L. Circula o e circuitos: situa ões. *In*: CASTRO, P. C. (org.). *A circulação discursiva*: entre produção e reconhecimento. Maceió : EdUFAL, 2017.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutemberg à Internet. Trad. Maria C. P. Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004. (Interfaces).

CARDON, Dominique. A quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure: Nos vies à l'heure des big data. [Edição Kindle] Le Seuil, 2015.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Tradução Ângela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2012.

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

FAUSTO NETO, Antonio. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma,** Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8, dezembro, 2018.

FAUSTO NETO, Antônio. As bordas da circulação, **revista ALCEU** - v. 10 - n.20 - p. 55 a 69 - jan./jun. 2010.

FERREIRA, Jairo. As metamorfoses da circulação: dos fluxos às questões de reconhecimento. *In*: CASTRO, P. C. (org.). *A circulação discursiva*: entre produção e reconhecimento. Maceió : EdUFAL, 2017.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**, Editora Unisinos, São Leopoldo, 2013.

HJARVARD, Stig. Midiatização: conceituando a mudança cultural e social. **MATRIZes**. 2014, Vol. 8.1, pp. 21-44.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Trad. de Jacques A. Wainberg. Petróplis, RJ: Vozes, [1922] 2008.

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

MAYER- SCHONBERGER, Victor; CUKIER, Kenneth. **Big data**: como extrair volume, variedade, velocidade e valor da avalanche de informação cotidiana. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O Jornal**: da forma ao sentido. 2. ed. Brasília: UnB, 2002a. p. 29-36 (Comunicação, 2).

SCHAEFFER, Jean-Marie. **L'image précaire.** Du dispositive photographique. París, Seuil, 1987.

SODRÉ. Muniz. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

THOMPSON, John B. A interação mediada na era digital. **MATRIZes.** V.12 - No 3 set./dez. 2018 São Paulo - Brasil JOHN B. THOMPSON p. 17-44.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Uma teoria social da mídia. Trad. Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1995.

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

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

VERÓN, Eliseo. L'analyse du contrat de lecture: une nouvele methode pour lês études de positionnement des supports presse**, Les médias, expériences, recherches actuelles, applications**, Paris, IREP, 1985, p. 203-229.

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

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. C. *The platform society:* public values in a connected world. New York: Oxford University Press, 2018.