Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

A circulação midiatizada no/do jornalismo [1]

Media circulation in/of journalism

Camila Hartmann

Palavras-chave: Midiatização; Circulação; Jornalismo.

Nossa abordagem endereça a midiatização como um processo contínuo, de vasta complexidade e cujo desenvolvimento é potencializado ao passo que a externalização dos elementos de produção social de sentidos, através de materialidades técnicas, se torna cada vez mais multifacetada. Trata-se de um processo que sinaliza a incidência do campo midiático sobre os modos de interação social, intervindo na apreensão da experiência e condicionando o exercício de múltiplas práticas desde a propagação e convergência de novos protocolos sociotécnicos. Concebemos que esse processo se dá de diversas formas e assume características distintas no tempo e espaço de cada sociedade. A par de Ferreira (2016), entendemos a midiatização como um ângulo epistemológico específico de investigação dos processos midiáticos.

Seguindo a perspectiva semioantropológica advogada por Verón (2014), toma-se a midiatização como o resultado operacional de uma dimensão da espécie humana: sua capacidade de semiose. Essa capacidade seria exteriorizada na forma de dispositivos materiais através dos fenômenos midiáticos que, portanto, perfariam uma característica

[1] Trabalho apresentado ao VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFBA. Salvador, Bahia. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

universal de sistemas sociais complexos. Esclarece o autor que a vantagem conceitual de um enfoque de longo prazo para pensar a midiatização é clarear que o que ocorre nas sociedades da modernidade tardia iniciou há muitos anos – escapa-se, assim, de um determinismo tecnológico.

Todavia, não desconsideramos que o desenvolvimento da midiatização foi fortemente acelerado conforme os meios de comunicação de massa foram se imbricando no convívio social e assim segue através da crescente digitalização das relações interpessoais aliada a um mercado de mídia que avança de maneira avassaladora. A curvatura evolutiva da midiatização tem deslocamentos profundos especialmente a contar do século XX, "em aceleração cada vez maior por parte dos avanços tecnológicos e da industrialização recente" (Sbardelotto, 2018, p. 5). Como bem exposto por Sbardelotto (2018, p. 5), tal desenvolvimento não é natural, linear, mas "uma evolução em processos de mudança históricos heterogêneos e irreversíveis, [...] por meio de uma seleção social em relação a aspectos caracterizadores da comunicação".

A incursão da midiatização como objeto de investigação no programa de estudos do campo da Comunicação é, por conseguinte, facilitada no bojo da experiência social contemporânea. Os nórdicos Hepp, Hjarvard e Lundby (2015) já indicaram que a midiatização como conceito emergente poderia ser pensada como atinente a uma mudança de paradigma nos estudos em Mídia e Comunicação. Couldry (2010), a seu turno, enfatiza que está em curso uma transformação profunda que contesta a ontologia desde a qual se fundamentava o paradigma da comunicação de massa. Pode-se assumir que na vigente ordem comunicacional "passamos dos meios de massa para a massa de meios" (Alves, 2013, n.p.).

A ideia de uma midiatização cada vez mais arraigada – tema deste Seminário – é trabalhada, desde o Sul Global, pelo pesquisador argentino Carlón (2020). O autor afirma que o pós-moderno, o midiatizado, ficou já para trás: "vivemos em uma sociedade muito mais complexa que a moderna (midiática) e a pós-moderna (midiatizada) porque é hipermidiatizada (Carlón, 2020, p. 104, tradução nossa).

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

Seguidor dos preceitos de Verón, ele atesta que a sociedade atual seria hipermidiatizada; nela, não existiria apenas mais um único sistema midiático, o dos meios massivos, mas concomitantemente outro que tem sua base na internet (com meios como Instagram, Facebook e Twitter) e, por fim, um terceiro sistema que o autor nomeia de underground e no qual estaria o WhatsApp (Carlón, 2020, p. 106).

O diagnóstico do autor de que vivemos esta hipermidiatização vai além, implicando no reconhecimento da emergência de novos enunciadores, que se propagam especialmente na internet, e na transformação dos tradicionais. Ademais, teríamos a difusão de um novo tipo de circulação, a hipermidiática, que vem afetando aos distintos tipos discursivos e práticas sociais, atrelado ao descortinamento de novas lógicas, também hipermidiáticas (Carlón, 2020, p. 104-5).

Convém recordar que o estudo da midiatização com foco nos processos de circulação de sentidos está colado à perspectiva desenvolvida na América Latina, ao passo que é uma problemática ainda pouco (re)conhecida entre os europeus. O conceito de circulação foi introduzido por Verón (1996) e se refere à trajetória de signos e sentidos através do espaço social. A reflexão se insere no quadro de reconfiguração do tecido social no qual a relação entre produção e reconhecimento complexifica-se através de novos arranjos de ordem técnica e discursiva (Verón, 1996; 2004; 2014). O espaço entre produção e recepção, por muitos anos pensado como um mero hiato ou intervalo, se estabelece como uma instância operadora da comunicação, uma vez que os sentidos se produzem não num ou noutro polo, mas precisamente no contato entre os dois.

Intercâmbios e atravessamentos entre gramáticas de produção e de reconhecimento (Verón, 2004) são características definidoras do ambiente midiatizado e é precisamente aí que a circulação se consagra enquanto uma porta de entrada para compreender o processo de midiatização movendo a ênfase dos meios para o espaço da produção de sentidos em interação. Constituem-se redes de fluxos transversais nos quais é impossível distinguir pontos de partida e de chegada (Braga, 2015; 2017). Qualquer episódio comunicacional pode dar início a outro, infindavelmente, e os processos

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

interacionais derivados dos movimentos enunciativos em ambas as gramáticas ocorrem em circuitos que ultrapassam o estritamente midiático.

Na perspectiva de Fausto Neto (2018), a circulação vem a ser tomada não como lugar de passagem, e sim de constituição de sentidos múltiplos, espaço gerador de potencialidades e de reconfiguração de processos interacionais. Rosa (2022, p. 107), a seu turno, atesta que se trata de "uma relação de atribuição de valor nas interações – portanto, perceptível entre produção e reconhecimento, com suas inúmeras defasagens e assimetrias". E o reconhecimento, como a autora comenta em publicação anterior, seria crucial: "se só existir não basta em nosso cenário midiatizado, pois é preciso estar visível na circulação, percebe-se que o papel do reconhecimento é fundamental" (Rosa, 2019, p. 31-2).

Partindo de outro lugar, propomos pensar que a circulação é também produção. A produção é, tanto quanto a recepção, sentido circulante na circulação. Pertinente esclarecer que essa proposição surgiu durante o debate num grupo de trabalho integrante deste Seminário, edição VI (2024), endossada, posteriormente, na tese de doutorado de um/a dos/as autores/as. Desafiamo-nos a refletir sobre a centralidade da produção *em* circulação (Braga, informação verbal, grifo do autor).[2]

Menos do que o reconhecimento e/ou a recepção, a proposta é pensar mais o polo da produção como referência para estudar a circulação. Nos interessa refletir sobre os processos inovadores que atravessam o jornalismo, notadamente, a produção jornalística – uma produção que, conforme extensamente argumentado na referida tese

[2] Informação verbal proferida por José Luiz Braga durante o debate no grupo de trabalho (removido para não denunciar autoria)/VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais, ECA-USP/POSCOM-UFSM (híbrido). A gravação, do dia 2 de maio de 2024, encontra-se disponível em (removido para não denunciar autoria). Esclarecemos que as demais referências à "informação verbal" envolvendo José Luiz Braga dizem respeito a essa mesma circunstância.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

(autoria removida), afeta e é afetada pela circulação. Indagamos, portanto, como a produção jornalística vem a ser alterada em seus conceitos mais primordiais, a exemplo da noticiabilidade.

A noticiabilidade, cabe frisar, é situada analogamente à ordem do discurso, nos termos foucaultianos (Foucault, 1996), na medida em que também é própria de um período específico, possui uma função reguladora, normativa, e põe em funcionamento procedimentos de organização do real. Ela trata da compreensão de uma ordem noticiosa que reproduz a percepção de uma dada ordem social e dá a ver condições para a construção de situações de comunicação definitórias de elementos do jornalismo corporativo em atenção a seus compromissos sociais da cobertura noticiosa (Hartmann; Silveira, 2018).

A noticiabilidade versa, finalmente, sobre o modo como o jornalismo profissional organiza e opera os sentidos sociais. Como, então, ela se reconfigura no ambiente midiatizado, a reboque de uma circulação em que emergem tantas discursividades que concorrem entre si e irrompem em circuitos cada vez mais diversos? Uma análise sobre a lógica de funcionamento do algoritmo do TikTok, nos perfis @estadao e @folhadespaulo, demonstra que veículos consagrados no exercício do jornalismo vêm praticando a sua domesticação. Ponderar sobre a dimensão de sua institucionalidade nos parece inevitável – eles se atualizam (ou assim o tentam) frente às novas possibilidades emergentes em articulação com a recepção.

Em que pese as plataformas não serem protagonistas na produção de conteúdo, elas têm grande impacto na formação dos procedimentos e regras que norteiam as novas configurações noticiosas, em especial no âmbito da circulação. A operação dos algoritmos na sociedade incivil (Sodré, 2021), põe de manifesto a emergência do que convencionamos chamar de jornalismo domesticado.

Trata-se de um funcionamento praticado sob um altíssimo grau de opacidade e propenso a subjugar fatos a uma espécie de *fazer caber*. E nem adentraremos aqui no debate sobre as já incontestáveis – e também pouco visíveis para a audiência – linhas

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

editoriais, que sempre impuseram muitos demarcadores ao fazer saber. O imperativo é de uma estrutura modulada a comunicar uma realidade "objetiva" – nas palavras de Sodré (2021, p. 156, grifo do autor) – "[...] a uma teatralização ou, ao menos, a um jogo cênico dos fatos, que os torna *indecidíveis* sob o ângulo de uma verdade consensual [...]."

O TikTok dita uma redefinição da linguagem jornalística, com novos formatos narrativos – a exemplo do que Lindemann, Schuster e Belochio (2022) já apontaram – e temporalidades aceleradas, o que afeta os processos produtivos, que passam a ser adaptados para maximizar a performance algorítmica. Ao priorizar o que aparece ou não para os usuários, com base em critérios de engajamento, não necessariamente de relevância pública, o TikTok define quais notícias têm alcance, moldando a visibilidade e, portanto, o consumo de informação.

Napoli e Caplan (2018) argumentam que as plataformas, notadamente as de mídia social digital, bem como os curadores de conteúdo online, operam não somente como organizações de mídia em sentido amplo, mas como organizações de notícias. Assim se dá devido à relevância que desempenham em torno das decisões editoriais sobre o fluxo de informações. Com o auxílio dos algoritmos, ao selecionarem para os usuários o que aparecerá em seus perfis ou feeds, as plataformas exercem um papel decisório bastante similar às políticas editoriais praticadas historicamente pela imprensa.

A obscuridade algorítmica é correlata à consolidação de um cenário que García Canclini (2020, p. 10, tradução nossa) entende como propício à "descidadania" (*desciudadanización*), em que "nossas opiniões e comportamentos, capturados por algoritmos, estão subordinados a corporações globalizadas. O espaço público se torna opaco e distante". A produção jornalística, por conseguinte, termina por ser conformada sob princípios outros, nem sempre atinentes ao fundante compromisso do interesse público. Convém questionar se o que ocorre por trás dos códigos se dá em favor de um jornalismo plural e fiscalizador dos poderes.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

Propomos, assim, a noção de jornalismo domesticado para evidenciar a crescente subordinação da função informativa, atinente ao canônico compromisso público, a estratégias de engajamento orientadas, sobretudo, às dinâmicas das plataformas digitais. Trata-se, voltando ao diálogo com Braga (informação verbal), da transformação da produção da grande mídia estabelecida, e que não é a mesma da era da mídia de massa, tampouco "a produção da circulação [...] é a produção de vinte ou dez anos atrás; é uma produção em circulação que afeta inclusive a mídia hegemônica".

Na hipermidiatização, a produção jornalística se retroalimenta a partir de demandas despertadas pelos usuários das plataformas digitais. Até aí não há um fato expressamente novo, haja vista que o jornalismo, desde o seu surgimento, se moveu por interesses comerciais. A novidade agora está relacionada à dimensão do desejo dos consumidores: "o conteúdo é continuamente modulado, e (re)embalado, informado pelo feedback dos utilizadores" (Poell; Niegborg; Van Dijck, 2017, p. 11).

Nosso breve desenvolvimento analítico revela as peculiaridades de polos produtivos cuja legitimidade institucional é constantemente posta à prova na processualidade da circulação midiatizada no/do jornalismo. Com vigor, aí impera uma racionalidade engendrada a excluir. Propícia a subtrair ou apagar da agenda pública – função primária do jornalismo – tudo aquilo que não acontece sob os ditames imperceptíveis da rede, do algoritmo, da plataforma.

Referências

ALVES, R. C. "Passamos dos meios de massa para a massa de meios". **Valor Econômico**, Rio de Janeiro, 31 jul. 2013. Disponível em: https://valor.globo.com/politica/noticia/2013/07/31/passamos-dos-meios-de-massa-para-a-massa-de-meios.ghtml.

BRAGA, J. L. Circuitos de Comunicação. *In:* BRAGA, J. L. *et al.* (org.). **Matrizes interacionais**: a comunicação constrói a sociedade. Campina Grande: EDUEPB, 2017. p. 43-64.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

BRAGA, J. L. Lógicas da mídia, lógicas da midiatização?. *In:* FAUSTO NETO, A.; ANSELMINO, N. R.; GINDIN, I. L. (org.). **Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones**. Rosario: UNR Editora, 2015. p. 15-32. *E-book*. Disponível em: https://cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros/86/relatos-de-investigaciones-sobre-mediatizaciones.

CANCLINI, N. G. **Ciudadanos reemplazados por algoritmos**. Bielefeld: University Press, 2020. Disponível em: https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/37414. Aceso em: 11 mar. 2021.

CARLÓN, M. **Circulación del sentido y construcción de colectivos**: en una sociedad hipermediatizada. San Luis: Nueva Editorial Universitaria, 2020. *E-book*. Disponível em: http://www.neu.unsl.edu.ar/wp-content/uploads/2020/08/Circulacio%CC%81n-del-sentido.pdf.

COULDRY, N. A *Mídia* tem futuro?. **MATRIZes**, São Paulo, Brasil, v. 4, n. 1, p. 51-64, jul./dez. 2010.

FAUSTO NETO, A. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, Brasil, v. 6, n. 2, p. 8-40, dez. 2018.

FERREIRA, J. A construção de casos sobre a midiatização e a circulação como objetos de pesquisa: das lógicas às analogias para investigar a explosão das defasagens. **Galáxia**, n. 33, p. 199-213, 2016.

FOUCAULT, M. **A Ordem do Discurso**. Aula Inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. São Paulo: Loyola, 1996.

HARTMANN, C.; SILVEIRA, A. C. M. A PROPÓSITO DE UM ESTILHAÇO DE BALA: jornalismo, configuração comunicativa e circulação midiatizada. *In:* Encontro Anual da Compós, 32., 2023, São Paulo. **Anais** [...]. Campinas: Galoá, 2023. Disponível em: proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/a-proposito-de-um-estilhaco-de-bala-jornalismo-configuracao-comunicativa-e-circu?lang=pt-br.

HEPP, A.; HJARVARD, S.; LUNDBY, K. Mediatization: theorizing the interplay between media, culture, and society. **Media, Culture & Society**, Glasgow, Reino Unido, v. 37, n. 2, p. 314-324, fev. 2015.

LINDEMANN, C.; SCHUSTER, P. R.; BELOCHIO, V. Em busca da performance jornalística no TikTok: uma análise do Estadão e da Folha de S.Paulo. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, Brasil, v. 19, n. 1, 2022.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

NAPOLI, P.; CAPLAN, R. Por que empresas de mídia insistem que não são empresas de mídia, por que estão erradas e por que isso importa. **Parágrafo**, v. 6, n. 1, p. 143-163, jan./abr. 2018.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Platformisation of cultural production. **New Media & Society**, v. 19, n. 1, p. 1–18, 2017.

ROSA, A. P. da. Circulação: das múltiplas perspectivas de valor à valorização do visível. **Intercom** - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, Brasil, v. 42, n. 2, p. 21-33, maio/ago. 2019.

ROSA, A. P. da. Conflitos midiatizados: das vidas perdidas à política das imagens em circulação. **Líbero**, São Paulo, Brasil, v. 25, n. 52, p. 92-109, set./dez. 2022.

SBARDELOTTO, M. "Olhares" sobre a midiatização: entre o teórico e o empírico, o micro e o macro, o local e o global. *In:* Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais, 2., 2018, São Leopoldo. **Anais** [...]. [*S. l.*]: Midiaticom; São Leopoldo: Casa Leiria, 2018. Disponível em: midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/177/159.

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

VERÓN, E. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.

VERÓN, E. **La semiosis social**: fragmentos de uma teoría de la discursividad. Barcelona: Gedisa, 1996.

VERÓN, E. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **MATRIZes**, São Paulo, Brasil, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan./jun. 2014.