Blindagem midiática: o questionamento comunicacional da mediação jornalística

Ada Cristina Machado Silveira, Clarissa Schwartz Carlos Sanchotene

Palavras-chave: Blindagem Midiática; Dispositivo de Enunciação; Mídia Alternativa.

RESUMO EXPANDIDO

O texto dedica-se ao estudo de um termo posto em voga na cobertura jornalística brasileira em tempos recentes, o de blindagem propagada por via midiática. A noção de blindagem midiática surge no momento social, econômico e político do Brasil de efervescência de manifestações. O enriquecimento econômico favorecedor da ascensão de camadas populares provou um turbilhão de consumo de bens que acelerou a economia criativa e, especialmente, as atividades de disseminação de informações. Em tal contexto, a mídia de referência caracterizada pelo capital de controle nacional e organizada por oligopólios midiáticos desenvolveu um projeto editorial de forte oposição ao governo federal. Na arena de enfrentamento surgem questionamentos decorrentes de suas práticas, os quais adquirem visibilidade a partir da emergência das mídias sociais, do sancionamento do marco civil da internet e de projetos jornalísticos colaborativos que buscam constituir-se em alternativa em relação à abordagem da mídia tradicional (Peruzzo, 2008). Faz-se importante esclarecer que a emergência da noção de blindagem midiática é característica de uma polarização que cresceu progressivamente durante o período tomado a partir do ano de eleição para o primeiro mandato da presidente do Brasil Dilma Rousseff até o momento presente (2010-2016).

Um estudo baseado em exemplos da imprensa brasileira permitiu identificar duas formas principais de prática da blindagem: a) ausência de abordagem de determinados assuntos na cobertura jornalística dos principais veículos de comunicação do Brasil e b) tratamento enunciativo diferenciado para situações semelhantes com intenção de deturpar, amenizar ou agravar a importância dos acontecimentos em tela (Silveira, 2014). Nesse sentido, a mídia alternativa, representada especialmente por blogs, sites e portais, utiliza-se da expressão "blindagem" como recurso próprio do jargão jornalístico e que teria por finalidade a denúncia de uma prática considerada antinômica dos princípios deontológicos da profissão. Identificam-se os verbos proteger, esconder, manipular, privilegiar, ocultar, favorecer e cobrir também podem ser utilizados para denotar o mesmo significado. Etimologicamente, a palavra blindar deriva do alemão *Blinde*, que designa

uma instalação oculta para proteger militares (Origem, 2014). Com o desenvolvimento tecnológico, o termo expandiu-se para a área da segurança pública e privada (com os veículos e edificações à prova de armas de fogo) e foi incorporado pela imprensa. Observa-se, ainda que, além dos veículos jornalísticos, agentes sociais – notadamente pessoas públicas como políticos e até atletas – utilizam-se da blindagem como um recurso de gestão estratégica de imagem (Silveira, 2015; Hartamann, Iung, Lavarda, Schwartz, & Silveira, 2016). Nesse sentido, a "blindagem como operação discursiva consiste num *tour de force* em favor de um sentido favorável ao que se quer escudar, buscando-se abrigá-lo numa ambiência privada daquelas violências que poderiam acarretar prejuízos e ônus a determinados agentes" (Silveira, 2015, p. 4).

A abordagem aqui referida toma a blindagem midiática enquanto dispositivo. Reconhecendo a proposição de Michel Foucault (1979) para dispositivo entende-se que ele o associa às relações de poder; o dispositivo teria competências de possibilitar um agrupamento de elementos heterogêneos.

A blindagem tomada como dispositivo pode referir-se ao processo relativo ao contrato de comunicação ao deter propriedades de um dado suporte midiático, seu consequente produto e o conjunto de relações que sua recepção pode engendrar. Assim sendo, a blindagem como dispositivo caracterizaria uma dada estratégia editorial da mídia de referência que vem a ser denunciada por mídias alternativas e emergentes. Opõem-se, em tal cenário, diferentes formações discursivas e ideológicas quando operadores do exercício político do poder, consagrando-se, assim, o entendimento da noção de dispositivo como estratégia de ação em torno das relações de poder.

Uma outra percepção da blindagem midiática como dispositivo pode ser buscada nas próprias limitações que a convergência midiática produz e na resposta de grupos de mídia em seu cotidiano noticioso, principalmente quando de seu enfrentamento com as lógicas realizadas por mídias sociais. Trata-se de entender o momento presente como presidido por mudanças estruturais do jornalismo, no qual os cânones da atividade encontram-se em profunda revisão (Deuze, Witschge, 2015).

O texto prevê dois momentos de análise da emergência da blindagem midiática tomada como categoria crítica para análise da cobertura jornalística brasileira. Um primeiro momento detém-se na abordagem das condições de midiatização e seu impacto na sociedade e organizações de mídia do Brasil com vistas à cobertura de acontecimentos de caráter notadamente político. Dele emerge o questionamento comunicacional à atividade jornalística. Um segundo momento apresenta uma análise empírica da atividade

jornalística que leva em conta a apropriação da noção de blindagem por distintos atores, contrastando o que antecipamos *grosso modo* como referente à atividade da mídia de referência contra a ação da mídia alternativa.

Aborda-se a reflexão desenvolvida sobre a noção de midiatização recorrendo-se a distintos autores, como Antonio Fausto Neto (2008) a partir da proposição de Eliseo Verón (1997), e ainda a proposição de Stig Hjarvard (2015).

A discussão emerge do contexto de uma sociedade em processo de midiatização em que lógicas e protocolos midiáticos afetam campos sociais, sujeitos e ações (Verón, 1997). A intensificação da presença dos meios não apenas no âmbito do seu próprio campo, mas também pelo processo de deslocamento e de expansão para outros campos tem afetado o funcionamento discursivo e simbólico de diferentes práticas sociais. De acordo com Fausto Neto (2008), a constituição da sociedade, as formas de vida e interações têm sido transformadas em função da convergência tecnológica que foi disseminada na sociedade segundo lógicas de ofertas e de usos sociais dos meios.

Stig Hjarvard (2015) utiliza o termo "midiatização" para denotar a importância intensa e transformadora da mídia na cultura e na sociedade. Por midiatização, o autor se refere aos processos por meio dos quais cultura e sociedade tornam-se cada vez mais dependentes das mídias. Trata-se de um processo presidido por uma lógica que representaria "uma simplificação conceitual do *modus operandi* institucional, estético e tecnológico da mídia, incluindo-se aí as formas pelas quais a mídia distribui recursos materiais e simbólicos assim como opera com a ajuda de regras formais e informais" (Hjarvard, 2015, p. 54). A fim de compreender como a mídia passa a influenciar as diversas instituições sociais e domínios culturais, o autor combina dois níveis de análise: (1) a influência estruturante da mídia na interação social situada e (2) a institucionalização da mídia, tanto dentro de outras instituições como através do desenvolvimento da mídia como instituição semi-independente em si própria. A mídia, assim, co-estrutura a comunicação e a interação (isto é, o nível da mediação), mas a midiatização ocorre através da institucionalização de padrões de interação particulares (regras formais e informais) e alocação dos recursos interacionais no interior de uma instituição social ou esfera cultural em particular. Assim, a mídia tem se tornado parte integrante da estruturação das interações e instituições sociais.

Segundo Fausto Neto (2006, p. 03), a sociedade na qual se desenvolve a midiatização "é constituída por uma nova natureza sócio-organizacional na medida em que passamos de estágios de linearidades para aqueles de descontinuidades, onde noções

de comunicação, associadas a totalidades homogêneas, dão lugar às noções de fragmentos e às noções de heterogeneidades". A proposição do autor derruba os paradigmas que acreditavam na estruturação e homogeneização da sociedade frente à convergência tecnológica.

Uma perspectiva para a compreensão do conceito de midiatização é assumida por Verón (1997) ao considerar o fenômeno que transcende aos meios enquanto instrumentalidades, pois trata-se de um processo originado tanto pela evolução tecnológica quanto pelas demandas sociais. Um meio de comunicação é um dispositivo tecnológico de produção-reprodução de mensagens associado a determinadas modalidades (ou práticas) de recepção de mensagens. Como um suporte técnico, esse dispositivo engendra processos complexos e simbólicos de produção e recepção, que configuram a estrutura do mercado discursivo.

Retorna-se à preocupação central exposta no presente texto e apontada na dupla articulação da blindagem como dispositivo. Trata-se de compreender a blindagem em sua condição de enunciação manifesta nos discursos jornalísticos, a qual é capaz de reformular e reconfigurar os "modos de dizer" e o trabalho de produção de referência desta modalidade discursiva (Fausto Neto, 2008). Assim, a blindagem também decorreria de novas estratégias enunciativas possibilitadas pelo uso crescente de dispositivos tecnológicos convertidos em meios de interação que redefinem práticas sociais e processos de enunciação.

Através do acompanhamento de 46 sites, blogs e portais online no período referido encontrou-se 102 matérias em que foi possível identificar discursos em que o uso e/ou a problematização do termo blindagem e seus sinônimos. A partir da seleção e análise de um *corpus* de 16 matérias em que o termo "blindagem" foi utilizado nas manchetes das matérias, são reconhecíveis três usos principais: a) blindagem política: estratégia que objetiva proteger pessoas - especialmente políticos - ou instituições de investigações da justiça, sindicâncias públicas ou comissões parlamentares de inquérito; b) blindagem pública: tem por finalidade evitar o contato de pessoas públicas com a imprensa e a consequente exposição na mídia; c) midiática: tem propósito de excluir ou distorcer assuntos na cobertura jornalística alinhando interesses empresariais e políticos. Entre os três usos identificados, percebe-se uma maior recorrência da blindagem midiática, sendo que a tentativa de rompê-la é exercida principalmente pela própria mídia, através da mídia alternativa.