



## PRODUÇÃO, CIRCULAÇÃO E RECEPÇÃO DO JORNALISMO CONTEMPORÂNEO: BREVE PANORAMA

*Production, circulation and reception of contemporary journalism: brief overview*

*Producción, circulación y recepción del periodismo contemporáneo: breve visión general*

*Claudiane Carvalho*

Universidade Federal da Bahia  
*claudianecarvalho.29@gmail.com*

### Resumo

Este texto propõe delinear um breve panorama das condições de produção, circulação e consumo do jornalismo em um contexto social de mediatização profunda, marcado pela ubiquidade e interconexão. De caráter crítico-analítico, o artigo comporta revisão de literatura que articula estudos do jornalismo com a sociosemiótica, tendo como premissa a concepção de que a mediatização promove a autonomia do discurso jornalístico no tempo e no espaço e fomenta ainda a revolução do acesso. No percurso do ciclo produtivo da informação, a circulação emerge como instância de reposicionamento da recepção, reconfigurando também o papel da produção e catalisando novos contratos comunicativos.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Mediatização. Circulação.

### Abstract

This text proposes to outline a brief overview of the conditions of production, circulation and consumption of journalism in a social context of deep mediatization, marked by ubiquity and interconnection. Critical-analytical, the article includes a literature review that combines studies of journalism with sociosemiotics, with the premise that media coverage promotes the autonomy of journalistic discourse in time and space and also fosters the access revolution. In the course of the information production cycle, circulation emerges with an instance of repositioning reception, also reconfiguring the role of production and catalyzing new communicative contracts.

**Key words:** Journalism. Mediatization. Circulation.

### Resumen

Este texto propone esbozar una breve descripción de las condiciones de producción, circulación y consumo del periodismo en un contexto social de cobertura mediática profunda, marcado por la ubicuidad y la interconexión. De carácter crítico-analítico, el artículo incluye una revisión de la literatura que combina estudios de periodismo con socio-semióticos, con la premisa de que la cobertura de los medios promueve la autonomía del discurso periodístico en el tiempo y el espacio y también fomenta la revolución del acceso. En el curso del ciclo de



producción de información, surge la circulación con una instancia de recepción de reposicionamiento, también reconfigurando el papel de la producción y catalizando nuevos contratos comunicativos.

**Palabras clave:** Periodismo. Mediatización. Circulación.

## 1 A MEDIATIZAÇÃO E A RECONFIGURAÇÃO DO JORNALISMO CONTEMPORÂNEO

A tão desejada e propalada onipresença da mídia jornalística é retomada na contemporaneidade sob a perspectiva de reconfiguração dos processos de produção, circulação e recepção dos discursos jornalísticos. A passagem do analógico ao digital, o surgimento da internet e da web, os usos e apropriações da tecnologia móvel, o avanço das redes sociais e da datificação provocam mutações nos modos de fazer, circular e consumir notícia, por meio da ubiquidade e da interconexão (BELL; OWEN, 2017). A nova paisagem mediática altera práticas, discursos e relações no campo, cujos agentes assumem posições e disposições diferenciadas, interferindo no *habitus* (BOURDIEU, 2010).

Essas transformações no campo jornalístico integram uma dinâmica social mais ampla. As mudanças na sociedade e na cultura a partir da ambiência dos meios de comunicação incidem em um fenômeno denominado, especialmente a partir dos anos 1980, de mediatização<sup>1</sup>(LUNDBY, 2014). Uma espécie de “metaprocesso” que atravessa os distintos campos sociais acarretando negociações entre os respectivos capitais dos campos e o “metacapital” mediático (COULDRY, 2014).

Numa ótica semioantropológica, a mediatização não é um fenômeno da modernidade tardia, mas diz respeito à capacidade do *homo sapiens* de exteriorizar os processos mentais na forma de dispositivos materiais (VERÓN, 2013, 2014). Por esse prisma, a mediatização consiste em uma sequência histórica de fenômenos mediáticos, que são ativados pelo surgimento de uma nova tecnologia. Vale ressaltar, contudo, que uma tecnologia só se torna um meio quando é institucionalizada e estabilizada socialmente, a partir de usos, práticas e apropriações (VERÓN, 2014; FERREIRA, 2017). E a institucionalização de um novo meio implica transformações na nossa relação social com a escala espaço-tempo.

Nessa vertente de pensamento, a circulação do discurso informativo pelos meios de comunicação torna-o autônomo em relação a emissores e receptores, garante a persistência da

---

<sup>1</sup> Neste texto, adotamos o termo mediatização em referência à noção de médium, à mediação inerente ao processo social de construção do sentido e à exposição dos processos de significação em dispositivos materiais.

informação no tempo e altera as modalidades de acesso. No campo jornalístico, essa mudança na escala espaço-temporal afeta a dimensão simbólica (enunciação) e a dimensão econômica. Na dimensão simbólica, um novo meio promove mudanças nos modos de dizer do jornalismo, instaura novas gramáticas e engendra variações nas relações entre as instâncias de produção e de recepção (reconhecimento). Atinente à dimensão econômica, o modelo de negócio, a estrutura das redações e os recursos necessários à produção são alterados. Além disso, o perfil profissional não passa ileso pelos fenômenos mediáticos.

Desse mirante, olhando em retrospectiva o jornalismo conformado nos últimos anos, constata-se uma intensificação das transformações ativadas pelo fenômeno da convergência (JENKINS, 2009), que convoca novos modelos e propostas para as dimensões: econômica (negócio), tecnológica (perspectivas estrutural e simbólica), profissional (*habitus*), editorial/conteúdo (reconfiguração de narrativas, gêneros e formatos), de meios (especificidades e remodelagens das gramáticas de produção) e de audiência (revolução do acesso que imprime novas atuações e posições ao consumidor) (CANAVILHAS, 2017; BARBOSA, 2009). De caráter contextual, complexo e contínuo, a convergência jornalística não é um processo linear, mas envolve experiências de divergência, desconvergência e coexistência entre culturas distintas (SPARVIERO; PEIL, 2017). Observa-se, por esse exemplo, que o fenômeno mediático não é universal, mas implica a modificação das ações no campo.

No intuito de traçar uma espécie de panorama das condições de produção, circulação e recepção do jornalismo contemporâneo, este texto tem caráter ensaístico e crítico-analítico, comportando uma revisão de literatura que articula estudos do jornalismo com a sociosemiótica. Do primeiro, buscamos localizar práticas e processos instaurados e/ou reconfigurados pela mediatização e pelas modalidades atuais de circulação. Já do segundo, capturamos que o estudo do discurso informativo depende das suas condições de produção, circulação e recepção na sociedade e na cultura<sup>2</sup> e, em vista disso, sustentamos uma justificativa para o panorama pretendido.

Reconhecemos que este empreendimento é seletivo, pois não pode ser exaurido em algumas páginas. Admitidos ainda que, na tentativa de delinear esse panorama, colocamos em diálogo autores que, muitas vezes, não comungam os mesmos chãos epistemológicos, mas que, ao tentarem compreender e mapear as condições contemporâneas de atuação do

---

<sup>2</sup> Ao elaborar, na década de 1980, a teoria social do discurso, Eliseo Verón afirma que todo fenômeno social é um discurso e todo discurso é um fenômeno social. Assim, a produção de sentido só pode ser contemplada a partir da análise das condições de produção, circulação e recepção discursiva.

jornalismo, evidenciaram o lugar dos produtos jornalísticos na semiose social. O discurso jornalístico tece o presente, descontextualiza o fato sócio-histórico para (re)contextualizá-lo na construção temporal do próprio jornalismo – a atualidade, o aqui-agora (MOUILLAUD, 2002). Assim, as produções discursivas do jornalismo constituem nossa experiência pública do tempo (SODRÉ, 2009).

De acordo com Verón (2013, p.219-220), a materialidade discursiva dos produtos jornalísticos transformou profundamente a relação dos textos com a temporalidade social ao representarem o "ao vivo e em direto" da primeira modernidade. O jornalismo instaurou a periodicidade como um marco geral da mutação do tempo social e, desde o surgimento dos primeiros jornais, estabeleceu um paradoxo contratual:

Por que paradoxo contratual? Porque o que estava tomando forma com os jornais era um vínculo de comunicação que parecia fundar-se, pela primeira vez na história, no puro princípio da periodicidade, quer dizer, *no compromisso enunciativo justificado apenas pelo tempo, e não pelos conteúdos do discurso, vinculados, por sua vez, a tal ou qual notícia*. Como se o contrato dissesse: “me comprometo a falar uma vez por mês (ou por semana, ou por dia), porém não sei o que vou dizer-lhe da próxima vez, não posso saber do que vou falar”. (VERÓN, 2013, p.227, *grifos do autor*)

Ao rechaçar uma possível visão de obsolescência do jornalismo como espaço legítimo da informação na contemporaneidade, António Fidalgo (2004) demonstra, a partir de Otto Groth (2011), que as características do jornal são mantidas no ambiente digital. Assim, periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade continuam presentes nos discursos jornalísticos que circulam na rede, ainda que tais atributos sejam atualizados por conta das gramáticas discursivas dos novos meios. Nessa visada, “a periodicidade tem como ideal atingir o objectivo da simultaneidade do acontecimento e da notícia. Mais marcante para a periodicidade jornalística é a simultaneidade e não a regularidade” (FIDALGO, 2004, p.4). Portanto, na semiose social, o jornalismo ocupa o papel de um regulador do tempo público. E Robert Park (1970) relembra que o conhecimento produzido pela notícia é sobre o presente e só tem validade nesse mesmo presente<sup>3</sup>. Além disso, a narração do fato social constrói e partilha um mundo para além das mediações locais.

Este texto, ao vislumbrar um panorama das condições atuais de realização do jornalismo pelo viés de uma perspectiva semioantropológica da mediatização, aponta que, em proporções

---

<sup>3</sup> Relendo Robert Park, António Fidalgo (2009) defende que o conhecimento do jornalismo integra o *continuum* do qual fazem parte o conhecimento do senso comum e o conhecimento científico. As notícias vivem no presente e dissipam quando outro fato social atrai a atenção do público.

distintas e de forma contextualizada cultural e historicamente, a produção, circulação e recepção do discurso jornalístico acarretam: a autonomia do discurso jornalístico no tempo e no espaço, acelerando o tempo histórico; e a revolução do acesso - um reposicionamento da performance do consumidor no ciclo produtivo da notícia. Desse percurso, construído pela revisão de literatura, emerge uma matriz que pode servir de referência para a ação metodológica. Essa matriz comporta a mediatização, a circulação e a semiose como perspectivas para se pensar o jornalismo no ambiente digital.

## **2 CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO: ASPECTOS DA UBIQUIDADE E DA INTERCONEXÃO**

Até a penúltima década do século XX, o planejamento da produção jornalística tinha como pressuposto a distribuição eficaz e eficiente do repórter no espaço geográfico, a fim de garantir uma ampla cobertura dos fatos num tempo exíguo, respeitando o *dead line* específico de cada meio - rádio, tv e impresso. Todos os processos produtivos confluíam para a redação, para onde também eram direcionadas, em maior escala, as produções advindas das agências e assessorias de comunicação. Além disso, a produção estava direcionada às especificidades dos meios, justificando as nomenclaturas de jornalismo impresso (jornal e revista), telejornalismo e radiojornalismo. Em pouco mais de 20 anos, esse cenário foi diretamente afetado pela digitalização, usos da internet e da web, ampliação das mídias de relacionamentos sociais e das tecnologias móveis (BELL, OWEN, 2017; SATUF, 2019).

Essas ondas da mediatização jornalística determinaram a configuração do jornalismo digital que arregimenta: a produção contínua numa dinâmica 24/7 (24 horas por sete dias da semana); os processos de integração das redações ou produção *cross media*; a “desterritorialização” da redação e alteração nas rotinas produtivas por conta da primazia dos dispositivos móveis; e a ambiência multiplataforma que altera o comportamento do consumidor - o relacionamento com o conteúdo torna-se portátil, personalizado e participativo. O conteúdo jornalístico onipresente é acessado em múltiplos formatos e dispositivos (SILVA, 2015; SILVEIRA, 2017).

Diante desse contexto de convergência e ubiquidade, a abordagem do planejamento e da produção de conteúdo jornalístico pode ser feita à luz da revisão da noção de *news net*, desenvolvida por Gaye Tuchman nos anos 1970. As pesquisas etnográficas da cientista enquadram-se na perspectiva do *newsmaking*, cujos estudos são dedicados, desde a segunda

metade do século passado, a compreender a constituição das rotinas e práticas jornalísticas que desenham uma cultura profissional, conformando um *habitus* partilhado nas competências de reconhecimento, apropriação e uso dos critérios de noticiabilidade, os quais imputam o valor notícia ao fato social (SODRÉ, 2009; WOLF, 2003). Esse *modus operandi* conjuga aspectos simbólicos e econômicos, uma vez que constitui também um método para obter o melhor desempenho e o máximo de informação por um custo financeiro viável.

A noção de *news net*, traçada por Tuchman (1978), refere-se a uma “teia” jornalística tecida pelos repórteres territorialmente espalhados para coletar dados. A fim de garantir a eficiência e eficácia desse espalhamento, a redação assume uma centralidade e também o papel de articuladora, ou seja, corresponde ao local para onde todas as ações devem convergir. Essa hierarquia da redação é anexada a uma perspectiva de conexão, que prevê a distribuição dos repórteres por pontos estratégicos, reverberando na consagração e reiteração das fontes oficiais. Em linhas gerais, centralização e hierarquia são palavras chave nos modos de planejamento da produção jornalística que vigorou até o fim do século passado.

As atualizações das reflexões em torno do *newsmaking*, entretanto, sempre estiveram atreladas às reconfigurações impostas pelos dispositivos técnicos institucionalizados socialmente, ou seja, pelos fenômenos mediáticos. Com o surgimento da internet e mais especificamente da web, foram potencializadas características do jornalismo como multimídia, interatividade, hipertextualidade, customização/personalização, memória e instantaneidade/atualização contínua, moldando o jornalismo digital (PALACIOS, 2002). Com os *tablets* e *smartphones*, taticidade, mobilidade, portabilidade e aplicativos também despontaram como atributos (PALACIOS, CUNHA, 2012; SILVA, 2015; MARQUES, 2014).

Os dispositivos móveis expandem as possibilidades de convergência jornalística, pelo viés da produção e consumo de conteúdos multimidiáticos, ao aliar a mobilidade à conexão ubíqua. Do ponto de vista do planejamento jornalístico, a *news net* deixa de representar essa teia de aranha, quando ocorre o processo simultâneo de desterritorialização e reterritorialização da redação (SILVA, 2015; SATUF, 2019). Em outros termos, a redação não constitui, estritamente, um espaço de centralização, embora continue sendo um importante referencial, ou seja, ocorre um desvio do “*newsroom-centricity*” (WAHL-JORGENSEN, 2010).

A obrigação de voltar para a redação, depois dos processos de apuração ou de passar por ela antes de ir às ruas, é minimizada. De posse de um *smartphone* conectado à rede e com

aplicativos específicos, além de equipamentos adjacentes (tripé, fones, teclado *bluetooth*, entre outros), o repórter apura, capta áudio, registra imagens, grava vídeos, edita e circula a produção por diferentes plataformas. A autonomia do repórter acarreta uma fragilização na hierarquia entre os membros da redação. No mais, um único jornalista conjuga atividades antes distribuídas por distintos profissionais, atingindo uma espécie de polivalência (CANAVILHAS et al, 2019; CANAVILHAS, RODRIGUES, 2014). Nessa conjuntura, a definição do que será pauta depende, especialmente, do que o repórter “encontra” na rua e das possibilidades de produção (apuração e narração) e distribuição de conteúdo multimidiático. A urgência e a instantaneidade ficam ainda mais acentuadas e vislumbra-se uma produção calcada no local, na geolocalização da notícia construída – aspectos que atingem e redefinem a noticiabilidade em sua dimensão de critérios e de valores (SILVA, 2015).

Essa paisagem midiática reconfigurada reflete-se nos modos de fazer e dizer do jornalismo e ganha representação na própria estrutura física da redação, que elimina paredes, biombos ou arquiteturas de aquário para adotar grandes espaços marcados pela visibilidade ampla, pela possibilidade de rapidez e agilidade nos contatos entre os profissionais, os quais se reúnem em mesas de formatos circulares, cercadas por telas conectadas a outros veículos jornalísticos e também a programas de metrificação da audiência.

Em linhas gerais, engendra-se uma nova topologia das redes sociotécnicas. A centralização do modelo proposto por Tuchman (1978) cede espaço para “um adensamento significativo entre os nós, que passam a contar com múltiplas conexões entre si [...] A *news net* se organiza, agora, a partir desta multiplicação acelerada de produtores de conteúdo” (SATUF, 2019, p.100). A rede “hiperdensa” agrega os cidadãos comuns que, também de posse de um dispositivo móvel, fotografam, filmam, registram em texto e áudio os flagrantes do cotidiano, introduzindo, na comunicação midiática noticiosa, uma estética marcada por movimentos controversos, enquadramentos discutíveis e áudios comprometidos, mas que carregam os efeitos de sentido de verdade, pela legitimação do testemunho (CHARAUDEAU, 2012). Nesse ponto, vale acentuar que não nos referimos à perspectiva de jornalismo participativo, defendida por Gillmor (2006). Frisamos apenas que a rede noticiosa ganha outra estrutura e performance quando os veículos podem lançar mão dos materiais capturados pelos cidadãos. A prática jornalística, calcada em princípios deontológicos, tem como premissa publicar, após a filtragem e a apuração – uma ação distinta daquela realizada por não jornalistas em blogs e redes sociais.

Em tempo, os dispositivos móveis são essenciais na constituição dessa rede hiperdensa, mas as plataformas digitais de mídias sociais também cumprem um importante papel, especialmente no que tange às alterações nas modalidades de circulação.

### **3 CONDIÇÕES DE CIRCULAÇÃO: ASPECTOS DA MOBILIDADE E PLATAFORMIZAÇÃO DAS NOTÍCIAS**

A rede hiperdensa demonstra a complexa “circuitaria” por onde trafegam os discursos informativos na contemporaneidade, remodelando as relações entre as organizações noticiosas, seus profissionais e o cidadão comum. A partir de modalidades contemporâneas de circulação do discurso, ocorre a fragilização do especialista, diante da supremacia do “senso comum”. Para Fausto Neto (2018, p. 27), no que concerne à circulação, a internet, além de provocar a revolução do acesso, impõe “à organização social um novo desenho de interação, fundado na exasperação dos ‘contatos entre muitos’, segundo temporalidades diversas”. Este fenômeno, em certa medida, equipara-se ao que Van Dijck e colaboradores (2018) consideram como uma “plataformização da sociedade” e, conseqüentemente, do jornalismo.

A inserção das plataformas de mídias sociais no processo produtivo da notícia acarreta uma “desagregação” entre “conteúdos de notícias - audiência - publicidade”, impondo revisão dos modelos de negócios, novas rotinas produtivas e tensionamento dos critérios de noticiabilidade. Essa reconfiguração ocorre porque a circulação do conteúdo jornalístico pelas diferentes plataformas dissocia o produto (informação) da marca (organização noticiosa produtora), fragilizando o papel de curadoria do jornalismo e deteriorando o antigo modelo de negócio das organizações, calcado na venda de propaganda e publicidade.

Essa “reorganização”, que se iniciou nos anos de 1990 com os mecanismos de busca, foi intensificada com a instauração dos agregadores de notícias (Google News, Apple News, Yahoo News etc), porém sofreu a mais importante reviravolta com as plataformas de mídias sociais, como *Facebook*, *Youtube* e *Twitter*, que têm fomentado a “desverticalização” na distribuição e circulação de notícias, minando a posição privilegiada do jornalismo profissional.

Alavancados pelo fato de que, graças ao *smartphone*, é cada vez mais expressiva a quantidade de consumidores que acessam notícias pelas redes sociais, o jornalismo enfatiza a produção de conteúdos multimidiáticos na contemporaneidade, a fim de atender às reivindicações desse ecossistema marcado pela datificação (VAN DIJCK et al, 2018). Para



Mayer-Schoenberger e Cukier (2013), a datificação é a transformação da ação social nas redes em dados quantificados, assentindo, assim, monitoramento em tempo real e análise preditiva. Os rastros deixados pelo consumidor a cada click, acesso, compartilhamento, curtida, comentário etc são transformados em métricas, cujos controle e conhecimento são das plataformas.

Nesse contexto, a tomada de decisões editoriais sobre o que vai ser veiculado, onde e em que formato fica à mercê das métricas de comportamento de público apontadas por ferramentas<sup>4</sup> que coletam dados de diferentes plataformas para fornecer às organizações de notícias. Segundo David Beer (2016), essa situação faz parte de um panorama social mais amplo, no qual a metrificação está diretamente relacionada ao poder.

Nessa conjuntura, meios nativos da ambiência das plataformas de mídias sociais planejam suas operações em torno do mecanismo de datificação, automatizando as escolhas editoriais que são convertidas em procedimentos quantificados. Os meios não nativos das plataformas e do suporte digital enfrentam situações comunicativas mais complexas. Veículos do impresso, emissoras de rádio e tv procuram aliar a tradição a um ajuste progressivo ao ecossistema das plataformas. Em outras palavras, buscam organizar as operações de notícias em torno do tráfego e da atividade do usuário, desenvolvendo um modelo híbrido que mescla curadoria jornalística e orientação por dados (VAN DIJCK et al, 2018).

Ao isolar o produto e distribuir os consumidores, a “desagregação” apontada por Van Dijck e colaboradores (2018) leva as organizações a adotarem pelo menos duas estratégias de circulação dos discursos informativos: em rede e nativas. Na primeira, a circulação de conteúdos pelas plataformas de redes sociais direciona o leitor para o site do meio jornalístico, onde se pode fazer uma assinatura e consumir a publicidade ali exposta. Na segunda, os editores hospedam suas produções nas plataformas, abrindo mão da condução editorial e enfrentando a dificuldade de monetização do produto. Aqui, a curadoria jornalística é diretamente atacada.

A seleção da notícia, que consagrou a profissionalização da comunidade jornalística e impulsionou estudos como *gatekeeping* e *newsmaking*, deixa de ser uma exclusividade da ação humana no ecossistema das plataformas. A inserção dos algoritmos, que operam mediante a datificação, intervém profundamente no tipo de notícias e no tipo de mídia que atrai muito tráfego. Enquanto cálculos computacionais previamente elaborados para resolver

---

<sup>4</sup> Ferramentas como Chartbeat, NewsWhip, Parse.ly, OutBrain Engage e CrowdTangle são usadas da redação para metrificar o consumo da notícia nas redes em tempo real.

problemas, os algoritmos têm seus sistemas constantemente atualizados através dos dados gerados pela ação dos consumidores na rede. A questão problemática é que as plataformas de mídias sociais têm como objetivo amplificar o envolvimento do usuário. Para tanto, a seleção automatizada de notícias gira em torno dos princípios de personalização e viralidade. A consequência desse processo é que os consumidores definem mais que os jornalistas qual conteúdo é valioso (VAN DIJCK et al, 2018). Eis, portanto, um terreno profícuo para as *fake news*<sup>5</sup>, por exemplo.

O desafio, nesse contexto, é não se render a uma visão causa-consequência do processo que é mais complicado do que a explicação acima consegue abarcar. As conexões entre plataformas, organizações noticiosas e usuários não são lineares, mas complexas e reiterativas, cujo desenvolvimento tem um caráter espiralado. As métricas dos usuários influenciam nos processos de produção e distribuição das notícias pelas organizações noticiosas, as quais, simultaneamente, alimentam e dependem das plataformas. Esses fluxos de circulação, advindos da revolução do acesso, ocorrem entre campos especializados e espaços da cotidianidade, provocando correntes do que Braga (2017) identifica como uma ‘desespecialização’ do campo jornalístico. Além dessa situação de circulação do discurso informativo, o autor defende outros três modelos de circuitos que coexistem na *news net* hiperdensa de fluxos reticulares.

Os outros três modelos elencados por Braga (2017) consistem em: 1) o jornalismo como gerador de produtos e circuitos próprios (lógica da indústria cultural); 2) o jornalismo como o lugar de passagem de outros discursos, por meio do agendamento dos media por outros campos sociais que investem na mediação profissionalizada com os meios noticiosos e 3) a mediatização dos distintos campos sociais, que desenvolvem suas próprias lógicas para fazer circular seus processos, transformando o profissional da redação em *gatewatcher* (BRUNS, 2005).

Essa complexa “circuitaria” compõe a *news net* contemporânea, marcada pela densidade e interconexão, uma atualização decorrente da ubiquidade comunicacional. A circulação é um tema sensível para a própria definição de notícia. Fidalgo (2009), relendo Park (1970), destaca que a notícia para ser notícia precisa ter uma atuação social, ou seja, precisar circular, ser comentada, discutida, partilhada, curtida, conformando um tempo

---

<sup>5</sup> A proposta deste texto não comporta uma discussão mais aprofundada sobre *fake news*. Ver: TANDOC, E. C.; LIM, Z. W.; LING, R. Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, 2018. WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. **Council of Europe report**, v. 27, 2017.

público, uma agenda pública e tecendo o que entendemos como realidade social. Nessa direção, a produção de sentido não se atém apenas às instâncias da produção e reconhecimento (recepção), uma vez que o polo da circulação constitui uma arena de disputa simbólica (e material/estrutural) no campo jornalístico, influenciando nos contratos comunicativos (FAUSTO NETO, 2017).

#### **4 CONDIÇÕES DE RECEPÇÃO: A RECONFIGURAÇÃO DO CONTRATO COMUNICATIVO**

A “plataformização” das notícias altera os contratos de leitura e comunicação entre o veículo noticioso e seu público. Na perspectiva de Verón, o contrato de leitura (1985, 2004) é o “elo”, o vínculo estabelecido entre as instâncias de produção e recepção, a partir dos dispositivos de enunciação que se conformam nos modos de dizer. Verón estudou o contrato de leitura, articulando os estudos da recepção e do texto, especialmente em veículos impressos e teve como base a noção de “leitor modelo” de Umberto Eco (1987). O contrato de leitura aciona um posicionamento discursivo, mediante o qual o veículo propõe um lugar para si (enunciador), um lugar para o público (coenunciador) e uma relação entre ambos. Com a desagregação entre o conteúdo jornalístico e o público, o veículo tem sua marca (imagem) esmaecida ou obliterada nos fluxos de circulação na rede, dificultando a construção ou permanência do elo, “zona de contato” ou “interface” entre o veículo noticioso e o público.

Numa abordagem também de cunho interdisciplinar (sociologia e estudos da linguagem), Charaudeau (2012) propõe a noção de contrato de comunicação, inspirado nos estudos de Goffman (2004) sobre quadros de referencia/ *frames* sociais e de Ricouer (2010) sobre a semiotização global. Nessa abordagem, toda situação de comunicação engendra contratos comunicativos, os quais promovem o cruzamento entre os dados externos (agentes envolvidos, finalidade, propósito e dispositivo de comunicação) e internos (os modos de dizer que conjugam aspectos da heterogeneidade, ideológico e poder, sujeitos do discurso entre outros). O contrato de comunicação é compreendido no espectro de que a mídia aduna as dimensões simbólica e econômica, ambas afetadas pelo fenômeno da plataformização.

Seja na perspectiva de Verón, seja na perspectiva de Charaudeau, a relação contratual no jornalismo contemporâneo está calcada na porosidade entre as instâncias de produção e de reconhecimento/recepção. Entre esses dois polos, ocorrem acoplamentos engendrados pela

revolução do acesso, que aponta a importância da circulação no processo social de construção do sentido (FAUSTO NETO, 2018).

As modalidades e fluxos contemporâneos da circulação mudam o acesso ao conhecimento da notícia e também o vínculo entre o ator social e o jornalismo. Na dinâmica produtiva da notícia, não podemos esquecer que a circulação é a instância de mediação entre a produção e o consumo. Nessa posição intermediária e mediadora, a circulação comporta três operações: os usos dos meios; as operações produtivas e o trabalho de reconhecimento (FERREIRA, 2017). A efetivação do uso depende do acesso às tecnologias, as quais, uma vez estabilizadas socialmente, promovem a reconfiguração do acesso. Num contexto de plataformização da notícia, 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). Na ambiência das plataformas, o trabalho do reconhecimento é transformado em produtos midiáticos e/ou em dados, mediante a datificação, complexificando o ciclo produtivo dos bens simbólicos.

Abordar os contratos enunciativos jornalísticos nessa nova paisagem midiática, defende Verón (2013), é assumir a circulação como dimensão relevante para a produção do sentido e abarcar também o reposicionamento da instância de recepção. Se a circulação reconfigura o contrato, isso decorre do reposicionamento da instância de consumo no ciclo produtivo da notícia (CARLÓN, 2017).

## 5. CONSIDERAÇÕES

Neste texto, intentamos traçar um breve panorama das condições de realização do discurso informativo, tendo em vista os fenômenos mediáticos contemporâneos. No percurso, articulamos estudos do jornalismo a uma perspectiva semioantropológica da mediatização, indicando que o jornalismo cumpre o papel de construir socialmente o sentido do presente, do aqui-agora. Se a história tece o passado, o jornalismo tece o presente. Barbosa (2019), ao lembrar que somos seres históricos, diz que a historicidade é a consciência da nossa humanidade, de nossa dimensão espaço-temporal. Há uma historicidade contemporânea governada pela ação mediática que determina a aceleração do tempo histórico. Essa aceleração é engendrada também no ciclo produtivo da notícia, especialmente com os dispositivos sócio-técnicos que promovem uma porosidade entre as instâncias de produção e recepção.

Em linhas gerais, neste artigo, buscamos apontar que, na atualidade, em proporções

distintas e de forma contextualizada cultural e historicamente, a produção, circulação e recepção da notícia intensificam:

- a autonomia do discurso da informação em relação a emissores e receptores;
- a persistência do discurso informativo no tempo;
- as possibilidades de acesso aos produtos jornalísticos;
- e as possibilidades de interferência do consumidor no ciclo produtivo da notícia.

Para elucidar essa dinâmica produtiva, apresentamos a reconfiguração da *news net*, que forjada na mobilidade gera uma ambiência de ubiquidade comunicativa e interconexão. Observamos ainda que plataformização da notícia (VAN DIJCK et al, 2018) influi nos modos de fazer, dizer, circular e consumir o discurso informativo.

Compreender os impactos da plataformização no ciclo produtivo da notícia solicita, conforme defendem Couldry e Hepp (2017), análises profundas, caso a caso, capazes de engendrar mapas analíticos que nos situem e orientem ao planejamento de ações. Isso porque, embora seja universal, a mediatização é contextualizada e seu grau de profundidade, em cada organização jornalística, depende de um conjunto de fatores. Para esse percurso analítico, uma bússola possível consiste nas categorias, sistematizadas por Hepp et al (2018), para averiguar a profundidade da mediatização em cada organização, a saber: diferenciação dos *media*; aumento da conectividade por meios distintos; crescente onipresença; inovação em ritmo acelerado; e datificação da interação humana pelos *media*.

Esses operadores de análise se sustentam no fato de que os fluxos e modalidades contemporâneas de circulação impõem reconfigurações em todo arco produtivo da notícia (produção, distribuição/circulação e consumo), moldando a circulação como catalizadora das transformações nos contratos comunicativos.

Em linhas gerais, desse percurso de caráter crítico-analítico e ensaísta, emerge uma matriz que pode servir de referência para a ação metodológica. Essa matriz comporta a mediatização, a circulação e a semiose como perspectivas para se pensar o jornalismo no ambiente digital.

## REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Marialva Carlos. Comunicação, história e memória: diálogos possíveis. **MATRIZES**. V.13 - No 1 jan./abr. 2019 São Paulo – Brasil, p. 13-25.
- BARBOSA, Suzana. Convergência jornalística em curso: as iniciativas para integração de redações no Brasil. In: RODRIGUES, Carla. **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009.
- 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.
- BEER, David. **Metric power**. Londres: Palgrave Macmillan, 2016.
- BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Trad. Fernando Tomaz. 14. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.
- BRAGA, J. L. Circula o e circuitos: situa ões. In: CASTRO, P. C. (org.). **A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento**. Maceió : EdUFAL, 2017.
- BRUNS, Axel. **Gatewatching: collaborative online news production**. New York-Washington: Peter Lang, 2005.
- CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: UBI/Labcom, Livros LabCom, 2017 .
- CANAVILHAS, J.; RODRIGUES, Catarina (org). **Jornalismo Móvel**. Covilhã, Portugal: UBI/Labcom, Livros LabCom, 2014
- CANAVILHAS, J.et al (org). **Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis**. Covilhã, Portugal: UBI/Labcom, Livros LabCom, 2019 .
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Tradução Ângela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2012.
- CARLÓN, Mario. La cultura mediática contemporânea: outra combustión. In.: CASTRO, Paulo César (org.). **Circulação Discursiva: entre produção e reconhecimento**. Maceió, Alagoas: EDUFAL, 2017.
- COULDRY, N.; HEPP, A. **The Mediated Construction of Reality**. Cambridge, UK: Polity Press, 2017.
- COULDRY, N. Mediatization and the future of the field theory. In.: LUNDBY, Knut (ed.). **Mediatization of communication** (Handbooks of Communication Science), vol. 21, De Gruyter, Boston/Berlin, 2014.
- ECO, Umberto. **Lector in Fabula**. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- FAUSTO NETO, Antonio. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8, dezembro, 2018.
- 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.

FIDALGO, A. Especificidade Epistemológica do Jornalismo. desfazendo uma ilusão do jornalismo cidadão. CARDOSO, G. et al (org). **Media, Redes e Comunicação**. Lisboa: Obercom, 2009, pp. 219-230.

FIDALGO, Antonio. O jornalismo on-line segundo o modelo de Otto Groth. Pauta Geral- Revista Brasileira de Jornalismo, Ano 11 (6), 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-groth-jornalismo-online.pdf>. Acesso em 5 de maio de 2021.

GILLMOR, Dann. **We the Media. Grassroots Journalism by the People to the People**. USA, O'Reilly Media, 2006.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2004.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos das ciências dos jornais. Petrópolis: Vozes, 2011.

HEPP, A. et al. **Communicative Figurations: Transforming Communications in Times of Deep Mediatization**. Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research. London, UK: Palgrave Macmillan (Springer International Publishing AG), 2018.

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.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

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

MARQUES, Alberto. **Redações convergentes e o impacto dos tablets nas rotinas produtivas jornalísticas**. Anais do V Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, campo Grande, MS, UFMS, de 27 a 29 de agosto de 2014.

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).

PARK, R. A notícia como uma forma de conhecimento . Em STEINBERG, C. [org.] 1970. **Meios de Comunicação de massa**. São Paulo, Cultrix, p. 168-185.

PALACIOS, Marcos et al. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro**. 2002. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_mapeamentojol.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf) Acesso em: 25 de abril de 2018.

PALACIOS, Marcos; CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo da. A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. In: **Contemporânea**. Comunicação e Cultura. V.10, n.03, set-dez., 2012, p.668-685

RICOEUR, Paul. **Tempo e Narrativa**. A intriga e a narrativa histórica. Tomo 1. Trad. Claudia Berliner. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010a.

SALAVERRÍA, R. Tipologia de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasi cación. **Revista mediterránea de Comunicación**, v.8, n.1, p.19-32, 2017.



SALAVERRÍA, Ramón. ; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado** – convergência de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol90Media, 2008.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona, España, Editorial Gedisa, 2008.

SATUF, Ivan. Tecnologias comunicacionais móveis e a reconfiguração da noção de “news net”. In.: PRADO, J. A.B.; SATUF, I. (org.). **Comunicação em ambiente digital**. Covilhã, Portugal: UBI/Labcom, Livros LabCom, 2019.

SILVA, Fernando Firmino. **Jornalismo móvel**. Salvador, Bahia: EDUFBA, 2015.

SILVEIRA, Stefanie C. Para além do jornalismo móvel: o desenvolvimento do conceito de jornalismo ubíquo. **SBPJor** – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 15o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo ECA/USP – São Paulo – Novembro de 2017

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

SPARVIERO, S.; PEIL, C.; BALBI, G. **Media convergence and deconvergence**: global transformations in media and communication research. Cham, Switzerland: Springer, 2017.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia** – Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona, Bosh, 1993.

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

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

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

VERÓN, Eliseo. L'analyse du contrat de lecture: une nouvelle methode pour lés 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.

WAHL-JORGENSE, Karin. News production, ethnography, and power. On the challenges of newsroom-centricity. In: BIRD, S.Elizabeth (org.). **The antropology of News and journalism** – global perspectives. Bloomington: Indiana University Press, 2010.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. Trad. Karina Jannini. São Paulo: Martins Fontes, 2003. (Leitura e crítica).





*Original recebido em: 08 de março de 2020*

*Aceito para publicação em: 08 de maio de 2021*

*Claudiane Carvalho*

Doutora e mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Jornalista. Realizou, na UFBA, dois estágios de pós-doutoramento, com apoio do CNPq (2015-2016 e 2017-2018, respectivamente), sobre as abordagens teóricas da mediatização e circulação aplicadas aos estudos da enunciação mediática. Atualmente, desenvolve pós-doutorado no Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Estudos Inter e Transdisciplinares em Ecologia e Evolução (INCT IN-TREE) com projeto sobre discurso informativo e ciência.



Esta obra está licenciada com uma Licença  
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional

