



cim

Centro de Investigaciones
en Mediatizaciones

Facultad de Ciencia Política y RRH - UNR

nuevas mediatizaciones nuevos públicos

cambios en las prácticas
sociales a partir de las
transformaciones del arte
y los medios en la red

Gastón Cingolani

Beatriz Sznajder

(editores)



Cingolani, Gastón

Nuevas mediatizaciones : nuevos públicos : cambios en las prácticas sociales a partir de las transformaciones del arte y los medios en la red / Gastón Cingolani; Beatriz E. Sznaider ; editor literario Beatriz E. Sznaider ; Gastón Cingolani. - 1a ed. - Rosario : UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2016.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-702-177-6

1. Comunicación Social. I. Sznaider, Beatriz E. II. Sznaider, Beatriz E., ed. Lit. III. Cingolani, Gastón, ed. Lit. IV. Título.

CDD 302.2

Fecha de catalogación: 06/09/2016

editores

Gastón Cingolani

Beatriz Sznaider

diseño

Mariángeles Camusso



Centro de Investigaciones
en Mediatizaciones

Facultad de Ciencia Política y RRH - UNR

Directora

Dra. Sandra Valdetaro

Comité Académico

Prof. Rubén Biselli

Dra. Natalia Raimondo Anselmino

Dra. Mariana Maestri

Dra. María Cecilia Reviglio

Dra. Florencia Rovetto Gonem

Dra. Mariana Patricia Busso

Lic. Mariángeles Camusso

Comité Gestión y Coordinación

Lic. Irene Gindin

índice

Prólogo	6
Operaciones	
José Luis Fernández	10
Interacción: un campo de desempeño múltiple en broadcasting y en networking	
<i>Interação: um campo de atuação múltipla em broadcasting e em networking</i>	
Oscar Traversa	27
Narratividad, ficción y mediatización: algo acerca de sus relaciones	
<i>Narratividade, ficção e midiatização: algo sobre seus relacionamentos</i>	
Mutaciones	
Virginia Brussa	39
Mediatizaciones en tiempos de abundancia de huellas (digitales): Bigdata y métodos digitales para una aproximación a objetos "Stream"	
<i>Mediatizações em tempos de abundância de impressões (digital): Big Data e métodos digitais para a abordagem objetos "Stream"</i>	
Daniela Koldobsky	59
Mediatización de la música y memoria: de las partituras a los archivos en red	
<i>Midiatização da música e memória: das partituras a os arquivos em rede</i>	
Ana Paula Da Rosa	77
De reflexos a fagias: os níveis de circulação e apropriação midiática das imagens	
<i>De los reflejos a las fagias: los niveles de circulación y apropiación de imágenes mediáticas</i>	
Aline Weschenfelder	98
Transformação da expert em celebridade: o caso Camila Coelho	
Transformación de una experta en celebridad: el caso Camila Coelho	

Luis García Fanlo **111**

Nuevas mediatizaciones y nuevos públicos de series de televisión
en el umbral entre la ficción y la no-ficción

*Novas mediatizações e novos públicos de séries de televisão no limiar
entre a ficção e não-ficção*

Daniel Pedroso **119**

Transformações nas interações televisivas no contexto brasileiro
como marcas do processo de midiatização

*Cambios en las interacciones televisivas en el contexto brasileño
como marcas del proceso de mediatización*

Representaciones

Antonio Fausto Neto **138**

Da Panela ao smartphone: midiatização do iPanelaço e as manifestações de
rua – Brasil 2015

*De la cacerola al smartphone: mediatización del iCacerolazo y manifestaciones
callejeras - Brasil 2015*

Mariángeles Camusso - Florencia Rovetto **159**

#Ni una (imagen) menos. Imágenes, apropiaciones y circulación en
las redes sociales

*#Nem uma (imagem) menos. Imagens, apropriação e circulação nas redes
sociais*

Mauricio Manchado **178**

Del ladrón manso al delincuente incorregible. Reflexiones en torno a los
procesos de mediatización sobre la figura del individuo peligroso

*De ladrão incorregível para delinqüente manso. Reflexões sobre
processos de midiatização sobre a figura do indivíduo perigoso*

Fabiana Piccinin - Fabiane Sgorla **196**

Da mediação ao protagonismo: Notas sobre a atorialidade nas
narrativas autorreferenciais do Jornal Nacional

*De la mediación a lo protagonismo: Notas sobre la actorialidad en las narrativas
autorreferenciales del Jornal Nacional*

prólogo



**Beatriz Sznaider
y Gastón Cingolani**

Los artículos que integran esta nueva producción del CIM recogen varias de las exposiciones brindadas durante el Coloquio “Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos. Cambios en las prácticas sociales a partir de las transformaciones del arte y los medios en la red”, que tuvo lugar los días 6 y 7 de agosto de 2015 en el Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica del Área Transdepartamental de Crítica de Artes de la Universidad Nacional de las Artes, organizado en esta oportunidad por los equipos Letra. Imagen. Sonido. Ciudad Mediatizada (dirigido por José Luis Fernández, FSOC - UBA) y De los Medios a las Mediatizaciones (dirigido por Gastón Cingolani, IIEAC - UNA).

Los escritos nos ofrecen para su lectura productos diversos que, de todas maneras, dialogan entre sí en su preocupación por dar cuenta de los cambios generados en los procesos de mediatización, en sentido amplio, en los modos en que los medios intervienen y definen los intercambios sociales desde lógicas discursivas.

A partir de ese gran paraguas conceptual, nos encontramos con textos en diferentes grados de desarrollo respecto de proyectos mayores; con enfoques que despliegan más o menos extensamente y con diversos niveles de síntesis las relaciones entre teoría e investigación aplicada; trabajos que se ocupan de establecer periodizaciones que permiten entender el devenir de las mediatizaciones en clave de una semiohistoria; análisis que iluminan áreas conflictivas de la vida social o que ponen en relación directa, aunque compleja, los reenvíos entre discursos y prácticas sociales no mediáticas.

Esta heterogeneidad está soportada, como no podía ser de otra manera, en perspectivas teóricas no comunes, pero siempre complementarias y enriquecedoras.

Sin afán orientador sino desde la vocación misma que inspiran los encuentros del CIM, que es dar visibilidad a las producciones y debates actuales sobre mediatizaciones, organizamos los textos en distintas secciones, siempre teniendo en cuenta que, la mayoría de las veces, los problemas de investigación y los objetos desbordan toda clasificación posible.

La primera sección a la que denominamos Operaciones, contiene los trabajos de José Luis Fernández y de Oscar Traversa y son los que avanzan en la formulación de modelos teórico-metodológicos de abordaje de fenómenos de mediatización específicos (el lugar de la interacción en el broadcasting y en el networking y la relación entre narratividad, ficción y mediatización, respectivamente). Esos modelos tienen en común la preocupación por llegar a nuevas inteligibilidades a partir de realizar descripciones densas, que permitan explicar y vincular sistemas generales, de construcción de escenas de intercambio discursivo y modos de organización cultural y artística, siempre puestas en un devenir histórico o epocal habitado por diversas semiosis. En su recorrido nos invitan a visitar “terrenos conocidos”, nos dicen que las mediatizaciones no deben estudiarse como procesos acabados, sino que desde el presente se habilitan nuevas y más complejas lecturas sobre el pasado y viceversa. Esa exploración también implica releer “desde otro punto de vista” a referentes, escuelas y campos teóricos y metodológicos. Y como podrá leerse más adelante interpelan, respectivamente, campos en complementariedad (lo colectivo y lo individual, lo histórico y la contemporaneidad, las transformaciones y lo persistente, lo tecnológico y lo antropológico, lo ficcional y lo no-ficcional) convivientes no sin conflicto en la serie de debates abiertos durante el Coloquio.

En la segunda sección, Mutaciones, incluimos un conjunto de trabajos de Virginia Brussa, Daniela Koldobsky, Ana Paula Da Rosa, Aline Weschenfelder, Luis García Fanlo y Daniel Pedroso. El concepto de mutación se vincula, en cada artículo, con las transformaciones en los procesos de significación y las relaciones entre producción y reconocimiento a partir de los cambios de escala, extensión y temporalidad que supone la web. Con el desarrollo de fenómenos y procesos nuevos (big data) o la vida de la música en la historia humana y su muy reciente posibilidad de mediatización del sonido y las condiciones para construir una memoria musical teniendo en cuenta las diversas formas de conservación y reproducción que la atravesaron, al estatuto de la imagen y su circulación, principalmente en la web, como atribución de valor y posibilidad de fijación de creencias. De las transformaciones de una bloguera en celebridad especialista en belleza, a los cambios de las nuevas mediatizaciones sobre la línea de sombra que divide el mundo de la no-ficción del de la ficción en la producción y reconocimiento de series de televisión, y de ahí a las estrategias de interacción a partir de formas participativas, entre televisión y televidentes.

La última sección, Representaciones, reúne artículos de A. Fausto Neto, Mariángeles Camusso y Florencia Rovetto, Mauricio Manchado, Fabiana Piccinin y Fabiane Sgorla, donde las mediatizaciones son tratadas desde casos que no dejan de ser sintomáticos: así, las protestas políticas y sociales y sus formas elaboradas con nuevos dispositivos o con recursos semióticos tradicionales que evidencian diferencias culturales, por un lado, y los fenómenos delictuales, o el lugar de la autorreferencialidad en el periodismo, por el otro, aparecen cons-

truyendo mediáticamente la realidad social, con consecuencias sobre el desenvolvimiento cotidiano de la vida política y cultural de nuestra sociedad, en el más amplio y “dramático” sentido de esas nociones.

Esperamos que los lectores encuentren en estos trabajos, una vez más, claves para comprender un estado de situación acerca de las mediatizaciones, en términos que puedan brindar precisiones incluso en la acrobacia investigativa de un momento especialmente cambiante.

operaciones
operaciones

Interacción un campo de desempeño múltiple en broadcasting y en networking

Interação um campo de atuação múltipla em broadcasting e em networking

José Luis Fernández

Ciencias de la Comunicación. FCS-UBA

Palabras clave

mediatizaciones, broadcasting, networking, interacción, enunciación, presuposición.

Palavras-chave

mediatizaciones, broadcasting, networking, enunciação, pressuposição.

Resumen

En este trabajo presentamos caminos para revisar los conceptos, modelos y metodologías de investigación de las mediatizaciones. La necesidad de esa revisión proviene de, al menos, dos tipos de fenómenos; por un lado, deben tenerse en cuenta los procesos de transformación de las mediatizaciones que generan fenómenos previamente inexistentes pero, por el otro, al estudiar estos nuevos fenómenos se recuperan procesos de mediatizaciones previas que adquieren un nuevo enfoque.

Aquí se revisarán especialmente las relaciones entre tres campos teóricos y metodológicos que han tenido relaciones variables en el pasado: el de la interacción, el de lo enunciativo y el de la presuposición. La propuesta es ordenar nuestro campo de trabajo en las próximas etapas de nuestras investigaciones

Resumo

Neste trabalho apresentamos formas de rever os conceitos, modelos e métodos de pesquisa do mediatizaciones. A necessidade para esta revisão vem de, pelo menos, dois tipos de fenômenos; por um lado, os processos de transformação de mediatizaciones que geram fenômenos anteriormente inexistentes devem ser tidos em conta, mas por outro lado, para estudar estes fenômenos novos processos de mediatizaciones anterior adquiriram uma nova abordagem à recuperação de processos de mediatizaciones anterior adquiriram uma nova abordagem.

Aqui serão revistos especialmente as relações entre os três campos teóricos e metodológicos que tiveram relações diferentes no passado: a interação, a enunciativa e pressuposição. A proposta é organizar o nosso campo de trabalho na fase seguinte da nossa pesquisa.

1. Introducción

En el origen de esta etapa de trabajo hay dos recorridos convergentes. Por un lado la conclusión a la que arribamos sobre que Vorterix es "...una poderosa y ambiciosa propuesta de broadcasting múltiple..." (Fernández, 2014: 204) que, en parte, ocultaba los procesos de interacción usuario/interfaz. Por el otro, el trabajo sobre los diferentes modos de audiencia que diferencia a la recepción de los medios de sonido y de la comunicación gráfica en vía pública, de cómo han sido entendidas las audiencias de la prensa, el cine y la televisión.

Entre los objetivos de este artículo está el de generar un espacio para discutir las condiciones de intercambio discursivo en el conjunto de las mediatizaciones, dado que ahora podemos ver a todas, al menos en parte, a la luz de las nuevas. Y creemos que los avances de nuestras investigaciones y la indagación de nuevos fenómenos, nos obligan a discutir conceptos que dábamos por sabidos o abandonados.

Aquí proponemos revisar las relaciones entre enunciación e interacción como modos de aproximación a la cuestión del intercambio discursivo mediático. Estableceremos modos de presentar y describir las tensiones entre esos dos conceptos. La noción de enunciación es propia de la semiótica en general, y de nuestro campo de las mediatizaciones, en particular. La importancia que tiene en nuestros estudios está siendo cuestionada por lo que podemos denominar como evidencias interactivas en la práctica de las nuevas mediatizaciones. Sin embargo, presentaremos un enfoque que nos permite establecer un campo común entre buena parte de las mediatizaciones previas, y las nuevas reflexiones sobre interacción en redes y plataformas.

El campo de los estudios sobre la interacción ha incluido, en sus diversas variantes, la necesidad recurrir a categorías mentales, psicológicas o, ahora, neurológicas, que si bien continuarán desarrollando sus investigaciones y expandiendo sus conocimientos, en nuestro entender y experiencia, sacan a los estudios de las mediatizaciones de lo que es su campo específico: la construcción de realidades y los sistemas de intercambio que soportan a esas realidades. En el marco de ese enfoque, se propondrá reintroducir la noción de presuposición como campo fenoménico y teórico necesario para completar no mentalmente la posibilidad de los sistemas de intercambio.

En la medida en que avanzamos en el estudio de las nuevas mediatizaciones se van desenvolviendo, al menos, tres campos de cruces problemáticos y disciplinarios entre las ciencias sociales y sus modos de construir y/o circunscribir fenómenos.

- La historia de los medios, cada vez más obligada a incorporar la dimensión discursiva en las sucesiones temporales, aun cuando la serie de lo tecnológico ocupe el centro

de la escena. Aunque sea de modo silvestre, el funcionamiento de una red o de una plataforma, obliga a la discriminación genérico-estilística, sea con la incorporación de un punto de vista teórico o con el ejercicio habitual de una especie de semiótica salvaje tan habitual en estudios culturales y políticos.

- Otro campo en el que se manifiestan cruces en las reflexiones e investigaciones, es el que tiene que ver con el lugar que debería ocupar la ecología de los medios en el estudio de los diversos sistemas de mediatizaciones y las preminencias de unos sobre otros en diversos momentos de nuestra historia social y cultural; no hay duda de que, en momentos de cambios que parecen vertiginosos, esas relaciones se hacen más necesarias.
- Aquí nos dedicaremos al campo de la interacción que en buena parte fue reemplazado en la semiótica de los medios por los estudios enunciativos. Pero las pantallas de las redes y de las plataformas nos muestran permanentemente la presencia de diversas audiencias que además intervienen en los propios textos mediáticos dejando marcas de su reconocimiento en las pantallas emisoras; por ello aunque sigamos necesitando, como veremos, la teoría de la enunciación, ya es muy difícil dejar afuera los fenómenos interactivos (Fernández, 2015) y en este sentido, el camino iniciado por Scolari (2004) tiene más de diez años de recorrido.

Por último debemos recordar que este trabajo se presenta dentro de lo que hemos denominado el tercer momento de los estudios sobre las nuevas mediatizaciones, basado en investigaciones y experiencias en marcha, con la posibilidad de estudiar en sistema las nuevas mediatizaciones con las previas. Desde ese punto de vista, se aprovecharán, por un lado, los conocimientos acumulados sobre las mediatizaciones del sonido, las convivencias fenoménicas y teóricas entre broadcasting y networking y las discusiones abiertas por el último libro de Eliseo Verón (2013)

2. Enunciación vs. Interacción

La teoría de la enunciación sirvió, especialmente en las formulaciones de Eliseo Verón, para evitar los problemas del enfoque interactivo en situaciones de delay en la continuidad de los sistemas de intercambio, propias en buena parte de las mediatizaciones masivas. Ello se acopló naturalmente en nuestro trabajo, con la idea de la distancia entre producción y reconocimiento, a pesar de que ella no nació pensando exclusivamente en los intercambios mediáticos, sino como modelo general (Verón, 1987).

Hoy, la transparencia de la circulación de las mediatizaciones parece haber llegado a su fin con las denominadas redes sociales. Tal vez más adelante el funcionamiento ideológico de lo verosímil vuelva a hacer su trabajo pero, al menos por ahora, la nueva verdad es que las

redes, un área central de las mediatizaciones en la actualidad, son relevantes en tanto tales y no sólo como mediaciones entre diversas zonas de lo social y lo cultural.

La presencia de Twitter, Facebook, Instagram o YouTube (o lo que esté en el centro de la escena en el momento en que este escrito se publique), creciendo e interviniendo en diversos niveles de la vida social y cultural, con efectos todavía no establecidos con precisión, impide ignorar la mediatización. Por ejemplo, si se ven videos en YouTube, la red le recuerda al usuario todo el tiempo y en diversos niveles, que se está dentro de esa red y no frente a la pantalla relativamente transparente de la televisión (y además, le permite hacer comentarios) (Koldobsky, 2013). No es casualidad, entonces, que a los protagonistas de uno de los fenómenos más genuinamente originales de ese espacio de interacción se los denomine precisamente youtubers: al menos por ahora, primero la mediatización, incluyendo sus contenidos, y luego el contenido como si estuviera despegado de la mediatización como es usual en la vida de nuestra cultura.

En términos generales, siempre hemos considerado a las mediatizaciones de las redes, en networking, como opuestas a las mediatizaciones en broadcasting: horizontalidad vs. centralidad, interacción vs. recepción, inmediatez vs. desplazamiento temporal, digitalismo vs. analogismo, etc. son los grandes ejes de oposición entre los modelos que, suele considerarse, organizan las líneas centrales de nuestro cambio de época. Y no hay dudas de que ese cambio se está produciendo.

Sin embargo, ya sabemos que, en lo que hemos denominado como tercer momento en el estudio de las nuevas mediatizaciones, ambos sistemas tienden a convivir e interactúan, compiten y se contaminan mutuamente. A ese proceso lo hemos denominado, a tono con la época, como postbroadcasting aunque a futuro, quizás convengamos en denominarlo algo así como social multitasking. Uno de los resultados de esos avances es que ahora las redes son sólo uno de los ámbitos de funcionamiento mediático en networking, que incluye además fenómenos multi y transmedia.

Entre esas oposiciones se generan problemas y algunos parecen inevitables, como la imprecisa oposición entre analogía y digitalismo que consiste en igualar una categoría lógica con una característica tecnológica. Pero estamos convencidos de que, salvo en papers específicos sobre el tema, hay que aceptar que para los nativos de nuestra época (digitales o no), todo lo que no es digital es analógico y mientras les resulte útil la diferenciación, la seguirán aplicando con la habitual practicidad y polisemia conversacional.

Al aceptar aquel juego de oposiciones, también se producen fenómenos que generan efectos laterales y a los que conviene prestar atención. Entre otros, se tienden a ocultar fenómenos que pasan desapercibidos para el nativo y, lo que es más preocupante, también para

especialistas en mediatizaciones; es el caso de las redes telefónicas y de las mediatizaciones en directo.

Por supuesto que es injusto atribuir a Eliseo Verón el cierre conceptual de campos que, en su producción, aparecieron como abiertos y en proceso de reconstrucción constante. En un artículo reciente (Cingolani, 2014) se mostraba al desarrollo de las reflexiones de Verón sobre las relaciones entre dispositivos y medios como producto de la tensión entre dos campos problemáticos y epistémicos muy diferentes: el de lo sociológico, nunca abandonado por Verón y siempre en relación con la sociología sistémica de Palo Alto, y el de lo cognitivo, en relación con las proposiciones, no fácilmente relacionables, de Culioli y Luhmann. Esta diferenciación de Cingolani y el desarrollo de su exposición nos sirven para ahorrar camino, sin que se pierda la riqueza de la problemática veroniana y de las diferencias entre sus seguidores.

Desde nuestro punto de vista, y creemos que respetando la diferenciación de Cingolani, en Verón conviven, desde la perspectiva que nos interesa aquí, dos niveles de descripción de los fenómenos de mediatización:

1. Enfoque sociológico-mediático-enunciativo: el de la diferenciación, por un lado, entre producción y reconocimiento y su utilización de esas instancias como matriz de reconstrucción en investigación de la instancia de circulación (Figura 1) (Verón, 1987: 131) y el que también utiliza las nociones batesonianas de simetría y complementariedad para describir las relaciones entre diferentes momentos de conducción de noticieros televisión y los enunciatarios construidos (Verón 1995b: 94-95).



2. Enfoque interactivo-cognitivo-intersubjetivo: el que otorga un espacio clave en la televisión al cruce de miradas entre el emisor individual y el receptor (no corresponde hablar aquí de enunciadores y enunciatarios) y genera un efecto de interacción básico que es el del contacto o lo que Verón denomina como "eje 0-0" (Verón 2001). Esto es aplicado muy especialmente al género del debate político televisivo pero Verón le atribuye tal nivel de generalidad, que le sirve para periodizar historia de los medios, acordando que el momento en que él escribe y el más reciente, es de características iniciales.

En primer lugar, estos dos niveles de descripción conviven en Verón y en su curso sobre mediatización ya citado, se presentan como dos puntos de vista convergentes.

En segundo lugar, lo importante es que, el modelo b., que tiene un resultado, por decir así, relativamente sencillo, ha sido sin embargo muy exitoso en la aplicación comunicacional política y televisiva en general (todo enunciador que se considere importante mirará a la cámara para entrar en contacto con los receptores, y evitará hacerlo con quien comparte el espacio ante la cámara, aunque le esté haciendo una entrevista) .

Pero esa simplificación de resultados implica en Verón un movimiento teórico muy complejo: discute y expulsa a la pragmática francesa —de origen y preocupación lingüísticos— como enfoque sociosemiótico posible y, al menos en nuestro caso, eso nos llevó también a dejar de lado el mecanismo de la presuposición que, en buena parte de la obra de Ducrot se desprendía de la pragmática (Fernández, 1994: 63-68). En Verón, la línea cognitiva lo llevó a la compleja temática de los estados mentales que es su camino para dejar dentro del estudio de las mediatizaciones la problemática de lo interindividual. Nosotros preferimos en ese punto recuperar los enfoques sobre la presuposición, sin que por ello retornemos a la pragmática y sus debilidades.

3. La interacción como fenómeno particular

Aunque no se lo tematizara explícitamente, la consideración de los medios como sistemas de intercambio suponía la presencia de interacciones entre los diversos componentes del sistema; pero como vimos, la entrada enunciativa nos resultó útil para estudiar a los medios masivos que se caracterizaban por fuertes desplazamientos temporales, o espaciales, o espacio-temporales entre emisión y recepción. Por ello la separación entre instancias de producción y reconocimiento, aunque tan poco comprensibles para el sentido común de la circulación mediática, a los que hacíamos semiótica de los medios con inspiración veroniana nos resultaba, con todos los cuidados del caso, adecuada y productiva.

De todos modos, en nuestro trabajo el problema de la interacción se presenta, como nos ocurre frecuentemente, no como una necesidad genéricamente teórica o vinculada a la presencia de conceptualizaciones macro, sino como producto del desarrollo de alguna etapa

de investigación. En este caso, se trata de enfrentar las transformaciones que se van produciendo en la pantalla de Vorterix.com.

Vorterix.com, como decíamos al principio, es una novedosa y rara plataforma multi y transmediática compleja y de broadcasting múltiple . En ese momento, el diseño de su pantalla, que ahora denominamos Momento 1, se caracterizaba por un diseño de grilla frente a la que el receptor clickeaba sobre las diferentes ofertas discursivas, probando, o completando una recepción (Figura 2). Si bien el seleccionar y clickear es una actividad más interactiva que mirar televisión o cine, el hecho es que cada clickeo en Vortereix.com abre un texto no interactivo, y equivalente en esto a cualquier discurso mediático masivo . Por estas razones lo nombrábamos como broadcasting múltiple, denominación reforzada por la evidente falta de interés de la plataforma en ese momento, por saber qué tenían para decir sus receptores. Más allá de su inestabilidad, es clave detectar y describir esos fenómenos que no están de acuerdo con el sentido común y que son propios del tercer momento y del postbroadcasting. Pero otro aspecto interesante de Vorterix es que sus propuestas de contacto, de producción y de emisión cambian, se transforman permanente y profundamente; y es este rasgo el que hace que estemos obligados a mantener la atención. De hecho, mientras escribimos este artículo ha introducido cambios nuevamente, pero eso quedará para la próxima etapa de análisis.

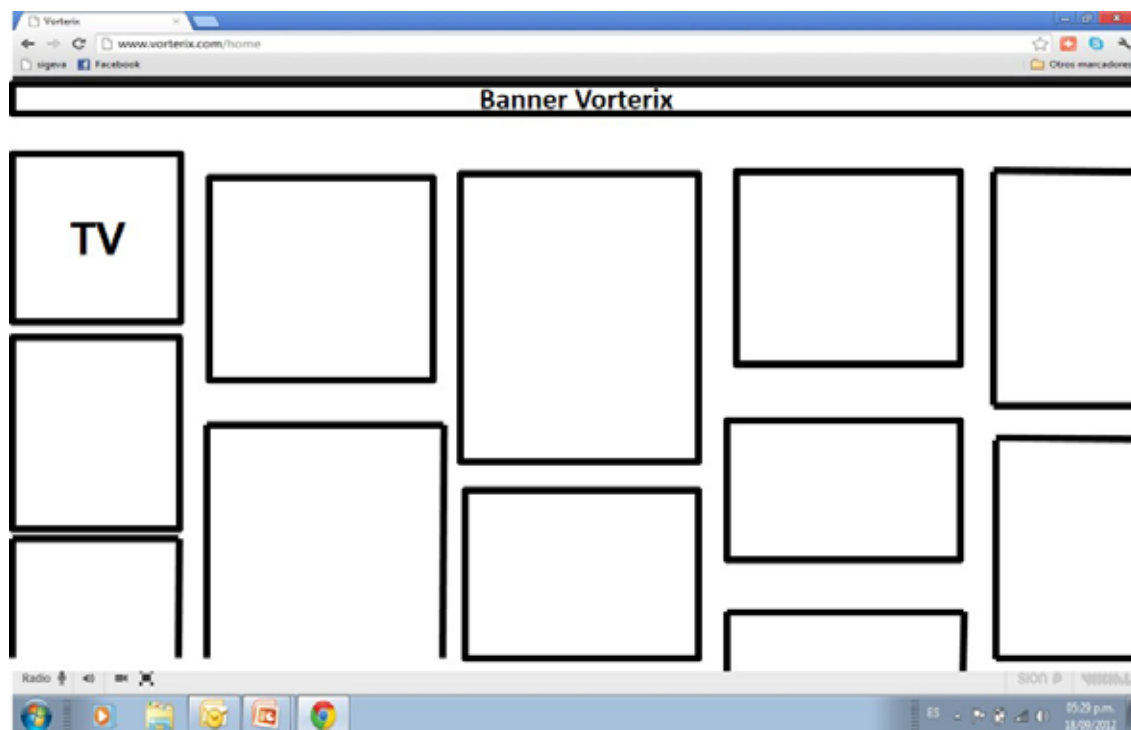


Figura 2. Momento 1

En lo que denominamos el Momento 2 de las propuestas Vorterix (ver Figura 3), si bien quedan rastros de la grilla y se mantiene la posibilidad de que el receptor elija y cliquee, la escena en la pantalla es capturada a partir de la centralidad y la jerarquización de la pantalla televisiva proveniente del estudio de la radio. Ya dijimos que esa propuesta televisiva de Vorterix excede la mera costumbre actual de colocar cámaras televisivas en estudios de radio produciendo, en esos casos, más un efecto de televisión empobrecida que de radio audiovisual. Desde un principio, como ya hemos dicho, la propuesta de la plataforma es ofrecer una textualidad televisiva de cierta riqueza. Es más, en el principio, era evidente el esfuerzo por mostrarles a los escuchas puramente radiofónicos la conveniencia de acceder a la oferta audiovisual .

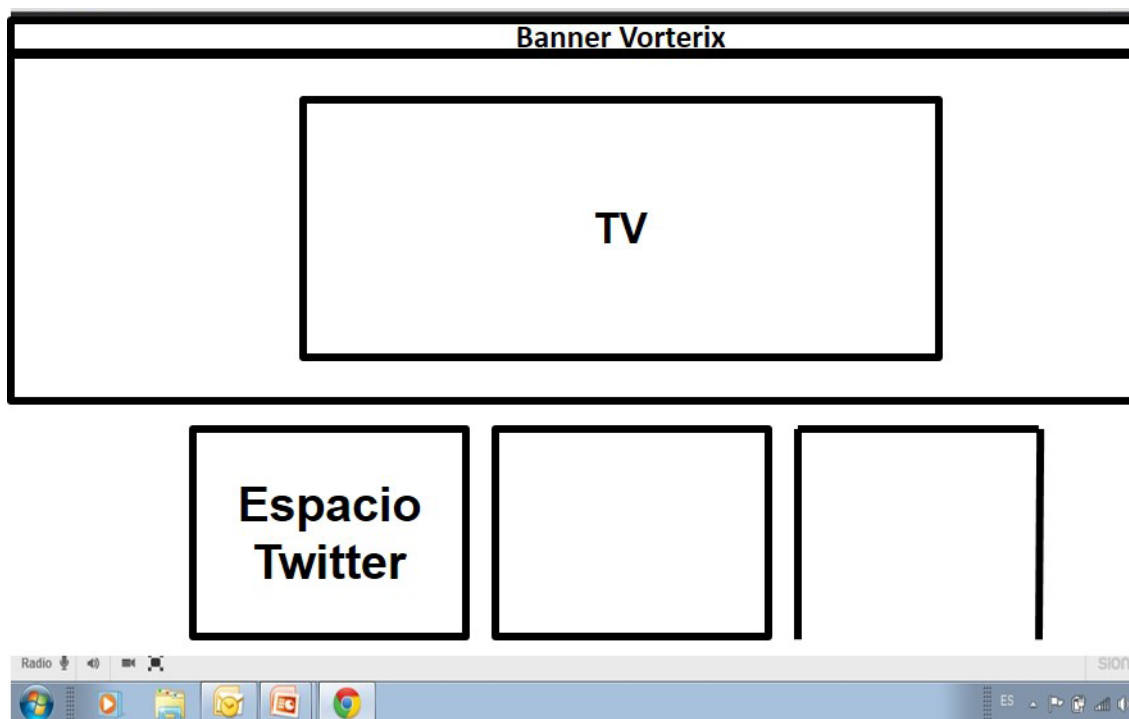


Figura 3. Momento 2

El esquema que presentamos de este Momento 2 (ver Figura 2) muestra que la propuesta audiovisual gana el centro de la escena, las propuestas multimedia a elección del receptor se lateralizan y –curiosamente, en ese momento de mayor centralización y jerarquización del emisor– aparece la posibilidad de interactuar, ahora así, con el ya clásico twitter como foco networking en el broadcasting.

No tenemos información de las razones de estos cambios; tal vez se trate solamente de pruebas, en búsqueda de continuar el crecimiento, sin temor a la pérdida de lo ya ganado; o tal vez

se trate de esfuerzos para mejorar, sin demasiada conciencia sobre la profundidad de los modelos que se oponen. Pero a nosotros nos obliga a entender las diferencias entre ambos modelos y no parece que alcance con los recursos que utilizamos habitualmente. Porque no se trata sólo de entender cómo funciona cada modelo sino, muy especialmente, de cómo se pueden comparar ambas alternativas y entender, en qué se parecen o diferencian las dos propuestas de contacto e interacción.

4. La interacción extendida

Como dijimos, las mediatizaciones nuevas traen nuevas experiencias metodológicas y enriquecen nuestra mirada, no sólo sobre fenómenos de actualidad, sino que progresivamente nos hacen ir revisando los modelos teóricos y metodológicos con los que enfocábamos momentos previos de la mediatización. Hoy estamos en condiciones de revisar el enfoque desde el que consideramos que el broadcasting es puesto en cuestión por las nuevas mediatizaciones en networking. Y sostenemos que, al menos parcialmente, ello depende de una concepción de los intercambios dentro de las mediatizaciones masivas que deberíamos denominar *espectatorial*.

Los estudios clásicos de Lazarsfeld y Kendall sobre la radio, por ejemplo, se realizaron en el momento en que la radio era todavía un mueble central en el hogar, frente al que la familia o el individuo se situaban para escuchar esa emisión radiofónica sin imagen. Hoy esa posición originalmente estable de la audiencia frente al aparato receptor se puede discutir; pero es verdad que se construyó por un fuerte trabajo transmediático metadiscursivo de promoción de esa posición *espectatorial* frente a la radio y, aún, frente al conjunto de los medios de sonido. Por décadas, el isologo de la RCA —el perro atendiendo al fonógrafo en *La voz del amo*— fue una propuesta de escucha *espectatorial* (Gutiérrez Reto, 2008).

Esa consideración *espectatorial* de la audiencia está en la base de que se hayan estudiado los efectos de los medios con sus discursos como “caja negra”, sin una estrategia semiótica de análisis previo. Esa misma idea se aplicó sobre el cine y, luego, sobre la televisión: posiciones fijas de expectación en las cuales se interrogaba a los espectadores sobre sus gustos y opiniones acerca de los discursos percibidos.

No hace falta indagar demasiado para verificar que esa formulación sobre la posición *espectatorial* de la radio pasó directamente a lo televisivo y, a partir de allí, se instaló como paradigma de los estudios sobre efectos de los medios, tanto a nivel cualitativo como cuantitativo.

Por nuestra parte, hemos discutido largamente la utilidad de indagar a individuos acerca de su supuesta escucha radiofónica, sin antes establecer sus modos de acceso a la escucha: si la buscó conscientemente, o si su escucha fue aleatoria (en un medio de transporte, por ejemplo); y si una vez aceptada esa escucha, le prestó o no atención o la registró total o par-

cialmente en su memoria. Sólo allí es posible aceptar a un individuo en tanto oyente como para estudiar los efectos de esa recepción (Fernández, 2012 y recuperado para el caso de Vorterix.com en Fernández, 2014).

Esa posición y selección compleja del individuo que escucha, la hemos extendido al conjunto de la mediatización del sonido, resituando a los estudios semióticos sobre recepción en relación evidente con una perspectiva etnográfica. Desde allí, consideramos a los sistemas de intercambio discursivo en la mediatización del sonido como antecedentes necesarios para explicar la relativamente rápida incorporación de los complejos y novedosos intercambios discursivos en la Internet y en sus redes. Y es que la recepción siempre más o menos fragmentaria de las mediatizaciones de sonido obligaban a una escucha en profundidad y hojaldrada, discriminando, aún sin conciencia, entre diversas ubicaciones espaciales y temporales de compleja relación entre sí. Un preanuncio, largas décadas antes, de los hipertextos y de la hipermediatización.

Esa concepción convertía, o mejor dicho confirmaba, a la mediatización del sonido como una mediatización “demasiado” particular o específica. Por esa diferenciación profunda, podía entenderse la escasa atención que prestaron y prestan los investigadores de medios audiovisuales y escriturales a las mediatizaciones que no utilizan imagen y letra. Pero nunca nos satisfizo esa exclusividad que, por otro lado, impide la complementación con esos investigadores en momentos de múltiples convergencias. Una posibilidad de innovación a esta situación estable del campo la encontramos, otra vez, frente a nuestros ojos.

Hoy estamos agregando a nuestras reflexiones sobre la mediatización del sonido otra mediatización que también tenemos siempre frente a nosotros: la comunicación gráfica en la vía pública, que les llega a los individuos fuera de su voluntad, como en profundidad, sólo por desplazarse por las calles de una ciudad. Cada individuo va seleccionando, más o menos conscientemente, entre los múltiples textos con que se encuentra, cuáles va a recordar y qué va a recordar entre esa diversidad. Y eso ocurre, con sus diferencias, tanto en New York, Paris o Buenos Aires, como en ciudades de pequeña escala.

Así descriptas, las mediatizaciones del sonido y las gráficas en vía pública pueden denominarse como intersticiales, tal como Igarza denomina a las mediatizaciones móviles en producción, si bien en estos casos se trata de intercambios en broadcasting y solamente en recepción. Pero ambas mediatizaciones requieren la acción del receptor para, más que recibir pasivamente, interactuar con los textos que busca o que lo encuentran a él.

Es verdad que es discutible si la mediatización del sonido y la mediatización gráfica en vía pública son equivalentes a la mediatización televisiva o cinematográfica. Pero las transformaciones de la televisión, que tienden a disolver su lugar de mueble único de broadcasting en el hogar, como observó originalmente Verón; o los múltiples formatos en que un film se

distribuye fuera de las salas cinematográficas, muestran que esas mediatizaciones son cada vez más inestables y cada vez más intersticiales e interactivas también, aunque seamos de la opinión de que las expectativas tradicionales no van a desaparecer totalmente.

Tal vez el ejemplo más evidente de hibridación entre esas dos posiciones de intercambio, la espectadorial y la interactiva, sea el de la prensa, tanto en papel, en sus diferentes lecturas en un medio de transporte o en el hogar, como en sus múltiples presencias en sus sitios de la Internet o en sus múltiples vidas en las redes sociales mediatizadas.

Por supuesto que todo esto genera un gran campo de discusión relativamente nuevo, pero lo que nos interesa aquí es acentuar que el prestar atención a las mediatizaciones de larga vida, a las que hemos estudiado durante décadas, nos ayuda, desde la experiencia de investigar las nuevas mediatizaciones, a encontrar nuevos fenómenos y a reformular objetos. De ahora en más, hablaremos entonces de dos prácticas de intercambios muy diferentes dentro de la comunicación masiva:

- la espectadorial, en la que los receptores tienen un lugar relativamente fijo frente al que les llega la emisión de su mediatización elegida y/o aceptada, y
- la interactiva, sin duda propia de las nuevas mediatizaciones, pero presente desde hace muchas décadas en los medios de sonido y en la gráfica de vía pública, oscilante en la prensa gráfica y con avances ahora en las mediatizaciones audiovisuales como el cine y las nuevas televisiones .

Es decir que, a partir del estudio detallado de las nuevas mediatizaciones en red, descubrimos aspectos al menos parcialmente inadvertidos dentro de las previas mediatizaciones masivas. Ello nos obliga a nuevas proposiciones metodológicas y a nuevos intercambios con otras disciplinas de lo social. La innovación en nuestro trabajo no se genera por la reformulación metafísica de grandes conceptos teóricos, sino por el entrelazamiento entre investigación elástica y la convivencia en el estudio de los nuevos fenómenos discursivos con los previos.

5. Un enfoque metodológico

Vamos a proponer aquí un modo de estudiar estos fenómenos de interacción en plataformas como los que describimos para Vorterix.com y tratar de sugerir modos de articulación con otros enfoques metodológicos .

En primer lugar, debe tenerse en cuenta que no nos parece necesario abandonar la propuesta descriptiva y explicativa de Verón, de diferenciación entre producción y reconocimiento, como aparece representada en la Figura 1. Nos parece un enfoque necesario para cualquier

tipo de intercambio discursivo, inclusive para los intercambios cara a cara . Para decirlo con precisión, cada posteo en un muro de Facebook, cada tweet, cada publicación en YouTube, puede generar diversos reconocimientos así como cualquier mensaje telefónico, televisivo o gráfico. La diferencia entre previas y nuevas mediatizaciones no puede estar allí, porque ambas se encuentran inscriptas en diversos entramados discursivos y culturales que generen diferentes gramáticas de reconocimiento.

Por otro lado, también debemos recordar que, mientras la penetración de las diferentes plataformas no alcance cifras muy mayoritarias dentro de las poblaciones, siempre será importante contar con perfiles cuantitativos de usuarios y de no usuarios, construidos con estudios sobre muestras representativas de la población para entender de qué hablamos, en términos culturales cuando describimos comportamientos (Fernández, 2014: 202). Los pasos que deben tenerse en cuenta para comprender el recorrido que realiza un individuo desde el momento que elige interactuar con una plataforma hasta que, por un tiempo considerable, puede decirse que interactúa dentro un intercambio entre los múltiples posibles.

a. El set de ofertas mediáticas disponibles

Es verdad que en una computadora, Tablet o Smartphone se puede acceder a toda la oferta de la Internet; pero también lo es que constantemente aparecen nuevas aplicaciones o softwares que permiten hacer los mismos intercambios con otro diseño de interfaz o base tecnológica y, también, nuevas especializaciones. De todos modos, cada individuo oscila entre dos extremos: entre la prueba de todo lo que le aparece y la decisión única. Ambos son extremos ideales: si probar todo resulta materialmente imposible, también es difícil pensar que haya todavía individuos que, así como se leía un diario, siempre el mismo, o se clavaba el dial en una emisora de radio, conecten su computadora exclusivamente para Facebook, para Vorterix o para Google, más allá de que usen a alguna de ellas como plataforma de base.

De todos, la primera etapa de un estudio sobre usos e interacciones en plataformas debería constar de dos tipos de metodologías:

- Un estudio sociosemiótico de las propuestas de contrato de interacción que propone cada plataforma, al menos las que están en el centro de interés del estudio; por ejemplo, si el interés está enfocado en Vorterix, no tiene mucho sentido estudiar Twitter, Snapchat, Instagram y equivalentes y en cambio será muy importante tener un buen mapa semiótico de los sitios de las radios competidoras, Facebook y Youtube que parece lógico que estén el set de mediatizaciones de alguien que pueda llegar a elegir Vorterix.com.

- Para cada individuo, también, sea que se tengan objetivos cualitativos o cuantitativos, es necesario el listado de plataformas que conoce, con cuáles interactúa, cuáles deja afuera y, al menos, los modos de interacción con las que más utiliza. Este procedimiento de análisis, por tratarse de comportamientos modificables y poco conscientes, conviene realizarlos no sólo con metodologías declarativas, sino preferentemente observacionales.

En este nivel, el conocimiento del big-data de cada plataforma nos servirá para construir un sistema rudimentario de peso y extensión de las plataformas: cantidad de usuarios, países donde tienen mayor o menor penetración, tiempos de permanencia de los usuarios dentro de la plataforma, y un breve etc.

b. Análisis comparativo del uso habitual entre las plataformas

Una vez definido el set de plataformas que utiliza el individuo estudiado, deben estudiarse los usos que hace de ellas. Como dijimos antes, no es necesario estudiar todas las plataformas que utiliza. Por ejemplo, para nuestra línea de investigación, es posible que algunos de los usuarios utilicen Facebook y Twitter, pero más allá de que podemos comparar el uso de esas plataformas, para el núcleo de nuestro estudio nos servirá más dedicar una atención especial a Facebook.

Otra vez, es necesario utilizar dos metodologías diferentes:

- Desde un punto de vista etnográfico observacional se comenzará a construir una tipología de actitudes de uso. Al menos, será necesario relevar la actividad del individuo en cada plataforma que utilice en discriminaciones del tipo: privado / público; activo (emisor) / pasivo; muchos o clicks o pocos clicks; salidas y entradas frecuentes; contacto constante, periódico o discontinuo; rango de contactos (mayoritariamente, exclusivos de la red, o de la vida privada, o de la profesional, o que mix entre las tres); respuestas frecuentes o selectivas, rápidas o reflexivas, etc.
- Además, debe hacerse una tipología genérico-estilística de sus usos discursivos básicos (profesional, amistoso, romántico, explorador); mediatizaciones utilizadas (tipos fotográficos, músicas; escritura propia o compartida, críticas de espectáculos o de música; carteles o propagandas, campañas de bien público, políticas o publicitarias; discusiones y polémicas de actualidad, políticas o culturales, etc.).

En este nivel ya hay posibilidades de tener un intercambio muy productivo con análisis de big-data: se pueden enriquecer los análisis para incorporar a los algoritmos criterios de uso

genérico-estilístico-temporales y con ello se ganaría en comprensión de diferentes segmentos de usuarios.

c. El intercambio discursivo extenso

Consideramos, en el caso de las plataformas, como intercambio discursivo extenso a lo que ocurre más allá del click de ingreso a algún posteo o publicación. Si bien se trata de tiempos y actividades muy variables, se requiere un mínimo de comprensión de aquello a lo que se accedió. El resto, que no deja de tener su importancia, sólo es posible de ser estudiado a través de big-data, porque un individuo puede producir cantidades importantes de información sólo clickeando.

A su vez, debemos considerar, dentro del intercambio discursivo extenso, dos tipos de prácticas muy diferentes con sus correspondientes metodologías (lo describimos como extremos pero es obvio que puede haber situaciones intermedias):

- Una posibilidad que tiene el usuario es un texto completo, de una vez: uno de los materiales discursivos de una celda de Vorterix, un video musical o de otro tipo, o un tutorial de You Tube, un mensaje privado de cierta complejidad en Facebook, etc. Aquí se trata de una decisión espectacular, bajo las reglas de la distancia en producción y reconocimiento, pero es indispensable agregar a la metodología sociosemiótica ya descripta (Fernández, 2012), una instancia observacional. Esto al menos por dos razones: registrar si, por un lado, el individuo retorna a una recepción de tipo televisiva, o mantiene actividad corporal agregada a la recepción y, por el otro, si el individuo interactúa con la plataforma o algún otro conectado, conocido o desconocido, comentando, recomendando, compartiendo, discutiendo, etc.
- Otra posibilidad más o menos extensa, es que el individuo participe en una secuencia de comentarios, muy típica de Facebook, pero habitual también en YouTube y con la posibilidad abierta ahora en Vorterix.com por la presencia de una celda de Twitter, como ya describimos. En este caso, como con los comments en la prensa on-line y en los blogs, es necesario un seguimiento secuenciado, en la sucesión de intervenciones, analizando la secuencia y cada intervención, especialmente las del entrevistado y, muy importante, el momento en que el entrevistado decide salir del intercambio, finalizado o no, y sus razones. Esto puede llevar varios días.

Estamos en este nivel C. en el dominio de lo que Verón denominaba espacio mentales y que nosotros preferimos denominar estilo individual. El estilo individual es la combinatoria en un individuo de sus costumbres de actividad mediática (en broadcasting y en networking), sus prácticas genérico estilísticas y el conjunto de sus sistemas de presuposiciones que le per-

mite el intercambio, al menos parcialmente exitoso, con otros individuos, con sus parecidos y sus diferencias.

El sistema de parecidos y diferencias es el aporte de estos estudios a la segmentación operativa de usuarios a través del big-data y la reconstrucción de presuposiciones es el procedimiento para evitar la aparición de las subjetividades no objetivables.

6. Conclusiones

El avance en el estudio de las mediatizaciones, dentro del ecosistema de las nuevas mediatizaciones, pero mirando desde allí las mediatizaciones previas, nos permite encontrar nuevas zonas de parecidos y diferencias en diversos sistemas de intercambio mediatizado.

Parece pertinente defender una perspectiva interaccional al menos en ciertas mediatizaciones en broadcasting, como la de los medios de sonido o la comunicación gráfica en vía pública, que obligan al receptor, por un lado, a tomar decisiones para prestar atención y vincular esa decisión con las propias y no siempre conscientes, condiciones de reconocimiento. Por otro lado, esas mediatizaciones obligan al investigador a comprender, antes del estudio específico de los diversos reconocimientos, el estatuto, más o menos voluntario, más o menos consciente, de la constitución del individuo en audiencia. Si no, se investiga a individuos que no cumplen las condiciones necesarias y suficientes de recepción como para estar en condiciones de evaluar su propia actividad receptora.

Este nuevo enfoque sobre los diversos sistemas de intercambio de las diferentes mediatizaciones nos permiten ubicarlas en un espacio común de investigación sin que, creemos, se pierdan sus diferencias.

En ese sentido, el aprovechamiento tanto en broadcasting como en networking de los riquísimos campos teóricos de lo enunciativo y de la interacción, auguran la generación de nuevos resultados que iluminen también nuevos aspectos de estos fenómenos mediáticos. De todos modos, es evidente que en el networking, aun en circunstancias cuasi espectatoriales, la necesidad de la observación directa de las interacciones parece que resulta más frecuente.

Hemos propuestos tres instancias sucesivas en la investigación de las interacciones en plataformas más o menos equivalentes a Vorterix.com. En primer lugar, la descripción del set de mediatizaciones que constituyen el límite de mediatización cada individuo. Luego un análisis comparativo de la actividad de cada en el conjunto de las plataformas que utiliza. Y, finalmente, una propuesta de análisis de su actividad de intercambio más extensos, tanto en posiciones cuasi-espectatoriales y en secuencias de comentarios.

Confiamos en que hemos dado un paso más, pero sólo un paso. Lo que más reivindicamos de este desarrollo no es su carácter conclusivo, sino la posibilidad que nos abre para comprender el campo de las mediatizaciones como una totalidad compuesto por sistemas muy diferentes entre sí, pero conceptual y empíricamente comparables.

7. Referencias

- Cingolani, G. (2015). "Sobre la distinción medio/dispositivo en Eliseo Verón". En: Neto, F., Raimondo Anselmino, N., Gindin, I. L. *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario: CIM - UNR Editora.
- Fernández, J. L. (1994). *Los lenguajes de la radio*. Buenos Aires: Atuel.
- Fernández, J. L. (2001). "Apuntes sobre los problemas actuales de la investigación social aplicada". *Cuadernos del CeAgro N° 3*; Lomas de Zamora: Centro de Estudios Agroalimentarios, Fac. de Ciencias Agrarias, UNLZ, noviembre.
- Fernández, J. L. (2012). *La captura de la audiencia radiofónica*. Buenos Aires: Líber Editores.
- Fernández, J. L. (2014). "Mediatizaciones del sonido en las redes. El límite Vortex". En: Rovetto, F. y Reviglio, M.C. (comps.) (2014) *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*, Rosario: UNR Editora. E-Book. ISBN 978-987-702-072-4. P. 190-206. <http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuadernodelcim2.pdf>
- Fernández, J. L. (2015). ¿Una sola comunicación masiva? En: Presentación del N° 13, 1er. Semestre 2013. *L.I.S. Letra, imagen, sonido. Ciudad mediatizada*. Buenos Aires: UBACyT.
- Gutiérrez Reto, M. (2008). "Dispositivo radiofónico y vida cotidiana en los inicios de la radiodifusión". En: Fernández, J. L. *La construcción de lo radiofónico* (Director). Buenos Aires: La Crujía.
- Hanneman, R. A. "Los datos de las redes sociales". Cap. I. de Introducción a los métodos del análisis de redes sociales [online]. Accesible en: <http://wizard.ucr.edu/~rhannema/networks/text/textindex.html> [Bajado el 10-06-14].
- Igarza, R. (2009). "Movilidad y consumo de contenidos". En *Burbujas de ocio*. Buenos Aires: La Crujía.

- Koldobsky, D. (2013). "Videos musicales y YouTube: escuchar, ver y hablar de música". En: Fernández, J. L. 2013. *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical* (Coordinador). Buenos Aires: La Crujía.
- Metz, Ch. (1979) [1973] "II. Historia/discurso. (Nota sobre dos voyeurismos)". En: *El signifi-
ficante imaginario (Psicoanálisis y cine)*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Traversa, O. (1994). "Mixtopías: las utopías de las sociedades mediáticas". En: Fortunati, V., Steimberg, O. y Volta, L. (comp.), *Utopías*. Buenos Aires: Corregidor.
- Traversa, O. (2009) "Dispositivo-enunciación: en torno a sus modos de articularse". En: Figuraciones Nro 6. Estéticas de la vida cotidiana. Buenos Aires, IUNA. Crítica de Artes. <http://www.revistafiguraciones.com.ar/numeroactual/recorrido.php?idn=6&idr=48#texto>. Última consulta: 12-04-2015.
- Valdettaro, S. (2008). "Algunas consideraciones acerca de las estrategias del contacto: del papel a la in-mediación de las interfaces". En: *L.I.S. Letra, imagen, sonido. Ciudad mediatizada 1*. Buenos Aires: UBACyT, 1er. Semestre.
- Verón, E. (1987). "El sentido como producción discursiva". En: *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (1995a) "1959-1973" "El sentido de la acción social". En: *Conducta, estructura y comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Verón, E. (1995b) "1985". *La mediatización*. Buenos Aires: Oficina de publicaciones del CBC. UBA.
- Verón, E. (2001). "El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica" en *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.
- Verón, E. (2003) "1983". "Esta ahí lo veo, me habla". Revista Communications N° 38, Énoncia-
tion et cinéma, Seuil, París, 1983. Traducción realizada por María Rosa del Coto
para Biblioteca Virtual Universal, <http://www.biblioteca.org.ar/libros/656151.pdf>
- Verón, E. (2013). "¿Seguimos en contacto?". En: *La semiosis social 2*. Buenos Aires: Paidós.

Narratividad, ficción y mediatización: algo acerca de sus relaciones

Narratividade, ficção e midiatização: algo sobre seus relacionamentos

Oscar Traversa

Instituto de Investigaciones (IIEAC), del Área de Crítica del Arte (UNA)
otraversa@arnet.com.ar

Palabras clave

ficción - narratividad – mediatización – prácticas artísticas y estéticas

Palavras-chave

fiction - narratividade - midiatização - práticas artísticas e estéticas

Resumen

Este acercamiento a las relaciones entre ficción, narratividad y mediatización forma parte de las tareas correspondientes a un proyecto de investigación propio del Área Transdepartamental de Crítica de Artes (UNA), radicado en su Instituto de Investigaciones (IIEAC). Esta comunicación se limita a presentar sus lineamientos generales, agregando unas pocas consideraciones acerca de sus fundamentos y los caminos que pretende recorrer. Corresponde señalar que esta investigación se incluye en el ámbito de pertinencia que se ha fijado el Instituto que corresponde, en el dominio de la mediatización, a aquello que concierne al estatuto de las prácticas artísticas y los despliegues problemáticos de las actividades estéticas, tanto en las sociedades de nuestro tiempo como en las del pasado.

Resumo

Esta abordagem das relações entre ficção, narrativa e midiatização é parte das tarefas a si mesmo um projeto de pesquisa da Área Transdepartamental de Crítica de Artes (UNA), com base no Instituto de Pesquisa (IIEAC). Esta comunicação se limita a apresentar as suas orientações gerais, acrescentando algumas considerações sobre as suas fundações e percursos. Note-se que esta pesquisa está incluído no âmbito da relevância fixou o Instituto que corresponde, no domínio da midiatização, o que diz respeito ao estatuto das práticas artísticas e implementações problemáticas de atividades estéticas, tanto nas sociedades do nosso tempo, como no passado.

1. ¿Qué motivos impulsaron la elección del tema?

Los participantes de la investigación que comentaré, han desarrollado un conjunto de investigaciones relacionadas con problemas de lectura de medios que cuentan a su vez con versiones papel y digitales; fuera del ámbito del proyecto, sus participantes, realizan estudios vinculados a diferentes problemas propios de la estética. A parir de esta situación se consideró conveniente, en el momento de concretar un nuevo proyecto para los años 2015-2016, que éste reuniera aspectos de las actividades realizadas de manera individual con el propósito de aprovechar los frutos de esas experiencias para beneficio del proyecto común y mejor administración de los esfuerzos individuales.

La cuestión residía en encontrar un punto de convergencia que permitiera aunar a las diversas orientaciones de trabajo, tanto las que correspondían a aspectos problemáticos externos a los medios como los más cercanos, conectados con prácticas estéticas. Ayudaban a este acercamiento los resultados de las investigaciones realizadas en común las que habían mostrado, parcialmente al menos, tanto en los análisis en producción como en reconocimiento, aspectos relacionados con el desenvolvimiento artístico en muy diferentes maneras y en distintos niveles de prácticas, manifestos en rasgos y procedimientos de muy distinta índole, propios de ese campo (desde tópicos genéricamente narrativos hasta alusiones a cromatismos, juegos gráficos, recursos verbales, remisiones estilísticas, etc.).

Esos resultados se pueden resumir del modo siguiente: por un lado, justificando modos de consumo y frecuentación de productos discursivos que, a su vez, orientan los modos y momentos de lectura; por otro lado, señalando a los rasgos estéticos como promotores de vínculos que dan lugar a la constitución de colectivos, de extensión y duración no fáciles de determinar en sus características. Basados, esos nuevos vínculos, en muchos casos, en recursos novedosos de tipo lúdicos o cognitivos, en los que no están ausentes las dimensiones estéticas.

Por último, se hace necesario destacar que la sustancia del conjunto del despliegue mediático contemporáneo se adscribe, reproduce y produce en permanencia, dando lugar a organizaciones configuracionales y modalidades estilísticas propias de otros espacios (un verdadero atractor de múltiples recursos discursivos y, al mismo tiempo, que despliega sobre los espacios externos –no mediatizados– los resultados de su propio movimiento productivo).

Frente a tal complejidad se hizo necesario producir una reducción, la que no estuviera caracterizada por una limitación temporal o espacial y, además, que de alguna manera se hiciera presente en el conjunto de las prácticas artísticas. La dimensión narrativa junto a la ficcional se presentaba, a primera vista, dada su expansión en el campo estético, como un denomi-

nador común que admitía, sin mayores forzamientos, incluir al conjunto. Veamos por qué razones.

2. Mediatización ficción y narratividad: ¿se pueden señalar aspectos que los aúnen?

Dejando por un momento de lado, para definir las características del tema común de investigación y sus particulares, los límites temporales y espaciales nos ayudaron a pensar el problema en amplitud. Ya los arqueólogos, a partir de los restos de la imaginaria en las cavernas, de una antigüedad, que exceden los diez mil años y mucho más, han realizado esfuerzos por asignar a ciertas secuencias icónicas el carácter de fragmentos que integran una narración. Una señal importante, entonces, pues constituye un indicador de que esa dimensión, es posible que se integrara tempranamente a las prácticas sociales, dando lugar también a pensar que esas mismas organizaciones icónicas, de carácter narrativo, formarían parte del acervo de la oralidad, con procedimientos distintos, en momentos anteriores.

No es necesario insistir en que los fenómenos escriturales –de seis o siete milenios de antigüedad– encuentran para el horizonte de la cultura occidental su gran culminación en Grecia, siete u ocho siglos antes del comienzo de nuestra era; seguido por el desenvolvimiento de la escritura, por algo más de veinte siglos, hasta la emergencia de la imprenta. Este último momento, crucial para la extensión de la escritura al conjunto de la sociedad, cuyas consecuencias seguimos experimentando en nuestros días, a través de su papel en la world wide web (WWW) por medio de la presencia productivamente activa de sus usuarios, sumado al fabuloso acervo documental que se vale de ese recurso.

Ese intervalo, de algunos milenios, nos muestra un camino anfractuoso pero ininterrumpido, que brinda testimonios de la presencia de la asociación de narratividad y ficción, organizada según modalidades tipológicas o genéricas muy distintas asociadas, asimismo, con diversas instalaciones y empleos en las prácticas sociales, sea en cuanto a la organización de la vida en común, las prácticas religiosas o la producción y acumulación del saber.

A partir del momento crucial de advenimiento de la imprenta, del que nos separan poca más de seiscientos años, tanto la escritura como sus sucedáneos, incluyendo la expansión de la prensa y los procedimientos de índole eléctrico o electrónico, sea para expandir el sonido o las imágenes, han multiplicado los procedimientos para el tránsito discursivo, dando lugar a un crecimiento de la complejidad, tanto del universo mediático como del social donde se halla instalado.

En esa larga sucesión que hemos evocado, cada uno de sus momentos presenta algún tipo de articulación con la narratividad, modelando heterogéneas relaciones con el universo

ficcional: si la ilustración de las cavernas ha dado lugar a hipotéticas construcciones de un modo de articulación entre esos componentes, en nuestros días la ficción narrativa se cuela en la prensa digital, en pequeñas grageas –incorporada en distintos géneros– y de manera seriada en producciones específicas, semejantes a los folletines de prensa del siglo XIX. Unas lejanas y otras cercanas animadas por lógicas semejantes, incluso en lo referente a las políticas comerciales (Traversa 2013).

3. ¿Cómo fueron pensadas estas cuestiones? o ¿cómo podrían pensarse?

Para superar el comentario poco preciso que venimos formulando, se hace necesario puntualizar los alcances de los términos empleados y adjudicarles posiciones en el contexto de la producción de conocimientos, lo que se suele llamar hacer un pequeño “estado del arte”. Sigamos, para hacerlo, el orden establecido en el título (*Narración, ficción, mediatización: algo acerca de sus relaciones*).

El interés por establecer las características de la narración ya había despertado el interés de Platón y Aristóteles; el modo narrativo, se fundaba en la *diégesis*, que lo distinguía del dramático que lo hacía en la *mímesis*, con diferentes variantes, para cada uno de ellos. La retórica, en la misma época, emplea el término para designar una de las partes en que suele considerarse dividido el discurso: corresponde a la que se refiere a los hechos para esclarecimiento del asunto de que se trata para facilitar el logro de los fines del orador.

Si bien la retórica no cesó de estar presente en la reflexión acerca de los procedimientos poéticos y de la enseñanza humanística en general, lo estuvo con menguada atención en lo referente al relato. Se verá, asimismo, atenuada y casi extinta en el siglo XIX, salvo ciertos alojamientos propios de la didáctica religiosa. Será necesario dar un gran salto en el tiempo, hasta 1966¹, para encontrar preocupaciones que se propongan abarcar de manera sistemática al conjunto del fenómeno narrativo. Será Barthes² quien se ocupará de señalar la extensión de ese fenómeno; Todorov, en cambio, se inclinará más por restringirlo al universo literario. Esta diferencia dio lugar a cierta parcelación de los estudios de la producción de sentido, no queridos por su autor, que desplazaron el interés y la instalación institucional de los estudios narrativos, por un buen tiempo³.

La extensión propuesta por Barthes de los alcances del relato –como dimensión vertebral de la narratividad– encerraba buena parte de los problemas que han agitado de manera directa o indirecta –dicha o no dicha– al conjunto del campo de las llamadas “ciencias del hombre y

1. Fecha de aparición del N°8 de la revista *Communications*.

2. “Introduction à l’analyse structurale des récits », op. cit. 2.

3. Advertido y discutido por Schaeffer “*Narratologie*”, 1995.

de la sociedad” hasta nuestros días y que, casi en su conjunto, quedan en pie aun en el presente. Basta transcribir unas pocas líneas del texto con que se abre el número 8 de la revista *Communications*, para notar el espíritu con que Barthes trató el asunto, cuyo título general es: “*Recherches sémiologiques: l’analyse structurale du récit*”. Barthes señala:

el relato puede ser vehiculizado por el lenguaje articulado, oral o escrito, por la imagen, fija o móvil, por el gesto y por la mezcla ordenada de todas esas substancias; el esta presente en el mito, la leyenda, la fábula, el cuento, la novela, la epopeya, la historia, la tragedia, el drama, la comedia, la pantomima, la pintura (puede pensarse en la Santa Úrsula de Carpaccio), el vitral, el cine, la historieta, la crónica periodística, la conversación... el relato se presenta en todos los tiempos y en todas la sociedades...

La amplitud adjudicada por Barthes es rica en consecuencias, tanto las referidas a las adjudicaciones y posicionamientos sociales de los diferentes (y potenciales) objeto a los que alude como, asimismo, a los problemas epistemológicos que esa condición instala. Entre tantas, la propia tensión del autor con sus fundamentos; es necesario notar que la óptica de Barthes, en ese momento, estaba fuertemente ligada al pensamiento de Ferdinand de Saussure, por lo que la enumeración bien pronto mostró las dificultades para abarcar a los integrantes de su extenso repertorio. Es bueno señalar que fue el propio Barthes uno de los primeros en notarlo.

Para lo que a nosotros nos compete, al igual que para otros en su momento, la exuberancia de la enumeración de Barthes abrió la posibilidad de pensar en una relación entre narración y mediatización, y en sus derivaciones en la construcción, tanto de objetos como de cursos metodológicos. Esto último en una doble dirección: la enumeración incluye componentes del mundo del arte y componentes del mundo de los medios, por otra, son configuracionalmente heterogéneos lo que exige esfuerzos por determinar su especificidad. A las insistentes preguntas de la estética en torno a la independencia de una rama del arte, desde esta perspectiva se dio una respuesta analítica a través de los esfuerzos por describir procedimientos de producción de sentido, basados en la consideración de su materialidad.

Pero, es necesario señalarlo, desde su formulación hasta el presente, esas cuestiones están en pie, problema que se ve multiplicado cuando se suma a esos discursos originalmente producidos para ciertas condiciones de lectura, el pasaje a otra (s), lo que da lugar a plurales inflexiones discursivas, como ha ocurrido con la serie transpositiva, por caso, literatura-cine-radio-TV-WWW, recorrida con mucha frecuencia en nuestros días. Problema este último de plena competencia y actualidad para la cuestión que nos ocupa, estudiado entre nosotros bajo el rubro de transposiciones⁴.

4. Una exposición pormenorizada de esta cuestión puede leerse en Oscar Steimberg (2012)

Todo esto se asocia de manera estrecha con una exigencia metodológica a tener presente en cualquier reflexión acerca de la discursividad y, más aun, cuando se trata de mediatización, el inevitable desdoblamiento entre las posiciones de producción y reconocimiento, que exige prestar atención a las condiciones en que se realizan las observaciones.

Agreguemos algo más desde otro punto de vista, el de la antropología de Jack Goody, quien aportó a la diversificación de las modalidades narrativas, incluyendo un conjunto de observaciones que abundan en mostrar la diversidad del fenómeno, como la cuestión de las sociedades sin escritura (o de débil incorporación a esa práctica) y la consiguiente diversidad, en cuanto a su distribución territorial. Y, muy especialmente, Goody hace referencia a lo que concierne a un tópico escasamente tratado (salvando la iconoclastía cristiana o eventualmente la islámica): lo que corresponde al rechazo o la prohibición de la representación, y no exclusivamente las icónicas.

Otro tópico, tratado por el mismo autor y que nos interesa a quienes nos ocupamos de cuestiones estéticas y de mediatización, pues, sobre todo el momento broadcasting de la mediatización, se establecieron relaciones de acceso discursivo en zonas geográficas o sociales que no tenían contacto alguno con los modos consagrados por milenios de cultura europea y sus zonas de influencia desde hace varios siglos. Observaciones necesarias acerca de las asimetrías y desfasajes propios de este fenómeno⁵.

El segundo componente del título *ficción* forma parte de las insuficiencias del diccionario de nuestra lengua que reza: “acción y efecto de fingir”, “invención, cosa fingida” y, en tercera acepción: “clase de obras literarias o cinematográficas, generalmente narrativas, que tratan de sucesos y personajes imaginarios”. De estas insuficiencias, que no son solo manifiestas en los diccionarios de nuestra lengua, se ocupó de aclararlas Jean Marie Schaeffer⁶, no solo desde el punto de vista lexical sino asignándole posiciones precisas en el ámbito de diferentes organizaciones discursivas, a los términos que se conectan con el de ficción.

Nos limitaremos, como ejemplo, a una observación que compete al ámbito de la lengua oral o escrita, de la cual una de las funciones atribuibles es la de referir al mundo, es decir dar lugar a frases que reenvían a referentes “reales”. Pero este es un requisito necesario pero no suficiente, porque de esa manera todos los enunciados falsos o mentirosos serían ficcionales. Es decir que en una novela histórica o en una autobiografía, por ejemplo, los enunciados

5. Jack Goody en *Representaciones y contradicciones* (1997) trata extensamente estas cuestiones, las que merecen una atención que no podemos prestar en estas páginas y que, a nuestro entender, deberían ser discutidas en relación con los procesos de mediatización, pues se enriquecería la visión conflictiva del estatuto de la narrativa, y no solo la ficcional.

6. *Pourquoi la fiction?* (1999) constituye un aporte crucial a la discusión de la relación entre ficción y mediatización pues constituye, finalmente, un aporte a la relación entre ontogenia y ficción la que se erige en el perno articulante de la integración entre filogenia e historia cultural.

de *denotación nula* –aquellos que no cuentan con la posibilidad de remitirse a algo atribuido a la realidad– podrían considerarse como falsos y mentirosos y no como ficcionales. Pero, precisamente, el interés de esos géneros literarios reside en el modo en que se articulan enunciados fuertemente denotativos con otros de denotación nula, que componen el conjunto del relato y aporta a su trama estructural.

Siguiendo a Nelson Goodman, por un momento, se podría circunscribir en principio al discurso ficcional como de *denotación literal* nula pero ampliando la noción en dos direcciones, de un lado, la *denotación metafórica* y de otro a la de *referencia no denotacional*. Un Quijote o una actitud quijotesca, por caso, pasa de ser un nombre de denotación vacía a designar un existente que está dotado de las propiedades del personaje literario y designar sus acciones como quijotescas. La cualidad ficcional, entonces, no impide la dimensión referencial: la locución indica un existente⁷.

Simplificando al máximo, pretendemos señalar que el sentido común que conlleva, como simple ejemplo, el diccionario, necesita ser deconstruido (como sus usos corrientes) para asignarle un lugar operatorio en el contexto de una búsqueda entre arte y mediatización y se pone en juego el criterio de entidad ficcional. Y, muy especialmente, cuando los fenómenos que pretendemos abarcar desbordan los límites de los enunciados lingüísticos e incluso la literatura y, por otra parte, se trata de configuraciones que asocian materialidades discursivas de cualidades heterogéneas y, en consecuencia reglas operatorias, asimismo, diferentes (cine, TV, teatro, por casos).

La noción de ficción en nuestro estudio ocupa un lugar central pues, más allá de los diferentes matices que se han presentado en las discusiones acerca de sus características, existe acuerdo, sectorial al menos, respecto de que las competencias ficcionales forman parte constitutiva del desarrollo ontogénico y se encuentran preformadas en la mente. Estas competencias, de manera compleja, son activadas a partir del nacimiento y forman parte de los desempeños en la vida adulta. Es decir que son parte del equipamiento básico de la mente del *Homo sapiens*, sin límites territoriales o sociales. Esto no indica que los cursos efectivos de modelización ficcional –individuales o sociales– (y sea de cualquiera de sus componentes substanciales) no varíen según tiempo y lugar.

Se hace evidente esa última condición fundante de lo ficcional, entre otros fenómenos, en lo que concierne a la universalidad de los procedimientos en el desempeño de los juegos infantiles, lugar donde se hace presente la asociación entre simulacro, ficción y también las instancias que comentan y orientan las acciones lúdicas, propias de los niños. Puede

7. Nelson Goodman ha tratado estas cuestiones en "*Refaire la réalité*" (1990) y "*¿Cuándo hay arte?*" (1990) en el contexto de trabajos de mayor alcance. En especial, en el Cap. I, acápite cinco, trata especialmente la cuestión de la ficción.

recordarse la frase que tantas veces proferimos en nuestra infancia: “juguemos ahora que somos...”, palabras que nos aúnan con todos los niños del mundo, desde siempre.

Todas las culturas conocidas dan lugar a acciones o productos que ponen en juego esta facultad, a través de empleos del lenguaje, a partir de secuencias orales u organizaciones propias de la escritura o bien poniendo en obra recursos corporales u objetuales para dar forma a la actividad de la mente que indicamos con el nombre de *producción ficcional*.

Es de notar que además de su enorme extensión, se suma la diversidad de espacios de instalación de la producción ficcional; observada de más cerca pueden notarse rasgos comunes que atraviesan tanto los rasgos culturales como las épocas históricas: atraviesan toda la historia y se incluye desde los más antiguos mitos hasta la literatura contemporánea. Pero si el núcleo es singular, el modo en que lo vivimos, las características que se nos presentan son, asimismo, múltiples y diversas.

Esa diversidad es el resultado de la acción de los *dispositivos ficcionales*, nos señala Jean-Marie Schaeffer⁸, que son los encargados de producir la *imitación lúdica* de aquello que es vivido, actuado, percibido como un cierto real a través de variadas configuraciones materiales (presente, pasado o futuro, terrestre o implantado en otro mundo). Se podría señalar que la ficción posee *modos de ser* muy diferentes: relato verbal, obra teatral, arte del mimo, fotografía, cine, dibujos animados, multimedia, comic, sistemas de realidad virtual, instalaciones, danzas, asociaciones sonoras de distinto tipo y seguramente otras variantes. Cada una de ellas da lugar a experiencias irreductibles, las unas respecto de las otras.

Cada una de ellas es capaz, asimismo, de dar lugar a colectivos sociales diferenciados (por: preferencias, gustos, consumos, hábitos, patologías, etc.), es decir: producir efectos externos a su propia producción que alcanzan a distintos subsistemas sociales que integran la compleja trama de la semiosis social. Es precisamente la potencialidad de diversificación la que nos animó, según señalaba al principio, a integrar un grupo de plurales vocaciones de investigación a trabajar en conjunto.

4. ¿Qué exigencias comporta estudiar los desempeños entre ficción narrativa y mediatización?

Al igual que las nociones de configuración narrativa y ficción, la noción de mediatización exige un conjunto de precisiones (y decisiones) que permitirán organizar al conjunto del trabajo; al igual que con las nociones de narración y ficción, el espacio delineado por la mediatización nos surgió como el continente de despliegue del conjunto de los fenómenos pero

8. Op. cit. p. 231.

a condición que eligiéramos una concepción consistente con la aproximación que tratamos de construir.

Mediatización nombra un proceso que se manifiesta en el conjunto de la sociedad o en alguno de sus subsistemas; este fenómeno suele adjudicarse a un intervalo histórico, situando como punto de inicio la modernidad o algún fenómeno particular al que se adjudica una importancia relevante (el advenimiento de la escritura, por ejemplo), al que se adjudica, por caso, una importancia crucial en la constitución de las redes de comunicación⁹.

En nuestro caso elegimos la opción opuesta, tal cual lo hace Verón¹⁰; siguiéndolo nos situamos en una temporalidad “antropológica” (el tiempo de la hominización que se remite a millones de años), dado que se trata del tiempo propio de un proceso que da como resultado una dimensión fundamental de nuestra especie: la semiosis como capacidad operacional autopoiética. Consistente con nuestras preocupaciones en tanto que la ficción se integra como un componente constitutivo de la ontogénesis, la opción de la **mediatización de tiempo largo** nos permite integrar al desenvolvimiento de la semiosis social el vector ficcional, como un componente **filogenético**¹¹ de ese proceso **coevolutivo** que integra las exteriorizaciones de la actividad mental patente en instrumentos durables (una herramienta, escritura, un libro) y las facultades de la especie. De pensar ahora en términos de que exigencias epistemológicas, debemos integrar en los cursos de nuestra investigación criterios componenciales discursivos como los que corresponden al despliegue histórico de los procesos ficcionales. Es este último aspecto el que nos ayudó a la selección de fenómenos a estudiar en una primera etapa, los que coinciden con las especializaciones de los miembros del grupo de trabajo.

De manera provisional elegimos seis momentos, ordenados con criterios históricos:

1. Literatura de viaje y el viaje cultural
2. La ficción como articulante de la expansión de la prensa en la primera mitad del siglo XX.

9. Puede leerse a este respecto “Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica” de Mariano Fernández que plantea cuestiones centrales en lo atinente a la “serie corta” y “la serie larga” de la mediatización.

10. Una exposición apretada de sus puntos de vista acerca de la mediatización se encuentra en “Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica” (2014) pero, para una visión más completa se hace necesario recurrir a *La semiosis social*, 2 (2013).

11. La aplicación de los términos “filogenético” y “coevolutivo” no tiene, en el contexto teórico en el que nos situamos valor metafórico sino estrictamente ligados a las concepciones actuales acerca de los cambios en el tiempo que han experimentado las entidades biológicas, conocidas bajo el rubro de “evolución”, continuidad de las teorías originalmente desarrolladas por Charles Darwin. La especie *Homo sapiens* por su condición natural no escapa a un cumplimiento singular de esa dinámica que nos aúna con los otros miembros de ese reino de la naturaleza.

3. La voz humana. Su participación en el universo musical en cuanto despliegue ficcional
4. Ficción, su construcción en la fotografía de prensa
5. Ficción y cine, documental y ficción en los albores del siglo
6. Viejos y nuevos procedimientos ficcionales: de la radiofonía a la web.

Estos tópicos no son solo indicativos del conjunto al que se irán incorporando otros nuevos; sino que por el momento, intentamos trabajar en zonas que de distinta manera habíamos intervenido. Son, por así decirlo, terrenos conocidos que decidimos volver a explorar desde otro punto de vista.

Adoptamos un intervalo que va del siglo XVIII a nuestros días. Sólo examinaremos unos pocos casos en cada uno de los momentos que trataremos, en dos niveles diferentes: 1. **Descriptivo**, tomando como referencia la definición genérica de *dispositivos ficcionales* (propia de Schaeffer, pero que discutiremos) y 2. otro propio de la **Historia de la mediatización** (zona de trabajo definida por Verón), en la que procuraremos poner en obra tres nociones introducidas por el mismo Verón como instrumentos descriptivos de los fenómenos mediáticos en el tiempo: **cambio de escala, ruptura de escala y efectos radiales**¹². Los tres se refieren a cambios efectivos en los cursos de mediatización, sólo posibles de interpretar genéricamente a través de formulaciones hipotéticas particularizadas.

Por el momento nos proponemos que nuestros resultados puedan contribuir a un ordenamiento inicial de los fenómenos de mediatización en que participan las dimensiones narrativas y ficcionales (o sus múltiples modos de articularse).

Referencia

- Barthes, R. (1966) "Introduction a l'analyse structurale des récits», *Communications* 8, Paris, Seuil.
- Ducrot, O., Schaeffer J-M. (1995) "Narratologie" en *Nouveau Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Paris, Seuil.
- Fernández, M. (2014) « Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica", *La trama de la Comunicación* 18, Anuario del Dto. de Ciencias de la Comunicación, Rosario, UNR.

12. Las tres nociones se encuentran formuladas de manera escueta en el primero de los textos mencionados en la cita 10, pero requieren sin embargo recurrir a la segunda mención de la misma cita para encontrar justificaciones más precisas.

- Goodman, N. ([1968] 1990) "Refaire la réalité" en *Langages de l'art*, Nîmes, Éditions Jacqueline Chambon
- ([1978] 1990) « ¿Cuándo hay arte? » en *Maneras de hacer mundos*, Madrid, Visor La balsa de Medusa.
- Goody, J. ([1999] 1997) *Representaciones y contradicciones*, Buenos Aires, Paidós Básica
- Schaeffer, J-M. (1999) *Pourquoi la fiction?*, Paris, Seuil.
- Steimberg, O. (2013) *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de las transposiciones*, Buenos Aires, Eterna Cadencia Editora.
- Traversa, O. ([2009] 2013) "Comentarios acerca de la Aparición de La Presse", en *Inflexiones del discurso. Cambios y rupturas en la trayectoria del sentido*, Buenos Aires, Santiago Arcos editor /SEMA.
- Verón, E. (2014) "Mediatization theory: a semio-anthropological perspective", Frankfurt, *Handbooks of Communications Science, serie V*.
- (2013) *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*, Buenos Aires, Paidós Estudios de Comunicación 38.

mutaciones

mutaciones

Mediatizaciones en tiempos de abundancia de huellas (digitales): Bigdata y métodos digitales para una aproximación a objetos “Stream”

Mediatizações em tempos de abundância de impressões (digital): Big Data e métodos digitais para a abordagem do objetos “Stream”

Virginia Brussa

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM)
Fac. Ciencia Política y Relaciones Internacionales – UNR
viriniabrussa@gmail.com

Palabras clave

Bigdata - métodos digitales de investigación – comunicación – epistemología
- huellas digitales

Palavras-chave

Bigdata - métodos de pesquisa digital - comunicação - epistemologia -
Impressões Digitais

Resumen

Dadas las posturas antagónicas y confusiones relativas al impulso ejercido por el Bigdata en el quehacer académico, el objetivo de este trabajo será primeramente describir dichas variables, destacando las condiciones de variedad y temporalidad. La segunda era de abundancia es al mismo tiempo la antesala y el resultado en la búsqueda de nuevas metodologías digitales de investigación y consecuentemente de sismos temporales-espaciales que precipitan la impronta de lo que hemos de llamar “Objetos Stream” de estudio. Para afrontar esa provocación multini-vel, es relevante hacer hincapié en la existencia ineludible de huellas digitales que implican re-visitación nociones teóricas desde un giro computacional y de experimentación. Por tanto, a través del enfoque sobre la inmediatez y variedad en operaciones de producción masiva de huellas, convocaremos a una reflexión sobre las tensiones inherentes a la tarea de visibilizar lo emergen-te como discursos sociales (culturales) de un presente desafiante de fronteras tradicionales del conocimiento.

Resumo

Tendo em conta a confusão e os pontos de vista contraditórios exercido pelo Bigdata no trabalho académico, o objetivo deste trabalho será em primeiro lugar descrever estas variáveis, com destaque para a variedade e condições temporárias. A segunda época de abundância é tanto o prelúdio como resultado em encontrar novas metodologias de investigação digitais e conseqüentemente terremoto espaço-temporal que precipitaram a idéia do que chamamos os “Objetos Stream” de pesquisa. Para atender a essa provocação a vários níveis, é importante ressaltar a existência inevitável de impressões digitais que envolvem noções teóricas revisitando a partir de uma torção computacional e experimental. Portanto, focando sobre o imediatismo e variedade em produção operações de impressão digital em massa, refletir sobre as tensões inerentes à tarefa de tornar visível o que emerge como discurso social (cultural) de um desafio de tempo das fronteiras tradicionais de conhecimento.

Qué Bigdata? Variedad como eje de recambio

El fenómeno de la masividad del dato que inquieta e irrumpe en la sociedad contemporánea no es nuevo. Asistimos a una segunda instancia de abundancia, diferenciada por lo digital frente a lo analógico (Robertson y Travaglia, 2015) pero con el riesgo de invisibilizar y perder de vista lo realmente emergente. Emanciparnos de las categorías sociales impuestas por la primera ola implica una mirada libre de supuestos ideológicos que detentan ser una *representación* objetiva de la realidad. Por ello, el debate acerca del bigdata debería darse en otros planos con las ansias de rescatar la pluralidad que nos ofrece.

Las transformaciones que intrínsecamente provoca el término bigdata, y que nos interesaría presentar aquí brevemente, son aquellas que se traducen en discusiones de índole epistemológicas, metodológicas e inclusive teóricas provenientes de canales disciplinares diversos que confluyen en el interés por revitalizar el rol de las ciencias sociales frente a la realidad que emerge compleja día tras día. Para los estudios de la comunicación, culturales, desde las vertientes sociológicas (sociología de la cultura, de la ciencia), la antropología, campos de investigación computacionales y las Humanidades Digitales, la interacción digital-bigdata se ha consolidado como un escenario para la observación crítica, abierta y de transición.

A la expresión Bigdata le son inherentes posturas enfrentadas, enquistando viejos opuestos tradicionales de esa ciencia de la primera era de la masividad y profundizando las fronteras entre lo cuantitativo-cualitativo, la objetividad-subjetividad, lo micro-macro. Sin embargo, a lo anterior se le suma un viento epocal decidido a la superación o al menos, a la hibridación de esas oposiciones. Esa instancia parte en gran medida de concepciones interdisciplinarias aglomeradas bajo la búsqueda de metodologías digitales que den cuenta del carácter emergente de objetos de estudio basados no sólo en el volumen construido desde la "*digital traceability*" (Venturini, Laffite, Cointet, Gray, Zabban, De Pryck, 2014; Venturini, Latour, 2010).

Con el objetivo de complementar, superar o hacer invisibles las fronteras a través de la materialidad de lo "digital" como tríada objeto-herramienta-fuente y declarando insuficiente la hegemonía de lo electrónico –con sus prefijos "E" en las ciencias, los gobiernos, la investigación– se ha previsto un giro. Esto significa dejar atrás lo "virtual" que fortalecía también la división del comportamiento humano entre aquello ocurrido online y lo "real". Como describiremos luego, la superación de esa diferencia, conlleva redefiniciones en lo metodológico y en las consideraciones sobre cómo pensar hoy las externalidades del pensamiento y sus derivaciones hacia un movimiento aglutinador de la acción social.

Los fundamentalistas de la cuarta revolución, conciliadores y el apocalipsis del Dato.

Antes de presentar dichas posturas nos parece pertinente hacer alusión a las características que contiene el Bigdata hoy. El listado podrá ser mayor o menor según las finalidades, perspectivas o usos que se realicen del mismo. Según se privilegie la fortaleza del volumen (el cuarto paradigma), la variedad (los conciliadores-críticos) o el ataque absoluto hacia su pertinencia (detractores puros del datacentrismo).

En general, como lo hace Kitchin (2014) al hacer un recuento de aquello que se considera BigData, podemos considerar que contiene las siguientes variables: volumen, velocidad, variedad, exhaustividad, detalle en su resolución, identificación indicial, naturaleza relacional, flexible, con rasgos de intencionalidad y escalabilidad.

Para este trabajo nos interesa destacar como “insumo” la variedad y los aspectos de temporalidad debido a que uno nos propone lo distintivo (Manovich, 2015; Venturini et al 2014; Floridi 2012) y el otro, introducir la inquietud por el análisis de “objetos stream” en ámbitos de estudios de la comunicación, ciencia política y Humanidades Digitales. Reconsiderar la riqueza de la variedad, prescindiendo por un momento de las metáforas básicas de volumen y velocidad asociadas directamente con la inauguración del datacentrismo, nos proporciona un aliciente para superar a partir de la noción del bigdata unas primeras fronteras, y rescatar el sentido de ser y operar de las huellas digitales. En esa lógica, Manovich (2015) discute los aportes de las Humanidades Digitales y de las Ciencias Sociales Computacionales como fuentes útiles para llegar a su propuesta metodológica de Analítica Cultural. Con la ayuda de la sociología de la cultura, lo general y particular se ve sintetizado en su pensamiento con la proclamación del “wide data”¹ para enfrentar las técnicas que proclaman la rigidez de la representatividad. El autor discute la pobreza que persiste en aquellos procesos de investigación basados sólo en mantener escasos casos representativos sin poner el acento en la variedad de dimensiones² (más allá de tiempo, espacio, género, etc.) inherentes a la naturaleza de los objetos digitales.

También Floridi (2012), desde su perspectiva, propone superar la característica del volumen del bigdata como distintivo de la época, porque si nos quedáramos sólo en ello, se reduciría el acontecimiento a un problema de rasgos tecnológicos, con una solución de similar índole en vista de pretender conquistar el “manejo” de su volumen. Dado que para el autor la originalidad del bigdata y sus implicancias hacen a temas epistemológicos, nos inquieta citando

1. Incorpora de esta forma la diferenciación con “long data”, atribuible a los patrones generalizables de las ciencias sociales.

2. Interesantes aportes en referencia a estos cuestionamientos han sido propuestos desde áreas de la visualización, de la semiosis de imágenes.

a Platón y sus proyecciones sobre “cómo saber qué preguntar y responder preguntas” a los datos (p.437), escenario donde el volumen no será lo determinante. Lo interesante, estratégicamente hablando, para el desafío de llegar al conocimiento, es cómo encontramos aquellos “small patterns” en la avalancha de datos, en una era donde el problema pasó de ser qué guardar a qué borrar.

Venturini et al (2014), al trabajar desde la idea de la fábrica social en la arena digital, suma a los anteriores autores los siguientes conceptos:

el valor de la “traceability” digital no es una cuestión de tamaño y no puede ser medida por el gigantismo de unas pocas plataformas digitales. El real impacto de la “traceability” debería ser buscado en el aumento de la diversidad de las huellas (traces) disponibles para la investigación social (p.3) [comillas y traducción propia]

Se evidencia a partir de la lectura de Venturini una propuesta sugestiva para desplegar algunas pautas que él llama las confusiones o malos entendidos sobre el bigdata que están en sintonía con la propuesta inicial. Si bien algunas de ellas son inherentes a su aproximación teórica provista por la teoría del actor-red, nos parece que son relevantes como preludio o avance para tratar la emergencia de los métodos digitales y objetos cercanos a ellos. Antes de introducir el tema de la selección de métodos frente a estas disrupciones epistemológicas desprendidas del bigdata, describiremos brevemente las posturas antagónicas que lo configuran.

a) La dataficación de la sociedad o el fin de la teoría

El marketing, las finanzas, los Estados en conjunción con el optimismo por una acelerada revolución de los datos entendida sólo como un paliativo a la incertidumbre y la panacea de poder “predecir” el comportamiento humano a través de las huellas digitales está forjando muy fuertemente una postura dentro de un contexto donde el 90 por ciento de los datos existentes fueron creados en los últimos dos años³.

Con esos augurios autores como Anderson (2008), Mayer-Schonberger V, Cukier K (2013), Steadman (2013) colocan en el podio a la cuantificación argumentando que:

Este es un mundo donde la masiva cantidad de datos y la matemática aplicada reemplaza cualquier otra herramienta que podría ser ejercida...Olvídese de la taxonomía, la ontología, y la sicología. Quién sabe por qué la gente hace lo que hace? El punto

3. Con distintas perspectivas pero alineadas con ese optimismo cuantitativo, vale recordar para este caso las orientaciones de la administración Obama (Office of Science and Technology Policy , 2012)), la visión adaptada del programa Horizon2020 en Europa (<http://www.big-data-europe.eu>), los datos de Forbes sobre las ganancias del bigdata el año pasado o recorrer el blog DataScienceCentral (<http://www.datasciencecentral.com>) .

es que ellos lo hacen, y nosotros podemos rastrear y medir esto con una fidelidad sin precedente. Con suficiente data, los números hablan por sí mismos. (Anderson, 2008)
[traducción propia]

Siguiendo ese razonamiento se cae en la ilusión de la objetividad de la automaticidad, de lo vasto del volumen, del dato “dado”. Por tanto, qué necesidad de interpretar los números, de ofrecer un contexto para el mismo, si según estas posiciones el mundo se puede mirar a través del elemento nacido neutral, desprovisto de ideología, de significado y de subjetividad, todo ello inherente a su condición agregada y automática.

b) El ateísmo del data (bigdata): de la negación a la crítica conciliadora

Frente al pronóstico hegemonícamente inductivo anterior, se colocan, por un lado, los ateos de éste pseudo mito y por el otro, la propuesta de conciliación crítica. Es en la última en la que haremos hincapié, porque la consideramos más pertinente en su análisis y por los alcances de lo explorado.

En los trabajos donde interviene Kate Crawford (2011-2012-2014) se pone en discusión no su existencia, sino las connotaciones de supremacía-centrismo a través de una postura pragmática. La misma, no avalaría plenamente a aquellos discursos que privan de existencia e impacto al fenómeno.

En un iniciático texto, Boyd y Crawford (2011) cuestionan las creencias y prácticas reduccionistas instaladas hasta el momento respecto del bigdata expresando que:

Hay significantes y detallados estudios siendo realizados últimamente que se basan en metodologías sobre bigdata, particularmente estudios de prácticas en sitios de redes sociales como Facebook o Twitter. Aún, es imperativo que nosotros comencemos a preguntar cuestiones críticas acerca de esto: qué significa esta data, quién tiene acceso, cómo es implementado, y con qué fines (p. 2) [traducción propia]

Frente a ello, cuestionan que su impacto no sea sólo cuestión de escala, o de proximidad⁴ sino una cuestión de cómo y qué conocemos. Citando a Berry (2011), se preguntan por el giro computacional en nuestra forma de acercarnos y crear conocimiento. Continúan con la proclamación de objetividad que lo cuantificable sigue sin otorgar, ya que en el proceso de uso de grandes datos, la intervención de la subjetividad por parte del investigador es innega-

4. Taleb, N. (2012) va más allá, afirmando que nos encontramos frente a la tragedia del bigdata. El autor, de origen libanés, dice que el “*Bigdata es una versión facilista que destruye todo espíritu de investigación y hace de la abundancia de datos un tema sumamente perjudicial para el conocimiento. Más datos significa obtener más información, pero también significa información más falsa... Difícilmente se pueda confiar en muchas ciencias orientadas estadísticamente, especialmente cuando el investigador se encuentra bajo presión para publicar en su carrera. Sin embargo, la reivindicación será ‘para avanzar en el conocimiento’.*”

ble y necesaria tanto en la imaginación de ese dato, como en la selección de la metodología para procesarlos. Tampoco el bigdata nos ofrece mejor aproximación a la realidad, indicarán las autoras, aludiendo en este caso a su representatividad. Ni siquiera la posibilidad de ser proclive a considerarse objeto de intercambio⁵ ya que las huellas “individuales” dejadas en un sitio digital no son iguales a las demarcadas en otro; es decir, no se puede tratar a todas las interacciones de igual forma, el contexto aún tiene su valor. El texto culmina con dos afirmaciones que son en sí mismas insumos para nuevas investigaciones y son las referidas a la ética en el uso de los datos en las investigaciones y las brechas digitales⁶según infraestructuras, las fuerzas que contienen y quién detenta el poder de obtener, procesar y analizar esos datos masivos. En ese sentido, Venturini manifestará que precisamente por ello no podemos hablar de lo “dado”⁷, aquello que ya estaría allí de acceso fácil para aquel que lo requiera; sino que dadas las estructuras de poder, las huellas digitales no son esencialmente puras en su naturaleza. Ya han sido tamizadas por otras “fuerzas” antes de entrar a las arcas del investigador, del lector o del usuario intermedio o final.

Por todo lo anterior, una de las respuestas a los desafíos expresados ha recaído en el método, a raíz de las inquietudes sobre cómo trabajar con el bigdata. Nivel desde el cual se ha instaurado a lo “digital” como paraguas unificador, para asistir a las transformaciones necesarias del proceso, de las técnicas y resultados. La síntesis propuesta para pensar los métodos de abordaje de lo digital, no implica recorridos y finales cerrados: por el contrario, contamos con los aportes de la Analítica Cultural, las Humanidades Digitales⁸, la Geografía Crítica⁹, la Ciencia Social Computacional. Cada una *dialogando* con las otras y buscando instaurarse como síntesis superadora de fronteras. Complementariamente, como indicador

5. Aquí hacen alusión a los estudios de análisis de redes sociales (SNA) donde cada plataforma o sitio despliega para cada persona un ambiente diferente; por tanto los perfiles o huellas digitales en cada uno no pueden ser intercambiadas o ni suponerse como idénticas.

6. Es interesante para la geopolítica del saber ahondar en lo que las autoras citan de Manovich (2011) y sus propias intervenciones sobre el tema, al enunciar que hay: “tres clases de personas en el reino del Big Data: ‘los que crean los datos (tanto consciente y/o dejando huellas digitales), los que tienen los medios para recolectar, y aquellos que tienen experiencia para analizarlo’. Sabemos que el último grupo es el más pequeño y el más privilegiado: también son los que llegan a determinar las reglas sobre cómo se utilizará el Big Data, y quién va a participar. A pesar que las desigualdades institucionales puedan ser un resultado inevitable en la academia, ellos deben sin embargo ser examinados y cuestionados. Producen un sesgo en los datos y los tipos de investigación que emergen” (Crawford, Boyd 2011).

7. Una alusión al término “*data-driven*” cercano a autores y artículos del periodismo de datos y similares.

8. Las humanidades digitales en versión “BIG” frente a lo tradicional del small data se puede ver en un reciente artículo de Kaplan (2015)

9. Ver Kitchin (2013); Crampton et al (2013), como referencias de los aportes de la geografía, estudios GIS o el análisis de la geopolítica digital en Wikipedia a esta discusión. Para profundizar la última esfera, es sobresaliente el trabajo que lleva a cabo Mark Graham del Oxford Internet Institute.

distintivo en esta transición, se encuentra la valoración de un proceso abierto, esencial en la cadena de investigación, y es allí donde las Humanidades Digitales dejan sentir su peso.

De métodos virtuales a digitales: tiempo-espacio revisionado?

Por otro lado, poner énfasis en la connotación temporal (giro presente) del bigdata y la emergencia de objetos de estudio cambiantes y convergentes que remitan a una conveniente elección de un método digital, no es darle al último un protagonismo excluyente. O como consecuencia de las connotaciones de la dataficación, profundizar aseveraciones ontológicas para finalmente desanimar el pasado; sino plantear este eje de reflexión con una finalidad instrumental intrínseca a las inquietudes sobre cómo afrontar el estudio de temáticas de la sociedad de la comunicación. Por ende, si bien se señalan diferencias entre dato estructurado (experto) o no estructurado (cotidiano) de su condición, nacido digital o digitalizado (Rogers, 2009), como información dada de forma instantánea, es imperante para nuestro objetivo pensarlo desde lo epocal de la hibridez y la interdisciplinariedad. En ese camino, Venturini et al (2010) proponen que para estudiar lo emergente (en emergencia) es necesario entender que la dualidad micro-macro que enquistaba luego lo cuali-cuanti sólo podrá describir aquello que ya ha emergido (lo pasado). Y agregan:

gracias a la “digital traceability”, los investigadores no necesitarán elegir ya entre la precisión y la extensión en sus observaciones: es posible ahora seguir la multiplicidad de interacciones y simultáneamente, distinguir la contribución específica que hacen a la construcción del fenómeno social. Nacidas en la era de la escasez, las ciencias sociales están entrando en una era de abundancia. Frente a la riqueza de esta nueva data, nada justifica mantener viejas distinciones. Dotadas con una cantidad de data comparable a las ciencias naturales, las ciencias sociales pueden finalmente corregir su mirada y simultáneamente mantener el foco y la escala en sus observaciones. (p.6)
[traducción propia]

Siguiendo con dicha perspectiva, será vital contar con un ambiente compartido desde las Humanidades Digitales (Schnapp y Presner, 2009) donde cada eslabón del método de las ciencias sociales sea digital¹⁰ en relación a abierto, de forma tal no sólo de describir el experimento, sino de tener y dar acceso a él.

En consonancia metodológica, pero con diferencias, Rogers (2009) acuñará el término “online groundedness” para referirse a las nuevas formas de entender el paso de lo virtual a lo

10. Para aplicar ese método digital, plantea tener en cuenta ciertos elementos, desde la selección del dato (no distingue entre digitalizado o nacido digital) hasta su publicación.

digital, de concebir un método que entienda a Internet y a la epistemología de la web no sólo como un objeto, sino también como una fuente de información (y data) acerca de la sociedad y la cultura, dónde se investigue con y desde el médium específico y con ello, las nuevas interactividades.

Es decir, Rogers parte de la premisa que los métodos digitales deben tener como fuente aquello nacido digital (ya que considera que la virtualidad/realidad ya no es apropiada) para dar cabida a un movimiento de lo ontológico a lo epistemológico (método). Nos ayuda a entender esta aproximación su noción de “epistemología web”, al describirla como el estudio de “cómo estos objetos nacidos digitales¹¹ son gestionados por los dispositivos”. Por ello su objetivo es “seguir el médium” y no utilizar aquellos que apliquen lo tradicional, pero digitalizado (por ej.: uso de encuestas online). Entender la mecánica del código-dispositivo y su incidencia en las huellas que manufactura en clave de “registros” interactivos¹² es estudiar Internet y los objetos digitales sin limitaciones o fronteras. Pero también entender que lo emergente digital es cambiante y conlleva controversias.

Eso nos requiere volver sobre la lectura de Venturini et al (2014) con el fin de retomar ciertas pautas que él llama las “confusiones” o “malos entendidos” sobre el bigdata. En “Tres mapas y tres confusiones: un mapeo digital de la diplomacia climática” (2014), el autor profundiza las ideas del artículo escrito con Latour, para afianzar aquello de hallar mejores observaciones de la realidad a partir de un prisma “superador”. Es útil hacer mención de estos malentendidos, ya que habilitarán la introducción al estudio del presente desde una perspectiva de asociaciones, si bien con un lente teórico particular. Las confusiones colaboran en la construcción de fronteras y ser conscientes de su insistencia, nos permite trabajar sobre ellas y lidiar con el estrabismo de las Ciencias Sociales, debido a la parcelación entre cualitativo/cuantitativo, situado/agregado, micro/macro.

Teniendo en cuenta, por tanto, la metodología de Venturini en su análisis de la diplomacia climática a nivel internacional, podemos inferir que si retenemos sólo un elemento del conjunto de binomios, llegaremos al datacentrismo o bien caeremos en las generalizaciones que nos impiden encontrar esos “outliers” en un entorno digital. Así, abre el debate sobre qué y cómo trabajar entre datos digitales en las ciencias sociales postulando la existencia de tres problemas/confusiones frecuentemente anclados en los estudios académicos y provenientes de cuestiones metodológicas.

11. Ejemplos de ello es estudiar los hyperlinks, los tags, los resultados de las búsquedas en los distintos motores como Google, Yahoo, archivos de webs, controversias en las ediciones de Wikipedia, chekings, etc.

12. Para diferenciarlo de la interactividad de consulta, hoy subvertida por la dejada a través de las prácticas de registros en apps, compras, servicios, música en Internet que hace a la misma un sistema de recomendaciones.

Los conceptos vertidos en este apartado nos llevan a una reflexión de doble vía en la causalidad de las transformaciones imperantes en el análisis de datos masivos y los métodos digitales. Las características de las nuevas huellas digitales, como nuevos objetos a estudiar, necesitan nuevas formas de ser *entendidas* y métodos pertinentes, para dar respuesta al proceso necesario de aproximación a la realidad en construcción. Fenómenos que en tal caso provienen de esas huellas y oficiarán de patrones consecuentes (generalizables y particulares).

El “emergente” digital de las huellas: Cómo acercarnos a Objetos Stream



Figura1: Screenshot Mapa interactivo de tweets con dimensión temporal conflicto Gaza 2014 – Fuente: Al Jazeera

Aquí marcamos, por un lado, un giro instrumental foucauldiano y una breve alusión a Latour involucrando la “emergencia” que junto a aquello que Valdetaro (2015) pone en evidencia al hablar de “indicial”, “performativo”, dará luz a lo epocal de la preocupación por lo “stream” y lo presente construido digitalmente. A este giro lo tomaremos como un elemento estratégico desde la idea, también de Foucault, de la teoría como “caja de herramientas” para hacer posible ciertas aproximaciones desde las ciencias sociales al momento de procesar nuevos objetos del presente. Estos dejan en evidencia su poder de inmediatez, de movimiento, de variedad, hibridez.

En tanto elemento de nuestro comportamiento cotidiano, las huellas digitales pueden ser pensadas no como externalidad, sino como parte indisociable de nuestras acciones sociales y cognitivas. Y en clave masiva, el giro computacional de Berry (2011), la analítica cultural de Manovich como método, la Fábrica Social de Latour como invisibilización en cierto aspecto de aquello real de lo virtual, el comportamiento online –offline o la desaparición del prefijo E (de electrónico), deja al descubierto que ese dato-masivo- viene a constatare operativamente como una huella, en este caso digital, parte hacedora del fenómeno social considerado desde el estudio de la discursividad. En consecuencia, el acto de experimentar de Foucault que envía a la actualidad¹³, a lo presente nos es de utilidad en esta encrucijada de lo “stream” como objeto de estudio¹⁴. Dificultad que se materializará a partir de huellas, que a pesar de ser en sí “presencia”, en momentos de analizarlas en forma masiva y en el proceso de instrumentalización a través de métodos digitales se tornarán cambiantes, como consecuencia de los soportes que las contienen y códigos que las hacen desvanecer. Dicha problemática es un desafío para este giro computacional; pero también, como advertimos al hablar de Bigdata, un aliciente para aplicar nuevas técnicas y visibilizar patrones distintos a la primera era del dato analógico. Esta dualidad no es argumento para caer en la adopción de visiones apocalípticas sobre la vulnerabilidad científica, de hacer uso de la abundancia de datos como objeto o fuente de conocimiento; sólo indica que la emergencia y abundancia digital puede ser salvaguardada al tomar uno u otro método híbrido.

Explicitando el elemento central, las huellas digitales¹⁵, son consideradas como “cualquier set de bits guardados en la memoria de un soporte digital (una computadora en la mayoría de los casos) como resultado de una implementación deliberada de un sistema de rastreo” (Venturini et al, p. 3) [traducción propia]. Entonces, podríamos intentar trasladarlas, haciendo uso de la discursividad como producto derivado de condiciones sociales de producción (vía Internet) dónde hoy se pondrá el acento en la horizontalidad-masividad de las gramáticas de producción.

13. Actualidad que fue retomada por Verón (1987), como un proceso en donde “de lo que se trata es de la producción de la realidad social como experiencia colectiva” (p.4) y dónde los hechos inherentes a la realidad social no existen sin pasar por la mediatización que los construye.

14. Stream, no como excluyente de los estudios del pasado, dado que no es intención delinear otra frontera, sino sólo como metáfora indicadora de la preocupación de aquello emergentemente complejo, que nos coloca frente a cuestionamientos sobre cómo afrontar fenómenos que implican análisis de huellas masivas-digitales por un lado, y por otro, de mediatizaciones de conflictos (crisis, controversias). Esto se plasma en la búsqueda de una mirada híbrida de su método y en el uso de técnicas del bigdata.

15. Otra conceptualización sobre huellas digitales (data) es la particularizada en los estudios de redes sociales, aportada desde el campo de la investigación de la comunicación digital norteamericana por Freelon, D. (2015), “evidencia de la actividad online de los usuarios tales como hiperlinks y retweets”.

Comparando a esos bits con dato digital, la diferencia reside en aspectos metodológicos ya que el proceso final de tener el dato es gracias a alguien que anteriormente permitió que esa información (huella) esté disponible. Como ya mencionamos, dicha información es permeada por dimensiones de poder que determinan que lleguen al investigador ya pasadas por un tamiz y por la subjetividad de aquel tras su recolección, limpieza, técnica de procesado o cómo y qué decide visualizar o mostrar.

De allí, que los malos entendidos sobre el bigdata deriven de procesos relativos a conocer con qué huellas, desde qué huellas se trabaja para acercarnos a esa realidad creada. O cómo en las operaciones de producción de esas huellas se plasman las condiciones ideológicas. Esa tarea también hace al conocimiento proveniente de estas nuevas discusiones. Y allí nuevamente el contexto es relevante, la intervención en la selección de tal o cual metodología, la forma de visualizar los patrones, la instancia de cómo se valida la variabilidad de resultados. Por tanto, en todo este devenir de mixturas también nos encontramos aquí con algún viso de abducción, de descubrimiento dado el formidable intento de encuentro con los patrones y conceptos.

Versión Stream

Como ejemplos de temáticas a ser investigadas como “objetos stream” a partir de los sentidos vertidos anteriormente, podemos presentar algunas áreas que representan interés desde los aportes interdisciplinarios de las humanidades digitales y otros campos digitales/en-digitalización, enfatizando al mismo tiempo sus efectos en la mediatización. Sólo enunciaremos de forma escueta los mismos, ya que un análisis detallado de los aspectos metodológicos o implicancias epistemológicas del bigdata, exceden la finalidad de este artículo.

Los movimientos sociales de nueva generación —*en red* en palabras de Castell (2013)— acaecidos a partir de la búsqueda de apertura institucional desde Túnez a México (Gerbaudo, 2012; Tufekci y Wilson, 2012; Toret, 2013; Postill, 2013; Lemos 2014), han puesto en jaque a las ciencias sociales en vista de aquello que Latour propone como desafío para poder describir los fenómenos emergentes y *consumidos*. La ruta metodológica rescatada por muchos de los estudios que han proliferado inmediatamente tras los acontecimientos comentados ha suscitado una cuantificación de la realidad.

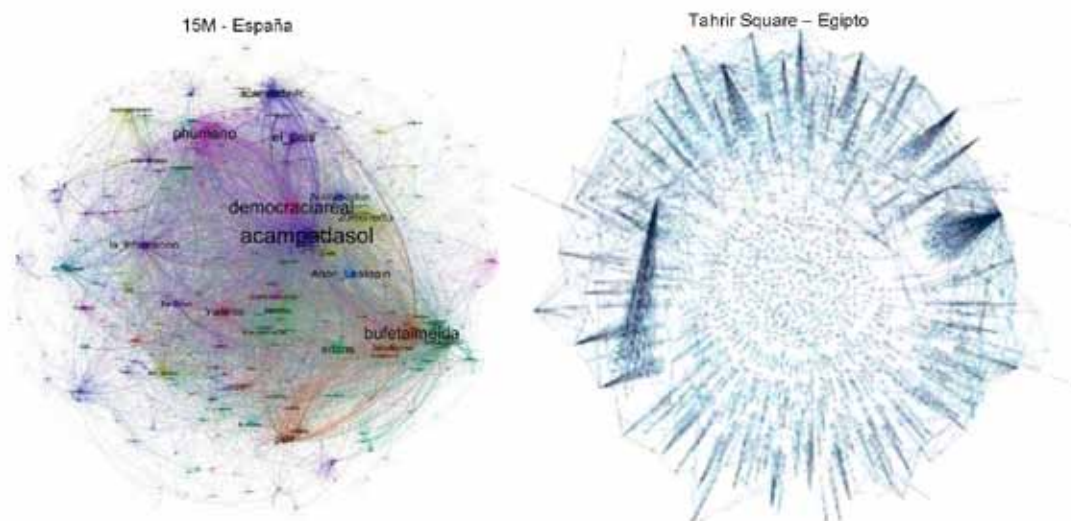


Figura2:

IMG1:

Screenshot de gráfico de redes del Hashtag #Jan23. Fuente: “The Egyptian Revolution on Twitter” realizado por André Panisson. Herramienta: Gephi Graph Streaming.
<https://youtu.be/2guKJfvq4ul>

IMG2:

Momento de Explosión 15M. Análisis Pablo Aragón (DatAnalysis15M) – Fuente <http://datanalysis15m.files.wordpress.com/2013/06/tecnopolitica-slides.pdf>

Se han aproximado al fenómeno adoptando y explicando al mismo como una fotocopia estática¹⁶ de la realidad, como objetivos y lo suficientemente representativos, olvidando los problemas derivados de las políticas de censura en algunos países, del contexto multifacético, dejando que los datos y el recurso último del proceso, la visualización, hablen por sí solos. Puede decirse que el datacentrismo y el tecnofundamentalismo decodificó de forma arbitraria los fenómenos, en el fragor de la tarea, cuestión que más tarde dio cuenta de los desafíos teóricos y metodológicos para dar respuesta a la complejidad que se desenvolvía. Sin embargo, ello dio coraje para profundizar los debates al interior de la academia, los medios, organizaciones, creando alianzas y pronunciamientos sobre la necesidad de la inter-

16. Diferente a lo indicial más cercano, a la huella tal como se plantea en este trabajo; ya que la huella a pesar de su presencia (aunque no con regularidad en lo digital por las situaciones del soporte) no es el espejo de la realidad.

disciplinaria y la ayuda mutua para encontrar nuevos conceptos o visitar antiguos. Dirá Toret (2013) en una entrevista:

es importante tener un conocimiento 360°, interno a los fenómenos, situado y encarnado en la propia inmanencia de los mismos. Tener datasets y herramientas de análisis no asegura saber buscar en ellas y, sobre todo, contextualizarlo. Se deben articular hipótesis y argumentaciones y rejillas conceptuales que conviertan los datos en un todo complejo y orgánico (...).

La misma situación evidenciaron los fenómenos de índole política¹⁷, que encadenados con aquellos en la discusión de la esfera pública, la agenda y la participación (Raimondo Anselmino, Reviglio y Diviani, 2015; Couldry, 2014; Dahlgren, 2012) tratarán de escindirse del tecnocentrismo o la repetición de prácticas offline en lo online, a partir de complementar métodos tradicionales de las ciencias sociales con nuevas técnicas de análisis de sentimientos, análisis de texto (con la ayuda de la automatización), crowdsourcing, grafos. Tal como plantea Postill (2015) en relación a temáticas de activismo-participación cívica, el planteo cualitativo de antaño se ha fortalecido con la contrastación y el complemento de lo visualizado netamente a través de trabajos cuantitativos o viceversa.

En la arena humanitaria, la situación tiene varias aristas. Haremos mención a la mediatización de las crisis o conflictos como escenario más atrayente en la delimitación de objetos de estudios de la índole que subrayamos. Aquí el bigdata en sus tres V (velocidad, volumen, variedad) tiene una alta consideración¹⁸, así también como su aspecto ético. Las organizaciones internacionales u organismos de las Naciones Unidas están desarrollando y utilizando el bigdata en muchos aspectos tales como las respuestas a emergencias, procesos de mantenimiento de paz, proyectos de participación ciudadana para normativas internacionales¹⁹, monitoreo de ayuda, cooperación y desarrollo. De tal magnitud ha sido la incidencia, que se ha iniciado como en otros campos, lo que se ha dado en llamar “Digital Humanitarians” en

17. Un hito se emplaza en los estudios sobre campañas políticas digitales derivados de la primera presidencia de Obama, aquellos relativos a la segunda pantalla y los debates televisados (Vaccari, Chadwick y O’Loughlin, 2015), las Relaciones Internacionales en todos sus niveles (Mayer et al, 2014), las consideraciones sobre gobierno abierto, la participación ciudadana en su matiz digital y común, las reflexiones sobre smart cities –smartcitizens así como conceptos y prácticas reivindicadoras de la tercera cultura, el procomún, makers, laboratorios de innovación.

18. Las Naciones Unidas han introducido el término Bigdata de forma particular, algunas veces bajo premisas descriptas en este trabajo bajo el discurso de Revolución de Datos. Sin embargo, el giro hacia esta reivindicación ha sido en muchos casos de importancia para poder dar cuenta de fenómenos globales y avanzar en la tarea de fortalecer las políticas para crear estadísticas faltantes. (UNGlobalPulse, 2012, Kshetri, 2014, Gray, 2015, OpenDatavatch, 2015).

19. Ver: <http://vote.myworld2015.org/es>

un sentido práctico y la Informática de Crisis (Palen, Starbird, Vieweg y Hughes, 2010) como campo interdisciplinar que conjuga la computación con las ciencias sociales²⁰.

#Eleições2014: os temas mais comentados no Twitter por eleitores e candidatos

% de Tweets de usuários por tema, de 1 Julho – 24 Out, 2014



Figura3:

IMG1: Gráfico sobre las elecciones 2014 en Brasil, Fuente <http://blog.estadaodados.com/>

IMG2 . Infografía Cortesía de Digital Humanitarian Network (2015).

La comunicación está siendo uno de los pilares en cada uno los procesos internacionales, así como la cobertura disruptiva mediática que se les proporciona²¹. Los medios y ONG´s han adquirido un rol preponderante en los esquemas de creación, proceso, análisis de información. La investigación de dichos fenómenos y procesos como objetos de características alusivas a lo stream son cada vez mayores. Sin embargo, es menester aclarar, que lo proba-

20. Como otras esferas con mayoría computacional está siendo discutida a partir de la dimensión limitada que conlleva lo que las técnicas computacionales pueden procesar de forma automática durante una crisis.

21. En ese escenario, hay esquemas y transformaciones importantes a partir de las escisiones entre medios mainstream, redes sociales y colaborativos. En los últimos acontecimientos en Gaza (2014), Ucrania (2014), Yemen (2014-2015), crisis de refugiados (2014-2015) las contradicciones así como las manifestaciones individuales de los freelance en terreno, los corresponsales en sus cuentas de Twitter han generado "ruido" en las lógicas mediáticas tradicionales planteando nuevos impulsos en las mediatizaciones de las crisis y conflictos en la era digital.

bilístico y la simulación por un lado, o la interpretación por otro, son modelos más alentadores o fiables que el uso de lo hegemónicamente predictivo en esta temática.

Consideraciones finales

El camino marcado por el rol de las prácticas y métodos digitales está evidenciando el giro computacional y un estratégico buceo teórico, necesario para afrontar la tarea de aproximarnos críticamente a nuevos objetos del presente de connotaciones performativas e indiciales como las evidenciadas en los movimientos sociales, las campañas políticas digitales, la diplomacia abierta, la innovación propuesta desde los organismos internacionales humanitarios, las mediatizaciones de las crisis globales. Que las ciencias sociales, computacionales, en especial la sociología, antropología, ciencias políticas, comunicacionales, humanidades se compongan con un término digital, da sentido a este síntoma epocal de invisibilización–hibridación de las divisiones de antaño en la búsqueda de conocimiento. El bigdata no es la causa fundante o exclusiva; el clima es acompañado de transformaciones de raigambre múltiple que implican fenómenos sociales atrayentes para ser abordados a través de metodologías en sintonía con esta abundancia de huellas digitales de variado orden y conceptos de nueva estirpe. A estos los hemos denominado deliberadamente “stream”, no sólo por su carácter temporal y de dimensiones masivas de variedad, sino por las temáticas en donde destaca y por las tensiones de lo emergente (digital) en mediatizaciones de conflictos y controversias.

Entender la presencia de una realidad construida, co-construida, re-construida de forma nutrida por huellas digitales colmadas de condiciones ideológicas, relacionales en el ámbito de la producción es un aspecto central frente a la masividad convergente de nuestro actuar cotidiano. Sintetizar en aquello particularmente digital (no excluyente) la elección de un método superador o híbrido y confiar en un rastro de descubrimiento, supone dar opciones en aras de revalorizar la profundidad que el contexto ofrece. Los logros serán mayores enfatizando el espíritu de colaboración, con procesos abiertos e interdisciplinarios. Con aproximaciones teóricas, epistemológicas y técnicas creativas, con las que es menester discutir la hegemonía que se autoproclama como relato dado, como discurso en condición “raw” y absolutismo oculto tras la metáfora de la objetividad.

Referencias

Anderson C. (2008) The end of theory: The data deluge makes the scientific method obsolete. Wired. 23 de junio. Disponible en: http://www.wired.com/science/discoveries/magazine/16-07/pb_theory

- Berry D. (2011) The computational turn: Thinking about the digital humanities. *Culture Machine* 12. Disponible en: <http://www.culturemachine.net/index.php/cm/article/view/440/470> Recuperado el 1/08/2015
- Boyd, D. y Crawford, K. (2012) "Critical questions for big data". *Information, Communication and Society* 15 (5): 662–679. DOI: 10.1080/1369118X.2012.678878
- Boyd, D. y Crawford, K. (2011) "Six Provocations for Big Data", A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1926431>
- Brock, A. (2015) "Deeper data: a response to boyd and Crawford". *Media, Culture & Society October 2015* 37: 1084-1088. doi: 10.1177/0163443715594105
- Castells, M. (2013) *Redes de Esperanza e Indignación en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Columbus, L. (2014) "Roundup Of Analytics, Big Data: Business Intelligence Forecasts And Market Estimates". Forbes. 24 de Junio. Disponible en: <http://www.forbes.com/sites/louiscolumbus/2014/06/24/roundup-of-analytics-big-data-business-intelligence-forecasts-and-market-estimates-2014/>
- Couldry, N. (2014) "The myth of 'us': digital networks, political change and the production of collectivity". *Information, Communication & Society*. pp. 1-38. ISSN 1369-118X
- Crampton, J. W., Graham, M., Poorthuis, A., Shelton, T., Stephens, M., Wilson, M. W., & Zook, M. (2013) "Beyond the geotag: situating 'big data' and leveraging the potential of the geoweb". *Cartography and geographic information science*, 40(2), 130-139. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2253918>
- Crawford, K., Gray, M. L., & Miltner, K. (2014). "Big Data. Critiquing Big Data: Politics, Ethics, Epistemology". Special Section Introduction. *International Journal of Communication*, 8, 10. Disponible en: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/2167/1164> Recuperado el 1/08/2015
- Dahlgren, P. (2012) "Reinventing participation: civic agency and the web environment". *Geopolitics, History, and International Relations*, (2), 27-45.
- Freelon, D. (2015) On the Interpretation of Digital Trace Data in Communication and Social Computing Research. Disponible en: http://www.academia.edu/6148342/On_the_Interpretation_of_Digital_Trace_Data_in_Communication_and_Social_Computing_Research Recuperado el 1/10/2015

- Floridi L. (2012) "Big data and their epistemological challenge". *Philosophy and Technology* 25 (4): 435–437.
- Gerbaudo, P. (2012) *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*, Londres: Pluto Press.
- Gray,J. (2015 9 de julio) A data revolution for whom? Disponible en: <https://www.opendemocracy.net/ourkingdom/jonathan-grey/data-revolution-for-whom>
- Kaplan, F (2015) "A map for big data research in digital humanities". *Front.Digit.Humanit.*2:1 DOI:10.3389/fdigh.2015.00001
- Kitchin, R. (2013) "Big data and human geography Opportunities, challenges and risks". *Dialogues in human geography*, 3(3), 262-267. DOI:10.1177/2043820613513388
- Kitchin, R. (2014) "Big Data, new epistemologies and paradigm shifts". *Big Data & Society* Jun 2014, 1 (1) DOI: 10.1177/2053951714528481
- Kshetri,N. (2014) "The emerging role of Big Data in key development issues: Opportunities, challenges, and concerns". *Big Data & Society* Dec 2014, 1 (2) DOI: 10.1177/2053951714564227
- Lazer D., Pentland A., Adamic L. et al. (2009) *Computational social science*. *Science* 323: 721–733.
- Lemos, A. (2014) "Medios Sociales, Herramientas de la Revolución?", Vizer, E. (Coord.). *Lo que MacLuhan no predijo*, Buenos Aires: La Crujía, 109-125.
- LlamaloY (2013, 3 de marzo), *El "Big Data" de la revolución*, Entrevista a Javier Toret. Disponible en <https://llamaloy.wordpress.com/tag/toret/>
- Manovich L. (2011) *Trending: The promises and the challenges of big social data*. Disponible en: <http://manovich.net/index.php/projects/trending-the-promises-and-the-challenges-of-big-social-data> Recuperado el 1/08/2015
- Manovich, L. (2015) *The Science of the culture? Social Computing, Digital Humanities and Cultural Analytics*. Disponible en: <http://manovich.net/index.php/projects/cultural-analytics-social-computing> Recuperado el 1/10/2015
- Mayer, M. et al (2014) "The Global Politics of Science and Technology", Vol. 2, Global Power Shift, Berlin: Springer DOI 10.1007/978-642-55010-2_I
- Mayer-Schonberger V. y Cukier K. (2013) *Big Data: La Revolución de los Datos Masivos*. Madrid: Turner Noema.
- Moretti, F. (2013) *Distant Reading*. Londres: Verso.

- Office of Science and Technology Policy (2012) Obama Administration Unveils “Big Data” Initiative: Announces \$200 Million in New R&D Investments. Washington.
- OpenDataWhatch (2015) *The Data Revolution: What’s Being Said* <http://www.opendatawatch.com/Pages/Data-Revolution-What-Being-Said.aspx>
- Palen, L., Starbird, K., Vieweg, S., & Hughes, A. (2010). “Twitter-based information distribution during the 2009 Red River Valley flood threat”. *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology*, 36(5), 13-17.
- Postill, J. (2013, 14 de febrero) “Participatory media research and Spain’s 15M movement, Cultural Anthropology”. Disponible en: www.culanth.org/fieldsights/86-participatory-media-research-and-spain-s-15m-movement
- Postill, J. (entrevistado) et Brussa, V. (entrevistador). (2015) *Entrevista Día de las Humanidades Digitales, CIM - AAHD*. [Audio Entrevista]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=YdCT6RhYHio>
- Raimondo Anselmino, N., Reviglio, M., & Diviani, R. (2015). “Esfera pública y redes sociales en Internet: ¿Qué es lo nuevo en Facebook?” *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal Of Communication*, 7(1). Disponible en: <http://www.mediterranea-comunicacion.org/Mediterranea/article/view/187> Recuperado el 10/10/2015
- Robertson, H. y Travaglia, J. (2015, 13 de octubre) “Big data problems we face today can be traced to the social ordering practices of the 19th century”. *LSE Impact of Social Sciences blog. London School of Economic and Political Science*. Disponible en: <http://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2015/10/13/ideological-inheritances-in-the-data-revolution/>
- Rogers, R. (2009). *The End of the Virtual: Digital Methods*, Amsterdam: UVA Vossiiupers.
- Schnapp J. y Presner P. (2009) *Digital Humanities Manifesto 2.0*. Disponible en: http://www.humanitiesblast.com/manifesto/Manifesto_V2.pdf Recuperado el 1/10/2015
- Seaver, N. (2015) “The nice thing about context is that everyone has it”, *Media, Culture & Society* October 2015 37: 1101-1109. Doi: 10.1177/0163443715594102
- Steadman, I (2013) *Big data and the death of the theorist*. *Wired*. 25 de enero. Disponible en <http://www.wired.co.uk/news/archive/2013-01/25/big-data-end-of-theory>
- Taleb, N. N. (2012). *Antifragile: Things that gain from disorder*. New York: Random House.

- Toret, J. (2013). "Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida". *IN3 Working Paper Series*. Barcelona: UOC Disponible en http://in3wps.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878/n13_toret Recuperado el 1/08/2015
- Tufekci, Z. and Wilson, C. (2012) "Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square". *Journal of Communication*, 62: 363–379. Doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01629.x
- Vaccari, C., Chadwick, A. and O'Loughlin, B. (2015) "Dual Screening the Political: Media Events, Social Media, and Citizen Engagement". *Journal of Communication* doi:10.1111/jcom.12187
- Valdettaro, S. (2015). Epistemología de la comunicación: una introducción crítica. Disponible en: <http://rephip.unr.edu.ar/handle/2133/4762>
- Venturini, T., & Latour, B. (2010). "The social fabric: Digital traces and quali-quantitative methods". *Proceedings of Future En Seine*, 30-15.
- Venturini, T., Laffite, N. B., Cointet, J. P., Gray, I., Zabban, V., & De Pryck, K. (2014). *Three maps and three misunderstandings: A digital mapping of climate diplomacy*. *Big Data & Society*, 1(2).
- Verón, E. (1987) *Construir el acontecimiento*. Barcelona: Gedisa.

Mediatización de la música y memoria: de las partituras a los archivos en red

Midiatização da música e memória: das partituras a os arquivos em rede

Daniela Koldobsky

FSOC, UBA - ATCA, UNA dkoldobsky@hotmail.com

Palabras clave

mediatización-música-memoria-historia-archivos

Palavras-chave

midiatização - música - memória - história - arquivos

Resumen

La omnipresente vida de la música en la historia humana convive y es complementaria de la muy reciente posibilidad de mediatización del sonido, y por lo tanto de su conservación y reproducción. De allí que en este trabajo nos preguntamos por los modos de construir la memoria musical, de guardar, seleccionar, ordenar y descartar música. Para ello proponemos la diferenciación entre memoria neuronal y memoria técnica, y analizamos colecciones, catálogos y archivos musicales, con un acotado recorrido por su vida premediática primero y por la mediatización posterior, poniendo especial atención en los cambios que se están produciendo en la actualidad a partir de la digitalización y la presencia de Internet. Retomamos también algunas cuestiones planteadas antes en un trabajo dedicado a Youtube, y tenemos en cuenta pares como música culta/música popular, memoria individual/memoria social, instituciones públicas/instituciones privadas, producción/reconocimiento, y finalmente broadcasting/networking.

Resumo

A onipresente vida da música na história humana coexiste e é complemento da muito recente possibilidade de midiatização do som, e por enquanto da sua conservação e reprodução. Daí que neste trabalho perguntamos-nos pelos modos de construir a memória musical, de salvar, selecionar, classificar e descartar música. Para isso propomos a distinção entre memória neuronal e memória técnica, e analisamos coleções, catálogos e arquivos de música, com um breve percurso pela sua vida premediática primeiro e pela midiatização subsequente, pondo especial atenção nas mudanças que estão ocorrendo na atualidade a partir da digitalização e da presença da Internet. Recuperamos também algumas questões previamente formuladas num trabalho dedicado ao Youtube, e levamos em conta pares como música erudita/música popular, memória individual/memória social, instituições públicas/instituições privadas, produção/ reconhecimento, e finalmente, broadcasting/networking.

Introducción

Hasta el momento en que apareció la posibilidad técnica de fijación y reproducción del sonido, la música era concebida fundamentalmente como un arte del tiempo e indicadora de la naturaleza efímera de la vida, lo que es visible por ejemplo en la presencia de instrumentos musicales como motivos en una de las variantes del género pictórico de la naturaleza muerta -la *vani-tas*- que justamente pretende representar la finitud de la existencia.

Cuando la mediatización del sonido permitió abstraer el sonido de su fuente (Fernández y equipo Ubacyt, 2003) por primera vez en la extensa historia del hombre y en la también extensa vida de la música existió la posibilidad de escucharla sin ser producida en ese momento y en ese espacio, y la memoria que denominaremos neuronal dejó de ser el único reservorio de la música ya sucedida. Al igual que otros dispositivos técnicos que permiten recuperar textos producidos en el pasado, el fonógrafo¹ y los que lo sucedieron posibilitaron, entre otros aspectos, grandes transformaciones en el estatuto de la memoria musical y en los modos de construirla².

De allí que en este trabajo nos preguntamos acerca de los modos de construir la memoria musical, de guardar, seleccionar, ordenar y descartar música, y comenzamos a hacerlo respecto de las formas de fruición, gustos, estilos y recorridos musicales que esos modos de guardar habilitan o conforman. Para ello analizamos colecciones, catálogos y archivos musicales, con un acotado recorrido por su vida premediática primero y por la mediatización posterior, poniendo especial atención en los cambios que se están produciendo en la actualidad a partir de la digitalización y la presencia de Internet. En ese sentido, apelamos a una somera reconstrucción histórica que pretende recoger grandes hitos como la conformación de la memoria respecto de la música oral primero; la emergencia de la notación musical y por lo tanto del soporte de la composición musical con la partitura; la posterior -y muy reciente- posi-

1. Denominamos fonógrafo o fonografismo a uno de los tres medios de sonido, junto con el teléfono y la radio, que surgen hacia fines del siglo XIX (Fernández y equipo Ubacyt 2003). Hablar de fonografismo permite incluir todos los dispositivos técnicos que, en una significativa aceleración de la transformación tecnológica, van desde el primer fonógrafo hasta el actual sistema de streaming digital on line.

2. Según Cingolani, la memoria y el contacto son los dos grandes tipos de operaciones en las que la mediatización produce transformaciones. Y agrega lo que considera una curiosidad histórica: los inventos tecnológicos modernos que podrían agruparse por su gestión de la memoria llevan el sufijo grafía (fotografía, litografía, fonografía, cinematografía, etc), en tanto los que gestionan el contacto llevan el prefijo tele (telefonía, tele radiofonía, teletipo, televisión) (2014).

bilidad de mediatización del sonido y la conformación de la industria musical y, por último, la mediatización en red que introduce nuevas modalidades de producción, recepción e intercambio, en términos de lo que José Luis Fernández define como la emergencia del networking, un sistema de medios que en la actualidad convive en tensión con el de los medios masivos o broadcasting ³ (2014).

A pesar de esta acentuación en el cambio, el recorrido citado permite observar también permanencias, o incluso realizar algunas preguntas acerca de posibles semejanzas entre distintos momentos de la construcción social e individual de la memoria musical, sobre la base de un fenómeno, el de la música, que está presente en situaciones sociales tan diversas como las rituales y religiosas, las políticas, las de entretenimiento y celebración, y que también se define como arte.

Música y memoria oral

El estudio de la transmisión oral de la música ha constituido un corpus importante, desde disciplinas como la antropología y la musicología entre otras. De allí que en este apartado proponemos un cuadro comparativo entre la memoria oral y la memoria escrita de la música (es decir, previa a la mediatización del sonido), de la mano de obras ya clásicas como las del filólogo Milman Parry respecto de la recordación en la poesía oral homérica y de Gerardo Huseby en el campo de la musicología argentina. Con el objeto de su simplificación y ordenamiento, se recogen en forma de cuadro comparativo una serie de rasgos propios de la música antes de su notación escrita y a partir de ella, que si bien no revisten novedad, tienen consecuencias importantes respecto del estatuto de la memoria y sus modos de construcción.

3. José Luis Fernández diferencia broadcasting de networking. Mientras el primero “está relacionado con todas aquellas situaciones en las que los sistemas de intercambio discursivo se caracterizan por la existencia de pocos emisores que emiten para muchos receptores”; el segundo en relación con la música aparece a partir de “la digitalización y el downloading primero, y la explosión de las redes y sitios musicales después”. Además plantea que en la actualidad la convivencia en tensión entre ambos sistemas mediáticos permite hablar de postbroadcasting (2014).

Música y memoria oral	Música y tradición escrita
La pieza es compuesta en la ejecución. Composición, ejecución y canto son parte de un mismo fenómeno.	Diferencia entre composición, ejecución y canto. Composición temporalmente anterior a la ejecución.
La pieza depende de la memoria oral, por lo que no sobrevive vinculada a la firma del compositor. Su estreno implica la inmediata conversión en patrimonio popular.	Emergencia de la figura del compositor/ autor. Diferenciación entre la música popular y culta o académica.
Cada ejecución de algún modo es original. Ausencia de idea de original, copia, variación.	Emergencia del concepto de original y necesidad de fidelidad a la escritura. Fijación y rigidización.
Concepto de obra distinto del que se origina a partir de la notación; la memoria oral es un proceso que conserva y modifica. (Huseby, 1978). Modifica (<i>memoria neuronal</i>) para conservar.	Concepto de obra como texto duro.
Repertorio acotado y fuerte dependencia de la música con letra: fórmulas de recordación (Parry, 1987).	Crecimiento del repertorio musical, sistematización y catalogación.

Como se puede observar en el cuadro, en la música previa a la notación escrita no tiene sentido hablar de obra ni de compositor en el sentido clásico, académico o moderno, y el dinamismo propio de la transmisión oral hace que no sea pertinente la diferenciación entre original y copia, o incluso la fidelidad a un texto previo.

Sin embargo, más allá de esas diferencias claves en los modos de concebir la vida social de la música antes y después de la notación escrita, nos interesa destacar dos aspectos que son especialmente significativos para la construcción de la memoria musical. En primer lugar, a partir del planteo de Gerardo Huseby de que la memoria oral conserva y modifica (1978), entendemos que lo que definimos como memoria neuronal para conservar modifica, y en ello consiste lo que se podría denominar, siguiendo a Christian Metz, su estatuto⁴. Desde este punto de vista, y como analizaremos más adelante, la emergencia de la partitura no solamente contribuye a la definición de obra musical como texto duro, lo que trae consigo

4. Según Christian Metz, a la hora de analizar los procesos de figuración textual, está la opción de la lista, que se enfoca en la sucesión de figuras y está pendiente de la definición de nuevas incorporaciones, y la del estatuto, que se ocupa de analizar los procesos de producción de sentido de la figuración. Como él, nos interesa el estatuto, en este caso de la construcción de la memoria musical.

la consabida discusión acerca de la necesidad de fidelidad a la composición escrita, sino que inicia un proceso de transformación de la memoria que culminará, con la mediatización del sonido, en la constitución de un nuevo estatuto.

En segundo lugar, si como postula Milman Parry ciertos epítetos épicos homéricos funcionaban como fórmulas que le permitían al bardo cantor construir el poema a su gusto y el de los escuchas y, a su vez, darle tiempo para recordar, la presencia de la palabra parece ser fundamental para la recordación de la música antes de su notación. En términos complementarios, John Neubauer plantea que el camino hacia la autonomía o emancipación de la música tiene un mojón fundamental en la aparición de una serie de géneros musicales instrumentales como la sinfonía, la sonata o la música de cámara en el siglo XVIII (1992)⁵. Nuestra hipótesis es que la existencia y desarrollo de la música instrumental (fundamental en lo que se define como música culta o académica) no hubiera sido posible sin la notación escrita en forma de partituras, que si bien conoció diversos sistemas desde la antigüedad, ya estaba consolidada en Europa y era de uso regular en el siglo XVIII⁶. Es decir, la emergencia, consolidación y producción masiva de partituras no solamente es clave para el crecimiento del repertorio musical, su sistematización y catalogación, sino que participa de que se puede definir siguiendo a Larry Shiner como la invención del arte tal como se lo concibió a partir del siglo XVIII, con la separación entre el arte culto o las Bellas Artes y el arte popular (2004 [2001]).

Partituras y memoria musical escrita

Como adelantamos, el sistema de notación musical de uso actual es una evolución del generado en la Edad Media. Hasta que a fines del siglo XIX surgen los medios de sonido en general y el sistema fonográfico en particular, no existe posibilidad de conservación de la ejecución o, mejor dicho, de la performance musical⁷, de modo que, aunque resulte ele-

5. John Neubauer adjudica al proceso que en el siglo XVIII definió la aparición de un conjunto de géneros musicales instrumentales como la sonata o la sinfonía la emancipación de la música. Como el título y el contenido de su libro lo proclama, la emancipación de la música se produce según él por el alejamiento de la mimesis que impone la expulsión de la letra, entendiendo así que la música funciona como punta de lanza hacia lo que será el arte abstracto en el siglo XX en términos estrictos, y no con tanto énfasis, como uno de los aspectos centrales en el proceso de autonomía de la música como arte (1992).

6. El propio Huseby decía en un artículo de 1985 que “la notación musical fue el factor determinante del rumbo que tomaría la música europea occidental a partir de la Edad Media” (pág. 63).

7. El fonógrafo, hacia 1890, cuando fue inventado, posibilitaba grabaciones únicas y permitía por supuesto la grabación de cualquier sonido, como la voz humana, los ruidos del ambiente, y la música. El que lo fonográfico terminara por convertirse en lo que Adorno y Horkheimer denominan industria cultural, y una de las más importantes del siglo XX, y que se direccionara fundamentalmente a la grabación musical, depende, tomando el modo que propone José Luis Fernández para analizar la emergencia de la novedad mediática, de tres series diferentes y relativamente autónomas: del dispositivo técnico, de los géneros y estilos discursivos y de los usos sociales de los medios (2008).

mental, es necesario subrayar que la emergencia de la partitura permite la conservación de una parte de la música, la de la composición escrita, y no de la música en sentido estricto.

La música es, siguiendo a Nelson Goodman, un arte que, en diacronía, pasó de ser autográfico a ser alográfico, al incorporar la notación, cuyo soporte es la partitura (1978). Hasta el momento, la obra dependía de su existencia física, por lo que tenía carácter único y efímero. A partir de la notación la obra no posee un cuerpo único y definitivo sino cuerpos múltiples y provisionales (Souriau 1947). En ese sentido, lo que se mantiene único es cada instancia de ejecución o performance musical, aunque observaremos enseguida qué sucede a partir de la mediatización musical y por lo tanto de la posibilidad de fijación y reproducción de la performance.

Es necesario decir también que si bien es cierto que el caso de la improvisación en la música contemporánea a partir de fenómenos como el jazz muestra que hay una existencia autográfica de la música, la historia cultural se inclina hacia su sostenida existencia alográfica. Sin embargo, no debe entenderse como un proceso de creación en dos fases, en el que la composición que se sostiene en la partitura es lógica y temporalmente anterior a la ejecución musical. De hecho, la partitura funciona por lo menos en tres sentidos: como soporte y sostén de nuevas composiciones, como registro y memoria de composiciones preexistentes, y como posibilidad de notación de piezas no escritas (por ejemplo de parte del acervo tradicional y folklórico).

La comprensión de la notación musical en general y la lectura de la partitura exigen una alfabetización específica, que si bien parece haber estado bastante extendida entre los aficionados a partir de la Ilustración y especialmente durante el siglo XIX, es segmentadora respecto de su utilización tanto en producción como en recepción.

Durante el siglo XIX la impresión de partituras creció en términos exponenciales y afectó tanto la producción como la recepción y fruición musical, tanto a la música profesional como a la aficionada. En ese sentido, se puede pensar que el origen de la industria musical es anterior a la mediatización del sonido, al punto de que el grupo de editores y compositores que dominaban la edición de partituras de música popular especialmente en Nueva York hacia fines del siglo XIX se reunían en la misma zona geográfica de la ciudad y se los denominó Tin Pan Alley⁸. El nombre se utilizó también en Londres para denominar a la zona de la ciudad en la que se reunían los editores de partituras, y por extensión se utiliza para definir a la naciente música de masas o a la denominada música comercial, como lo confirma el comienzo del clásico texto "Vanguardia y kitsch" del crítico norteamericano Clement Greenberg: "La

8. Si bien hay diferentes versiones respecto del significado de este nombre, se acuerda que está relacionado con el sonido de las latas al percutirse y que su origen es despectivo.

misma civilización produce simultáneamente dos cosas tan diferentes como un poema de T.S. Eliot y una canción Tin Pan Alley”⁹.

En la música académica, por su parte, con la emergencia de las partituras se generaron sistemas de catalogación autoral, muchas veces comenzados en vida por los propios compositores con el objeto de organizar su propia obra. Esos sistemas de catalogación, usualmente organizados con números y letras, implicaron diferentes criterios de clasificación, que en general combinaban uno cronológico con uno genérico. Como podremos observar, estos criterios más otros agregados, se mantienen en los archivos musicales de instituciones públicas y privadas y también en los catálogos de los sellos musicales de compañías discográficas.

Mediatización del sonido y memoria técnica

El dispositivo fonográfico funciona por impresión, lo que introduce el registro indicial en la mediatización del sonido. En términos de Charles Sanders Peirce esto conforma una relación existencial entre signo y objeto, dado que el objeto estuvo allí en el momento de su impresión¹⁰.

En un capítulo titulado “La máquina del tiempo” dedicado a la fotografía, primer dispositivo mediático que introduce la indicialidad, Eliseo Verón plantea que con ella, “por primera vez en la historia de la mediatización, el discurso producido por el dispositivo es portador inequívoco de las marcas del momento de su producción, y esas marcas forman parte inseparable del sentido final del discurso” (2013: 247). La fijación de la temporalidad en su decurso que realiza la grabación del sonido provoca que el sintagma musical grabado lleve las marcas del proceso de la producción, y más allá de que pueda ser la reproducción exacta o aproximadamente exacta de una performance musical (en el caso de ediciones que no reproducen una performance musical única), indudablemente ese rasgo transforma lo que se denominó el estatuto de la memoria. Mientras la memoria neuronal para conservar modifica, la memoria técnica instituye un nuevo estatuto por el que la conservación no produce modificación. Es

9. Esta mínima reconstrucción permite observar algo que, si bien no es objeto del presente trabajo, es central para dar cuenta de una tensión que en la década del '40 comienza a estar presente en diversos autores -entre los que los citados Adorno y Horkheimer son probablemente los más influyentes- respecto del arte por un lado y los productos de la cultura de masas (o el kitsch) por otro. Como lo muestra el texto de Greenberg, la industria de la música popular fue desde el principio ejemplo privilegiado del segundo extremo de esta tensión.

10. Si bien Fernández J. L. ha insistido en el carácter indicial de la mediatización del sonido desde el comienzo de su investigación en la década del noventa, Jean Marie Schaeffer había notado que el carácter indicial de la fotografía analógica está dado por ser ella producto de un proceso de impresión (1987). A su vez, el lugar de la indicialidad a partir de un conjunto de dispositivos técnicos y lenguajes que surgen durante el siglo XIX es tan central en la mediatización que Carlón postula la emergencia del sistema técnico indicial, a partir de lo que plantea Shiner respecto de la consolidación en el siglo XVIII del denominado sistema de Bellas Artes (2006, 14).

incluso ese rasgo el que asegura que las sucesivas escuchas iluminen diversas zonas o aspectos de él antes no atendidos.

Por supuesto, este nuevo estatuto de la memoria musical no sólo involucra nuevas alteraciones de la temporalidad¹¹ tanto a nivel de la experiencia individual como social de la música, sino que permite la creciente y exponencial conservación, sistematización y gestión de la música efectivamente ejecutada, con consecuencias diversas en el sentido que los cambios tecnológicos provocan respecto de su archivación, aspecto del que nos ocupamos de aquí en adelante, no sin antes realizar un pequeño interludio respecto de ese otro estatuto, el del archivo, y sus diferencias con la colección.

Memoria, archivos y colecciones

Si bien este tema exige mayor desarrollo del que nos permitimos en este espacio, retomamos algunos planteos de Jacques Derrida respecto del archivo, partiendo del Arkheion griego y su sentido -en principio- etimológico. El arkheion es la casa, el domicilio donde residen los arcontes (magistrados superiores). Dado que los arcontes representan la ley, allí se guardan los documentos oficiales (esto marca el paso de lo privado a lo público). Los arcontes son sus guardianes. El poder arcóntico incluye así las funciones de reunión, unificación, identificación y clasificación de los documentos (1996: 10). Por lo tanto el archivo se constituye como una institución, especializada y gestionada (que configura a su vez al experto que la gestiona). Así, y muy sucintamente, se puede plantear siguiendo a Edmonson respecto del archivo audiovisual, que sus funciones son el acopio, la gestión, la preservación y la accesibilidad de los materiales que lo componen (1998).

Según Aprea y Soto, la colección, en cambio, implica el agrupamiento de una serie de objetos culturales en los cuales importa especialmente su valor autónomo. Su lógica de organización puede ser explícita pero resulta difícil de sostener y replicar (2003). Y se podría agregar que ello hace que el acceso público no esté entre sus fines primeros.

Las diferencias entre archivo y colección atraviesan, como podremos observar, la constitución de la memoria mediatizada musical hasta la actualidad.

11. Este aspecto se ha convertido en central en la concepción de la mediatización de Eliseo Verón en *La semiosis social 2* (2013), en tanto presenta a los medios como alteraciones de la escala espacial y/o temporal en la vida social, y también lo es en los estudios respecto de la técnica de Bernard Stiegler. Agradezco la referencia a Stiegler que me fuera realizada por Gastón Cingolani en el transcurso de la presentación de este trabajo durante el coloquio en 2015, y también los comentarios realizados especialmente por Oscar Traversa y Sergio Ramos.

Mediatización del sonido y broadcasting (recordatorio)

Recordar algunas cuestiones fundamentales de la mediatización del sonido y sus orígenes es fundamental para internarse en la construcción individual y colectiva, o socializada, de la memoria musical a partir de la posibilidad de fijar y reproducir el sonido en dispositivos técnicos concebidos para tal fin. La invención del fonógrafo, hacia 1880, inicia un largo camino de dispositivos analógicos primero y digitales luego, que permitirán conservar y reproducir cualquier sonido, pero que en su constitución mediática irá privilegiando el sonido musical. Sin embargo, y como lo plantea Fernández, la mediatización musical es multimediática: la radio, la prensa, el cine y la TV no sólo están involucrados en la distribución sino en la producción musical (2014 y otros).

Desde sus inicios, la mediatización musical se conformará en forma de broadcasting, en el que pocos emiten para muchos receptores. El broadcasting está directamente ligado a la constitución de una industria musical que se conforma alrededor de los sellos discográficos



que producen, fabrican y distribuyen la música grabada en formato disco. El disco (desde el single al álbum) se convierte en unidad discursiva por excelencia de la industria musical (Bertetti, 2009), tanto en la música académica como en la popular, y se puede concebir en

términos de Verón como género L, dado que funciona como obra (ejemplo: el concept álbum), y como género Pen tanto es un producto de intercambio económico por una parte y un objeto físico por otra (que permite constituir la discoteca como fenómeno material que ocupa un espacio determinado).

Broadcasting y memoria musical

Tal como lo plantea Jacques Derrida, desde los griegos el archivo ocupa un espacio, en tanto está conformado por objetos físicos que se deben conservar. Ese espacio físico que en el origen era la casa del arconte, se constituye en institución al conservar y gestionar los documentos de interés público, y en la era de los medios masivos instituye a su vez dos tipos de conservación diferenciados: los institucionales, privados o públicos, y los individuales, los cuales, como podremos observar, más que como archivos funcionan como colecciones. El siguiente cuadro, desarrollado luego, muestra la conformación del sistema de memoria musical en el broadcasting.

Broadcasting y memoria musical institucional

En la era del broadcasting los archivos musicales institucionales son de tres tipos: los sellos discográficos, los archivos musicales de medios masivos y los archivos musicales públicos o privados. En los dos primeros casos el archivo es subsidiario de otros objetivos. Mientras que para los sellos discográficos permite la constitución de un repertorio musical que conforma un estilo e incluso se presenta como marca para ofrecer a los consumidores, los medios masivos (especialmente emisoras radiofónicas y canales de televisión) conforman archivos que deben estar disponibles a las necesidades de la programación. Sólo los que son estrictamente archivos musicales tienen como fin principal la conservación, cuidado, catalogación del material para su acceso y consulta por parte de los usuarios.

Los sellos discográficos se pueden diferenciar en compañías en general multinacionales y concentradas, multimedia, que se dedican tanto a la producción, management, fabricación, promoción y distribución de la música; y en sellos pequeños (muchas veces denominados independientes), que se centran en la producción, y en general son especializados (folklore, música indie, etc.). En ambos hay presencia de catálogos por autor (grandes figuras de la música popular o académica), por géneros, por estilos. Warners music o Sony musics on grandes ejemplos de sellos discográficos de música popular o masiva, Harmonia mundi de música académica y Acqua records como sello independiente argentino que se ocupa de la música popular latinoamericana.

Los archivos musicales en medios masivos son generados por emisoras o programas de radio o por canales de televisión (por cable), en general especializados (en tango, rock, pop, música clásica o académica, etc.). Dado que los medios masivos se configuran como “medios de empuje”, cuyos mensajes salen hacia el público tanto si éste los busca como si no” (Jenkins, 2008: 215), la escucha es electiva en términos de emisora o programa, pero el medio es el que ofrece la música a escuchar¹², lo que indica que durante el siglo XX y la vigencia plena de la industria musical, estos medios funcionaron como modo de acceso privilegiado al conocimiento de nuevas músicas y autores musicales.

Los archivos musicales institucionales, en cambio, en general seleccionan su material tanto con criterio tecnológico como de calidad musical. Son especializados y suelen funcionar según ciertos criterios culturales y estético-educativos. Además de poseer registros sonoros contienen partituras, material audiovisual y otros documentos, como por ejemplo material de prensa o de análisis académico. Un ejemplo en Argentina es el Instituto Carlos Vega (UCA), que incluye un catálogo de compositores académicos argentinos clasificado con las siguientes categorías: música escénica, para películas, espectáculos multimediales, música orquestal, de cámara, para coro, para instrumento solo, electroacústica, etc., con subclases incluidas. Dentro de la clasificación por compositor, predomina una por medio y por género musical.

Broadcasting y memoria musical individual

A partir de la mediatización del sonido, y con la consolidación del disco como formato privilegiado (tanto en términos de unidad discursiva de acceso a la música como de objeto físico que es además la unidad de intercambio económico) se hizo posible también constituir discotecas personales. De tamaño y especialización variables, ellas pueden estar organizadas (por autor, género o estilo fundamentalmente), en general no sistemáticamente ni catalogadas. En ellas la selección es producto del gusto y puede o no indicar especialización o expertise musical, lo que hace que tengan un importante componente de variación, que puede incluir criterios diversos de búsqueda y acopio, entre los cuales suelen estar presentes las curiosidades o incluso los gustos vergonzantes, pero también material no elegido como la música regalada. Estos aspectos hacen de la discoteca personal una colección antes que un archivo, aunque como sabemos cuando esa colección adquiere visos de coleccionismo, los criterios de búsqueda y selección pueden involucrar alto grado de obsesividad.

12. A ella se agregó la práctica de pedidos telefónicos (o por internet) de temas musicales o videos, con la convergencia de dispositivos que permiten la interacción del usuario.

Mediatización del sonido y networking (recordatorio)

Scolari plantea que uno de los rasgos que caracteriza a los mal llamados nuevos medios es la reticularidad, que implica la emergencia de diversos modos de interacción entre usuarios, entre las que es posible el “muchos a muchos” (2008). En términos tecnológicos, la ampliación exponencial de información y la convergencia de medios son posibles por la digitalización.

Respecto de la música, Bertetti postula el proceso que llevó a las descargas de música de Internet (el artículo es de 2009 por lo que no tiene en cuenta la modalidad del streaming, que es hoy dominante) como de desmaterialización, dado el lugar que ocupaba el disco como unidad discursiva objetual cuya textualidad no sólo era sonora sino también de contenido visual y escrito. Esto fue acompañado también por cierto desplazamiento del álbum, entendido hasta ese momento como obra musical completa, por el formato canción. Sin embargo, ese proceso, enmarcado en el más amplio de crisis y reacomodamiento de la industria musical, no es lineal, en tanto el formato disco vuelve a ser elegido especialmente por los artistas y ha nacido un nuevo fanatismo –de nicho pero no silencioso en términos de meta-discursividad- respecto del vinilo.

El peer to peer ha modificado profundamente el direccionamiento uno a muchos que caracterizó la producción y distribución musical en la era de los medios masivos, permitiendo compartir música entre usuarios, lo que incluye la creación de playlists y perfiles de gusto. Esta modalidad limita el poder de los intermediarios y genera nuevas redes y comunidades de gustos. Si bien la búsqueda musical contiene como podremos observar elementos de azar, las opciones que el sistema provee están generadas por un algoritmo que reúne información estadística de las búsquedas previas.

Otra de las transformaciones centrales de la digitalización y la convergencia de medios es la escucha en múltiples dispositivos, con crecimiento de los portátiles, que permiten la escucha musical móvil.

Por último, la digitalización con sus facilidades de transformación del texto fuente y la posibilidad de interacción del networking, han definido la emergencia del “prosumidor”, que no sólo es receptor sino que interviene en grados diversos en la edición y producción de música, y ha impulsado además diversas y complejas formas de producción colaborativa, lo que vuelve a poner en cuestión la concepción de obra musical como texto duro.

Spotify

Si bien no es única en sus características (hoy está asediada por su competidor fundamental, *Apple music*, y por nuevas apariciones gratuitas que no tienen asegurado su funcionamiento como *Wefre*) *Spotify* es una plataforma musical digital creada en 2008 que funciona por streaming y cuenta con más de 15.000.000 de temas (por suscripción, gratuita o paga, con diferentes prestaciones). Tiene acuerdos con los grandes sellos discográficos, pero hay artistas que quitaron su música disconformes con las regalías (el caso de Taylor Swift, que sí está en *Apple music*).

Si bien se puede acceder a *playlists* creadas por otros usuarios (permite navegar por sus perfiles y saber qué están escuchando), *Spotify* se presenta desde la diagramación de su página como un archivo gestionado y organizado bajo diferentes criterios. Entre ellos incluye el modo radio, en el que la selección por autor, por género o estilo musical permite la escucha de diversos temas seguidos. Además, con íconos atractivos y pocas palabras, no sólo está organizado por géneros sino que admite la selección de música según actividades (fiesta, concentración, relax, etc.), lo que acentúa su carácter de archivo e institución, que incluso propone cuál es la música a escuchar de acuerdo a lo que se está haciendo¹³.

You Tube¹³

Si bien es audiovisual, el nivel de inserción de *You Tube* en la vida cotidiana y su crecimiento exponencial, exigen ubicarla entre las modalidades más importantes de acceso a la música en la actualidad¹⁴. Se trata de una plataforma de construcción colectiva creada en 2005 con el objetivo de ser una red social, en la que una importante cantidad de material son videos musicales. Su facilidad de acceso y manejo, dado que además de ser gratuita no implica la necesidad de suscripción, permite la incorporación permanente de nuevos videos, lo que la hace inabarcable y en constante modificación. Sus criterios de selección son muy lábiles y no especializados, lo que admite la inclusión de músicos no consagrados y diversas versiones de la música (tanto respecto de la música popular como de la académica), con escasa información específica respecto de cada caso.

A diferencia de los archivos especializados, que plantean criterios de calidad tecnológica y cultural en la selección, en YouTube priman los criterios de cantidad de visualizaciones y por lo tanto, de gusto. Ello hace que se presente como un tanto caótica y disgregada, pero a su vez más abarcadora y menos jerarquizadora que los archivos en uso tanto en el sistema broadcasting como networking.

13. En este apartado retomamos algunos conceptos planteados en "Videos musicales y *You Tube*: escuchar, ver y hablar de música" (Koldobsky, 2014)

14. Una vez más, en 2015 los diez videos más vistos en *You Tube* son de música.

Dado que funciona como “medio de atracción (sirve a quienes buscan activamente información sobre determinado tema)” (Jenkins, 2008), *YouTube* exige diferentes criterios de búsqueda y selección por parte de los usuarios: se combinan búsquedas voluntarias y direccionadas con hallazgos en cierta medida aleatorios (lista de videos recomendados).

Mediatización musical y memoria: a modo de conclusión

El extenso período cubierto por este trabajo introduce una variedad y complejidad de problemas que exceden las posibilidades de un artículo de esta dimensión. De allí que, en el intento de recoger algunos aspectos fundamentales respecto de la mediatización musical y la gestión de la memoria, abordamos en secuencia, lo que no impide su relación, la cuestión del archivo, de los usuarios, y finalmente de la memoria musical, con énfasis en los modos en que ella se constituye en la actualidad a partir de la digitalización, Internet y las nuevas formas de interactividad.

Archivos

El big data que caracteriza al mundo contemporáneo no es reciente en términos de pulsión o incluso de obsesión. En *Mal de archivo*, Derrida describe “una pasión incontrolada por el archivo, una desmedida pasión arqueológica, la necesidad de registrarlo todo sin resto; sin que nada se pierda” (1997, nota editorial). Y si por el contrario, para la construcción de un archivo es tan importante lo que se conserva como lo que se desecha, especialmente en *You Tube* parece alojarse todo lo audiovisual, aspecto sobre el que volveremos que en principio hace posible esa obsesión. Respecto de los videos musicales, que nos interesan en particular, en *You Tube* no se discrimina en términos de calidad técnica, grado de conocimiento del artista, versión o grabación; y se puede reconocer una suerte de funcionamiento en capas geológicas: los videos no pierden el rasgo de origen, se recupera la grabación producida en blanco y negro de principios del siglo XX y la de última generación, la surgida en el sistema broadcasting y por lo tanto de carácter profesional e industrial con la casera y no profesional, o directamente producida para la red.

Si bien con otros criterios, también *Spotify* exhibe como uno de sus beneficios fundamentales una cantidad de temas musicales que hasta no hace mucho sólo podía ser indicación de hipertrofia. En ese sentido, tanto *Spotify* como *YouTube* ponen en cuestión la noción de archivo, por lo menos en términos del arkheion y las definiciones profesionales en uso. Sin embargo, *Spotify* se presenta como más organizado y con mayor intervención de “gestión”. *YouTube*, en cambio, se acerca más a una colección colaborativa o a un inabarcable gabinete de curiosidades, pero donde todo es de fácil acceso.

Si bien casos como los de *Spotify* y *You Tube* muestran que el streaming llegó para quedarse, y es posible prescindir de toda organización industrial tanto para la producción como para la distribución musical, el mayor porcentaje de fabricación y distribución de la música sigue estando en manos de los sellos discográficos, que además han incorporado canales en *You Tube* y comunicación interactiva con los usuarios a través de las redes sociales como *Facebook* y *Twitter*.

Usuarios

A diferencia de los medios masivos, medios de empuje, la música en streaming requiere la selección y el máximo funcionamiento de la curiosidad de parte del usuario, y le demanda poner en acción diversos criterios de búsqueda. El crecimiento exponencial de música accesible, de la cual aparece siempre primero la que la estadística algorítmica muestra como elecciones anteriores, exige por esa razón un usuario que, siguiendo a Boris Groys, deviene en curador necesariamente (2014), no sólo porque debe ejercitar criterios de selección sino para desafiar los lugares comunes y las zonas conocidas.

A su vez, se trata de un usuario que puede tener diversos niveles de participación en el intercambio: desde la selección y escucha, que con la salvedad de la acentuación curatoriales la más cercana al receptor de medios masivos, hasta compartir música, generar listas e incluso comentar, formando parte de comunidades de gusto. En ese sentido, convive lo que se puede definir como una fruición flaneur, especialmente motorizada por la disposición y velocidad de acceso al material musical con el fan y el usuario con diversos niveles de especialización.

Por último, es un usuario que está condiciones de editar y realizar arreglos, o incluso producir música de modo colaborativo, en un movimiento que convierte al receptor en productor e impide cada vez más diferenciar la actividad amateur de la profesional.

Memoria

La mediatización del sonido permitió una memoria técnica, lo que implica la fijación y reproducción más o menos exacta de la performance musical, el crecimiento del repertorio y la sistematización y complejización de modalidades de archivo. La noción de obra como texto duro y cerrado es primero posible por la escritura y luego subrayada por la mediatización del sonido, cuya reproducción no es productiva como la de la memoria neuronal, que surge de un trabajo activo por el que el texto cambia para ser conservado.

Por otra parte, para la conformación de la memoria es tan significativo el recuerdo como el olvido. De allí que para Derrida un mal de archivo reside en la obsesión porque nada se

pierda. En ese sentido, la nube por primera vez hace posible esa obsesión, en tanto genera la utopía de que toda música (con la importante excepción de la que nunca se mediatizó) es conservable, accesible, y por lo tanto memorable.

Sin embargo, el mal de archivo no reside sólo en esa obsesión, ya que “si no hay archivo sin consignación en algún lugar exterior que asegure la posibilidad de la memorización, de la repetición, de la reproducción o de la re-impresión, entonces, acordémonos también de que la repetición misma, la lógica de la repetición, e incluso la compulsión a la repetición, sigue siendo, según Freud, indisociable de la pulsión de muerte” (Derrida 1996: 19). Pareciera que esa lógica de la repetición fuera especialmente posible por la memoria técnica a la que nos referíamos antes. Sin embargo, hay dos puntos a tener en cuenta: en primer lugar, la posibilidad de la repetición de la escucha también habilita la generación de nuevos sentidos y emociones; y en segundo lugar, las nuevas modalidades productivas ponen en cuestión la noción de obra como texto duro. De modo que, por el contrario, la ampliación del repertorio musical accesible y los movimientos respecto de la noción de obra generados por las diversas formas de mediatización, no hacen más que permitir una memoria de la música que toma distancia de la pulsión de muerte.

Referencias

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1998, 1969) *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.
- Aprea, G. y Soto, M. (2008) “El archivo audiovisual como dispositivo constructivo de la memoria”, en Traversa, O., Steimberg, O. y Soto, M. (ed.) *El volver de las imágenes*. Mirar, guardar, perder. Buenos Aires: La Crujía.
- Bertetti, P. (2009) “La música en los tiempos de las descargas. Desmaterialización de la música y el fin de la textualidad discográfica”, en Carlón, M. y Scolari, C. (ed.) *El fin de los medios masivos*. Buenos Aires: La Crujía.
- Cingolani, G. (2014) “¿Qué se transforma cuando hay mediatización?”, en *Estado actual sobre las investigaciones en mediatizaciones*. Cuadernos del CIM. Disponible para descargar en <http://www.cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros>
- Carlón, M. (2006) *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Buenos Aires: La Crujía.
- Derrida, J. (1996) *Mal de archivo. Una impresión freudiana*. Buenos Aires: Trotta.
- Edmonson, R. (1998) “Una filosofía de los archivos audiovisuales”, *Programa general de información y UNISIST*, París.

- Fernández, J.L. y equipo Ubacyt (Fraticelli D., Gutiérrez Reto M., Hitz M, y Videla S.) (2003) "El desarrollo de la visualidad en las técnicas fonográficas", ponencia presentada en el VII Congreso de AISV.
- Fernández, J.L. (2008) "Modos de producción de la novedad discursiva". En Fernández, J.L. (editor): *La construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires, La Crujía.
- Fernández, J.L. (2012) "Contenidos, intersecciones y límites de una sociosemiótica de lo radiofónico", en *La construcción discursiva de la audiencia radiofónica*. Buenos Aires: Líber.
- Fernández, J. L. (2014) "Del broadcasting al networking musical", en Fernández, J.L. (ed.) *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical*. Buenos Aires: La Crujía.
- Genette, G. (1997) *La obra del arte*. Barcelona: Lumen.
- Goodman, N. (2010, 1978) *Los lenguajes del arte*. Madrid: Paidós.
- Greenberg, C. (2002, 1961) "Vanguardia y kitsch (1939)", en *Arte y cultura*. Barcelona: Paidós.
- Groys, B. (2014) *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Buenos Aires: Caja negra.
- Huseby, G. (1978) "Creación y transmisión oral: algunas reflexiones", en *Revista del Instituto de investigación musicológica "Carlos Vega"*, N°2.
- Huseby, G. (1985) "Notación y oralidad en la música de la cuenca del Mediterráneo", en NAO, *Revista de la cultura del Mediterráneo*, año VI, n° 35/36.
- Jenkins, H. (2008) "Photoshop para la democracia. La nueva relación entre política y cultura popular", en *Convergence culture*. Barcelona: Paidós.
- Koldobsky, D. (2014) "Videos musicales y Youtube: escuchar, ver y hablar de música", en Fernández, J.L. (ed.) *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical*. Buenos Aires: La cruja.
- Neubauer, J. (1992) *La emancipación de la música: el alejamiento de la mimesis en la estética del siglo XVIII*. Buenos Aires: Visor.
- Parry, A. (ed.) (1987) *The Making of Homeric Verse: The Collected Papers of Milman Parry*. New York & Oxford: Oxford University Press.
- Scolari, C. (2008) "De los nuevos medios a las hipermediaciones". En: *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

- Souriau, E. (1965, 1948) *La correspondencia de las artes*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.
- Steimberg, O., Traversa, O., Soto, M. ed.(2008) *El volver de las imágenes. Mirar, guardar, perder*. Buenos Aires: La Crujía.
- Stiegler, B. (2002, 1994) *La técnica y el tiempo 1. El pecado de Epimeteo*. Guipúzcoa: Cultura libre.
- Verón, E. (1997) “De la imagen semiológica a las discursividades”, en: Veyrat-Masson, I. y Dayan, D. *Espacios públicos en imágenes*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2013) *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

De reflexos a fagias: os níveis de circulação e apropriação midiática das imagens

De los reflejos a las fagias: los niveles de circulación y apropiación de imágenes mediáticas

Ana Paula da Rosa

PPG em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos –
UNISINOS / anaros@unisinos.br

Palavras-chave

mediatização; imagem; circulação; jornalismo; crenças.

Palabras clave

mediatización; imagen; circulación; periodismo, creencias.

Resumen

Este trabalho pretende apresentar, inicialmente, cinco movimentos ou níveis de circulação das imagens na mediatização, partindo da hipótese de que há acionamentos distintos, conforme lógicas de circulação intra ou intermediárias, que determinam o percurso das imagens e sua visibilidade e que se relacionam com a constituição da circulação como atribuição de valor e possibilidade de fixação de crenças (Rosa, 2012). Assim, a partir da observação da inscrição das imagens na circulação, pretende-se verificar quais são as lógicas de funcionamento que acionam diferentes níveis ou fluxos de movimentos em que uma imagem ora é inscrita num dispositivo de uma instituição midiática jornalística, ora é apropriado por atores sociais que constroem outros textos a partir da imagem primeira, num fluxo intermediário da circulação (Rosa, 2014; Ferreira, 2005), tornando-se enunciadores mediáticos (Carlón, 2012), principalmente na web.

Resumen

Este trabajo propone inicialmente cinco movimientos o niveles de circulación de imágenes en la mediatización, partiendo de la hipótesis de que hay diferentes accionamientos en conformidad con lógicas de circulación intra o intermediáticas, que determinan la trayectoria de las imágenes y su visibilidad y que se relacionan con la constitución de la circulación como atribución de valor y la posibilidad de fijación de creencias (Rosa, 2012). Por lo tanto, a partir de la observación de la inserción de imágenes en la circulación, se pretende verificar cuales son las lógicas de funcionamiento que desencadenan diferentes niveles o flujos de movimientos en los que una imagen ora está encerrada en un dispositivo de institución mediática periodística, ora es apropiada por los actores sociales que construyen otros textos de la primera imagen, en un flujo intermediático de circulación (Rosa, 2014; Ferreira, 2005), convirtiéndose en medios enunciadores (Carlón, 2012), principalmente en la web.

As imagens que nos cercam

Quem nunca experimentou a sensação de não querer ver, mas mesmo assim continuar olhando? Esse momento pode ser vivenciado diante de uma imagem em movimento, no cinema, por exemplo, ou diante de uma fotografia que nos mostra a dor do outro. Independente do tipo de imagem, o fato de que somos tragados por uma força de sedução, revela que há camadas profundas do social que são convocadas, ou acionadas, quando vemos uma cena, uma foto ou um vídeo na internet. Assim, partimos da idéia, neste texto, de que a imagem revela mais de quem a contempla do que de quem a produziu, pois como afirma Didi Huberman (1998) a imagem olha para quem a está olhando. O nosso recorte para olhar a imagem parte de Dietmar Kamper (2002). Para o autor, a imagem tem três funções básicas: presença, representação e simulação técnica.

“Presença” é a dimensão mágica, “representação” reúne forças da imitação, da capacidade de colocar as imagens como imagens, o inteiro arsenal dos disfarces engenhosos e “simulação” é um assunto da ilusão, incluída a auto-ilusão, que em contato com as leis de mercado e da abstração da troca tem atualmente sua conjectura favorável (Kamper: 2002: 12).

No que diz respeito à simulação técnica, há o aspecto dos aparatos produzidos para esta simulação que, cada vez mais sofisticados, potencializam tal efeito. Para Kamper, o mais contundente da imagem é a sensação de uma eterna ausência, ou seja, as imagens como forma de superação de uma falta, sem que nunca de fato consigam se configurar naquilo que substituem. E aí reside parte do nosso encantamento: como seres humanos, nos tornamos imagem para fugir e nos afastar do fim mortal, inegável ao homem, para conter a dimensão do tempo, mas acabamos antecipando este destino na própria produção das imagens. Só que hoje, mais do que conter o tempo, podemos também antever o tempo, congelar, rebobinar, mesclar e até mesmo programar uma fotografia para autodestruição em 24 horas a partir dos aplicativos para *smartphones*.

A difusão da imagem de modo amplo na sociedade se deu a partir das condições de reprodutibilidade técnica, tão comentadas por Walter Benjamin, mas Baitello Jr. (2010) destaca que foi só com a eletricidade que sua distribuição pôde ocorrer de fato, atingindo várias partes do planeta. Podemos dizer, então, que a plena propagação só ocorre a partir do acesso à mídia terciária¹ na definição de Harry Pross (1980). A questão principal é que a eletricidade,

1. A mídia terciária configura um dos elementos da classificação dos meios de Harry Pross em sua proposta para uma Teoria da Mídia (1980). Os meios terciários são aqueles que demandam aparatos tanto para emissão como para recepção e que possuem uma durabilidade maior que os meios secundários como o jornal, por exemplo. São marcados pelo advento da eletricidade e da eletrônica.

e mais recentemente a internet, potencializou a distribuição das imagens, permitindo, deste modo, que símbolos e elementos da cultura fossem compartilhados, o que significa que as próprias relações se complexificaram, pois passaram a ser experienciadas pelas imagens. Então, poderíamos dizer que estamos imersos em ambientes cercados por imagens, as endógenas e as exógenas. As primeiras, segundo Belting (2004), pertencem ao grupo das que estão em nosso imaginário, são interiores; já as segundas dizem respeito às imagens exteriores e que, na maioria das vezes, abastecem as do primeiro grupo, compondo nosso repertório iconográfico individual.

Aí entra um aspecto crucial para iniciarmos a discussão da midiatização das imagens e sua circulação: a distinção de imagens técnicas e tradicionais. Para Flusser,

a imagem tradicional é produzida por gesto que abstrai a profundidade da circunstância, isto é, por gesto que vai do concreto rumo ao abstrato. A tecno-imagem é produzida por gesto que reagrupa pontos para formarem superfícies, isto é por gesto que vai do abstrato rumo ao concreto (Flusser, 2008: 19).

Temos no cenário atual a convivialidade dos dois tipos de imagem, a técnica e a imagem tradicional, mas cada vez mais as técnicas ganham espaço, muito em virtude dos processos de midiatização.

A midiatização é um conceito relativamente recente, adotado tanto na Europa quanto na América Latina, em especial no Brasil e na Argentina. No entanto, é possível dizer que sua presença enquanto fenômeno vem sendo sentida ao longo dos anos. Assim, Fausto Neto (2008) explica que a midiatização advém de profundas e complexas transformações sociais, nos seus modos de interação e, claro, na sua articulação com os aparatos tecnológicos, que instauram novos protocolos técnicos.

Ocorre a disseminação de novos protocolos técnicos em toda extensão da organização social, e de intensificação de processos que vão transformando tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos. Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade –de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação– estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a «cultura da mídia». Sua existência não se constitui fenômeno auxiliar, na medida em que as práticas sociais, os processos interacionais e a própria organização social, se fazem tomando como referência o modo de existência desta cultura, suas lógicas e suas operações (Fausto Neto: 2008: 92).

Isto implica dizer que a mídia deixa de ser pensada, apenas em seu caráter funcionalista ou de estar a serviço de algo ou alguém, para cada vez mais se misturar no cotidiano. A cultura da mídia não está mais restrita ao chamado “campo das mídias” ou àqueles que têm o fazer midiático como sua atividade fim, mas passa a ser a base das relações sociais seja das instituições que são midiáticas como aquelas que não são. Para Muniz Sodré (2002) há a instauração de um novo *bios midiático* que se dá a partir da tecnointeração que gera um novo âmbito existencial constituído pela articulação do mercado e dos meios de comunicação, que alteram as formas de sociabilização. Isto é, não se trata apenas e somente da tecnologia, mas a partir dela novos relacionamentos são desenvolvidos. Pedro Gilberto Gomes (2013) destaca que a midiatização é uma nova ambiência.

Estamos vivendo uma mudança epocal, com a criação de um bios midiático (na feliz expressão de Muniz Sodré) que incide profundamente no tecido social. Surge uma nova ecologia comunicacional. É um bios virtual. Mais do que uma tecnointeração, está surgindo um novo modo de ser no mundo, representado pela midiatização da sociedade. Esse modo de ser no mundo assume o deslocamento das pessoas da praça (onde são sujeitos e atores) à plateia (onde sua atitude é passiva). (...) Estamos numa nova ambiência que, se bem tenha fundamento no processo desenvolvido até aqui, significa um salto qualitativo, uma viragem fundamental no modo de ser e atuar (Gomes: 2013: 136).

Tal viragem significa que o sentido social é construído de modo partilhado. Assim, a sociedade midiatizada é aquela em que, diferente da dos meios, a cultura midiática é a referência e passa a afetar todas as práticas sociais. Verón (2004) destaca, neste aspecto, que esta sociedade emerge porque há mídias que fazem a gestão social, ou seja, que são as intermediárias do processo, uma vez que estas seriam “o lugar (o único)” onde se produziriam as representações sociais². Então, podemos dizer que há um deslocamento: os meios não são mais centrais, portadores de discursos únicos, agora os dispositivos midiáticos se proliferam, pulverizam, pertencendo à cultura de cada um e de todos, são absorvidos, deglutidos, apropriados, rompendo a possibilidade de linearidade e dificultando/tensionando os processos hegemônicos. Abre-se espaço para um processo intenso de circulação.

2. Em termos de valor imagem isto é muito forte, pois podemos considerar que o simbólico é construído cada vez mais no plano midiático. Ainda que ele seja de uma ordem social, atravessa estruturas profundas da cultura, é nos meios que vemos as trocas, as rememorações e isso incide sobre o modo de perpetuação dos valores imagem e dos próprios símbolos.

Circulação: locus de reconhecimento e partilha de um valor

Todo o sistema produtivo de sentidos conta com: produção, circulação e consumo, sendo que, para abordar estes aspectos, é fundamental descrever as condições de funcionamento de cada um. Para que estas etapas sejam realizadas ocorre, inevitavelmente, um jogo entre ideologias e poder que são apreendidas a partir das marcas que ficam presentes nas matérias significantes. No entanto,

não existe, em contraposição, a bem dizer, traços da circulação: o aspecto circulação só pode ser tornado “visível” na análise como desvio, precisamente, entre os dois conjuntos de traços, os da produção e do reconhecimento. O conceito de circulação não é, de fato, senão o nome desse desvio (Verón: 1980: 193).

A circulação durante muitos anos foi vista como um desvio, uma defasagem entre produção e reconhecimento, uma espécie de hiato no tempo, mas ao longo dos anos o próprio Verón identificou que a circulação é muito mais do que um espaço entre dois pólos e se configura numa zona onde o sentido transforma-se. Fausto Neto (2013: 47) destaca que a circulação não é marcada pelo equilíbrio entre os pólos, ao menos não na sociedade dos meios. Porém, na sociedade em vias de mediação a complexidade interacional “se acentua à medida em que a técnica, em de vez produzir ampliação das distâncias entre produtores e receptores, trata de encurtá-las, reunindo-as agora na forma de contatos que se instauram mediante novas relações sociotécnicas”. Acontecem aí acoplamentos de práticas discursivas, o que altera o modo como o sentido é produzido.

A circulação, em nossa perspectiva, surge onde há troca, isto é, reconhecimento de um valor, onde produção e recepção se dizem de acordo. Isto implica dizer que em nossa visada a circulação é um processo de igualdade onde produção e reconhecimento se equivalem e se ligam, embora cada um opere conforme suas lógicas. Desta forma, tanto os traços da produção como do reconhecimento, as leituras possíveis de serem realizadas precisam ser retomadas, bem como, por exemplo, as reinscrições dos materiais significantes e os novos processos sociais que desencadeiam. Ainda mais quando falamos no contexto de uma nova recepção, a dos atores sociais mediados, ou na extinção da recepção clássica. Certamente há um “gap”, como afirma Fausto Neto (2013), entre a produção e a recepção, mas esse gap não significa que um determina ou impõe o sentido para o outro. Fausto Neto (2013: 55) indica que a circulação desponta como “um lugar de embates”, complementamos este ângulo de visão ao dizer que há aí uma negociação ou uma disputa visando o poder de atribuir valor, no nosso caso específico, ao que deve ser visto já que tratamos de imagens.

Tal lugar de disputas e trocas se configura no âmbito dos dispositivos midiáticos que articulam, agenciam os produtores e consumidores que se revezam nestas funções. Isto é, temos, a partir de Ferreira e Rosa (2012), um consumo-produtivo; a recepção que se transforma em produtora, e também uma produção-consumidora; a produção que se transforma em consumidora, apropriando-se das ofertas. Poderíamos dizer em outros termos que há emissores e receptores de primeiro e segundo nível, uma vez que aquele que emite provavelmente será o receptor em algum momento, uma vez que a mensagem que circula é também circular. No entanto, o processo pode não parecer novo, mas é no instante em que se percebe que “os usos e as apropriações estão a serviço da ação midiática”, ou seja, a produção é feita para a própria circulação, o que modifica as relações entre instituições não midiáticas, midiáticas (em especial as jornalísticas) e os atores sociais, pois todos passam a dividir a construção do sentido social.

Essa construção que se dá no âmbito dos dispositivos pode ocorrer de duas formas: por processos intermediáticos (entre dispositivos) e/ou intramidiáticos (no âmbito do dispositivo), como ressalta Ferreira (2013). A circulação intermediática é mais facilmente visualizada na distribuição, o que em nossa visada, não desmerece sua análise. A distribuição é importante para a análise da imagem, pois é quando vemos uma fotografia ou um vídeo sendo reinscrito, replicado em dispositivos múltiplos, gerando novas afetações. Ora isto trata de circulação, pois se refere não simplesmente a como esta imagem aparece em outro lugar, mas como passou por preservações, mutações no sentido, agregações, valorizações em interação. Braga (2012) faz uma ressalva importante: “não é o produto que circula – mas encontra um sistema de circulação no qual se viabiliza e ao qual alimenta”.

A circulação intermediática é marcada pelos pluridispositivos, isto é, por uma interação que se dá entre vários dispositivos de diversas ordens, digitais ou não, de instituições midiáticas ou não. Há um circuito de inscrições de imagens, comentários, referências ao tema da imagem, enfim, que configuram um fluxo de trocas. Do mesmo modo, na circulação intramidiática se percebe que no interior do próprio dispositivo há uma série de inscrições, idas e vindas, de processos circulatorios que se dão apenas no limite das bordas do próprio dispositivo. No entanto, pela observação de casos empíricos, percebemos que a circulação intermediática se sobrepõe à intra, mesmo nos espaços dos atores sociais, o que demonstra que o processo de midiatização está mais solidificado ou sofisticado.

Assim, podemos dizer que: a) a midiatização se traduz em circulação, ou seja, naquilo que é trocado em fluxos e que se constitui em um valor; b) tais trocas se dão via dispositivos midiáticos que podem ser jornalísticos ou não; c) a circulação ocorre de modo intra e intermediática, dependendo dos circuitos envolvidos, mas é evidenciada na distribuição dos

materiais significantes que podem ser recuperados metodologicamente. A midiatização das imagens, por sua vez, está ligada diretamente à circulação destas imagens e identifica-se que aquilo que está em jogo é o poder simbólico, portanto a fixação de uma crença, uma vez que as fotografias veiculadas são estruturadas e passam a estruturar outras inscrições.

Os níveis de circulação e apropriação das imagens

As imagens que, historicamente, são postas à prova quanto a sua existência, ganham um novo status nessa ambiência intermediária. As imagens são não apenas a ilustração, fotos-documento, mas se constituem em textos e discursos que são inscritos na circulação, de tal modo que os materiais significantes encontram um espaço propício para sua permanência, reprodução ou reelaboração. Ou seja, há um espaço para a produção de novos circuitos. Isto é perceptível quando uma fotografia jornalística passa a ser inserida em um vídeo publicitário ou vira um *meme* nas mãos de atores sociais midiatizados, assim como uma fotografia postada em um dispositivo como o *Instagram* (rede social) pode ganhar espaço nos meios massivos, inclusive jornalísticos. Esta possibilidade de troca traz à tona uma problemática já levantada por Mario Carlón (2012) sobre a atividade dos sujeitos enunciadore dos meios de comunicação digitais em relação aos meios massivos de comunicação. E neste aspecto, em se tratando de imagens midiatizadas, se faz necessário investigar como as imagens tradicionais e, especialmente, as técnicas circulam.

A partir da hipótese de que há acionamentos distintos, conforme lógicas inter ou intramediáticas, que determinam o caminho das imagens e a sua visibilidade e que se relacionam com a constituição da circulação como atribuição de valor e fixação de crenças (Rosa, 2012), apresentam-se aqui cinco movimentos ou níveis de circulação elaborados de modo inicial³. Assim, a partir da observação da inscrição das imagens na circulação, pretende-se verificar quais são as lógicas de funcionamento que acionam diferentes níveis ou fluxos de movimentos em que uma imagem ora é inscrita num dispositivo de uma instituição midiática jornalística, ora é apropriado por atores sociais que constroem outros textos a partir da imagem primeira.

Ao pensar os níveis de circulação é preciso ter claro que estes movimentos não são fechados ou restritores, portanto, podem permitir novas aberturas e outras ligações, principalmente porque estão focados na articulação entre instituições midiáticas, em especial as jornalísticas, e atores sociais midiatizados, o que não significa que as imagens não circulem ou não sejam apropriadas por instituições não midiáticas⁴. Assim como demonstrou Mario

3. Esta pesquisa está em desenvolvimento no PPG de Ciências da Comunicação da Unisinos e integra o projeto "Da circulação à dilatação: a chancela jornalística do visível".

4. Este artigo não reflete, ainda, sobre o conjunto todo, complexo, do esquema de análise da midiatização proposto por Verón em 1997, mas este é um dos caminhos a ser seguido em texto futuro. Isto é, pretende-se verificar a

Carlón (2015), há uma preocupação com as práticas de imagens na era da internet ou como chamamos em um momento de dilatação dos tempos e espaços. Carlón indica movimentos descendentes dos atores sociais e ascendentes em relação aos meios massivos, bem como a lógica da apropriação da arte contemporânea como parte integrante do discurso dos atores em rede, quase como uma condição para sua existência. Nossa reflexão é condizente com a visada de Carlón, mas trata de cadenciar os movimentos que já estamos estudando há alguns anos.

Podemos dizer então, que o primeiro nível da circulação das imagens, tomando como ponto de partida o jornalismo, é a inscrição de fotografias e vídeos em dispositivos midiáticos de instituições assim denominadas. Tal inscrição faz com que por valores notícia já fortemente arraigados na prática jornalística sejam escolhidas determinadas imagens. Dentre estes critérios encontram-se aspectos plásticos, mas também aspectos da ordem do sentido, da cultura, que se referem à constituição das crenças mais profundas, que é o que Cassirer (2004) destaca como a projeção de laços sociais marcadamente simbólicos. Ainda que não estejamos de acordo com a teoria dos espelhos, que diz que o jornalismo reflete os fatos, empregamos neste primeiro movimento a metáfora do espelho para dizer que num primeiro nível de circulação, partindo do jornalismo canônico⁵ para a inscrição em dispositivos midiáticos jornalísticos, há uma *tentativa de espelhamento*.

Tem-se então:

Instituições Midiáticas Jornalísticas (IMJ) que atribuem valor a algumas imagens e inserem-nas na circulação para afetar Instituições Não Midiáticas (INM) e especialmente Atores Sociais (AM). Como exemplo tem-se o caso das Torres Gêmeas e de Michael Jackson.

validade da hipótese e dos movimentos ou níveis no que se refere à circulação das imagens entre instituições não midiáticas, instituições jornalísticas e atores sociais, fechando o ciclo.

5. A expressão jornalismo canônico ou mídia canônica é empregada aqui para se referir a um conjunto de regras e orientações organizacionais e econômicas que demarcam alguns veículos de comunicação tidos como tradicionais ou broadcast.



Figura 1: Fonte: <http://www.newseum.org/todays frontpages/default_archive.asp?fpArchive=091211091211>



Figura 2 - Imagem do mesmo período da carreira. Fonte: <http://www.newseum.org/todaysfrontpages/default_archive.asp?fpArchive=062609> (ambas)

Como os níveis não são isolados nem necessariamente sequenciais, o que estamos esboçando aqui é um raciocínio que demonstra também o adensamento do processo de circulação como veremos mais à frente. Em uma segunda instância, os atores sociais midiatisados acolhem algumas imagens publicadas anteriormente nos dispositivos jornalísticos e as replicam em seus dispositivos midiáticos, como exemplo o *Facebook*, mas preservando o sentido original. Isto é, trata-se de um movimento intitulado de *reflexo*, muito forte para a preservação e reiteração das imagens que consideramos como totêmicas, ou seja, as imagens que passam a ser as próprias “coisas”, mais fortes que os próprios acontecimentos, configurando-se como “emblemas” na expressão de Durkheim (1996). Tome-se o caso Michael Jackson, as postagens se referiam à imagem do auge da carreira.

Tem-se, então:

Atores Sociais Midiatizados (AM) que replicam em seus Dispositivos Midiáticos (DM), reinserindo na circulação determinadas imagens, portanto reforçando um valor.

Figura 3: Blogs de fãs mantém na circulação determinadas imagens, que são reforçadas <http://mjj-fc.blogspot.com.br/>



Não obstante, há uma terceira possibilidade, fruto do segundo movimento ou já caracterizado como um uso. Isto é, a imagem que é inscrita na circulação pela instituição jornalística é acolhida pelos atores sociais midiáticos que passam a inserir determinadas imagens em seus dispositivos midiáticos, porém construindo outros textos, mas preservando a força simbólica original. Significa dizer que a imagem é replicada, mas o texto verbal, ou a construção da animação sequencial em vídeo ou *slide show* não traduz o mesmo sentido que o apresentado pelo jornalismo canônico. Já ocorre um tensionamento, um viés de crítica ou de produção sobre. Trata-se então do que denominamos de *Fagia Social*. Porque fagia? No sentido adotado por Flusser e Baitelo Júnior, fagia de consumo, deglutição de imagens, mas pela ordem do social. As imagens são devoradas, passam a integrar o coletivo. Mesmo que haja uma elaboração de outros textos, manchetes, legendas, o olhar continua sendo tragado para as imagens totêmicas.

Neste caso, tem-se: Atores Sociais Midiatizados (AM) que inserem em seus dispositivos (DM) imagens jornalísticas produzindo novos sentidos sobre elas, reforçando o valor das imagens, não necessariamente dos discursos anteriores. Ex. Teoria da Conspiração.

Figura 4: Vídeo questiona sentido dos atentados, mas reforça imagem. Fonte: http://www.youtube.com/watch?v=i9l3y2k_wyQ



Além disso, neste caso da Fagia Social encaixam-se alguns tipos de *memes* como os criados tendo como pano de fundo imagens fotográficas clássicas ou momentos jornalísticos históricos. Uma sequência de *memes* emblemática que se enquadraria neste nível é o da mulher desconhecida que produziu uma *selfie* no velório do ex-candidato à presidência Eduardo Campos. A imagem da *selfie* foi transformada em *memes* que foram amplamente reiterados na internet com imagens como as Torres Gêmeas, a fotografia intitulada *Napalm Girl* ou o registro da comemoração de um gol na derrota do Brasil para a Alemanha no 7 a 1. A brincadeira evidencia uma composição sobre a fagia social, pois as imagens trazidas à tona são autorreferentes e praticamente configuram os fatos que sintetizam, pertencendo ao imaginário coletivo e social, portanto a circulação neste caso só reforça a fixação da crença nestas imagens.

Figura 5: Meme Torres Gêmeas. Reprodução Jesus Manero. Disponível em <http://blogs.ne10.uol.com.br/social1/2014/08/18/selfie-velorio-de-campos-vira-meme/>



Figura 6: Meme Napalm Girl. Reprodução Jesus Manero. Disponível em <http://blogs.ne10.uol.com.br/social1/2014/08/18/selfie-velorio-de-campos-vira-meme/>



No entanto, quando chegamos no *quarto* nível de circulação das imagens, percebemos um acionamento mais intenso e problematizador, uma vez que os atores sociais midiaticizados passam a produzir imagens novas com base em imagens já vistas a partir de lógicas da midiatização. Neste nível percebemos duas situações: a primeira quando as imagens são produzidas totalmente, isto é, são imagens feitas para serem midiatizadas. São fotografias, vídeos ou mesmo hibridizações. Os dispositivos midiáticos, então, funcionam como vitrines das produções, uma vez que o domínio das lógicas já está apropriado. É que o Proulx (2013) entende por apropriação, isto é, quando mais do que fazer uso, o objeto comunicacional

está integrado ao cotidiano. A segunda situação é aquela em que a apropriação da técnica permite que as lógicas da mídia sejam introjetadas e novas imagens sejam agregadas a imagens antigas, de bancos de dados, como por exemplo, imagens jornalísticas de efeito, sem que seus contextos ou fontes sejam valorados. Surgem os *mashups* tanto para o entretenimento como para protestos.

Trata-se, então, do que chamamos de um movimento *performático* ou, dependendo do caso, de *exibição/celebrização*. O que entra em jogo, neste caso, são:

Atores Sociais Midiatizados (AM) que produzem imagens novas para a circulação, inserindo-as em dispositivos midiáticos múltiplos (*Facebook, blogs, Instagram, Youtube, Snapchat*, etc). O foco está no potencial de visibilidade, portanto, na compreensão da circulação como um espaço de valor ou disputa de valor.

Como exemplo deste movimento temos o caso da menina MC Melody que, com apenas oito anos, tornou-se conhecida no Brasil por suas músicas do estilo funk, marcadas pela sensualidade tanto na letra como no estilo da dança. Seus vídeos e participações em shows eram postados no *Youtube* e no *Facebook*. Após repercussão negativa na web, o pai da menina foi acionado no Ministério Público para uma investigação sobre exploração de menor e sobre o teor das canções. O caso foi parar em programas televisivos como o *Jornal da Record*, *Fantástico*, da Rede Globo, e diversos portais noticiosos e jornais impressos.

Embora outros funkeiros-mirins tenham conquistado fama, ante à cadeia de repercussões, e portanto novas circulações, MC Melody postou um outro vídeo no canal do *Youtube* e nas redes sociais, desta vez num pedido de desculpas à sociedade feito por ela e pelo pai. A menina aparece fragilizada, com um bichinho de pelúcia em estratégia semelhante à utilizada pela jovem Suzane Von Richthofen no *Fantástico*. Suzane foi condenada na Justiça a 39 anos de prisão por ter participado do assassinato dos próprios pais em 2002 e em abril de 2006 concedeu entrevista exclusiva ao *Fantástico*, mas com a ajuda de advogados montou uma estratégia para a comoção pública, porém o microfone da reportagem capturou não só a voz de orientação quanto o choro falso, a fragilidade forçada como também permitiu o reconhecimento da voz que passava as orientações: o advogado. Tal farsa acentuou a punição de Suzane. No caso da menina Melody, os mesmos recursos de comoção parecem ser convocados no vídeo postado na internet, numa tentativa de demover os internautas e, logo, o Ministério Público, da crítica.

Figura 7: MC Melody em videoclipe de lançamento. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=xpg_vVToMgM



Figura 8: MC Melody e MC Belinho após críticas. Disponível <https://www.youtube.com/watch?v=0OqyStjiULg>



Outro exemplo performático de circulação das imagens ocorreu nas manifestações de 2013, onde atores sociais midiaticizados produziram mashups mesclando imagens novas, com olhares distintos dos produzidos pelo midiático canônico, com imagens já veiculadas na mídia e também disponíveis em bancos de dados. As imagens próprias eram possíveis pela participação destes atores nas manifestações, o que significa que muitos ângulos revelam o olhar de quem esteve dentro do protesto, assim como a qualidade técnica nem sempre é prioritária em relação à crueza do “isso foi” de Barthes. Podemos destacar o vídeo Cálice, de Jardel José, postado no Youtube em <http://www.youtube.com/watch?v=JBW1jx28mig>, no qual o

ator social utiliza imagens jornalísticas das manifestações de junho de 2013, bem como fotografias próprias para fazer uma montagem em slide show ao som da música Cálice de Chico Buarque. Um dos destaques deste mashup é o uso de imagens da ditadura, mas que não são imagens brasileiras, mas o que está em questionamento é a força empregada pela polícia, tanto que o referente da imagem parece pouco importar, ante o sentido produzido.

Figura 9: Imagem do vídeo Cálice.



Por fim, o *quinto* nível ou fluxo identificado é o da Instituição Midiática Jornalística que se apropria de imagem produzida por Atores Sociais Midiatizados a partir de sua inscrição na circulação. Ocorre aí o que denominamos de *Fagia Midiática*. Este consumo de segundo nível⁶ leva a instituição jornalística a produzir um discurso noticioso sobre a elaboração primeira, convocando o ator social a fazer parte efetiva da produção jornalística. Porém, esta fagia midiática não significa necessariamente o empoderamento do ator social como sujeito. A fagia midiática ocorre por quatro motivações: 1) a constatação da ausência ou da falibilidade da presença diante dos fatos; é o caso de imagens de um acidente de trânsito feitas por amadores; 2) o

6. Chamamos de consumo de segundo nível, pois a instituição midiática jornalística torna-se consumidora aqui, não mais a produção. Há o revezamento nesta função. A IM consome para produzir.

reconhecimento de uma produção imagética; uma exposição fotográfica, uma página da internet ou vídeo com muita repercussão em que o autor se torna notícia; 3) agendamento de *softnews*; caso de vídeo de amadores que não são surpreendentes pelo conteúdo, mas que ganham notabilidade na própria web, como crianças cantando ou animais; e 4) poder do amador em si, seu capital.

A fagia midiática implica na Instituição Midiática (IM) que se apropria da imagem inserida em dispositivos (DM) dos Atores Sociais e reinsere, reelaborando-a conforme seu fazer, em dispositivos midiáticos jornalísticos (DMJ). Tem-se, então, uma circulação a partir da circulação anterior. Como exemplos da fagia midiática temos o caso do vídeo da morte do soldado do Exército Mikami na Operação de Pacificação da Maré⁷, no Rio de Janeiro. Moradores filmaram com o celular o soldado baleado chegando em uma unidade de atendimento de saúde (UPA), sendo que sua morte foi registrada logo em seguida, o que “flagrou” a crise da operação. O vídeo foi postado em uma página do *Facebook* (*Fatos da Maré*) e apropriado pelo portal G1, entre outros sites e dispositivos jornalísticos sem que no caso abaixo se mencione a fonte do vídeo, assim como ocorre com a apropriação de imagens jornalísticas.

Estes cinco movimentos não são sequenciais nem se dão nesta ordem, necessariamente, mas indicam que as imagens são midiaticizadas conforme acionamentos distintos, envolvendo lógicas de circulação intra e intermediáticas. São estas lógicas, em nossa perspectiva que determinam o percurso das imagens e sua consequente visibilidade e também permanência.

Considerações sobre a articulação dos níveis e a construção do visível

Ao se considerar a circulação como atribuição de valor e possibilidade de fixação de crenças, as imagens que são apresentadas a partir do nível 1, ou movimento um, que tem como base as instituições midiáticas jornalísticas, percebe-se um esforço de fixação de valor, de chancela do visível. Tal esforço é ancorado pela metáfora do espelho, mas o espelho só funciona se reflete. Assim, o segundo movimento seria o acolhimento destas imagens e sua replicação. Talvez na sociedade dos meios tivéssemos apenas estes movimentos.

No entanto, ante um processo de midiaticização, o acolhimento apenas não basta, o ator social passa a produzir sentidos e elaborar discursos a partir das imagens inscritas em seus dispositivos, não apenas repercutindo o publicado. Assim, temos uma elaboração segunda, mas que preserva as imagens escolhidas por sua força simbólica. Quer dizer mesmo a brin-

7. Empírico que integra pesquisa de Mestrado do pesquisador Bruno Garcia Vinhola, desenvolvida na Unisinos, que se dedica a investigar a midiaticização do Exército, tendo como caso a pacificação da Maré.

cadeira, o meme, a crítica ao discurso, reitera a imagem já posta em circulação, fazendo com que esta se descole cada vez mais do referente, tornando-se ela própria o seu referente.

Esse processo propicia uma difusão massiva de imagens, muitas vezes de apenas uma imagem, em diversos dispositivos midiáticos diferentes, fazendo com que esta possa, posteriormente, adquirir vida própria na circulação. Em outras palavras, que venha a se descolar ou deslocar (num afastamento) do que representa para se tornar uma imagem pertencente apenas a essa ambiência dos dispositivos midiáticos. Vive-se uma época em que as imagens já não pertencem mais aos retratados, mas, sim, ao próprio jogo da circulação midiática que passa a deter o poder sobre a imagem do indivíduo ou do acontecimento, o poder de exibir ou não, o poder de mostrar novamente, de reinserir, de apagar, de perlaborar. No entanto, este é um poder partilhado entre instituições midiáticas jornalísticas e atores sociais midiaticizados, ou, como define Carlón, enunciadoreis midiáticos. Contudo, cabe a ressalva de que o fato de termos mais enunciadoreis não significa mais imagens, pois as imagens técnicas são, ao contrário, a transformação em superfície das imagens tradicionais, o que implica dizer que não há, necessariamente, mais imagens novas sendo geradas, há uma produção crescente em cima da produção já existente, ou seja, apropriação, cocriação, o que pode preservar o valor atribuído às imagens totêmicas, pois novos modos de apresentação destas são ofertados.

Isto fica evidenciado não apenas no terceiro movimento ou nível de circulação, mas também e especialmente no quarto nível quando a apropriação não se dá apenas pela colagem, sobreposição. A nova imagem é de fato produzida por atores sociais midiaticizados que se tornam os emissores de primeiro nível, dispostos a afetar os receptores, públicos diversos dentre os quais as próprias instituições midiáticas jornalísticas. Neste caso, as lógicas da midiaticização, assim como a técnica, estão completamente apropriadas, fazem parte do agir social. Os atores sociais produzem para seus dispositivos midiáticos múltiplos, materiais significantes imagéticos que seguem as mesmas regras do jornalístico com o propósito da visibilidade social. Mais do que entrar no jogo da circulação (e encontrar um espaço propício para) identificam formas de negociar a valorização de suas inscrições visuais. Ainda que a repercussão possa ser negativa ou polêmica, o espaço de interação criado permitirá novas circulações, abrindo caminho para a fixação de crenças, novas ou a convocação das já instauradas. Os *mashups* se firmam na segunda indicação, reforçam seu discurso convocando as crenças já existentes e mesclando-as em frames rápidos.

Por fim, a Fagia Midiática é o movimento de ascensão do ator social, quando este chega ao dispositivo midiático jornalístico que consome, digere aquilo que foi produzido no espaço individual. Por ordens diversas, a fagia midiática é uma gula indigesta do ponto de vista jornalístico, pois é preciso revelar que o jornalismo tornou-se receptáculo de imagens, um ban-

co de produções de amadores que dominam a técnica, o saber –fazer, a lógica do instante-pregnante de Henri Cartier-Bresson ou a simples lógica de ter notabilidade na própria web, uma vez que cliques medem audiência. Mas a Fagia Midiática não significa reconhecimento do valor do ator social em todas as vezes de seu uso. Ela demonstra, por um lado, a crise do próprio jornalismo que consome as imagens, tornando-as sua limitação, assim deixa, em alguns casos, a apuração da notícia em segundo plano. De outro lado, revela um outro *modus operandi* do jornalismo atual que acolhe as imagens produzidas, que trabalha num sistema de troca, não mais no modelo linear clássico da comunicação.

Assim podemos dizer que a *tentativa de espelhamento* está diretamente vinculada à expectativa de *reflexo*, pois isto significa que a circulação é um espaço de atribuição de valor na esfera dos múltiplos dispositivos. A *Fagia social* é um produto derivado dos dois primeiros movimentos, quer dizer, não são excludentes. É possível Espelhar, refletir e envolver-se na fagia social. A partir dela um ator social pode se apropriar, completamente, das lógicas e pôr em circulação um *mashup* ou um vídeo *Performático ou de Celebrização* visando trocas entre atores sociais em seus dispositivos ou a *Fagia Midiática*. A fagia social é uma faceta da mesma moeda da fagia midiática. As instituições midiáticas jornalísticas tanto estimularam o consumo de imagens por parte dos atores sociais midiaticizados, popularizando seu modo de fazer, seus aplicativos, que estes incorporaram em suas práticas sociais a fagia de imagens da mídia, mas ao mesmo tempo tornaram-se produtores de imagens para abastecer uma nova fome por eles provocada: a da própria mídia. Assim, temos “imagens a procura de imagens perdidas” que procuram reforçar, tensionar, negociar a fixação das crenças já estabelecidas. O visível é construído em jogo, em fluxos, movimentos de alternância, produção e reconhecimento de valor. Assim, pensar a midiaticização das imagens é pensar na tríade de Kamper: imagem como presença, representação e simulação técnica ante à complexificação do processo comunicacional, quando instituições midiáticas jornalísticas e atores sociais midiaticizados se autonomizam e ao mesmo tempo se fundem como uma fita Möbius⁸.

Referência

- Baitello JR, N. (2010). *A serpente, a maçã e o holograma: esboços para uma teoria da mídia*. São Paulo: Paulus.
- _____. (2005). *A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura*. São Paulo: Hacker Editores.

8. É uma fita que possui apenas um lado, uma orientação. Embora pareça ter dois lados, representa um caminho sem fim, nem início, conhecida em 1858 pelo matemático August Ferdinand Möbius.

- Belting, H. (2004). *Pour une anthropologie des images*. Paris: Gallimard.
- Braga, J. "Circuitos versus Campus". In: Janotti JR, J; Mattos, M A; Jacks, N. (2012). *Mediação & Midiatização*. Salvador: EDUFBA, Brasília COMPOS. p.31-52.
- Braga, J; Ferreira, J; Fausto Neto, A.; Gomes, PG. (orgs). (2013). *Dez Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Unisinos.
- Carlón, M.; Fausto Neto, A. (2012). *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, M. (2004). *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La crujía, 2004.
- _____ (2015). *Material de aula inaugural no PPG em Comunicação da Unisinos*. (ppt) São Leopoldo.
- Dondis, A D. (2007). *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes.
- Durkheim, É. (1996). *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo: Martins Fontes.
- Fausto Neto, A. (2008) "Fragmentos de uma analítica da midiatização". In: *Revista Matrizes*. N02, abril. Disponível em <http://200.144.189.42/ojs/index.php/MATRIZES/article/viewArticle/5236> (acesso em 17/07/2015)
- Ferreira, J. (2007). "Notícia sobre as Ongs: uma conjuntura aberta pelos dispositivos midiáticos na web". In: Ferreira, Jairo; Vizer, Eduardo (orgs). *Mídia e movimentos sociais: linguagens e coletivos em ação*. São Paulo: Paulus. p.133-148.
- Ferreira, J; Rosa. A. (2011). "Midiatização e poder". In: Temer, A. (org). *Mídia Cidadania e Poder*. Goiânia: FACOMB/ FUNAPE. p.19-38
- _____ (2015). *Esquemas para análise da circulação. Sistematizações e proposições. Texto em construção. Seminário de Aportes*.
- Flusser, V. (2008). *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo: Annablume.
- _____ (2007). *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify.
- Hepp, A. (2014). "As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da "mediação de tudo". In: *Revista Matrizes*. Vol8. Nº 01. Jan/jun/2014. São Paulo. Disponível em <http://www.andreas-hepp.name/hepp-2014-873.pdf> Acesso 05/05/2015.
- Huberman, D. (1998). *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34.

- Giddens, A. (1991). *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Unesp.
- Kamper, D. (2002). "Imagem". In: *Cosmo, Corpo, Cultura: Enciclopédia Antropológica. A cura de Christoph Wulf*. Milano, Itália: Ed. Mondadori. Disponível em <http://www.cisc.org.br/portal/index.php/pt/biblioteca/viewdownload/3-kamper-dietmar/15-imagem.html> Acesso em 12/10/2015
- Klein, A.; Rosa, A. (2006) "Atentado em imagens: sincronização e circularidade na mídia". In: Grhebh, nº 08, julho. Disponível em http://revista.cisc.org.br/ghrebh8/artigo.php?dir=artigos&id=beto_klein Acesso em 05/05/2015.
- Pross, H. (1980). *Estructura simbólica del poder*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- Proulx, S. (2013). "Estudos de recepção em contexto de mutação da comunicação: rumo a uma quarta geração?" In: Questões Transversais – *Revista de Epistemologias da Comunicação*. Vol. 1, nº 2, julho-dezembro. Disponível em <http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/7660> Acesso em 24/06/2015.
- _____ (2013). II Seminário da Escola de Altos Estudos/Capes - "Mutações da comunicação: Emergência de uma cultura da contribuição na era digital". Unisinos: São Leopoldo. (transcrição).
- Rodrigues, A (1999). "Experiência, modernidade e campo dos media". Universidade Nova de Lisboa, 1999. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/rodrigues-adriano-expcampmedia.pdf> (Acesso em 16/07/2015)
- Rosa, A. (2014) "Imagens-totens em circulação: a chancela jornalística no caso Michael Jackson". In: Revista E-Compos. Vol 17, nº 2. Disponível em <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewArticle/1052>
- Sodré, M. (2002). *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Sontag, S. (2008). *Ao mesmo tempo: ensaios e discursos*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Verón, E. (2004). *Fragments de um tecido*. São Leopoldo: Unisinos.
- _____ (2013). *La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.
- _____ (1980). *A produção do sentido*. São Paulo: Cultrix.

Transformação da expert em celebridade: o caso Camila Coelho

Transformación de una experta en celebridad: el caso Camila Coelho

Aline Weschenfelder

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS
alinewes@gmail.com

Palavras-chave

Midiatização; Celebridade; Circulação; Interação; Blogueira

Palabras clave

Mediatización, Celebridad, Circulación, Interacción, Bloguera

Resumo

O texto tem como objetivo analisar os processos de transformação de uma *expertise* de beleza e moda em celebridade midiática. Para isso, toma como referência, o caso da blogueira Camila Coelho, que através de publicações de vídeos em seu canal do YouTube, compartilhamentos em redes sociais e criação de blog, passa de maquiadora anônima a personalidade notória dentro de seu campo de atuação. A análise tem como foco central as complexidades dos circuitos que envolvem dinâmicas de interação entre produção e recepção, que parecem essenciais para entender a referida “transformação”. Para ilustrar tal processo, são descritas algumas estruturas de engendramento entre blogueira e seguidores, onde são encontradas marcas de conceitos que emanam de estudos sobre midiatização. Trata-se de proposta de tese de doutorado que se encontra em fase inicial.

Resumen

El texto tiene como objetivo analizar los procesos de transformación de una experta en belleza y moda en celebridad mediática. Para ello, toma como referencia el caso de la bloguera Camila Coelho, quien a través de publicaciones de videos en su canal de YouTube, compartidas en redes sociales, y la creación de su blog, pasa de maquilladora anónima a personalidad notoria dentro de su campo de actuación. El análisis lleva como punto focal las complejidades de los circuitos que envuelven dinámicas de interacción entre producción y recepción, que parecen esenciales para entender la referida “transformación”. Para ilustrar tal proceso, son descritas algunas estructuras de engendramiento entre bloguera y seguidores, donde son encontradas marcas de conceptos que emanam de estudios sobre mediatización. Se trata de una propuesta de tesis de doctorado en su etapa final.

Nota introdutória

As conversações entre produção e recepção originam ações, das quais resultam a constituição de novos produtos no âmbito midiático e geram processos que vão além de um simples diálogo. É sabido que a dinamização do acesso às tecnologias convertidas em meios permite criar espaços virtuais que possibilitam novas formas de interação entre aqueles dois polos. Estes ambientes, emergentes no contexto da mediatização –que entendemos como o lugar em que se realiza ação midiático-dialógica facultando um novo produto– são objetos de várias possibilidades de relações e produção de vínculos.

Os contatos entre produtor e público são estimulados por dispositivos tecnológicos, através de espaços destinados à conversação dessas instâncias, mesmo que a resposta não venha de imediato ou pelo mesmo canal. Sendo assim, é certo que a intensificação dos processos de mediatização com a incidência do digital, e as forças de acesso dimensionadas pela internet, agilizam novos formatos de contatos entre seguidores, ou fãs, e celebridades. Relações essas que são capazes de alterar o status do homem comum para celebridade, bem como do público seguidor para o fã.

Nossa proposta é estudar o que se daria como um resultado destes circuitos que, segundo José Luiz Braga (2012),

(...) envolvem momentos dialógicos, momentos ‘especializados’; momentos solitários –o mundo circula em nosso *self*– e momentos tecno-distanciados, difusos. Todos esses momentos se interferem – se apoiam às vezes, certamente se atrapalham. Uma percepção que ocorre, diante de tais processos, a exigir elaboração reflexiva, é que com frequência se caracterizam como ‘circuitos canhestros’, exatamente porque tentativos. (p.44)

Esta análise se dá em torno dos processos de transformação de uma *expertise* de beleza e moda em celebridade midiática. Para tanto, tomaremos como referência para o estudo proposto o caso da blogueira Camila Coelho¹, que passa de maquiadora anônima à figura pública na internet, sendo que atualmente também é vista nas chamadas “mídias tradicionais”. Neste trabalho, faremos uma breve descrição do caso e traremos exemplos extraídos dos comentários das páginas de Camila Coelho, especificamente do próprio blog e sua página no YouTube, para ilustrar nossa proposta.

1. <http://camilacoelho.com/>

Camila Coelho, a Super Vaidosa

A ideia de criar o blog “Super Vaidosa”, em abril de 2011, foi resultado de interações entre Camila Coelho e suas seguidoras do YouTube e Twitter. Conversação esta que migrou para outras instâncias: instauração do próprio blog e outras redes sociais. Braga relaciona tal ação a um fluxo da circulação midiática, cujo ponto de partida não procede do produto, mas “de uma série de processos, de expectativas, de interesses e de ações que resultam em sua composição como ‘um objeto para circular’ – e que, por sua vez, realimenta o fluxo da circulação” (Braga, 2012: 41). Nesse caso, o blog passa a existir enquanto consequência de um “sistema de circulação”. Mas, como sugere o autor, o blog se reproduziria na sociedade em midiaticização e “pode continuar circulando e repercutindo em outros espaços” (idem).

O fluxo descrito por Braga ilustra, ainda que de modo indireto, o momento em que Camila Coelho faz uso das redes sociais para chamar as leitoras para suas novas postagens no blog. No post inaugural do, “Super Vaidosa”, ela aponta suas “seguidoras” como as grandes entusiastas da iniciativa:

Gostaria de agradecer a todas vocês que me incentivaram a criar o blog, principalmente minhas seguidoras no Twitter e Youtube que sempre me deram a maior força e apoio. Quero agradecer a cada uma de vocês que me acompanham, sou muito agradecida por cada recadinho carinhoso nos meus videos e cada tweetfofo que recebo de todos vocês. (Introdução do Super Vaidosa, 18/04/2011) ²

Ainda, em acordo com o mesmo autor, entendemos que se trata de ações e efeitos próprios da sociedade em midiaticização, devido às consequências que daí despontam como a conversão de um indivíduo comum em personalidade famosa. A ingerência da produção e recepção sobre o objeto observado indica que este tipo de interação, em que o público da blogueira se manifesta dando suas opiniões, também muda o status do seguidor.

A circulação retratada no objeto de pesquisa

Esta proposta se desenvolve sobre um processo de circulação midiática, referimos precisamente as interações entre a blogueira eleita par análise e seus seguidores, que aqui serão representados através dos comentários enviados nas postagens do blog e canal de Camila Coelho no YouTube. Vínculo esse que aponta para sua transformação em celebridade.

Para melhor compreensão deste circuito, descrevemos, de modo resumido, o funcionamento sobre o referido processo de interação entre produção e recepção:

2. Disponível em <http://camilacoelho.com/page/265/Acesso em 13/10/2014>.

1. Camila Coelho fala aos seguidores dando indicações de que a recepção participa de sua produção;
2. Os seguidores respondem à produção perguntando sobre fatos de sua vida e sugerindo que ela fale sobre isso;
3. Os seguidores opinam sobre a produção intervindo nos modos de contato da blogueira;
4. Os seguidores se mostram atentos às mudanças no perfil da blogueira enquanto a sua trajetória, suas características físicas e expressividade.

Estas marcas são caracterizadas por estratégia interacional em que o trabalho dos envolvidos, seguidores e a blogueira, “se faz largamente apoiado em uma enunciação de caráter autorreferencial”, moderado por ela (Fausto Neto, 2011: 239). No 12º vídeo que posta, Camila Coelho fala sobre sua primeira parceria profissional, descreve rapidamente seu perfil, trajetória profissional e convida quem assiste a segui-la:

Meu nome é Camila Figueiredo Coelho, mineira (...) Comecei a trabalhar com maquiagem, eu tinha 18 anos. Fui trabalhar com a Christian Dior, (...) foi daí que veio o vício da maquiagem. (...) Depois que eu coloquei no YouTube e vi que o pessoal começou a gostar (...) e estou até hoje. (...) tem também o meu Twitter, (...) eu vou adorar ter vocês lá também(...). (Parceria com Flor de Menina. Postado em 14/12/2010)

No exemplo descrito acima, a blogueira interage convidando o público a conhecer seu trabalho, busca novos seguidores e promove uma “zona de contato” (Fausto Neto, 2009) com o propósito de ampliar suas conexões.

A partir desta breve descrição do objeto de pesquisa e das marcas que caracterizam e identificam sua chancela midiaticizante, trataremos de discorrer sobre algumas reflexões a partir de conceitos que emergem da midiaticização, sobretudo, a circulação.

A circulação como foco para problematizações

Como já mencionamos, a dinâmica de interação entre produção e recepção resulta num outro status da instância produtora, Camila Coelho se torna uma celebridade midiática. As estratégias que proporcionam tal mudança estão inseridas emativo processo de circulação midiática.

Segundo Fausto Neto (2012), a circulação na sociedade em vias de midiaticização, “deixa de ser uma espécie de ‘ponto de passagem’” e passa a “se constituir num ‘ponto de articulação’”. Conforme o pesquisador, podemos perceber “os efeitos destes novos contextos e do funcionamento da midiaticização (...) [a partir de] um deslocamento da ênfase da proble-

mática da produção do sentido, dos âmbitos de produção/recepção de mensagens para a circulação”. Esta estaria instituindo “uma nova ‘arquitetura comunicacional’, e gerando uma nova dinâmica tecno-discursiva, em termos de interação” (Fausto Neto, 2012: 45-46).

Como se sabe, a articulação entre produtores e receptores não pode ser entendida como uma justaposição, mas um ‘encontro’ de pluralidades de lógicas, aquelas dos sistemas midiáticos e outros que expressam discursos advindos dos atores sociais, que se constroem em diferentes modalidades. (Fausto Neto, 2012: 47)

A recepção atua em um papel funcional desdobrando os sentidos da mensagem em outras dinâmicas, estas se constroem numa “estrutura em conexões e interconexões que se desenrolam no marco das relações que a sociedade engendra” (Gomes, 2015: 52).

O funcionamento do processo de circulação possui diferentes propósitos acionados pela produção – de forma direta ou indireta – e as publicações são respondidas pelos seguidores segundo diferentes modos de percepção. No exemplo abaixo, observamos que além de acompanhar o trabalho da blogueira, os seguidores de Camila Coelho interferem de forma crítica e pedagógica no processo produtivo.

Críticas construtivas são importantes mesmo, pra gente crescer. Uma dica importante pra vc: Conjugue os verbos pronominais corretamente. Por exemplo: ME FORMEI, ME GRADUEI. Falar direito é muito importante principalmente pra quem fala tanto com o público. (Michelle Ribery, junho/2014, Comentário sobre o vídeo: “Pergunta que eu respondo... Sobre minha vida pessoal”, Postado no YouTube - 30/08/2011)

No exemplo, a seguidora ensina a blogueira como falar corretamente, se coloca como uma editora do canal. Ela não apenas dispensa elogios ou críticas, mas propõe uma melhoria na performance de Camila Coelho.

Trata-se de um circuito característico da sociedade em vias de midiatização que articula, negocia e apropria sentidos entre os polos produtivo e receptivo originando algo novo (Fausto Neto, 2010). Sendo assim, este tipo de conversação, processos que transcendem simples diálogos, geram novos contatos entre os envolvidos. Relações que mudam, inclusive, o status de perito à celebridade. Estes elos, segundo Braga,

(...) envolvem momentos dialógicos, momentos ‘especializados’; momentos solitários – o mundo circula em nosso self – e momentos tecno-distanciados, difusos. Todos esses momentos se interferem – se apoiam às vezes, certamente se atrapalham. Uma percepção que ocorre, diante de tais processos, a exigir elaboração reflexiva, é que com frequência se caracterizam como ‘circuitos canhestros’, exatamente porque tentativos. (Braga, 2012: 44)

Outra marca que evidencia esse tipo de relação dentro do caso que examinamos, é a própria criação do blog de Camila Coelho –resultado de interações entre blogueira e seus seguidores no YouTube e Twitter– que, no princípio, tinha como nome Super Vaidosa.

Esta ação, conforme explica Braga, é um fluxo da circulação midiática, cujo ponto de partida não procede do produto, mas “de uma série de processos, de expectativas, de interesses e de ações que resultam em sua composição como ‘um objeto para circular’ – e que, por sua vez, realimenta o fluxo da circulação” (Braga, 2012: 41). Nesse caso, o blog passa a existir enquanto consequência de um “sistema de circulação”. Mas, como sugere o autor, o blog se reproduziria na sociedade em midiatização e “pode continuar circulando e repercutindo em outros espaços” (idem), como nas redes sociais, matérias jornalísticas, revistas impressas, outros sites e blogs com o mesmo (ou não) interesse, etc.

O fluxo descrito pelo pesquisador ilustra, ainda que de modo indireto, o momento em que Camila Coelho faz uso das redes sociais para chamar as leitoras para suas novas postagens no blog. No post inaugural do Super Vaidosa, ela aponta suas seguidoras como as grandes entusiastas da iniciativa:

Gostaria de agradecer a todas vocês que me incentivaram a criar o blog, principalmente minhas seguidoras no Twitter e Youtube que sempre me deram a maior força e apoio. Quero agradecer a cada uma de vocês que me acompanham, sou muito agradecida por cada recadinho carinhoso nos meus videos e cada tweetfofo que recebo de todos vocês. (Introdução do Super Vaidosa, 18/04/2011)³

O que buscamos ilustrar com essas relações é o que Braga toma como resultantes informacionais que “interajam com base nesse estímulo (...) [sendo] trabalhadas, tensionadas, manipuladas, reinseridas nos contextos diversos (...). O sistema de circulação interacional é essa movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia” (Braga, 2006: 28).

As processualidades da midiatização, enquanto zonas que se afetam, conforme problematização de Fausto Neto (2005) sobre o “esquema para análise da midiatização” de Eliseo Verón (1997), podem ser encontradas nos percursos que compreendem outros produtos originados das conversações entre Camila Coelho e seus seguidores. Ou seja, as conversações transcendem para outros espaços, inclusive colocando a blogueira como tema recorrente em outros blogs que tratam de assuntos parecidos, sendo citada entre concorrentes como referência e/ou comparação⁴.

3. Disponível em <http://camilacoelho.com/page/265/Acesso em 13/10/2014>.

4. No canal do YouTube “Ah Dá um Tempo”, Camila Coelho é citada como “uma blogueira que não faz ostentação” sendo comparada com outras que tentariam lhe imitar. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OLbwaFHPwU0> (citação em 9’11’’).

Assim sendo, entre os efeitos que podem ser observados na esfera da circulação, na sociedade em vias de midiatização, destacamos o que diz Fausto Neto sobre as novas formas de interação, que oferecem aos atores sociais maior dinamicidade enquanto envolvido. Para ele,

Esses mecanismos produzem e fazem funcionar uma nova forma de sociedade, cujas finalidades são produtoras, porém, diretamente vinculadas às lógicas dos fluxos e das operações, tendo como fim a produção de uma nova forma de vínculo social, no caso as estruturas de conexões. (Fausto Neto, 2005: 3-4)

Estes são traços de um “novo ambiente” (Gomes, 2013 e 2015) em que a sociedade aprofunda seus elos entre instituições e indivíduos, tendo os meios de comunicação como eixo que possibilita a realização dessas relações, enfatizando e fundamentando as inter-conexões nos diferentes níveis. E é a na circulação, onde encontramos estes circuitos de feedback (Verón, 1997) que vemos a midiatização exteriorizada e revelada em sua maior dinamicidade. Trata-se de um lugar abstrato que foge de regras ou linearidades. Pois é neste ambiente –o da circulação– que reconhecemos que a midiatização é a expansão de um fenômeno sócio-técnico, em que gera um tipo de retroalimentação midiática relacionando produção e recepção a partir de práticas sociais atravessadas pela marca da midiatização.

No caso que investigamos, identificamos a transformação de uma personagem anônima em celebridade. Na sociedade em vias de midiatização, as práticas midiáticas são realizadas por um tecido social mais vasto, não se trata de uma operação exclusiva dos especialistas em mídias. Sendo assim, a instância produtiva também pode ser alvo de mudanças originadas pela zona da circulação, como a de status. Em decorrência de movimentos dispersos, entre os inúmeros resultados, podemos ter a geração de novos produtos, como uma celebridade, como o episódio que observamos.

Esta progressão e suas implicações são apontadas pela própria recepção, conforme podemos observar nos comentários extraídos do blog que seguem abaixo:

Camila, Essa semana mesmo estava vendo seu primeiro vídeo, era em inglês, e acabei vendo o segundo, terceiro... e alguns aleatórios! Existe muita diferença dos vídeos de hoje... graças a Deus! Hoje devido a todo conhecimento que você adquiriu, seu gosto esta mais refinado. . . Tudo que você posta é muito glamuroso... vemos suas roupas, sapatos, maquiagem tudo de alto padrão. É que foi tudo tão rápido essa mudança. .. que impressiona a gente aqui do outro lado. E hoje você tem seguidoras de todo padrão da mais alta até a mais baixa. ... e talvez você esteja mostrando só a mais alta. . . por isso tanta crítica. Eu te sigo desde o começo, parabéns pelo seu trabalho, você é pioneira nesse ramo, será sempre o Blog de referência para tantos outros que surti-

ram e que virão a surgir. (Tiara, em 18/04/2015, comentando sobre a postagem “Bate papo: Eu mudei!”, no blog)

O circuito continua formando um fluxo contínuo enquanto resposta de outra seguidora para o mesmo comentário acima:

Concordo com você, Tiara! Seu comentário foi perfeito. Infelizmente algumas pessoas não compreendem que o TRABALHO da Camila mudou por consequência Natural, ela cresceu! (...) Eu também senti falta de mais vídeos e da atenção que ela dava antes, mas consegui compreender que a mudança no blog foi por pura falta de tempo e continuei a torcer por ela. Como algumas pessoas podem querer que ela dê a mesma atenção com a vida tão corrida? Será que essas pessoas conseguiriam? Na certa esperavam que a Camilinha não aceitasse novos trabalhos e recusasse propostas de trabalho incríveis... E a vida pessoal dela, como ficaria? Será que ela não tem esse direito de crescer e ser a profissional que é hoje? Isso nada tem a ver com mudança de essência! Crescer profissionalmente não significa perder humildade, isso é para os fracos de caráter. Adorei o seu comentário! Desculpe a invasão aqui no espaço. Camilinha, siga em frente, quem te ama entende. (Carla Coelho, em 19/04/2015, comentando comentário de ‘Tiara’ sobre a postagem “Bate papo: Eu mudei!”, no blog)

Nos exemplos acima, observamos um diálogo que defende as mudanças da blogueira causadas, consequentemente, pela atribuição de glamour e notoriedade (Rojek, 2008) à Camila Coelho por parte de seus seguidores. Ou seja, ela se tornou popular a partir de um processo marcado por um índice de indeterminações.

Conforme mencionado anteriormente, constatamos através de matérias em mídias que tratam sobre maquiagem/moda/beleza, bem como os próprios comentários de seguidores, que Camila Coelho não se tornou referência entre os blogs e sites da área somente pela sua capacidade enquanto *expertise*. Seu carisma, modos de lidar com o público e a exposição de sua vida privada conferiram a ela uma distinção entre outras blogueiras que tratam sobre os mesmos temas.

Aqui, enfatizamos o compartilhamento que Camila Coelho faz de sua intimidade como um modo de assegurar o vínculo entre os seus seguidores, os quais buscam se identificar com a blogueria. Estas características são encontradas, primeiro como uma estratégia no discurso produtivo, conforme comentário que segue:

Olá pessoal! Tudo bem? Hoje o vídeo não é sobre maquiagem, tá? (...) é sobre a minha vida pessoal, tá? Ultimamente eu tenho recebido muitos pedidos para fazer um vídeo falando mais sobre a minha história (...). Muitas meninas, na semana passada mesmo, me deram a ideia de fazer um vídeo só falando, respondendo perguntas mais íntimas,

perguntas mais pessoais. Então eu criei (...) a tag “Pergunte que eu respondo”. (...) deu mais de 600 comentários. (...) escolhi as dúvidas que foram mais perguntadas. (...) Vou responder bem rapidinho aqui no vídeo para vocês (...). (Um pouco sobre mim – Camila Coelho, postado no blog em 30/08/2011)

A tática repercute nos comentários dos seguidores, que revelam como se identificam com o conteúdo produzido. Abaixo dois exemplos:

Como identificação profissional:

Camila linda, Gostei muito de saber um pouquinho mais sobre sua vida! (...) Quero que saiba que tem me inspirado muito! Me identifico muito contigo. Hoje, ao ver este vídeo até me assustei... enquanto vc respondia as questões, eu falava sozinha ao outro lado do monitor: ‘Minha nossa, quanta coincidência!!!’ Adoro seu sotaque, minha mãe também é mineira. Muito sucesso para ti!!! (Juliana Rodriguês, em 06/01/2012, comentando postagem no blog “Um pouco sobre mim: Camila Coelho”)

Como identificação pessoal:

Caaaa, Adorei a tag!! É tão gostoso ouvir histórias boas assim das pessoas! (...) E essa do elástico..Nooossa eu tbmadooooorava brincar disso! Hoje em dia eu nem lembro mais quais eram os movimentos. Mas eu lembro das várias vezes...vários jeitos de pular! em casa eu colocava o elastico nos pés da cadeira e brincava sozinha, tudo bem que chegava num ponto que a cadeira era derrubada (...). (Carol Rodrigues, em 24/09/2013, comentando postagem no blog “Respondendo a Tag: minha infância”)

Paula Sibilia explica que esta exposição é algo inerente a uma nova estratégia utilizada pelo indivíduo que pretende se tornar visível e reconhecido através da web. Segundo a autora, “já neste século XXI que está ainda começando, as ‘personalidades’ são convocadas a se mostrarem”. A autora explica ainda que, ferramentas disponibilizadas pela internet como blogs, YouTube e redes sociais são utilizadas para fins de exibição deste “eu” da sociedade mediatizada e “fascinada pela incitação à visibilidade e pelo império das celebridades” (Sibilia, 2008: 23). Este cenário é intrínseco à sociedade em vias de mediação, em que o status do receptor que também passa a ser um operador/programador (Verón, 2007) das lógicas produtivas.

Os exemplos que apresentamos a seguir mostram que junto com a celebração da blogueira também se instaura uma nova imagem. Os trabalhos de Camila Coelho possuem maiores elaborações no blog como um todo: os vídeos passam a contar com abertura musical e

efeitos; o blog mudou o nome de “Super Vaidosa” para “Camila Coelho”, bem como seu layout; marcas parceiras começam a gerar conteúdo.

A instância receptora também testemunha traços da evolução produtiva reconhecendo as transformações:

(...) comparando o início e o agora, é notável que você investiu na melhoria dos vídeos (...). Você não deixou de lado sua origem profissional, mais a adaptou e a fez evoluir. Ainda comentando sobre o antes e o depois, seu jeito meigo e doce continua, o jeito de falar, de se expressar, é claro que houve algumas mudanças, e quem não muda ao passar do tempo?(...). (Nina Silveira, comentando sobre o vídeo “Olho Preto Esfumado com Gliter”, postado em 30/08/2010, terceiro vídeo postado por Camila Coelho, no YouTube antes da criação do blog.)

Da mesma forma, expressa cuidados com a blogueira enquanto aponta que se trata de um trabalho publicitário:

Camila, vim colar aqui pra vc ler o comentário de uma fã sua, que teve bastante curtidas no próprio youtube, acho que ela soube expressar bem o que sentimos, e não é uma crítica maldosa, é pra ajudar você, queremos te ver bem e feliz. Beijos, Ana.

Camila, nunca fui uma pessoa de ficar comentando porque eu tenho vergonha mas eu quero te falar que te acompanho desde que começou praticamente e você foi a primeira ‘beauty guru’ que vi no youtube! Talvez a responsável pela minha paixão por maquiagem! Eu sei que as pessoas mudam, amadurecem e claro você cresceu bastante! Fico feliz por ti! mas eu sinto as vezes que você está muito cansada, por mais que você tente ‘esconder’ e cumprir com os vídeos para nós, acho que você deve pensar primeiro em você, prefiro não ter vídeo e você voltar feliz, empolgada do que te ver assim bastante cansada. Eu imagino que esse vídeo seja um publi e você tinha que gravar, afinal é seu trabalho, mas ultimamente te vejo assim um pouco cansada. Por isso pegue seu tempo, volte animada e feliz como sempre foi! Mas eu adoro seu trabalho, você é merecedora de tudo que realizou! Por isso quero deixar esse recado e me preocupa te ver assim. Beijos, de sua fã. (Ana, em 05/06/2015, comentando o vídeo “Maquiagem prática usando Natura Una”, no blog)

Os seguidores estão expostos e se expõem ao contato, chamando atenção para a trajetória de Camila Coelho, segundo revelam os comentários. Trata-se de um modo de reconhecimento para com a blogueira quando voltam aos vídeos antigos e os comparam com os atuais e, mais ainda, ao mostrarem preocupação com a saúde da dela.

Breve reflexão sobre o caso examinado

Constatamos que o trabalho da circulação desvendado pela complexificação tecnológica, transforma os ambientes (Fausto Neto, 2010) afetando tanto as lógicas de produção quanto as de recepção. Também percebemos que, na sociedade em vias de midiatização, a produção se destaca num outro lugar, além daquele inicial, ela se desloca em forma de fluxos sendo retrabalhada e reconfigurada enquanto transita.

Apesar de uma análise ainda exploratória, verificamos nestas observações preliminares marcas que explicitam este fenômeno, ainda não totalmente compreendido, chamado de midiatização. O conceito é expresso por Pedro Gilberto Gomes como uma complexidade que transcende a análise dos dispositivos tecnológicos, onde as relações entre os indivíduos e instituições se aprofundam no interior de dinâmicas tecno-discursivas, reorganizando a sociedade e seus modos de ser no mundo, em que passam a constituir uma “nova ambiência” (Gomes, 2015).

Referência

- Becker, H. (1993). *Métodos de pesquisa em Ciências Sociais*. São Paulo: Hucitec.
- Bonfantini, M. A.; Proni, G. (1991). “Suposição: Sim ou Não? Eis a Questão”. In: Eco, U.; Sebeok, T. A. *O signo de três*. São Paulo: Perspectiva. pp.131-147.
- Bonin, J. A. (2013). “A pesquisa exploratória na construção de investigações comunicacionais com foco na recepção”. In: Bonin, J. A.; Rosário, N. M. do. *Processualidades metodológicas – configurações transformadoras em comunicação*. Florianópolis: Insular. pp.23-42.
- Boutaud, J.-J. y Verón, E. (2007). *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques em communication*. Paris: Lavoisier, Hermès Science.
- Braga, J. L. (2006). *A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus.
- Braga, J. L. (2008). “Comunicação, disciplina indiciária”. In: *Matrizes*, n.2, abril. pp.73-88.
- Braga, J. L. (2012). “Circuitos versus campos sociais”. In: Janotti JR, J.; Mattos, M. Â.; Jacks, N. (orgs). *Mediação & Midiatização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: COM-PÓS. pp.31-52
- Eco, U. (1991). “Chifres, Cascos, Canelas: Algumas hipóteses acerca de três tipos de abdução”. In: Eco, U.; Sebeok, T. A. *O signo de três*. São Paulo: Perspectiva. pp. 219-243

- Fausto Neto, A. (2005). "Midiatização: prática social, prática de sentido. Encontro da Rede Prosul 'Comunicação e Processos Sociais'", Unisinos/PPGCC.
- Fausto Neto, A. (2009). "Enunciação mediática e suas 'zonas de pregnâncias'". In: Velázquez, T. In *Designis 13*. Buenos Aires: La Crujía. pp. 105-115
- Fausto Neto, A. (2011). "Enfermidade em circulação: Sou eu mesmo que noticia o meu tratamento". In *Galáxia*, São Paulo, n. 22, dez. pp. 237-249.
- Fausto Neto, A. (2010). "A circulação além das bordas". In: Fausto Neto, A.; Valdetaro, S. (orgs). *Mediatización, Sociedad y Sentido: Diálogos entre Brasil y Argentina*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario. pp. 2-17
- Fausto Neto, A. (2013). "Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação?" In: Braga, J. L.; Ferreira, J.; Fausto Neto, A.; Gomes, P. G. (orgs). *10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Ed.UNISINOS. pp.43-64.
- Fausto Neto, A., Sgorla, F. (2013). "A travessia de Fátima Bernardes: 'estamos órfãos: o JN não tem mais sentido'". In: Oliveira, I. de L.; Marchiori, M. (orgs). *Comunicação, discurso, organizações*. Série Pensamento e Prática; v.6. São Caetano do Sul: Difusão Editora. pp.195-212
- Fausto Neto, A. (2012). "Narratividades Jornalísticas no ambiente da circulação". In: Piccinin, F.; Soster, D. de A.(orgs). *Narrativas comunicacionais complexificadas*. Santa Cruz do Sul: Edunisc.pp.45-67
- Ferreira, J. (2008). "Um caso sobre a midiatização: caminhos, contágios e armações da notícia". In: Fausto Neto, A. [et al] (org.). *Midiatização e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008. pp. 55-74
- Ferreira, J. (2012). "O caso como referência do método: possibilidade de integração dialética do silogismo para pensar a pesquisa empírica em comunicação". In: *Intexto*, n.27. Porto Alegre: UFRGS, dez. pp. 161-172.
- Gomes, P. G. (2013). "Como o processo de midiatização (um novo modo de ser no mundo) afeta as relações sociais?" In: Braga, J. L.; Ferreira, J.; Fausto Neto, A.; Gomes, P. G. *10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: UNISINOS. pp. 127-139.
- Gomes, P.G. (2015). "Midiatização: um conceito, múltiplas vozes", In: Fausto Neto, A. ; Raimondo Anselmino, N.; Gindin, I. L. (orgs.). *CIM – Relatos de Investigaciones sobre Mediatizaciones*. Rosario: UNR. pp. 33-54

- Hjarvard, S. (2014). *A midiatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Unisinos.
- Morin, E. (1977). *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo – 1. Neurose*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária.
- Sibilia, P. (2008). *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Rojek, C. (2008). *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Verón, E. (1997). "Esquema para el análisis de la mediatización". In: *Diálogos*, Lima, nº48 .pp.10-17.

Nuevas mediatizaciones y nuevos públicos de series de televisión en el umbral entre la ficción y la no-ficción

Novas mediatizações e novos públicos de séries de televisão no limiar entre a ficção e não-ficção

Luis García Fanlo

Área de Estudios Culturales (Instituto de Investigaciones Gino Germani, UBA). Programa de Investigación en Estudios Culturales (UNR). Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (UNR).
luis.fanlo@gmail.com

Palabras clave

públicos - series - televisión - ficción - no-ficción

Palavras-chave

pública - séries - TV - ficção - não-ficção

Resumen

Cuando se habla de mediatizaciones suele ponerse en un lugar central la cuestión del dispositivo y sus efectos con/sobre/en las prácticas sociales a las que está inexorablemente asociado. Desde esa perspectiva analítica la actual yuxtaposición entre broadcasting y networking, Internet mediante, habilitó la posibilidad de enunciar la existencia de nuevas mediatizaciones y a problematizar sus efectos sobre los individuos, las audiencias y los públicos. En esta exposición quiero referirme a un aspecto actual de esa problemática que tiene que ver con los cambios que estas nuevas mediatizaciones están produciendo sobre la línea de sombra que divide el mundo de la no-ficción del de la ficción en la producción y reconocimiento de series de televisión. La famosa "cuarta pared", que operaba como una frontera infranqueable separando ambos lados de la pantalla del televisor está dejando de ser una superficie de emergencia para convertirse en un umbral. Y serán las nuevas mediatizaciones las que posibilitarán no solo la ruptura de la cuarta pared sino la circulación de personajes, individuos, audiencias y públicos entre un lado

y otro. El fan de una serie de televisión que incorpora a sus prácticas sociales cotidianas el habitus de los personajes, el seriéfilo que ha convertido el streaming o el P2P en un modo de vida, el televidente para quien su serie favorita le ayuda a interpretar y entender el mundo en el que vive como ningún medio periodístico puede hacerlo, el hombre o la mujer al que una serie de televisión le revela nuevas modalidades de practicar el sexo o de reconocer su propia sexualidad o la de los otros, el viajero que organiza sus vacaciones para hacer turismo en las locaciones en que transcurre su ficción televisiva favorita, son solo algunos de los ejemplos en los que las nuevas mediatizaciones operan en la actualidad como nuevos modos de subjetivación. En la presente exposición voy a intentar describir y explicar cómo funcionan estas nuevas mediatizaciones y nuevos públicos de las series de televisión, como se acoplan y yuxtaponen con las antiguas mediatizaciones y públicos, y cuales son algunos de sus efectos más visibles y reconocibles sobre sus prácticas sociales.

Resumo

Quando se trata da questão de mediatizações é normalmente colocado em um local central seu aparelho e seus efeitos com/ em práticas sociais que está inexoravelmente associada. A partir dessa perspectiva analítica a actual justaposição entre broadcasting e networking, Internet usando, permitiu a possibilidade de declarar a existência de novas mediatizações e problematizar os seus efeitos sobre os indivíduos, e audiências públicas. Nesta exposição gostaria de referir a um aspecto atual deste problema que tem a ver com as mudanças que essas novas mediatizações estão ocorrendo na linha de sombra que divide o mundo da ficção não-ficção na produção e reconhecimento da série televisão. O famoso “quarta parede”, que funcionava como uma fronteira intransponível que separa ambos os lados da tela da TV está deixando de ser uma área de emergência para se tornar um limiar. E será que as novas mediatizações que não só permitiu quebrar a quarta parede, mas o movimento de caracteres, indivíduos e audiências públicas entre um lado e outro. O fã de uma série de televisão que incorpora sua diária, práticas sociais habitus dos personagens, o seriéfilo que fez com que o streaming ou P2P em um modo de vida, o telespectador para quem sua série favorita ajuda a interpretar e compreender o mundo em que vive como qualquer meio jornalístico pode fazer, homem ou mulher para uma série de televisão revela novas maneiras de fazer sexo ou reconhecer a sua própria sexualidade ou a dos outros, o viajante que organiza as suas férias para passear nos locais em que ele passou sua ficção de televisão favorito, são apenas alguns dos exemplos em que novas mediatizações operam hoje como novos modos de subjetivação. Nesta apresentação vou tentar descrever e explicar como essas novas mediações e novo trabalho séries de televisão pública, como se engajar e justapostos com mediatizações antigos e públicos, e quais são alguns dos seus efeitos mais visíveis e reconhecíveis em suas práticas sociais.

Exposición

Don Onur: ¿Por qué será, Don Burhan, que nos pasan todas estas cosas tan extrañas?

Don Burhan: No vaya a creer Don Onur, estas son las cosas que le pasan a personas como nosotros

Las mil y una noches, TCM Film, Turquía, 2006-2009.

Gani: ¿Por qué será papá que todas estas cosas nos ocurren a nosotros?

Don Burhan: Porque nosotros no podemos controlar lo que pasa en nuestras vidas.

Las mil y una noches, TCM Film, Turquía, 2006-2009.

Frank Underwood: ¿Qué están mirando?

House of Cards, Netflix, USA, 2013-presente

En 1975 Leonard Nimoy publica un libro titulado “Yo no soy Spock” en el que el famoso actor de la serie Star Trek lanza un ataque furibundo contra los *fans* de la serie de televisión y contra su propio personaje que literalmente lo ha borrado de la existencia. Científicos, políticos, periodistas, incluso astronautas le escriben cartas, lo llaman por teléfono y hasta le consultan por la calle sobre cuestiones científicas, lógica vulcana, etc. En 1995, derrotado en su intento, escribe y publica otro libro al que sencillamente titula “Soy Spock”.

Las series de televisión siempre generaron *fans* y seguidores fieles porque de eso se trata la serialidad televisiva y siempre estos televidentes fieles interactuaron con los productores, los emisores o los actores/actrices; también actores o personalidades relevantes del espectáculo, la cultura o la sociedad participaban como estrellas invitadas haciendo de ellos mismos. En épocas más recientes se incorporó el elemento de la publicidad-no-tradicional como agregado inerte dentro de la diégesis con la excusa de potenciar el efecto de realidad; también se incorporaron referencias explícitas espacio-temporales que permitían ubicar el relato ficcional en un contexto histórico-social determinado a veces a los fines del efecto de realidad y otras con propósitos ético-culturales y políticos determinados.

Siempre, desde el teatro griego hubo intentos por traspasar la cuarta pared y siempre estos intentos tenían como protagonistas excluyentes a los personajes ficcionales, como es el

caso de *Deadpool* que no solo sabe que es la creación de un guionista y que su vida transcurre dentro de un *comic* sino que intenta salirse de ese mundo y entrar en el nuestro. Siempre hubo merchandising de las series y los fans se disfrazaron o intentaron imitar el modo de hablar, los consumos y los hábitos de sus personajes favoritos. Los fans siempre hicieron algo con lo que les ofrecían las series de televisión y en ese sentido siempre existió un espectador activo aunque dentro de los límites que le imponía el *broadcasting* y la división del trabajo entre productores y consumidores, actores y espectadores, ficción y no-ficción. Fanzines, reclamos masivos por carta reclamando contra la cancelación de una serie o criticando a los gerentes de programación, etc.

Esa barrera fue haciéndose más flexible, sin dejar de existir, con el derrame de las series desde la televisión de aire a la de cable, y del VHS al DVD después; la emergencia de Internet permitió la descarga P2P, el streaming, el Torrent, y la aparición de miles de blogs, sitios web, foros, trailer, *spoiler*, *teaser*, convenciones, etc. El merchandising se hizo más sofisticado y las series pasaron de la televisión al cine y del cine a los videojuegos. La experiencia de visionar una serie de televisión se hizo global y colectiva poniendo en contacto online y en directo a cientos de miles de *fans* de todo el planeta.

Los diarios y revistas comenzaron a tener columnas regulares con críticas, opiniones y programación de series de televisión, aparecieron expertos, se hicieron congresos académicos, se incorporó la temática a seminarios de grado y posgrado en universidades de todo el mundo. Fans se dedican a crear sus propias versiones de su serie de televisión favorita haciendo uso del crowdfunding, Youtube, Vimeo, *streaming*, webseries desafiando a las grandes cadenas de televisión como CBS por los derechos de autor. Comunidades de producción de subtítulos y proveedores de episodios en la web que se manejan como cultos paganos y en la semiclandestinidad.

Las series se convirtieron en un fenómeno cultural que excedió a los televidentes y las más famosas y exitosas se convirtieron en tema de conversación por parte de propios y extraños. No había quien no supiera de las desventuras de los pasajeros del Vuelo 815 de *Oceanic Airlines* de la serie *Lost*, o del funcionamiento de las pandillas de vendedores de drogas por *The Wire* o del funcionamiento íntimo de la mafia gracias a *The Sopranos*. Pero esto no es algo nuevo, siempre fue así. La mutación viene por otro lado y fue cuando la barrera, la cuarta pared, se convirtió en umbral.

El 31 de marzo de 2010 la cadena de televisión ABC emitió el 19° episodio de la primera temporada de la serie *Modern Family* titulado "Game Changer" que se convirtió en uno de los de mayor audiencia de la serie, del canal y del año. Ese mismo día hacía su aparición en el mercado un nuevo modelo del iPad de Apple y exactamente sobre eso trató el episodio de la serie. Fue la primera vez que la publicidad no-tradicional se convirtió en el eje de la trama de

una ficción televisiva y que la audiencia no reconoció la diferencia entre ficción y no-ficción en una serie de televisión y que el anunciante no pagó ni un solo dólar por la promoción de su producto. La noticia del día fue el aquelarre de consumidores que pugnaban en los negocios por conseguir su iPad y como sus desventuras eran reproducidas casi etnográficamente por la serie de televisión como un ícono del consumo del ciudadano medio norteamericano.

Miles de norteamericanos y europeos pagan fortunas para pasar sus vacaciones en las locaciones en las que transcurren *Game of Thrones*, *The Walking Dead*, *Lost* o *Breaking Bad*, en tanto otros miles aplican en Internet para convertirse en guerreros anónimos de alguna batalla librada en el Poniente o en alguna horda de zombies en la ciudad de Atlanta. Excepto los roles principales el cast de la serie *The Last Ship* está compuesto por soldados de la marina de los Estados Unidos y es el navío en el que prestan servicio la principal locación en que transcurre la serie. Ya no se trata de tener asesores militares sino que los propios militares crucen la cuarta pared y actúen de ellos mismos en esta ficción apocalíptica.

Cientos de miles se inscribieron en la Academia de la Iniciativa Dharma cursaron sus seminarios y materias y obtuvieron su título de grado convirtiéndose en parte del grupo de elegidos para salvar a la humanidad y para ello solo tenían que registrarse en el sitio web de la serie de televisión *Lost*. Por otra parte, todos los 4 de febrero se conmemora en todo el planeta el “día del orgullo zombi” y cientos de miles salen a las calles de las principales ciudades de Europa, Estados Unidos y Sudamérica caracterizados como muertos-que-caminan.

Los protagonistas y personajes favoritos de las series de televisión son tan reales que ahora mueren como cualquier extra lo hacía antes o mejor aún como cualquier telespectador y nada ni nadie puede salvarlo. Los protagonistas ya no son inmunes a todo, omnipotentes y omniscientes, ahora erran, fallan, se equivocan, delinquen, asesinan, y mueren incluso de formas ridículas por su carencia total de aquella aura épica que siempre iluminaba al héroe de la película. Ahora muere para salvarse a sí mismo o a su familia y le importa un bledo la humanidad, como ocurre en *The Walking Dead*. En *Game of Thrones* cuanto más querido es un personaje por la audiencia más rápido mueren.

Por la serie *Homeland* nos enteramos quienes fueron los que hicieron volar la sede de la AMIA en 1994 en la Argentina y como fueron eliminados por el Mossad los perpetradores mientras que en nuestro país la investigación judicial aún no ha dado ninguna respuesta al atentado terrorista; en otro episodio nos muestran como el gobierno de Venezuela esconde en pleno centro de Caracas a grupos terroristas y encubre a las mafias de la droga. *The Blacklist* nos muestra un mundo totalmente clandestino en el que agencias gubernamentales de los Estados Unidos realizan todo tipo de acciones ilegales con el objetivo de capturar terroristas, delincuentes internacionales o grupos que amenazan la seguridad nacional del

país y así nos enteramos que lo que creemos que son plataformas marítimas petroleras son en realidad prisiones clandestinas de alta seguridad.

En esa misma línea, la serie *Person of Interest* nos revela la existencia de una inteligencia artificial, manejada por el gobierno de Estados Unidos conjuntamente con una empresa privada, que tiene la capacidad de procesar todas las imágenes de videovigilancia, comunicaciones telefónicas y tráfico de Internet en todo el planeta conformando un sistema de vigilancia omnímodo del que nadie sabe y del que nadie puede escapar.

Tanto el gobierno de Irán como el de Venezuela protestaron formalmente ante el gobierno de los Estados Unidos por lo que se vio en *Homeland* al mismo tiempo que parlamentarios demócratas y republicanos discuten públicamente si lo que se muestra en *The Blacklist* o en *Person of Interest* afecta la seguridad nacional y si por ello debiera ser censurado, prohibido o regulado. Al mismo tiempo el gobierno de Rusia presentó una formal protesta a su par norteamericano por la manera en que el presidente Putin era representado en la serie de televisión *House of Cards* amenazando con represalias diplomáticas al punto que el entredicho llegó a discutirse en el seno de las Naciones Unidas.

En 2006 el Diario La Razón de Buenos Aires titula en primera plana: “Un nuevo caso del descuartizador de Miami conmueve a la ciudad”, va acompañada de una foto de Dexter Morgan y solo en letra pequeña se aclara que es una publicidad de la nueva serie que va a emitir FOX. En julio de 2013 cientos de miles de fans de la serie Dexter desbordan Twitter y Facebook exigiendo que el gran justiciero se hiciera cargo de George Zimmerman, acusado de asesinar a una adolescente luego de que fuera declarado inocente por la Corte de Justicia. En 2009 ante la desaparición del vuelo Airbus que tenía ruta entre Río de Janeiro y París el Diario Página/12 de Buenos Aires titula en tipografía catástrofe en primera plana: “Lost”; el Diario Crítica titula: “No es Lost”.

También sobre la series Dexter y Modern Family polemizaron demócratas y republicanos llegando a convertirse el debate en una cuestión nacional en la que se ponían en juego los valores fundamentales y fundacionales de la americanidad.

Ya no importa la opinión de los críticos televisivos o los grandes y afamados periodistas de espectáculos para enjuiciar o evaluar un producto televisivo o cinematográfico ni los premios Emmy, sino los sitios web y los foros donde cientos de miles de fans y espectadores comunes y corrientes postean, hacen comentarios, evalúan, critican o le declaran su odio o su amor a series, personajes, showrunner, directores, guionistas o incluso cadenas de televisión. Hoy tenemos fans de Netflix y de AMC, amantes de CBS y cultores casi místicos de SyFy; se le demanda a Amazon, como se haría con cualquier gobierno, que rescate una serie de la cancelación decretada por Warner Channel o se solicita a *Sundance TV* que siga

emitiendo The Red Road aunque no tenga audiencia porque se trata de un canal privado pero cultural.

En poco tiempo más la televisión vendrá con realidad virtual incorporada y vamos a poder ver series de televisión junto a nuestros personajes favoritos y hasta interactuar con ellos dentro de la diégesis. En la actualidad proliferan los *talkshows* de series de TV, en los que los personajes de series de televisión, no los actores, dan cuenta de sus dichos y hechos del último episodio emitido, contestan preguntas e intercambian opiniones con los fans y televidentes. Todos queremos que Frank Underwood nos cuente a nosotros, sus seguidores, que sintió cuando lo dejó Claire o sobre sus experiencias homosexuales de juventud. No le importa al público lo que cree Kevin Spacey o los guionistas, sino lo que siente Frank. Lo mismo con Rick Grimes o Walter White. Por otra parte, sea a través de TW o FB y durante la emisión del episodio de la serie se habilita a los fans para que hagan preguntas o comentarios que son respondidos online por los personajes.

Y al mismo tiempo revive el broadcasting, renace como un Ave Fénix de sus cenizas y alcanza una dimensión global nunca antes vista. Ya no se trata de la misma serie, por el mismo canal, el mismo día y a la misma hora... en Estados Unidos y vaya a saber uno cuándo y cómo el broadcasting de cada país lo emitiría. Ahora Game of Thrones (HBO) o Wayward Pines (FOX) emiten en directo y simultáneo para Estados Unidos, Canadá, Australia, América del Sur y Europa, subtulado o doblado según sea el caso; y The Walking Dead o The Last Ship se emiten exactamente 24 horas después de la emisión norteamericana.

Todos los canales norteamericanos ponen los episodios para ser visionados *online* para el público norteamericano o suscriptor solo unos minutos después de la emisión original. A tal punto renace el broadcasting que Netflix o Amazon emiten sus series por canales de cable, a la manera tradicional, para que sus productos *online* no se derrumben comercialmente.

Esta es la contratendencia. Las comunidades de producción de subtítulos de series en todos los idiomas o cierran o se ven en graves problemas para sostener el tráfico y el compromiso de los traductores, se pierde el interés por el *streaming*, cambian y mutan, una vez más los prosumidores en consumidores. Y las grandes cadenas de televisión buscan compromisos, acuerdos y nuevas formas de vincularse con los *fans* a los que antes denunciaban penalmente por violentar los derechos de autor al producir sus *mashup* o versiones libres de su serie favorita para publicar en Youtube. De igual modo ocurre con los foros y sitios web que reseñan series, hacen spoiler, suben episodios... ahora se los integra de una u otra manera, se los hace parte del negocio o se los compensa con regalos, merchandising, financian convenciones, regalan disfraces.

¿Qué efectos tienen estas mutaciones sobre la producción de las identidades culturales, políticas, sociales, las audiencias y los públicos de televisión? ¿Cuáles son las implicancias ético-culturales y políticas de este derrumbe de la cuarta pared?

1. El llamado retorno de lo real debe ser interpretado, a mi juicio, como el retorno de algo totalmente nuevo, que es la emergencia de una nueva subjetividad espectral en la que coexisten sujetos ficcionales y sujetos ficcionalizados de ambos lados de la cuarta pared. Después de todo ¿Qué somos cuando nos convertimos en un avatar en un foro de internet, o existimos como usuarios de Facebook o Twitter o cualquier otra red social digital, o como usuarios de videojuegos o de dispositivos de realidad virtual?
2. Una revolución ético-cultural ya que la línea que separa al héroe del villano, al bueno del malo, el santo del pecador, se ha convertido también en un umbral. Aborrecíamos el maniqueísmo de los discursos televisivos ficcionales del SXX, pero ahora ¿Cómo debemos interpretar, en términos éticos, el hecho de que preferimos antihéroes y antivillanos que se confunden unos con otros y nos gusta que así sea? ¿Qué pasa si nuestro asesino serial favorito se convierte fuera de la pantalla en el justiciero serial favorito? ¿Qué ocurre si Walter White deja su lugar diegético para encarnarse en algún carismático narcotraficante populista? ¿En qué momento se confundirá el ser fan del ser militante o votante de un Frank Underwood?
3. Las series de televisión, en la actualidad, están convirtiéndose en nuevos dispositivos performativos de subjetividad mucho más poderosos que en el SXX. Ahora, como dice Giorgio Agamben, los dispositivos no solo producen efectos de subjetivación sino procesos de subjetivación-desubjetivación-resubjetivación constantes, aleatorios, impredecibles, ingobernables. Impera la discontinuidad sobre la regularidad y la dispersión sobre la convergencia, ya no hay nexos sino yuxtaposiciones, no hay fronteras solo umbrales.
4. Y entonces... ¿y si está bien que en The Last Ship el Comandante Chandler arreste al Presidente de Estados Unidos porque es un fascista? ¿Y si es correcto que Red Reddington, un renegado, terrorista, delincuente internacional ayude al FBI a capturar a otros como él y que además nos caiga bien que así sea? ¿Y si es necesario que un monstruo como Dexter nos ayude a exterminar a esos otros monstruos como él porque la Justicia no funciona? ¿Y si necesitamos más policías corruptos como Vic Mackey, de The Shield, para que limpien la ciudad no de los delincuentes sino de aquellos que no tienen códigos?

Transformações nas interações televisivas no contexto brasileiro como marcas do processo de midiatização

Cambios en las interacciones televisivas en el contexto brasileño como marcas del proceso de mediatización

Daniel Pedroso

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS
dspedroso@gmail.com

Palavras-chave

Midiatização. Televisão. Interação. Telespectador.

Palabras clave

Mediatización. Televisión. Interacción. Televidentes.

Resumo

O presente texto tem o objetivo de propor uma reflexão sobre o processo midiatização da sociedade tendo como eixo as estratégias de interação entre a televisão e os telespectadores. O que permite esse trabalho é o modelo interacional gerado pelo quadro A empregada mais cheia de charme do Brasil, exibido Fantástico da TV Globo (2012), principal programa de variedades brasileiro. Empregadas doméstica de todo o país foram convidadas a enviarem vídeos para o programa, apoiados na narrativa da telenovela Cheias de Charme (TV Globo 2012). A produção discursiva destas telespectadoras conformam os objetos empíricos que nos possibilitam gerar inferências sobre as marcas do processo

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo proponer una reflexión sobre el proceso de mediatización, teniendo como eje las estrategias de interacción entre la televisión y los televidentes. Lo que permite este trabajo es el modelo de interacción generada por el segmento La empleada doméstica más encantadora de Brasil, presentado por Fantástico de TV Globo (2012). El principal programa de variedades de Brasil invitó a las mucamas de todo el país para enviar vídeos al programa, apoyándose en la narrativa de la telenovela Encantadoras (TV Globo 2012). La producción discursiva de estos televidentes se toma como objeto empírico que nos permite generar inferencias acerca de las marcas del proceso de mediatización de la sociedad.

1. Introdução

No ano de 2012 a revista eletrônica Fantástico da TV Globo, a maior televisão privada brasileira, lança uma promoção no programa convidando empregadas domésticas de todo o Brasil para enviarem vídeos produzidos por elas mesmas, gravados no ambiente de trabalho. Os vídeos deveriam ser baseados na trama da telenovela Cheias de Charme, também exibida pela emissora, na qual três empregadas domésticas se transformam acidentalmente em celebridades do mundo da música. O que em um primeiro olhar pode parecer um estratégia de programação, ou entendido como uma ação de autorreferencialidade, esconde na verdade um traço importante do funcionamento dos meios afetados pelo processo de midiatização da sociedade que se intensifica no panorama midiático contemporâneo, marcado pelas novas condições de circulação. Para dar conta da “nova economia de atenção” que emerge neste processo, os meios massivo, neste caso a televisão, vem propondo outras formas de vínculo, num processo que traz indícios do redesenho das interações entre o meio e os telespectadores o que acaba por gerar novos espaços de visibilidade para os atores sociais. O trabalho aqui proposto é um recorte da tese de doutorado defendido no programa de pós-graduação em Comunicação da Unisinos (Pedroso, 2014) e está dividido em duas partes, na primeira discutimos o processo de midiatização como aporte teórico-metodológico para o exame de fenômenos midiáticos e, na segunda, apresentamos a promoção do Fantástico como objeto e investigação, o que nos permite apontar algumas marcas do processo de midiatização e suas afetações no tecido social.

2. A midiatização como aporte teórico-metodológico para o exame de fenômenos midiáticos

As novas condições de circulação que despontam no cenário midiático contemporâneo, surgidas com a presença da internet e sua intensificação na sociedade, vêm complexificando à atuação dos meios de comunicação, sua relação com as instituições e com os atores sociais. Esse processo transformar as formas de interação social gerando uma nova economia de atenção. Dentre deste espoco tão amplo e aparentemente desfocado, a midiatização enquanto abordagem teórica nos permite olhar para o panorama midiático atual e buscar inferências sobre os fenômenos comunicacionais, nos convidando a perceber a intensificação e aceleração da presença da mídia na sociedade, chamando atenção para o âmbito da circulação, para o funcionamento dos meios e o deslocamento do papel do receptor para o nicho da produção, aspectos que acabam por redesenhar os fluxos comunicacionais gerando novas formas de visibilidade para os atores sociais.

A midiatização é entendida, neste estudo, como um conceito que permite descrever e compreender historicamente os processos de construção da semiose social, realizados pela mí-

dia e pela sociedade e que resultam em fenômenos midiáticos que afetam o funcionamento da sociedade. Nessa perspectiva, a atividade da midiatização, é caracterizada pela intensificação e pela aceleração de processos sociotécnicos nos quais as tecnologias midiáticas, os dispositivos técnicos de comunicação transformados em meios, os protocolos das mídias, suas lógicas, suas estratégias e suas linguagens são imbricados tecnodiscursivamente e manejados pela sociedade em práticas diversas, gerando um *feixe de relações* (Fausto Neto, 2006) - movimento que intensifica a produção de discursos sociais e ocasiona circuitos comunicacionais (Braga, 2012) de circulação indeterminada e de múltiplas afetações sociais.

As manifestações da midiatização garantem leituras de um ambiente midiático cada vez mais plural e marcado pela confluência de diferentes formas de comunicação, como a massiva, a interativa e a em rede, e composto por processos de convergência digital, de hibridizações, de remediações e de intertextualidades (Livingstone, 2009). É nesse viés amplo que a teoria da midiatização instiga a interpretar a força da mídia, que é absorvida pela sociedade, por meio de múltiplos processos sociais, em vários níveis e de diferentes maneiras, a partir das lógicas de suas operações, principalmente as que incidem na construção do próprio discurso televisivo, permeado pela atividade discursiva do telespectador. Esse processo impacta nas formas de comunicação humana -sejam elas face a face ou mediadas tecnologicamente- acarretando afetações e novos padrões de interação entre a mídia, as instituições e os atores sociais (Verón, 1997) e se dinamizando por novas *zonas de contato*, o que faz emergir uma nova arquitetura comunicacional (Fausto Neto, 2013) - característica de uma Sociedade em vias de *Midiatização* (Verón, 2001).

A partir do conceito da midiatização -que esboçamos aqui e pelo qual explicitamos o nosso olhar sobre o processo- chamamos Verón (2001) à discussão, postulando-se na noção da passagem da *Sociedade dos Meios à Sociedade em vias de Midiatização*, em que aponta o comportamento da mídia na contemporaneidade pelo descolamento de sua função na sociedade. Tal noção -que sinaliza a passagem de um tipo de sociedade à outra- se estrutura como um conceito explicativo que marca dois cenários distintos de funcionamento do campo da mídia.

Observando o cenário comunicacional de década de 1980 e ancorado na Teoria dos Campos Sociais de Rodrigues (1997), Verón (2001) obtempera que esse cenário midiático revela a formação de um modelo de sociedade -a *Sociedade dos Meios ou Sociedade Midiática*- na qual os meios de comunicação de massa carregam uma força mediadora intensa e se mostram como hegemônicos, com exclusividade na forma de representar a sociedade para a própria sociedade, em outras palavras, Verón (2001) afirma que:

[...] uma sociedade onde os meios se instalam: se considera que estes representam suas mil facetas, constituindo assim uma classe de espelho [...], onde a sociedade industrial se reflete e pela qual ela se comunica. O essencial deste imaginário é que marca uma fronteira entre uma ordem que é do real da sociedade (sua história, suas práticas, suas instituições, seus recursos, seus conflitos, sua cultura) e outra ordem, que é da representação, da (re)produção que progressivamente os meios foram tomando para si. (Verón, 2001:14).

Entendemos, portanto que, nesse período, os meios de comunicação social se estabeleciam como os principais mediadores das relações entre campos sociais de forma representacional, fundada numa perspectiva funcional, em que os meios tinham um fim: a comunicação. Por outro lado, o que caracteriza a *Sociedade em vias de Midiatização*, como esclarece Verón (2001), é que os meios não são apenas reprodutores da realidade social, mas sim, produtores de sentido. Ademais, declara que “Uma *Sociedade em vias de Midiatização* é aquela onde o funcionamento das instituições, das práticas e dos conflitos da cultura começam a se estruturar em relação direta com a existência dos meios”, (Verón, 2001: 14). O referido aspecto ressalta um deslocamento dos meios da posição inicial e sinaliza a sua transferência para outros setores da prática social, acarretando um conjunto de consequências nos estatutos dos meios e, sobretudo, nos processos produtivos e no redesenho das interações com seus interlocutores.

Uma designação econômica para diferenciar a *Sociedade dos Meios da Sociedade em vias de Midiatização*, como assevera Fausto Neto (2008), está no fato de que, na primeira, as mídias estariam a serviço de uma organização de um processo interacional sobre o qual teriam uma autonomia relativa, diante da existência dos demais campos. Na segunda, a cultura midiática se converte na referência sobre a qual estruturaram-se as atividades sócio-técnicas-discursivas, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade. Portanto, no cenário atual, as mídias perdem a centralidade do lugar de status representacional e se transformam em produtoras de sentidos e organizadoras do mercado discursivo, numa “[...] referência engendradora no modo de ser da própria sociedade e nos processos de interação entre as instituições e os atores sociais”, (Fausto Neto, 2008: 93), o que ocorre a partir da presença da manifestação de suas operações na sociedade.

Dessa forma, a realidade midiática se tornou mais complexa e acabou gerando uma ambiência marcada por novos processos de constituição da sociedade. Os meios, ao se deslocarem da função representacional para a de produtor de sentidos, diminuindo suas operações heterorreferenciais (Luhmann, 2005) e passando a investir em operações autorreferenciais,

produzem a realidade social, a partir de sua própria concepção de mundo, que são baseadas em suas próprias regras, lógicas e operações de codificação da realidade. Essa forma de atuação dos meios afeta os discursos dos campos sociais, que passam a ser enunciados segundo “[...] novas regras de inteligibilidades, de onde emerge uma nova forma de ser da esfera pública”. (Fausto Neto, 2008: 96). Do ponto de vista de nosso estudo de caso, o fato mais marcante é a forma por meio da qual o processo redesenha os vínculos sociais, que são construídos também através de novas formas de contato –como é o caso do envio de vídeos aos programas por parte dos telespectadores.

Nesse raciocínio, as novas condições de circulação e os novos dispositivos técnicos, como os *smartphones* e a internet, empoderam o ator social e as instituições para o mercado discursivo. O resultado do empoderamento é o deslocamento do receptor do âmbito da recepção para o âmbito da produção - um movimento que requer a compreensão da nova posição dos atores e das instituições *em produção*; a dinâmica da circulação assim ganha força como um âmbito de observação dos fenômenos midiáticos contemporâneos, que são potencializados no processo de midiatização a partir de operações discursivas.

Cumpra ainda mencionar que tal modo de funcionamento atenta para as novas formas de articulação entre produção e recepção, o que nos faz especificar a noção de *zona de contato* (Fausto Neto, 2013) como viés teórico-interpretativo com que olhamos para as formas de contato e de interação da televisão com o telespectador. Portanto, a noção de zona de contato é vista como instância interacional acionada através da circulação, organizando operativamente os contatos entre o sistema midiático e os atores sociais.

A dinâmica dos circuitos comunicacionais estrutura e, ao mesmo tempo, promove o funcionamento desta instância interacional -que estamos chamando de *zona de contato*- cuja hipótese é apontada em estudos precedentes (Fausto Neto, 2013) que observam produtores e receptores em torno de pontos de articulações, o que nos leva a mobilizar também essa noção como uma instância de engendramento interacional. É nesse espaço que opera, por meio da circulação, que o sistema midiático entra em contato operativo com os telespectadores articulando os sentidos. Essa relação é por nós entendida como um dos resultados de articulações das operações sócio-técnicas-discursivas do processo de midiatização que põem em contato o sistema midiático (a televisão através do programa) e o sistema socioindividual (os telespectadores e as empregadas domésticas), segundo práticas tecnodiscursivas que são dinamizadas partir das novas condições de circulação.

O resultado de tal processo é marcado pelas transformações dos protocolos discursivos que mudam o sentido das ofertas e dos modos como são apropriadas, afetando rotinas produtivas da televisão e transformando o status dos atores sociais, bem como suas formas de enunciação. Assim, avalia-se que é por meio da zona de contato que se reconfi-

gura a atividade interacional televisão-sociedade, gerando bases para uma nova atividade de produção de sentidos.

3. O modelo de interação do quadro a “A empregada mais cheia de charme do Brasil”

O objetivo deste tópico é o de problematizar o que torna o quadro A empregada mais cheia de charme do Brasil, enquanto fenômeno comunicacional, um estudo de caso do processo de midiaticização. O quadro engendrado pelo programa Fantástico carrega duas dimensões principais pelas quais percebemos especificidades e singularidades que nos motivam a examiná-lo a partir do status de um estudo de caso aplicado à análise de processos e de produtos midiáticos, quais sejam:

1. dimensões relativas à construção tecnodiscursiva do quadro que expressam marcas dos processos que possibilitam a atividade discursiva do telespectador como marcas da interação;
2. dimensões relacionadas ao funcionamento da televisão no contexto da convergência midiática;

A dimensão tecnodiscursiva engendrada pelo Fantástico é a primeira característica que aponta a pertinência de seu exame como estudo de caso. O quadro se desenvolveu a partir da telenovela *Cheias de Charme*, exibida pela Rede Globo, no ano de 2012. Baseando-se na trama, a revista de variedades convidou empregadas domésticas de todo o Brasil a enviarem ao programa um vídeo de até um minuto de duração, gravado no ambiente de trabalho, com o objetivo de parodiar o videoclipe Vida de Empreguete - peça central da trama que foi transformada pelo programa em matriz do contato com as telespectadoras. O quadro foi desenvolvido a partir da estratégia de um concurso e teve a duração de dois meses, ocorrido de junho a julho de 2012.

O primeiro mês foi marcado por um conjunto de operações tecnodiscursivas realizadas pelo programa com a finalidade de estabelecer contato, de convidar à participação, de explicitar as regras do concurso e os procedimentos de envio dos vídeos -o que ocorreu via página do programa na internet- além de reforçar a participação. Ao todo, 1.400 vídeos foram remetidos ao programa pelas empregadas domésticas e dezesseis foram classificados pela produção para serem exibidos no programa dominical.

O segundo mês do concurso se configurou pela exibição dos vídeos produzidos pelas empregadas domésticas na televisão, pela votação do público, através da página do programa na internet em que se escolheram as candidatas à etapa final, realizada ao vivo, no estúdio

do programa Fantástico, com a participação das atrizes que interpretavam as empregadas domésticas na telenovela. No domingo após a final do concurso, uma reportagem especial mostrou a vencedora da promoção recebendo o prêmio -a participação como convidada especial em uma cena da telenovela *Cheias de Charme*- na operação que simbolizou o acesso do ator social ao sistema midiático, na condição de celebridade, gerando uma nova forma de visibilidade, que se originou de um modelo interacional baseado na atividade discursiva das telespectadoras.

As operações tecnodiscursivas desenvolvidas pelas telespectadoras se realizam a partir das lógicas midiáticas que estão cada vez mais difundidas no tecido social e, nesse processo, verifica-se a combinação entre as gramáticas de produção e das gramáticas da recepção (Verón 2007, 2013), em que as lógicas do sistema socioindividual (do qual fazem parte os atores sociais) se mesclam com as lógicas do sistema midiático que foram colocadas como condição principal para a participação no concurso - um registro indelével do impacto do processo de midiatização da sociedade.

Já do ponto de vista das dimensões relacionadas ao funcionamento da televisão no contexto da convergência midiática, o quadro permite visualizar como são organizadas as novas relações entre a televisão e o telespectador que são dinamizadas a partir da internet - espaço em que as operações e as lógicas dos sistemas de produção e de recepção se contatam. A constituição da *zona de contato* enquanto instância interacional se originou no programa na televisão e foi expandida para a internet. No primeiro mês, a internet funcionou como espaço organizador do contato operado pela lógica do convite à participação; no segundo mês da promoção, a versão televisiva do Fantástico seguiu remetendo o telespectador à página do programa na internet que foi palco de várias operações tecnodiscursivas realizadas pelas telespectadoras.

O circuito comunicacional televisão + internet + telespectador que denota o funcionamento da *zona de contato* instituída pelo nosso estudo de caso, se organiza de forma convergente entre a televisão e a internet, apresentando-se como marca dos novos modos pelos quais a televisão redesenha a sua interação com o telespectador na atualidade. As novas condições de circulação instituídas pela internet viabilizaram que os vídeos produzidos pelas empregadas domésticas fossem postados na página do programa, o que representa um proveitoso canal de retorno com o telespectador

Na internet, a exibição dos dezesseis videoclipes selecionados para a semifinal acompanhou a dinâmica da televisão, contudo, com a diferença de que, na página do programa, os vídeos foram veiculados em até um minuto, e ficaram durante seis dias disponíveis para a votação do público. As peças foram veiculadas na televisão e na internet em grupos de

quatro, consecutivamente nos domingos do mês de julho de 2012. Cabe lembrar que os vídeos enviados pelas empregadas domésticas tiveram como modelo o videoclipe *Vida de Empreguete*, cuja construção, em nosso entendimento, apresenta um jogo de identidades que espelha a trama da telenovela, baseada no conflito entre empregadas domésticas e patroas, e também, na questão que tange à mobilidade social. A noção do jogo de identidades emerge a partir da montagem do videoclipe, da atuação estereotipada das atrizes e do figurino utilizado em cena - marcas que nos permitem inferir os três tipos identitários que são retratados pelas *empreguetes*, como denotam as Figuras 1 (A) a identidade de cantora; (B) a identidade de empregadas domésticas; e 1 (C) a identidade de patroa.

Figura 1 – Imagem de tela - O jogo de identidades: cantoras, empregadas e patroas



Fonte: Rede Globo (2012).

Dentro da *zona de contato*, o videoclipe *Vida de Empreguete* foi transformado em matriz de contato, ou seja, como um ponto de articulação, um modelo a ser seguido pelas empregadas domésticas que participaram da promoção, ativado por um conjunto de circuitos comunicacionais que remetiam as participantes à narrativa da telenovela e às regras e instruções de participação constantes na internet, mas que, no entanto, foram acionados a partir das lógicas que permeiam o sistema dos atores sociais.

O exame da produção discursiva das empregadas domésticas, que se inicia a seguir, buscou descrever como o jogo de identidades - cantora, empregadas domésticas, patroas - que compõe o videoclipe matriz de contato foi expresso nos vídeos enviados para o concurso, ou seja, de que modo a idealidade do videoclipe-matriz permeia os vídeos produzidos pelas empregadas domésticas. De forma geral, verificamos que os vídeos exibidos se assemelhavam e atendiam aos pré-requisitos da promoção, como a gravação no ambiente de trabalho, a utilização da música original do videoclipe matriz de contato, bem como outra música de composição própria - ou não. Alguns vídeos, todavia, trabalhavam tais identidades singularmente e acerca disso que a nossa descrição será operada.

3.1. Identidade de cantora

A identidade de cantora foi acionada em todos os videoclipes enviados para o concurso, e reconhecida em letras próprias, em paródias de outras músicas e a partir da música do videoclipe que age como matriz de contato. Os videoclipes enviados por Kelly da Silva, do Rio de Janeiro, exibido na primeira semana, e por Maria Gracimar, do Núcleo Bandeirantes de Brasília, trazido na quarta semana da promoção, foram os únicos que traziam composições próprias. No vídeo de Kelly - como se confere na Figura 2 (A) - embora ela não apareça cantando diegeticamente, mas sim, dançando, a identidade de cantora é exibida a partir de uma música em estilo bossa nova, interpretada pela própria empregada doméstica. No videoclipe enviado por Maria Gracimar - que se retrata na Figura 2 (B) - praticamente apenas a identidade de cantora é acionada pela empregada doméstica, que evoca em sua interpretação o registro de uma cantora romântica.

Figura 2 – Imagem de tela - Ousadia como marca autoral



A



B

A identidade de cantora também se evidenciou nos videoclipes que foram realizados com base em paródias de músicas famosas. O videoclipe de Rosangela Silva, do Rio de Janeiro, exibido na primeira semana - demonstrado na Figura 3 (A) - e o de Tânia Farinon, de Santa Catarina, apresentado na quarta semana - como consta na Figura 3 (B) - retratam a identidade em questão com o apoio de letras que narram as dificuldades da profissão. Rosangela interpreta a identidade de cantora de forma escrachada, com o destaque, no vídeo, por conta da paródia elaborada sobre uma música da Rita Lee. A letra cantada por Rosangela destaca o poder da patroa, a dificuldade do trabalho e o sonho de mobilidade social. Já Tânia interpreta a identidade de cantora com referência à intérprete britânica Amy Winehouse. Sua paródia é construída sobre a música Valerie, na letra entoada por ela própria, elencando as agruras do cotidiano profissional e, ao final, também salientando o sonho da mobilidade social, conforme se observa nas letras a seguir:

Figura 3 – Imagem de tela - A crítica à profissão



A

Fonte: Rede Globo (2012).



B

No vídeo enviado por Nilzete Cardoso, de São Paulo, mostrado na segunda semana - Figura 4 (A) - e de Vanessa Brito Lopes, de Porto Alegre, exibido na última semana - Figura 4 (B) - especificam-se outros exemplos da interpretação da identidade de cantora com foco centrado nas letras que abordam o amor pela profissão. No trabalho de Nilzete, a identidade de cantora aparece com mais força na paródia da música Ilariê, sucesso da apresentadora Xuxa nos anos de 1990: a interpretação reflete os afazeres do dia a dia da profissão relacionados com o sentimento de amor. Já no videoclipe de Vanessa, a identidade de cantora também se evidencia na paródia que produz sobre a música Tchu Tcha Tcha, expressando a sua garra, o seu profissionalismo e a sua vontade de trabalhar.

Figura 4 – Imagem de tela - O amor pela profissão



A

Fonte: Rede Globo (2012).



B

Nos videoclipes de Elisimar Zatin, de São Paulo, que foi exibido na primeira semana, de acordo com a Figura 5 (A), de Silvia dos Santos, de Santa Catarina - Figura 5 (B) - de Stela Regina, que aparece na Figura 5 (C), exibidos na segunda semana; de Leomaria de Souza, do Ceará - Figura 5 (D) - e de Michele Teixeira, do Rio de Janeiro - Figura 5 (E) - apresentados na terceira semana; e de Loiva Goular - Figura 5 (F) - veiculado na última semana, a música utilizada foi a do videoclipe-matriz e as formas de acionar a identidade de cantora se assemelharam entre si, relacionando a forma como as atrizes interpretaram as cantoras, seja pelo figurino, conforme as Figuras (A), (E) e (F), ou pela atitude em frente às câmeras, como nas Figuras (B) e (D).

Figura 5 – Imagem de tela - A música oficial



A



B



C



D



E



F

Fonte: Rede Globo (2012).

Dois pontos importantes recebem destaque no que se refere às letras dos videoclipes enviados. Nos trabalhos de Kelly, de Nilzete e de Vanessa retrata-se a tarefa executada com prazer, com forte referência à qualidade da atividade profissional desempenhada pelas participantes. Já nos videoclipes enviados por Rosangela e por Tânia, o universo doméstico se descortina através do conteúdo das letras, fundamentadas pelas dificuldades do trabalho cotidiano. Outrossim, os dois vídeos revelam mais fortemente o sonho da mobilidade social que se expressa no desejo de se tornarem celebridades com reconhecimento midiático.

3.2 Identidade de empregada doméstica

Todos os vídeos que participaram do concurso evidenciaram a identidade de empregada doméstica e revelaram, em maior ou em menor grau, as várias atividades ligadas à profissão; todavia, constatamos várias diferenças nas interpretações. Nos vídeos de Kelly, Figura 6 (A); de Elisimar, Figura 6 (B); e de Michele, Figura 6 (C), a interpretação da identidade ocorreu de forma clássica, pela qual elas aparecem em várias situações no ambiente de trabalho trajando as indumentárias típicas da profissão, como o uniforme e a touca na cabeça. As interpretações apresentam um registro mais naturalista.

Figura 6 – Imagem de tela - A empregada doméstica tradicional



A

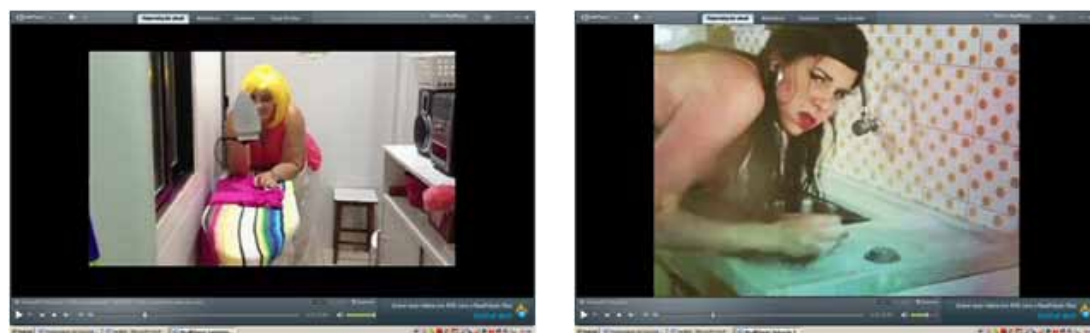
B

C

Fonte: Rede Globo (2012)

Nos vídeos enviados por Rosângela, Figura 7 (A); por Tânia, Figura 7 (B); por Cláudia, Figura 7 (C); e por Loiva, Figura (D), também se ressaltou a identidade da empregada doméstica através de várias tarefas ligadas à profissão que são executadas; por conseguinte, reparou-se que as atividades eram realizadas de forma caricatural, com gestos e fisionomias que expressavam exagero na forma de atuação e denotavam, em nosso entendimento, certo desprezo para com as atividades realizadas.

Figura 7 – Imagem de tela - A empregada doméstica caricatural



A

B



C

Fonte: Rede Globo (2012)



D

Os vídeos que foram enviados por Vanessa, na Figura 8 (A) e por Leomaria, na Figura 8 (B), também acionam a identidade de empregada doméstica, de forma peculiar. Ambas apareceram realizando atividades pertinentes à profissão, mas por baixo do avental, trajavam roupas elegantes que destoam das atividades domésticas. O figurino de Vanessa é composto por saia e por blusa com detalhes brilhantes; já Leomaria tem o cabelo arrumado num coque e usa um colar sobre o avental. As imagens sugerem que o acionamento da identidade de empregada doméstica faz referência a uma profissional com forte autoestima, que se manifesta a partir do visual elaborado.

Figura 8 – Imagem de tela - A empregada com visual elaborado



A

Fonte: Rede Globo (2012)



B

A partir dos exemplos supracitados, podemos concluir que não houve representação uniforme da identidade de empregada doméstica nos vídeos enviados para o concurso. Apuramos o pedido de reconhecimento da profissão, tanto a partir de uma interpretação clássica em que as personagens utilizavam indumentárias características e desempenhavam tarefas de forma mais naturalizada, quanto pela interpretação caricatural que suscitava certo desprezo pelas atividades domésticas, ou ainda, pelo visual sofisticado que inspirava traços de realização profissional.

3.3 Identidade de patroa

A representação da identidade de patroa foi a que mais se assemelhou da representação realizada pelas atrizes no videoclipe-matriz de contato. Nos vídeos enviados pelas empregadas domésticas que acionaram tal sentido, as representações estavam baseadas nos mesmos estereótipos que remetem às patroas a partir da imagem sofisticada como traço de distinção. No vídeo de Marilene, na Figura 9 (A), a patroa é representada exageradamente, e essa identidade se aciona pelo uso de um vestido verde e de acessórios, como a bolsa e os colares, numa interpretação que nos levou a pensar que elogiava sua patroa. No vídeo de Cláudia, na Figura 9 (B), o chapéu, os brincos e o vestido justo em padronagens animais (estampa de onça) também sugestionavam a imagem de uma patroa elegante. Silvia, na Figura 9 (C), também interpretou com extravagância a identidade de patroa com muitos acessórios, como anéis, pulseiras e brincos, peruca e lenço na cabeça. Por último, Michele, na Figura 8 (D), ao contrário das outras candidatas, investiu na representação de uma patroa mais discreta, sem tantos acessórios, mas cuja elegância configura um traço distintivo.

Figura 9 – Imagem de tela - Elegância como elemento de distinção



A



B



C

Fonte: Rede Globo (2012).



D

Um fato curioso em relação à questão acerca da identidade de patroa é que apenas seis vídeos -das dezesseis produções enviadas para o concurso- interpretaram a identidade de patroa. Inferimos que, em função de a telenovela *Cheias de Charme* e o videoclipe-matriz de contato terem apresentado, de forma estereotipada, as patroas como severas detentoras do poder, acreditamos que isso tenha se interposto como uma restrição simbólica para o acionamento da imagem da patroa nos vídeos produzidos pelas empregadas domésticas.

Antes de encerrarmos a leitura dos vídeos elaborados pelas empregadas domésticas para o concurso, vale destacar o ineditismo do trabalho enviado por Stela Regina, de São Paulo. Nele auferimos uma crítica forte em relação à profissão, já que não segue o jogo das identidades e cria uma personagem nova: uma empregada doméstica esportista. Na Figura 10 (A), vemos Stela limpando a porta com o pé, ao mesmo tempo em que lê uma revista. Na Figura 10 (B), ela faz exercícios com os detergentes como se fossem pesos e limpa o banheiro; na Figura 10 (C), Stela aparece com dois sacos de lixo cheios, cada um do lado de um cabo de vassoura, que cumprem a função de alteres, que são levantados e insinuam grande esforço. Entendemos que o tom farsesco do vídeo critica o trabalho pesado realizado pelas empregadas domésticas, o que faz com que sua interpretação se distancie dos demais trabalhos enviados e possibilita a percepção de que o processo de indução da televisão, ao ser reprocessado pelos atores sociais, dispara um conjunto de outros sentidos em recepção.

Figura 10 – Imagem de tela - Stela a empregueite esportista



A



B



C

Fonte: Globo.com (2012).

Considerações Finais

A partir da descrição dos vídeos que funcionam como parte da constituição da *zona de contato*, por meio do circuito internet-atores sociais, percebemos que, em muitos casos, há grande semelhança com o videoclipe da telenovela que foi utilizado pelo programa como matriz de contato. No entanto, há casos em que as empregadas optaram por ressemantizar

o conteúdo inicial, a partir do investimento de marcas autorais, como o figurino, as músicas que flertam com outros estilos musicais e até mesmo com letras próprias. Outro fato relevante foi a constatação de que como as empregadas domésticas são as estrelas dos videoclipes: vimos que foram auxiliadas nas produções por pessoas que, através de várias expertises, filmaram, editaram e provavelmente postaram o material na página do programa na internet. Isso aponta para uma afetação do processo de mediação da sociedade no qual as lógicas do sistema midiático são apropriadas pelos atores sociais, por meio dos quais são geradas discursividades que são mescladas com as lógicas do universo deles próprios.

Com a evolução tecnológica, a articulação das lógicas da mídia com as práticas sociais diversas retrataram enorme capacidade de transformação do mercado discursivo em função do ingresso de novos atores no processo midiático - como se evidencia neste estudo de caso. No que tange às evidências, atentamos para o fato de que a televisão articulada com a internet transforma uma afetação da mediação em discursividade televisiva. Em um olhar apressado, podemos observar tal movimento como uma jogada de marketing da televisão que visa promover a sua programação. No entanto, uma observação cuidadosa pode concluir também que, para a televisão enfrentar as reconfigurações impostas pelo processo de mediação da sociedade, é preciso ir ao encontro do telespectador já situado na ambiência da mediação, necessitando de novas bases relacionais no sentido de trazer o telespectador para regimes de contatos, que já não obedecem mais suas configurações clássicas, engendrando-se pelas novas condições de circulação e pelos novos dispositivos convertidos em meio de comunicação.

Nessa perspectiva, os receptores -enquanto coletivo complexo extratelevisivo- não são apenas elementos discursivos que ofertam ao sistema midiático operações de uma semiótica do cotidiano como conteúdo. Com base nas afetações da mediação, os coletivos se tornam os próprios produtores simbólicos dos seus cotidianos privados, fazendo com que, por meio da circulação, as suas produções ingressem no espaço público, de forma individualizada. A potencialidade discursiva do receptor, de certo modo, irrita o sistema midiático, contudo, a irritação logo é absorvida autopoieticamente e faz com que o próprio sistema se auto-organize. No ambiente televisivo, o nosso estudo de caso se configurou como um exemplo dessa reorganização na qual o sistema transforma a potencialidade discursiva do ator social em capital interacional que reestrutura as interações entre a televisão e os telespectadores, ofertando novas formas de visibilidade dos atores sociais.

Referência

- Braga, J. L. (2012). "Circuitos versus campus sociais". In: Janotti Jr, J.; Mattos, M. Â.; Jacks, N.(Org.). *Mediação & midiatização*. Salvador: Ed. UFBA; Brasília, DF: Compós, pp. 31-51.
- Fausto Neto, A.; Sgorla, F. (2013). Zona em construção: acesso e mobilidade da recepção na ambiência jornalística. In: *Encontro Anual da Compós*, 22, 2013, Salvador. Anais eletrônicos... Salvador: Disponível em <http://www.compos.org.br/biblioteca.php>. Acesso em: 16 maio 2014.
- Fausto Neto, A. (2008). "Fragmentos de uma analítica da midiatização". In: *Matrizes*, São Paulo, v. 1, n. 2, pp. 89-105.
- Livingstone, S. (2009) . "Foreword: Coming to terms with 'mediatization'". In: Lundby, K. (Org.). *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Peter Lang, pp.ix-xi.
- Luhmann, N. (2005). *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus.
- Pedroso, D. (2015). Interações entre a televisão e o telespectador na Sociedade em vias de midiatização: Um estudo de caso do quadro A Empregada mais cheia de charme do Brasil do programa Fantástico. Tese de doutorado inédita. Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, Brasil.
- Rodrigues, A. D. (2000). "Experiências, modernidade e campo dos média". In: Santana, R. N. Monteiro de (Org.). *Reflexões sobre o mundo contemporâneo*. Rio de Janeiro: Revan; Teresina: Ed. Universidade Federal do Piauí, pp. 169-214.
- Verón, E. (1997). "Esquema para el análisis de la mediatización". In: *Diálogos*, Lima, n. 48, p. 9-17.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Verón, E. (2007). "Du sujet aux acteurs: la sémiotique ouverte aux interfaces". In: Boutaud, J.-J.; Verón, E. (Org.). *Sémiotique ouverte: itinéraires sémiotiques en communication*. Paris, Lavoisier, HermèsScience.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós Planeta.

Materiais audiovisuais

Cheias de charme. [S.l.], 16 nov. 2012a. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/Cheias-de-Charme/personagem.html#perfil>>. Acesso em: 16 nov. 2012.

Cheias de charme. In: Wikipédia: a enciclopédia livre. San Francisco, CA, 16 nov. 2012b. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Cheias_de_Charme>. Acesso em: 16 nov. 2012.

Rede Globo. A empregada mais cheia de charme do Brasil. Fantástico. Rio de Janeiro, 25 maio a 08 set. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/index.html>>. Acesso em: 25 maio 2012b. Informações coleta no site da Globo.com referente ao concurso cultural “A empregada mais cheia de charme do Brasil”.

representaciones
representaciones

Da Panela ao smartphone: mediação do iPainel e as manifestações de rua Brasil 2015

De la cacerola al smartphone: mediatización del iCacerolazo y manifestaciones callejeras - Brasil 2015

Antonio Fausto Neto

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS
afaustoneto@gmail.com

Palavras-chave

iPainel; mediação; circulação; manifestações; sentidos

Palabras clave

iCacerolazo; Mediatización; Circulación; Manifestaciones; Sentidos.

Resumo

Novas relações entre comunicação e política são examinadas a partir do estudo da gênese e mediação de aplicativo que, operando a partir de celulares, é ofertado como alternativa aos sons de painéis que se enunciam em manifestações públicas. A oferta que se articula em torno de estratégias tecnodigitais-publicitárias prevê que os protestos de rua se façam segundo novas construções roubando dos atores sociais a autoria e a inventividade de formas de discursividades de protestos sociais. Descreve-se também complexo fluxo de circulação de operações discursivas que envolvem a concepção do dispositivo, nomeado como iPainel; seu processo de agendamento jornalístico que associa sua existência ao contexto de práticas de oposição política ao governo; bem como alguns efeitos do seu uso por parte de atores sociais. Diferentes sentidos emanam dos discursos sobre o uso aplicativo. Chamam atenção para o fato de que a oferta desta ação comunicativa prevê que os protestos como ato público passam a ter no corpo deste objeto e de sua racionalidade digital-midiática, novas possibilidades de enunciação e formas de existência.

Resumen

Se examinan nuevas relaciones entre la comunicación y la política desde el estudio de la génesis y de la mediatización del aplicativo que, operando a partir de teléfonos móviles, se pone como una alternativa a los sonidos de cacerolazos que se enuncian en manifestaciones públicas. La

oferta que se articula alrededor de las estrategias tecnodigitales-publicitarias establece que las protestas callejeras se hagan según nuevas construcciones robando de los actores sociales la autoría y la invención de formas de discursividades de protestas sociales. También se describe el complejo flujo circulante de operaciones discursivas que envuelven la concepción del dispositivo, nombrado iCacerolazo; su proceso de agenda periodística que asocia su existencia al contexto de la práctica de oposición política al gobierno; así como algunos efectos de su uso por parte de actores sociales. Diferentes sentidos emanan de los discursos sobre el uso del aplicativo. Llamam la atención sobre el hecho de que la oferta de esta acción comunicativa prevé que las protestas como acto público pasan a tener en el cuerpo de ese objeto y de su racionalidad digital-mediática, nuevas posibilidades de enunciación y formas de existencia.

Introdução

Diversas ações comunicacionais aparecem nas manifestações no Brasil em 2013, quando gigantescas passeatas foram coengendradas por lógicas e operações de novos e velhos media e de práticas nomeadas como *autocomunicação*. Puseram em circulação sentidos apontando para uma ampla pauta que envolveu protestos, denúncias e reivindicações. A íntima relação das manifestações com estratégias midiáticas se destacou como uma questão central, fazendo mesmo parte da complexidade dos acontecimentos. Foi apropriada por estudos acadêmicos que enfatizaram a importância dos processos comunicacionais menos como agentes de relatos e mais como copersonagens das manifestações (Fausto Neto, 2014). Análises chamam atenção dos efeitos do *junho-2013* sobre o trabalho de cobertura televisiva, enquanto agente que sempre ocupou a centralidade na gestão de contatos entre acontecimento, instituições e atores sociais. Mas, a televisão se viu obrigada a refazer suas estratégias de cobertura ao perder o contato com a dinâmica das passeatas. Mas, por não poder capturar enunciações difusas dos manifestantes, criou um outro circuito de contatos optando, neste caso, por outras estratégias ao valorizar emissões autorreferentes, cujo objeto da transmissão foi a própria conversação entre jornalistas (Fausto Neto, 2015). Nos anos seguintes, os atores sociais recuam das ruas, mas levam adiante suas ações comunicacionais, inspecionando as suas relações com instituições de modo geral, inclusive as midiáticas. Já no contexto das eleições presidenciais de 2014, retomam, das trincheiras de apartamentos, os painéis sem protesto contra o desvio de falas presidenciais – como as comemorativas dos dias do trabalho e da independência – que passam a ser enunciadas na internet em vez do setting televisivo. Efeitos da mediação em processo chamam atenção para novos *regimes de contatos* através dos quais os atores do campo político abandonam dispositivos de contatos, via a mediação da TV, e ingressam diretamente, numa outra relação de corpo-a-corpo com a sociedade. Dirigentes políticos preferem – como fizeram os atores nas manifestações – abandonar a mediação dos *velhos meios* elegendo a internet como um novo espaço para contato direto com o tecido social. O abandono da mediação televisiva pelo deslocamento do discurso presidencial (para internet) é entendido como uma *quebra de contrato*, uma espécie de do contato entre o corpo signifiante da política e o da sociedade. Tal fuga é perseguida pelos *painéis* cujos ruídos ativam a mediação midiática televisiva, que captura e documenta as imagens deste novo ciclo de manifestações. Esta luta pelas novas condições de gestão da fala recrudesce em 2015. A TV busca trazer para seus limites a gestão do contato com atores do sistema político. O mais importante talk show televisivo – Programa do Jô, veiculado pela rede Globo de televisão – desloca-se de seu habitat para a biblioteca do Palácio da Alvorada, de onde exibe uma entrevista concedida ao seu apresentador pela presidente Dilma Rousseff. Trata-se de um face a face que, deslocado do setting televisivo, deixa de fora a presença da coenuniação da audiência, algo que é

assegurado quando o programa é feito, normalmente, nos estúdios. O inspecionismo dos atores sociais manifesta-se pela internet a través de fúria retórica contra a tentativa da mediação televisiva, acusando o apresentador por traição ao contrato de leitura firmado com os telespectadores, ao conceder um espaço de fala á presidente da Republica, personagem que se emcontrava no centro dos protestos e das manifestações. As críticas sinalizam que, ao deslocar a apresentação do programa de um ambiente midiático para outro de natureza não midiática, o apresentador rouba a possibilidade de expor a presidente a uma situação de aossamento quase direto com os atores sociais. Apontam ainda que com tal deslocamento, o setting enquanto principal operador de referenciação do discurso telemidiático, se apaga pelos efeitos de uma atividade circulatória caracterizada por sua saída da *praça midiática* para a biblioteca, em quanto ambiência do campo político. Tão bem descritas por Verón (1997), estamos diante de várias estratégias de produção de sentidos que apontam para complexos intercâmbios que se manifestam no cenário da midiatização, entre práticas instituições, mídia se dos atores sociais. Tais afetações entre a política e a televisão estariam gerando efeitos de sentidos de várias naturezas, como a subordinação dos rituais e lógicas midiáticas codeterminadas por outras organizadas pelo campo político. Ou, então, cruzamentos de outras lógicas: a TV dá voz a política, mas num circuito discursivo no qual o estatuto do ritual que transforma a entrevista em conversa, somente pode ser conferido (ou contestado) pelos espectadores, desde que mantidos numa distante atividade espectral (Carlón, 2004), e cujos efeitos se deslocam em um ir adiante, para a internet. Este contexto aponta para reflexões que envolvem a importância de ações comunicacionais no contexto da vida política. Chamam atenção para as práticas comunicacionais pensadas das lógicas dos atores sociais, seus efeitos sobre as estruturas de mediação midiáticas, que operam como precondições para o aparecimento de ofertas de novos dispositivos comunicativos colocados a disposição para os mercados discursivos das manifestações. É o caso do *iPainel*, objeto deste artigo, aplicativo que operando via celulares é proposto como um dispositivo que substituiria celulares os painéis, preservando seus efeitos sonoros e possibilitando novas formas de articulação de mobilização e de manifestação política. Inspirados mais em lógicas sociotécnicas do que as que emanam em circuitos de atores sociais, a oferta deste novo dispositivo se faz através de induções de estratégias discursivas de várias instituições (tecnológicas, publicitárias e jornalísticas). Ao se apropriar do painel, sistemas sociais dão origem á suportes de comunicação que não são pensados a partir da experiência de coletivos. Além de se impor sobre os contextos destes, atravessa igualmente suas lógicas e os processos de sua inventividade. A racionalidade sobre a qual opera o seu funcionamento pressupõe também novas condições de funcionamento de uma determinada modalidade de expressão do discurso político e, portanto distinta daquela que se engendrava segundo lógicas sintonizadas com as ruas.

O que é o iPanelaço

Surge no contexto das manifestações de 2015, a partir do ambiente das ofertas tecnomidiáticas, enquanto novo ingrediente técnico que é apontado para compor kit de protestos. É inspirado a partir de postulados, de saberes e de discursos digitais-midiáticos que oferecem a possibilidade de gerar manifestações públicas substituindo sons de painéis. O *iPanelaço* ingressa na circulação social através de, pelo menos, três tipos de argumentos: 1) o dos idealizadores da ferramenta (expressa nas lojas de vendas de aplicativos), destacando que ele tem a possibilidade de exercer esta forma das pessoas se expressarem em recintos, como salas e auditórios com a mesma intensidade, mas sem a necessidade de utensílios físicos – como as painéis; 2) o de motivação publicitária cuja expectativa é a de que ele gere novas formas de manifestações, adequada para vários ambientes, pois “como não dá para ir às ruas, na hora de todo o pronunciamento (...) queremos contribuir para os protestos de uma forma irreverente, para que todo mundo possa fazer seu *iPanelaço* sem estragar as painéis”. E argumentam: “Com o aplicativo, a pessoa pode protestar dentro do carro, conectando o smartphone ao som do carro ou ainda da tv, ou mesmo colocando a mão embaixo do iPhone para amplificar o som”(portal IG 8.5.2015); 3) o da agenda jornalística chamando atenção para o dispositivo como mais *um coadjuvante* nos protestos contra a presidente da República (seção Web do site Making Of, 6.5.2015). Estes argumentos mostram que o *iPanelaço* não se trata de uma invenção abstrata ou como um produto que fosse apenas de expressão de uma cultura universal, conforme apregoam ainda, os seus inventores. Mais que isso, o aplicativo é potencializado segundo as afetações dos processos de mediação, especialmente as lógicas e os efeitos presumidos pelos sistemas que lhe dão existência. Além dos argumentos sobre os quais se sustentam a invenção do dispositivo, encontramos em alguns *comentários* de sites jornalísticos, outras marcas que indicam as lógicas de uso dos atores sociais, algumas delas apontando pistas sobre a apropriação do dispositivo e enfatizando o descompasso de práticas de uso com os postulados que caracterizam a sua oferta. Observa-se ainda nos relatos de usuários, *embates* entre aqueles que apóiam a instrumentalização do aplicativo em campanhas contra o governo, e os que denunciam seu uso, como coadjuvante de funcionamento do discurso político enunciado por parte daqueles setores oposicionistas. Mas, antes de descrever este conjunto de cenários de discursos, fazemos recuo no tempo para apontar algumas referências sobre a natureza das relações entre dispositivos de comunicação x política. Visa-se chamar atenção para dois aspectos: o fato segundo de que a política sempre faz da técnica comunicacional um aliado geralmente, no sentido instrumental. Mas, também para um segundo aspecto, que aponta para articulações mais problemáticas e complexas, entre práticas destes dois âmbitos, algo apontado pelo olhar de Roland Barthes (1988) sobre a presença do rádio nas manifestações de maio-68, na França, conforme se descreve a seguir.

3. O transistor: meio ou operador da manifestação?

Ao analisar a relação dos dispositivos radiofônicos com as manifestações de rua, em maio de 1968, na França, Barthes (1988) chamava atenção para o papel do pequeno transistor (radinho a pilhas) num certo trabalho de mediação das transmissões das passeatas de ruas. Ele se incorporava à dinâmica das ruas, arrastados pelas multidões, ao ser atraído pelo processo de circulação, guiando os manifestantes. Funcionava como mediador informando os cenários em torno dos quais as manifestações se desenrolavam. Mas, também, instituiu uma espécie de acontecimento singular que se caracterizava por uma enunciação que não vinha diretamente das ruas e de outros lugares de onde fontes poderiam falar, mas das vozes de jornalistas que punham em circulação as próprias estratégias tecnodiscursivas do dispositivo. A singularidade da palavra radiofônica era “colada ao acontecimento à medida que ia se produzindo, de maneira ofegante, dramática, a impor a idéia de que o conhecimento da atualidade passa a não estar mais a cargo do impresso, mas sim da palavra oral” (Barthes, 1988: 166). Embora as manifestações de maio tivessem sido produzidas por lógicas e estratégias de diferentes campos sociais (sindicatos e entidades de várias naturezas), repousava sobre a esfera de minúsculos dispositivos técnicos a possibilidade de colocá-las em circulação, retirando-as, de alguma forma, dos seus núcleos organizadores e inserindo-as no corpo social.

As enunciações deste pequeno dispositivo se impunham como espécie de *discurso guia* que “informava os participantes sobre o próprio prolongamento da sua ação, de sorte que o transistor se tornava o apêndice corporal, a prótese auditiva, o novo órgão de ficção científica de certos manifestantes, mas também, por compressão do tempo, a repercussão imediata do ato (...)” (Barthes, 1988: 167). Tal registro que envolve materialidades de sentidos através de processos de enunciações sociotécnicas (Traversa, 2014), destaca um momento exemplarmente, da mediação em curso. De modo específico, a conversão do dispositivo em meio (Cingolani, 2014), cujas dinâmicas levam adiante os acontecimentos. Ao mesmo tempo em que ingressam na mobilidade e lógica das manifestações, delas se autonomiza ao realizar enunciação que fornece ao acontecimento uma textura própria. Uma escrita emerge independentemente da autorização de outros campos, ainda que seja afetada por ressonâncias de suas gramáticas. Marcas específicas encontradas por Barthes (1988) apontam para evidenciar a centralidade do trabalho da mediação:

(...) a fala [do repórter] foi tão estreitamente misturada com o acontecimento, com a opacidade do seu presente, (...) que ela era o seu sentido imediato e consubstancial, a sua maneira de acceder a um inteligível instantâneo; isso quer dizer que, nos termos da cultura ocidental, ela era o próprio acontecimento (p. 167; grifos meus).

A palavra midiática não só relatava, escrevia, mas instituía o acontecimento, apontando, inclusive, suas direções.

3.1. O acontecimento circula no dispositivo

De um modo outro, quase meio século depois, os dispositivos midiáticos despontam no coração das manifestações de ruas, em 2013, segundo outras lógicas e operações de funcionamento. Se na França foram acoplados às injunções de várias estratégias institucionais, nas passeatas de 2013 as relações entre os dispositivos midiáticos com as manifestações se tecem em torno de novas metodologias, particularmente com a emergência da internet, pois, conforme lembra Verón (2012), um novo cenário de negociações faz com que movimentos de ruas e nas cidades resultem da presença da cultura virtual.

A complexificação dos dispositivos, convertidos em meios, faz surgir novas arquiteturas de interação, de contatos e de mobilidade, bem como de plataformas para a construção de vias de acesso ao outro e às formas de conhecimento. Ao mesmo tempo, sentidos se exteriorizam, segundo operações que se organizam em torno de lógicas e operações midiáticas. O processo de gestação dos acontecimentos se organiza, portanto, em torno de novos desenhos. Chama atenção a condição dos atores sociais, enquanto filhos ou personagens contemporâneos destes processos comunicacionais que sinalizam as transformações da sociedade dos meios na direção da sociedade em midiatização. Os acontecimentos são engendrados e dinamizados no corpo dos próprios dispositivos, como é o caso das manifestações de rua, de onde emanam também metodologias e operações de exteriorização de sentidos, à deriva de velhas gestões e transações. Coletivos que deles cuidam se inspiram ou são caucionados pela potencialidade das matrizes de tecnologias que oferecem seus modos de operar no tecido social, segundo racionalidades e estratégias que tiram de cena ou mesmo enfraquecem outros dispositivos, como aqueles que desempenham possibilidades de elos de contatos.

Um outro tipo de acontecimento vem à tona engendrado por dispositivos, segundo racionalidades e potencialidades predominantemente caracterizadas por elementos da sociotécnica. No gigantesco desfile de cartazes e de falas emitidas por atores das manifestações, discursos autorreferentes aparecem para chamar atenção do papel das lógicas e fundamentos comunicacionais através das quais as manifestações foram estruturadas. A reverência ao status dos objetos sociotécnicos e comunicacionais é reconhecida quando é lembrada a contribuição estratégica dos mesmos, para a viabilização destas novas formas de manifestações.

O dispositivo é o acontecimento

Se no cenário descrito por Barthes, o dispositivo radiofônico se juntava aos processos de circulação das manifestações organizadas pelos campos sociais, num contexto de tênues passagens da sociedade dos meios à sociedade da midiatização, os dispositivos sociotecnomidiáticos se convertem no próprio acontecimento, pois deles depende o modo de ser da manifestação.

4.1. A política, na raiz da oferta midiática

Referências indicam que a emergência deste tipo de aplicativo ocorre ao longo das primeiras décadas de 2000. Alguns – de origens canadense, argentina, espanhola, venezuelana nomeados como Panelator, iCacelorazo, Tintamarre, e associados – precedem o *iPanelaço*. São recursos digitais cuja possibilidade de uso está voltada para as manifestações de rua. No Brasil, dois aplicativos *iPanelaço* (figura 1) e *PanelaçoApp* (figura 2) são desenvolvidos em 2015, por sistemas diferentes, e genericamente definidos como ferramenta poderosa de protesto.



Figura 1



Figura 2

O *iPanelaço* é criado como dispositivo de contato, por uma agência de comunicação –a Casa de Ideias Comunicação– e aparece no contexto das manifestações de protestos contra a reeleição da presidente Dilma Rousseff para um segundo mandato. Ele reproduz, a partir do uso de celular, seis tipos de sons de panela que são classificados como claros e amplos e que podem ser baixados na versão IOS, mas já em desenvolvimento em outra versão (Android). O dispositivo, afirma o inventor, não foi pensado “apenas para criticar Dilma Rousseff ou Lula, mas pra ser uma ferramenta de manifestação dos cidadãos” (Site de Tecnologia do portal IG, 8.5.2015). E também, pelo fato de ter sido criado no contexto de uma agência de publicidade onde trabalham profissionais de diversas orientações políticas. Mas, em entrevista posterior, ele explicita suas motivações oposicionistas ao dizer que “somos contra esta turma que está aí”, referindo-se ao governo eleito (site G1, 6.5.2015; Site de Tecnologia do portal IG, 8.5.2015). A oferta do *iPanelaço* ocorre em um contexto no qual discursividades sociais circulam relacionadas com protestos pós-eleições presidenciais e a implementação de novo programa econômico, por parte do governo eleito. Tais razões levam o inventor a explicitar novos argumentos políticos sobre a invenção: “foi uma maneira mais icônica de darmos uma contribuição para o protesto” (site G1, 6.5.2015). Apesar da ressalva, o aplicativo aparece como uma fonte para realização de novos panelaços, de fundo político, pois sua oferta se dá no contexto de intensa circulação de discursos envolvendo setores da oposição e do governo. Diante desta nova conjuntura político e comunicacional, o inventor publicitário faz clara associação do aplicativo com fins políticos: “como não dá para ir às ruas na hora de todo o pronunciamento, o panelaço virou uma forma de se mostrar contrário a essas propagandas mentirosas” (Site de tecnologia do portal IG, 8.5.2015). Vincula ainda a invenção com

aspectos utilitários e de humor: “queremos contribuir para os protestos de uma forma irreverente (...). Com o aplicativo, a pessoa pode protestar dentro do carro(...)ou ainda na TV, ou mesmo colocando a mão embaixo do iPhone para amplificar o som” (Site de Tecnologia do portal IG, 8.5.2015). Seus argumentos em defesa da criação do aplicativo visualizam outros efeitos sobre as manifestações, e o principal deles é o deslocamento dos rituais e práticas do painel de macroambientes (públicos), interiorizando-o em microcontextos mais susceptíveis às manifestações de um eu sozinho.

4.2. A fonte é a cultura...

Várias matrizes discursivas são dinamizadas em defesa da inovação do painel. Além do discurso publicitário, vem também do ambiente tecnológico um outro discurso justificador sobre o aplicativo. Segundo informação que pode ser encontrada nas lojas da Apple o aplicativo é associado às tradições culturais mais distantes. “Em algumas culturas, bater painéis, ou ‘painel’ faz parte da forma de expressão popular. Este app permite (...) exercer e de expressar em pequenos lugares (..)com a mesma intensidade, mas sem a necessidade de elementos físicos” (iTunes, 22.8.2015). Este argumento funciona como um discurso matricial, pois é repetido, além da formulação publicitária, pelas estratégias jornalísticas que tratam de fazer a sua tematização. (Luhmann, 2005). Todas as matérias jornalísticas que noticiam a oferta do aplicativo repetem tal proposição, dando a impressão de que ela deriva de um press-release que circula em diferentes redações jornalísticas..

4.3. A associação com a política

O vir à tona da materialidade do dispositivo se faz através da produção de discursos que são enunciados a partir de alguns universos: o discurso tecnológico (DT), enquanto matriz que anuncia o emergir do software; o discurso midiático publicitário (DMP) que enuncia o desenvolvimento do aplicativo e o posiciona explicitamente, associado às lógicas publicitárias; o discurso jornalístico digital (DJD), que recorre á várias semantizações apontando argumentos convergentes com as duas outras lógicas (tecnológica e publicitária). Mas é na esfera do discurso jornalístico que se enunciam claramente as associações destes dois discursos anteriores com o de natureza política. É na articulação destes três discursos que se explicita a associação do dispositivo com as manifestações de oposições ao governo. A esta cadeia circulatória se agregam também discursos dos atores sociais (DAS) compondo um complexo acoplamento. Estes ingressam na zona de contato que articula manifestações discursivas de vários sistemas sociais, através dos *comentários* postados pelos quais se dão *embates* entre discursividades. A estratégia discursiva da invenção (DMP) apresenta uma coerência com seu lugar de fala, ao destacar o aplicativo como uma novidade tecnológica. Porém, politiza sua existência segundo operações enunciativas que enfatizam sua

associação com as manifestações de protesto contra o governo. O aplicativo é destacado como um recurso de agenciamento de operações que possam orientar o seu uso por parte dos cidadãos. E, para tanto, mostra-se sua efetividade, principalmente, as referências sobre seus fins bem como instruções sobre seu modo de uso, no corpo das manifestações.

Mas é através de coenunciações com outros sistemas, que sites jornalísticos além da anunciabilidade da invenção, constroem discursos sobre os postulados e lógicas do *iPainel*, associadas ao momento político. Chamam atenção para a oferta e uso determinado, por parte de campos e atores sociais diversos. Particularmente, o processo de agendamento sobre o uso do aplicativo no contexto da conjuntura de protestos contra o governo. Manifesta-se codeterminação entre os discursos jornalístico e publicitário na medida em que fundamentos e expectativas em torno do uso do dispositivo são re-explicitados pelas notícias. Vem, portanto, deste processo de tematização política sobre o aplicativo, não só a fonte de sua legitimidade, mas também operações discursivas que didatiza ma sua pertinência no contexto da conjuntura política. E, particularmente, o *iPainel* como dispositivo organizador das novas formas coletivas de protesto, no âmbito das ruas, conforme marcas recuperadas junto aos títulos e textos de vários sites¹.

4.4. “O *iPainel* é a solução!”

Em primeiro lugar, comentaremos a construção enunciativa de alguns títulos de matérias de sites jornalísticos, uma vez que estes são, de fato, as principais fontes enunciativas de construção de ângulos semantizadores – sobre as funções do *iPainel*.

1. “Com *iPainel*, povo vai poder protestar do carro, diz criador de app” – site de tecnologia do portal IG, 8.5.2015;
2. Aplicativo permite fazer painel pelo celular– site Olhar Digital, 6.5.2015;
3. Aplicativo facilita “painel para manifestações preguiçosas” – site de entretenimento F5 da FSP, 6.5.2015;
4. Painel digital: aplicativo reproduz sons de utensílios para painéis. *iPainel* promete seis tipos de painéis com sons claros e amplos – site O Globo, 6.5.2015;
5. Aplicativos para celular oferecem sons variados de painel. *iPainel* promete seis tipos de painéis com sons – site O Globo, 6.5.2015;

1. Foram utilizadas como referências para esta análise textos dos portais e sites: IG; Olhar Digital; FSP; O Globo; Diário de Pernambuco; Terra; Diário Gaúcho; Folha Vitória; Estado de Minas; O Tempo; Canal Tech; Meio Norte; Uol; MS Ponto Com.

6. protesto sem esforço: aplicativo simula sons de panelaço. Chamado de *iPanelaço*, app imita sons de batidas em diferentes tipos de panelas, de frigideira a paellera – seção de tecnologia do portal Terra, 8.5.2015;

7. Aplicativo reproduz sons de panelaço para protestos. *iPanelaço* promete barulhos claros e amplos e sem necessidades de elementos físicos – site do Diário Gaúcho, 8.5.2015;

8. Aplicativos para celular oferecem sons variados de panelaço e vaias variadas contra o governo. As ferramentas estão disponíveis para os sistemas operacionais IOS e Android – Estado de Minas, 6.5.2015;

9. Aplicativos reproduzem som de “panelaço” para protestos contra presidente Dilma. Aplicativos que reproduzem barulho de panela, após as manifestações que aconteceram em todo o País contra o governo da presidente Dilma – seção Geral da Folha Vitória, 6.5.2015;

10. *iPanelaço*: Novo aplicativo reproduz som de panelaço e ajuda manifestantes. O dispositivo pode ser baixado gratuitamente e possui seis tipos de panelas e sons, além de vaias – O Tempo, 6.5.2015;

11. Aplicativo do panelaço: direto da janela para o seu smartphone – site Canal Tech, 6.5.2015;

12. Aplicativo reproduz sons de panelas para protesto Panelaço – seção Notícias do site Meio Norte, 8.5.2015;

13. E agora essa: o novo app *iPanelaço* para manifestantes com preguiça, sai aplicativo para iPhone – blog de Fernando Rodrigues do site UOL Notícias, 6.5.2015;

14. #vem para rua; aplicativo permite fazer panelaço pelo celular – site MS Ponto Com, 6.5.2015;

Alguns enunciados dos títulos (os de 1 a 7) destacam a existência do dispositivo, mostrando o seu papel como instrumento de protesto no contexto de manifestações, lembrando sua funcionalidade para ambientes e meios de transporte – como carro, ou microambientes, como salas, etc. e também microdispositivos (celulares etc.). Também valorizam a eficácia do seu funcionamento, como a diversidade de sons (são mais de seis), além de que podem emitir suas vantagens adicionais (por serem claros e amplos). Especifica-se natureza das manifestações para as quais o dispositivo é melhor adequado (manifestações preguiçosas, protestos sem esforços).

Outros textos, na forma de títulos (de 6 a 13) fazem explícitas associações entre os aplicativos e suas funções, enquanto produtores de sentidos em manifestações diretamente voltadas contra o governo, no contexto de manifestações políticas, nos quais teriam lugar central. Lembra-se que eles podem ser acionados em protestos, e também serem emissores de diversos tipos de vaia contra o governo. Seu status é definido como fonte de “protestos contra o governo da presidente Dilma”. São os enunciados jornalísticos que fazem uma direta associação entre as funções do *iPanelaço* e o alvo de suas ações, ao eleger protestos e vaia contra o governo e, particularmente contra a presidente da República. Ao descrever presumíveis efeitos de uso, os títulos destacam algumas de suas qualidades instrumentais: as vaia podem ser geradas sem concurso de maior esforço físico. Também são lembradas suas injunções sobre a mobilidade das manifestações, pois o aplicativo se desloca direto das estruturas físicas, como janelas, ambientes, etc. para dispositivos móveis, como as dos smartphones, por exemplo. Os títulos também e apropriam de ressonâncias de palavras de ordem das manifestações de junho de 2013, ao associar aplicativo com o slogan de um dos grupos de manifestações (“#vempruar: aplicativo permite fazer panelaço pelo celular”). Matérias na forma de anúncios publicitários destacam referências de locais onde o aplicativo pode ser adquirido, especificando sua compatibilização com outros equipamentos: “ferramentas estão disponíveis para os sistemas operacionais IOS e Android” (Diário de Pernambuco, 6.5.2015). Discursos jornalísticos aprofundam a associação entre o aplicativo e seu uso político. Modalizam afirmativamente as suas: “O *iPanelaço* é a solução” (Canal Tech, 6.5.2015). Tal modalização além de explicitar a função instrumental do aplicativo, destaca a sua centralidade pois do seu trabalho dependeriam operações de sentidos enunciadas pelos atores e coletivos. Tal operação discursiva evidencia uma das hipóteses deste trabalho: o *iPanelaço* aparece como o próprio acontecimento, pois de sua performance dependeria existência e destino das manifestações.

A “*biografia política*” do inventor do aplicativo enunciada em um título de matéria jornalística – “Eleitor de Marina e de Aécio, parente de quarto grau de Tarso Jereissati” (site de tecnologia do portal IG, 6.5.2015) –, permite uma associação entre as suas preferências eleitorais e vínculo a determinado segmento do campo político partidário. Tais motivações são confirmadas por um segundo título: “Com difusão dos ‘panelaços’ contra o governo Dilma Rousseff (PT), a empresa de comunicação Casa de Ideias criou um aplicativo que reproduz a imagem e som de painéis com um simples toque de celular” (FSP, 6.5.2015). Além de tal associação, o aplicativo é dirigido e ofertado, explicitamente, como uma mensagem publicitária, a um universo de clientes. Ou seja, “Quem não está contente com os rumos do governo Dilma e dos escândalos que rondam o seu partido, o PT (...)” (O Globo, 6.5.2015), tem no *iPanelaço* um operador, “com sons variados de painéis sendo ‘batucadas’ e, ainda, de vaia” (Diário de Pernambuco 6.5.2015). Destina-se a um específico mercado discursivo:

“para aqueles que querem protestar contra o governo Dilma Rousseff já está disponível para celulares aplicativos que não querem ficar fora dos ‘painelaços’”(Folha Vitória, 6.5.2015). Trata-se de uma resposta que ecoa sempre quando a presidente Dilma aparece na TV para algum pronunciamento. Trata-se de um dispositivo que dotado de um viés mais tecnológico para ingresso nas manifestações: “seja para dar uma trégua às painelas, ou mesmo fazer piada da situação, o *iPainelaço* é a solução (...)” (Canal Tech 6.5.2015). O discurso informativo dá lugar ao de natureza publicitária que oferece as razões para atualização das formas de protestos: “(...) será que quem participa do ‘protesto’ não fica com pena de estragar aquela painela nova?” (Meio Norte 6.5.2015). A pergunta não fica sem resposta: “Bem para resolver o problema, foi lançado um aplicativo que reproduz sete barulhos diferentes de painelas batendo (...) permite levar a possibilidade de exercer essa forma de se expressar (...) com a mesma intensidade mas sem necessidades de elementos físicos” (Meio Norte, 6.5.2015). Os dispositivos jornalísticos se ocupam de anunciar a existência das propriedades, funções, natureza e relações do aplicativo com a política, segundo diversidade de operações, pois como bem lembra Mouillaud (2012), o discurso jornalístico é também um operador. Analisando a cobertura do semanário *Veja*, aspectos chamam atenção para a capacidade que tem suas estratégias utilizadas de não só legitimar o aplicativo, segundo processos de referência conforme aqui descritos, mas de transforma-lo em um operador gerado no território da própria publicação. Ela não trata o aplicativo segundo os processos de tematizações, a exemplo de outros discursos. Desponta, ela mesma, como um ator que leva mais a fundo sua relação com o aplicativo. Ao invés de anuncia-lo, cria literalmente em sua topografia seu próprio aplicativo. *Veja* não só relata a sua existência, como descreve sobre o seu modo de operação, ao orientar leitor sobre seu modo de uso. Ali, com um clic sobre a página impressa, o aplicativo ganha existência, pondo-se em ação a própria potencialidade geradora de protestos do sistema digital-jornalístico. Lembra, com efeito de sentido suscitado pela construção, que repousa também sobre lógicas de outros nichos, como o jornalístico, a possibilidade de se gerar aplicativos desta natureza. É que a tecnologia, como acontecimento, pode também ser gestada em um corpo de um outro processo produtivo, como é o do discurso jornalístico. *Veja* exorta o leitor a se deslocar para o mundo tecnomidiático das manifestações (figura3). Indica assim, que ele pode manifestar sua indignação, participando de um painelaço virtual cuja fonte de acesso e de geração é, desta feita, o próprio território midiático transformado em um *bunker* de natureza política.



Figura 3

Notas em Conclusão

A reflexão em torno do *iPanelaço* nos mostra que desde a oferta do objeto técnico, com seu ingresso no circuito social, em vista de sua transformação em dispositivo de meio o aplicativo vai sendo convertido em um ator. De um modo transversal, campos e atores sociais têm estratégias e motivações subsumidas pelas lógicas dos dispositivos que são associadas a operações de mídias, transformando-os em novos objetos na condição de geradores de acontecimentos, mas também das suas dinâmicas de circulação. É possível admitir que as manifestações que outrora se impunham às lógicas dos meios, ou com eles desenvolviam táticas de convivência, se transformariam, em 2013, de alguma forma, em pacientes dos dispositivos. Suas possibilidades de existência, de ir adiante –segundo processos de circulação que envolveriam circuitos, fluxos e bifurcações– e de suas inteligibilidades resultariam da relação com a técnica complexificada, nas formas de tecnologias de comunicação, circunstância na qual as manifestações de rua resultariam de operações que emanariam do uso dispositivo e de seus postulados.

O caso aqui refletido procura destacar não só os aspectos do ciclo da oferta do aplicativo, sua transformação em dispositivo comunicacional, as operações sobre seu funcionamento e sua circulação a partir de diferentes sistemas sociais. Descreve-se o vir à tona de um determinado dispositivo que, na perspectiva luhmaniana, é definida como realidade midiá-

tica (Luhmann, 2005). É concebido para, não só produzir novas formas de manifestações, mas também para se apresentar como o recurso tecnológico revestido de um conceito, que condensa em torno de si mesmo, inteligibilidades sobre as manifestações de rua.

Vimos que durante as manifestações de 2013, a elaboração das possibilidades de ações comunicativas se engendravam nas fronteiras das decisões dos coletivos de manifestantes. E que competências tecnológicas emergentes se destacavam como condição de produção para seu engendramento e constituição dos circuitos interacionais cujas lógicas colocaram as estruturas mediacionais à deriva das dinâmicas das ruas.

Nos protestos de 2015, nos defrontamos com um complexo processo de constituição de um dispositivo cujas potencialidades também são destacadas pela importância da dimensão comunicacional, como elemento operador de crise.

A emergência do aplicativo aponta para algumas singularidades, ainda que algumas delas talvez não tenham ultrapassado as fronteiras da racionalidade da oferta. É concebido segundo postulados tecnológicos-midiáticos que o situa, possivelmente, em um ciclo de operação de *tempo curto*, diferentemente do emprego de *velhos meios* em política em tempos passados. Pensado para ser empregado em não importa que tipo de realidade, especificamente para microaglomerações, resulta de conexões estabelecidas entre práticas múltiplas que vinculem universos e motivações distintos, mas segundo uma articulação homogênea de lógicas em convergência. A oferta do aplicativo enfatiza seus efeitos sobre a transformação do próprio status da manifestação, enquanto acontecimento. Este passaria cada vez menos por articulações realizadas pelo corpo social, segundo lógicas dos diversos campos em luta, e mais de postulados, lógicas midiáticas e de gramáticas em convergência. A inventividade do acontecimento que, noutras circunstâncias, passava por imaginários e lógicas várias, calendários, etc. do *homem ordinário*, seria agora suplantada por racionalidades do mundo técnicoindustrial. Instrumentos domésticos como painéis e caçarolas que eram empunhadas para amplificar o poder das vozes, e dos seus coletivos, dão lugar à efeitos sonoros de equipamentos que são elaborados não mais pelos signos oriundos das tensões dos campos sociais em disputas, e mais das operações da articulação tecnopublicitáriopolítico.

Submetido à dinâmica da circulação midiática e também à lógica de gramáticas restritas, o aplicativo, como acontecimento é feito para ser exteriorizado e recortado por enquadres da enunciação midiática. Da tela ao aplicativo situa-se um trajeto de circulação de objetos técnicos, funcionais, utilitários, etc. que seria manejados para conferir ao acontecimento uma outra mobilidade, cuja orquestralidade não emanaria da experiência de coletivos. O corpo do dispositivo se oferece para engatar o corpo do ator em efeitos de sentidos presumidos por um novo discurso político resultante destas novas relações sociotécnicas.

Mas os modos de existência e de funcionamento dos objetos técnicos, quando transformados em meios, resultam além das injunções das lógicas dos inventores, também dos postulados de práticas sociais diversas que, a seu modo, definem ou contaminam suas formas de usos. Trata-se de transação e articulação de lógicas de sistemas de produção e de consumo de discursos que, ao se entrelaçarem em ações interpenetrantes (Luhmann, 2005), revelam marcas de sentidos de múltiplas lógicas e gramáticas, além daquelas formuladas pelos nichos tecnopolíticomidiático.

Lendo a secção (*comentários*) dos sites onde eram postadas as mensagens dos atores, observamos que ali se engendravam outras marcas discursivas que chamavam atenção para uma diversidade de leituras a respeito do *iPainel*. Elegia-se tal espaço como um lugar de *embates*, dinamizado pela circulação enquanto instância geradora de acoplamentos de discursos que enunciariam leituras a partir de diferentes lógicas, inclusive um certo tipo de discurso jornalístico: “o aplicativo era uma brincadeira da empresa (...)” (blog do Fernando Rodrigues, 6.5.2015). Recusa-se a invenção, chamada como “uma mediocridade brutal(...) ‘como um desvio tanto do profissional como da ferramenta’” (comentário de Arqueologia Furg, portal IG, Olhar Digital, 6.5.2015). Em tom irônico, afirma-se que “quem não vai gostar dessa painela de mentirinha são camelôs, pois eles vendem uma painela sucesso de vendas. A Tramontina, a única que resiste! Quando mais bate, mais ela se fortalece” (comentário de TL, Terra Brasil 6.5.2015). Lembra-se os efeitos da inovação sobre a ecologia: “perda de tempo estão danificando as painelas, e provocando poluição sonora” (comentário de Geraldo, Canal Tech, 6.5.2015). A defesa da inovação é também destacada: “agora o painel pode ser feito sem painela. Que legal!” (comentário de Lidiane Andrade, seção Tecnologia do Diário de Pernambuco, 6.5.2015). Efeitos da inovação sobre aspectos de mercado das painelas são também evocados: “Se eu fosse da Tramontina processava os criadores deste app. Aposto que eles estavam numa onda de lucro crescente por causa das painelas amassadas” (Mr Moura, Terra, 6.5.2015).

Aponta-se para um amplo campo de discursividades que enunciam umas diversidades de questões que vão além da efetividade do uso do aplicativo em manifestações. Trata-se de um desvio que mostra a dinamização que é dada ao discurso ofertante, em termos de sentidos, por parte dos atores sociais. Pequena mostra que aponta que a problemática dos efeitos de sentidos é mais complexa do que defendem os ideólogos da convergência, pois as condições de recepção dos discursos sociais apontam mais surpresas do que a certeza das previsões de suas pesquisas. As condições de transformação e as de reconhecimento do aplicativo em meio passam também por leituras que vão além de formuladores dos seus próprios inventores. Vão adiante, na circulação e nos processos de apropriação de discursos, cujos resultados de suas operações somente se sabe depois.

Referência

- Abéllès, M. (2013). "Internet, globalização, política", em Verón, E., Fausto Neto, A. e Heberlê, A. L. O. (ed.). *Pentálogo III*. Internet. Viagens no espaço e no tempo, Pelotas: Editora Cópias Santa Cruz. pp. 189-208.
- Amar, G. (2010). *Homo mobilis. Le nouvel âge de la mobilité*, França: FYP.
- Anselmino, N. R. (2012). *La prensa online y su público. Un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en Clarín y La Nación*, Buenos Aires: Editorial Teseo.
- Barthes, R. (2005). *Cómo vivir juntos. Simulaciones novelescas de algunos espacios cotidianos*, 1. ed. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.
- Barthes, R. (1988). *O rumor da língua*, São Paulo: Editora Brasiliense.
- Bauman, Z. (2013). *Vigilância líquida*, Rio de Janeiro: Zahar.
- Braga, J. L. (2008). "Comunicação, disciplina indiciária", em *Matrizes*. Vol.1, Nº 2. São Paulo: USP. pp. 73-88.
- Braga, J. L. (2012). "Circuitos versus campos sociais", em Mattos, Â. M., Junior, J. J. e Jacks, N. (ed.). *Mediação e mediatização*, Salvador: Edufba; Brasília: Compós. pp. 31-52.
- Braga, J. L. et al (ed.). (2013). *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*, São Leopoldo: Ed. Unisinos.
- Bruns, A. (2014). "Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo", em *Brazilian Journalism Research Nº 2*. Brasília. Disponível em: <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/750/570>. Recuperado em: 03/08/2015.
- Cingolani, G. (2015). "Sobre la distinción medio/ dispositivo en Eliseo Verón", em Fausto Neto, A.; Anselmino, N. R. e Gindin, I. L. (ed.). *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*, 1. ed. Rosario: UNR editora. pp. 56-70. Disponível em: http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuaderno_cim_4.pdf. Recuperado em 04 ago. 2015.
- Cingolani, G. (2014). "Qué se transforma cuando hay mediatización?", em Rovetto, F. L. (ed.). *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*, 1. ed. Rosario: UNR

editora. pp. 11-23. Disponível em: <http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuader-nodelcim2.pdf>. Recuperado em: 03/08/2015.

Eco, U. (2015). "A conspiração dos imbecis". *Veja*, 1º julho. Entrevistador: Eduardo Wolf.

Fausto Neto, A. (1999). "Maio 68: a política sob a forma de palavras", em Departamento de Ciências da Informação da Universidade Federal de Santa Maria (ed.). *Utopias e distopias*, Santa Maria: Ufsm. pp. 49-62.

Fausto Neto, A. (2008). "Fragmentos de uma 'analítica' da midiatização", em *Matrizes Nº 2*. Vol. 1, São Paulo: USP/ECA.

Fausto Neto, A. (2010). "Enunciação midiática: das gramáticas às 'zonas de pregnancies'", em Fausto Neto, A. et al (ed.). *Midiatização e processos sociais. Aspectos metodológicos*, Santa Cruz do Sul: Edunisc. pp. 13-28.

Fausto Neto, A. (2011). "Enfermidade em circulação: sou eu mesmo que noticia o meu tratamento", em *Galáxia*. Vol.11, Nº 2, São Paulo: Educ. pp.237-249.

Fausto Neto, A., Weschenfelder, A. (2012). "Contendas de sentidos: estratégias de midiatização da doença do ex-presidente lula", em *Animus Nº 22*. Santa Maria. Disponível em: <http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/animus/article/view/7018/pdf>. Recuperado em: 03/08/2015.

Fausto Neto, A. (2015). "Conversações televisivas sobre as manifestações de 2013", em *Rizoma Nº 1*. Santa Cruz do Sul. Disponível em: <http://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/6199>. Recuperado em: 29/10/2015.

Fausto Neto, A. (2012). "Midiatização da enfermidade de Lula: sentidos em circulação em torno de um corpo-significante", em Mattos, Â. M., Junior, J. J. , Jacks, N. (ed.). *Mediação e midiatização*, Salvador: Edufba; Brasília: Compós. pp. 297-321.

Fausto Neto, A. (2014). "Reflexividade jornalística e as manifestações de junho-2013", em Freire Filho, J. e Coelho, M. G. P. (ed.). *Jornalismo, cultura e sociedade*, Porto Alegre: Sulina.

Ferreira, J. (2010). "Dos objetos separados à circulação midiática como questão comunicacional", em Fausto Neto, A. et al (ed.). *Midiatização e processos sociais. Aspectos metodológicos*, Santa Cruz do Sul: Edunisc. pp. 67-78.

Flichy, P. (2010). *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris: Éditions du Seuil.

- Hepp, A (2014). "As configurações comunicativas de mundos mediatizados: pesquisa da mediação na era da 'mediação de tudo'", em *Matrizes*. Vol. 8, Nº 1, São Paulo: USP. pp. 45-64.
- IDE: psicanálise e cultura. São Paulo: Sociedade Brasileira de Psicanálise de São Paulo, v.36, n. 57, jan. 2014.
- Jauréguiberry, F., Proulx, S. (2011). *Usages et enjeux des technologies de communication*, Toulouse, França: Éditions Érès.
- Keen, A. (2012). *Vertigem digital. Porque as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando*, Rio de Janeiro: Zahar.
- Luhmann, N. (2005). *A realidade dos meios de comunicação*, São Paulo: Paulus.
- Miége, B. (2012). "La Convergence des TIC", em seminário Fundamentos Sociais das Tecnologias de Informação e Comunicação, Santa Maria: 16 a 19 de abril. Disponível em: <http://w3.ufsm.br/poscom/wp-content/uploads/2012/04/Texto-B-1-encontro.Mi%C3%A8ge.pdf>. Recuperado em: 23/07/2015.
- Mota, R. (1999). "30 anos de maio de 68 e 50 anos do transistor", em Departamento de Ciências da Informação da Universidade Federal de Santa Maria (ed.). *Utopias e distopias*, Santa Maria: Ufsm. pp. 149-153.
- Mouillaud, M. (2012). *O jornal. Da forma ao sentido*, 3 ed. rev. ampl. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Perriault, J. (1991). *Las maquinas de comunicar y su utilización lógica*, 1. ed. Barcelona: Gedisa.
- Pennini, A e Barros, E. (2014). "Interações e enquadramentos em dias de protesto: dissensos em torno do tema vandalismo", em Anais do Encontro Anual da Compós, Belém do Pará: 27 a 30 de maio. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/intera%C3%87%C3%95eseenquadramentosemdiasdeprotesto_2906.pdf. Recuperado em: 03/08/2015.
- Proulx, S. (2012). "La puissance d'agir des citoyens dans un monde fortement connecté", em *Anais da Conférence D'ouverture/ Colloque D'agadir*, Quebec: 4 a 6 de abril.
- Pinto, J. (2002). *O ruído e outras inutilidades. Ensaio de comunicação e semiótica*, Belo Horizonte: Autêntica.
- Prigogine, I. (2009). *Ciência, razão e paixão*, 2. ed. rev. ampl. São Paulo: Editora Livraria da Física.

- Ramonet, I. (2012). *A explosão do jornalismo. Das mídias de massa à massa de mídias*, São Paulo: Publisher Brasil.
- Rancière, J. (2014). *O ódio à democracia*, 1. ed. São Paulo: Boitempo.
- Ranjon, Fabien (2011). "Le web fait-il les revolutions?". Science Humaines, 20 de julho, recuperado de: http://www.scienceshumaines.com/le-web-fait-il-les-revolutions_fr_27535.html
- Sem autor (2014). Midiatização foi tema de entrevista de Eliseo Verón para a TVUFPB. Ciseco, 18 de julho, recuperado de: <http://www.ciseco.org.br/index.php/noticias/videos/225-veron-fala-sobre-midiatizacao-em-entrevista-para-a-tvufpb>
- Simondon, G. (1969). *Du mode d'existence des objets techniques*, Paris: Éditions Montaigne.
- Sodré, M. (2013). "O socius comunicacional", em Verón, E., Fausto Neto, A. Heberlê, A. L. O. (ed.). Pentálogo III. *Internet. viagens no espaço e no tempo*, Pelotas: Editora Cópias Santa Cruz. pp. 241-252.
- Traversa, O. (2014). *Inflexiones del discurso. Cambios y rupturas en las trayectorias del sentido*, 1ª ed. Buenos Aires: Santiago Arcos editor.
- Valdettaro, S. (2010). "Estudos de interface: por uma metodologia 'sensível' à 'pauta que conecta'", em Fausto Neto, A. et al (ed.). *Midiatização e processos sociais. Aspectos metodológicos*, Santa Cruz do Sul: Edunisc. pp. 157-171.
- Valdettaro, S. (2015). *Epistemología de la comunicación. Una introducción crítica*, 1. ed. Rosario: UNR Editora.
- Verón E. (1987). "La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política", em Verón, E. et al (ed.). *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, Buenos Aires: Hachette. pp. 11-26.
- Verón, E. (1997). "Esquema para el análisis de la mediatización", em *Diálogos de la Comunicación*. Nº 48, Buenos Aires: Felafacs. pp. 9-16.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*, 1 ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Verón, E. (2013). "Apuntes", em Verón, E., Fausto Neto, A., Heberlê, A. L. O. (ed.). Pentálogo III. *Internet. Viagens no espaço e no tempo*, Pelotas: Editora Cópias Santa Cruz. pp. 9-24.

#Ni una (imagen) menos. Imágenes, apropiaciones y circulación en las redes sociales

#Nem uma (imagem) menos. Imagens, apropriação e circulação nas redes sociais

Mariángeles Camusso

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones y Centro de Investigaciones Feministas y Estudios de Género de la Facultad de Ciencia Política y RR. II. (UNR) / Universidad Abierta Interamericana (UAI)
mriangeles.camusso@gmail.com

Florencia Rovetto

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) / Centro de Investigaciones en Mediatizaciones y Centro de Investigaciones Feministas y Estudios de Género de la Facultad de Ciencia Política y RR. II. (UNR)
florence.rovetto@gmail.com

Palabras clave

violencias sexistas; feminicidio; redes sociales; movimiento de mujeres; cultura visual

Palavras-chave

violência sexista; feminicídio; redes sociais; movimento de mulheres; cultura visual

Resumen

Los mecanismos de producción, circulación y apropiación de imágenes que denuncian la violencia contra las mujeres evidencian la potencialidad de las redes sociales en términos técnicos, estéticos y políticos, pero también pone al descubierto múltiples conflictos, resistencias y contradicciones que forman parte de la trama visual de nuestro tiempo. En esta comunicación analizamos un repertorio de materiales iconográficos relevados de dos campañas graficas contemporáneas, originadas en México y Argentina, orientadas a denunciar la violencia contra las mujeres que tuvieron como principal espacio de circulación la red social Facebook, aunque en

ambos casos la desbordaron y trascendieron. Mediante la observación comparada de sus variables gráficas y sus modos de enunciación política se advierten formas normalizadas de dominación y estrategias de ceguera hacia el acto mismo de violencia simbólica y real contra las mujeres, pero también mecanismos de resistencia colectiva y acción política para enfrentarlas.

Resumo

Os mecanismos de produção, circulação e apropriação de imagens que denunciam a violência contra as mulheres mostraram o potencial das redes sociais em termos técnicos, estéticos e políticos, mas também expõe vários conflitos, resistência e contradições que fazem parte da trama visuais do nosso tempo. Neste artigo analisamos um repertório de materiais iconográficos de duas campanhas gráficas contemporâneas, originada no México e na Argentina, como objetivo de denunciar a violência contra as mulheres, que tiveram como espaço de circulação principal a rede social Facebook. Ao observar comparativamente suas variáveis gráficas e seus modos de enunciação podem ver maneiras de dominação e estratégias de cegueira para o próprio ato de violência simbólica e real contra as mulheres, mas também mecanismos de resistência coletiva e ação política para resolvê-los.

Presentación

Dos campañas gráficas que denuncian la violencia contra las mujeres y tienen como principal espacio de circulación la red social de Facebook son el objeto de nuestro análisis. Aunque ambas campañas desbordan y trascienden el espacio virtual, en esta comunicación abordamos las imágenes que circulan en red poniendo en escena el cuerpo de las mujeres en tanto *locus* en que se exhibe la potencia predatoria de la dominación patriarcal y sobre el cual se desatan “guerras” íntimas y públicas, ambas de orden político (Segato, 2014).

Para ello, en primer lugar, situamos la emergencia de las dos convocatorias –una originada en México y la otra en Argentina– en sus contextos espaciales específicos, revisando sus antecedentes y condiciones de irrupción a los efectos de observar cómo estas “marcas de producción” permiten detectar sus huellas en los discursos analizados (Verón, 2013).

Consideramos, a priori, que estas campañas se inscriben en condiciones de producción cualitativamente diferentes. La iniciada en Argentina, con la consigna “Ni una menos”, puede ser leída como una acción inmediata y evanescente. La otra, originada en México, invocando “Vivas nos queremos”, puede pensarse como deriva de la praxis política, la resistencia colectiva y la articulación programática¹ de las luchas feministas en el continente latinoamericano; en escenarios donde la violencia misma se transforma en la fuerza que más sentidos produce (Mies, 1986).

Concretamente, analizamos un repertorio de materiales iconográficos relevados en las páginas de Facebook de ambas campañas para abordar la dimensión política de estas figuraciones en el entramado de la cultura visual que les da origen. No se trata aquí de realizar un mero juicio estético de la iconografía circulante en las redes sociales a propósito de las campañas analizadas, sino más bien, de evaluar las posibilidades de enunciación y acción política que estas ofrecen en y más allá de las redes frente al problema estructural de la violencia contra las mujeres, que pervive a pesar de los avances en materia de legislaciones y políticas públicas destinadas a su protección y a la erradicación de todas las formas de violencia² en ambos Estados.

¹ Una programática en las luchas feministas, encarnadas por los movimientos de mujeres tiene, desde sus orígenes, un marcado carácter *internacionalista* (Luna, 2003). No obstante, los feminismos contemporáneos han problematizado (no sin contradicciones y tensiones) las formas particulares de dominación patriarcal en su intersección con otros clivajes determinantes como la raza, la etnia, la religión, la edad, el lugar de origen etc. Atendiendo estas distinciones, en este trabajo entendemos que la lucha por la eliminación de la violencia contra las mujeres (plurales y diversas del Abya Yala) está hoy en el centro de la agenda política de los feminismos latinoamericanos (Gargallo, 2006).

² Tanto en México como en Argentina se han sancionado, recientemente, normativas legales para eliminar todas las formas de violencia contra las mujeres. Las leyes más relevantes al respecto son la *Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia*, sancionada en México el 1 de febrero de 2007 y la *Ley de protección integral*

Dada la centralidad de las imágenes y su adscripción a campañas de movilización social, nos preguntamos por los diferentes modos de representar la violencia contra las mujeres. ¿Qué nos dicen estas imágenes de la relación entre violencia, cuerpo de las mujeres y acción política? ¿Qué muestran y qué ocultan de las relaciones de poder que naturalizan la violencia machista en nuestras sociedades? ¿Qué disputas culturales se juegan en la circulación de imágenes públicas en ambas campañas y a través de qué recursos iconográficos se despliegan? Y, finalmente, actualizamos una inquietud que recorre nuestras indagaciones y praxis política desde hace tiempo³ en torno a cómo generar iconografías comprensibles para grupos cada vez más amplios sin que se construyan sobre el residuo iconográfico de los estereotipos de género, o -para el caso que aquí exponemos- que refuercen discursos reproductores de violencia sexistas.

En esta ocasión, la observación crítica de ambas campañas gráficas nos permite poner en evidencia el problema de la violencia contra las mujeres en sus dimensiones políticas y culturales. Los dos corpus de imágenes pueden ser consideradas como series donde se *interseccionan*⁴ múltiples dimensiones (de género, raza, etnia, edad, etc.) imbricadas en relaciones de poder y desigualdad.

En este sentido, entendemos con Caggiano (2012) que las imágenes se tornan centrales para observar en qué medida la “cultura visual” se inscribe en el campo de las luchas simbólicas por el poder y la hegemonía y en las dinámicas conflictivas del imaginario social (Castoriadis, 1993), así como en las formas de percibirnos e interpretar pertenencias, exclusiones, diferencias y desigualdades. Además, sostenemos, junto con Jelin que, a través de las imágenes visuales se puede “percibir lo oculto y hacer visible lo invisible, pero también, se puede ocultar lo visible, silenciar lo que podría ser percibido y resulta amenazante” (en Caggiano, 2012: 17).

para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales (Nº 26.485), sancionada en Argentina el 11 de marzo de 2009. Ambas legislaciones se basan en instrumentos jurídicos internacionales como la *Convención Interamericana para la Prevención, Sanción y Erradicación de la Violencia contra la Mujer* (CEDAW - Convención Belém do Pará) que han ratificado ambos Estados.

3. Nos referimos a las reflexiones iniciadas en “Representaciones iconográficas feministas, de mujeres y de género en las redes sociales” donde realizamos las primeras observaciones empíricas sobre las modalidades estético narrativas y las estrategias de visualidad colectiva de las organizaciones sociales y políticas argentinas que se auto-proclaman feministas, a favor de las mujeres y/o la equidad de género (Rovetto y Camusso, 2014).

4. Usamos este término para hacer notar que elementos como la raza, la clase social, la edad, y el género son interdependientes y se articulan en “sistemas constructivos de poder”. Basado en los trabajos de Patricia Hill Collins y Kimberle Crenshaw, la interseccionalidad se refiere a cómo estos diferentes rasgos socio-culturales provocan *categorías de experiencia encasilladas*. Los significados e importancia que cada elemento aporta dependen del contexto, sin embargo, invariablemente inciden de manera colectiva “en relación con y dentro de las brechas de opresiones intersectantes” (Collins, 2000, p.275).

El repertorio de imágenes digitales seleccionado para este análisis está compuesto, esencialmente, por ilustraciones en el caso argentino, y por grabados, en el caso mexicano, pero los materiales relevados en sendas páginas de Facebook incluyen fotografías, imágenes tratadas o producidas con programas informáticos. Todas ellas pueden ser definidas, primariamente, como “carteles” que combinan elementos comunicativos de *anclaje* y *relevo* (Barthes, 1986) instituyendo escenas de la temática que evocan el *inconsciente óptico* de las memorias sociales (Benjamin, 1989). De esta manera, las imágenes analizadas no se limitan a ilustrar el mensaje si no que son el mensaje.

Aquí, proponemos mirar ambos conjuntos de imágenes como archivos visuales que se entremezclan, oponen y desafían en contextos sociales donde las desapariciones y asesinatos pueden “ser vistos” en tanto epifenómenos fragmentados y dispersos de la letalidad de las mujeres o como modos de producir y gestionar la vida humana.

Irrupción de las campañas en el espacio público (calles y redes digitales)

En julio de 2014, la colectiva feminista mexicana *Mujeres Grabando Resistencias*⁵ (en adelante, *MGR*) comienza a difundir la campaña gráfica internacional *#VivasNosQueremos*. Según sus iniciadoras, se trata de un “proyecto político-cultural para crear mensajes claros y entendibles contra la violencia hacia las mujeres, los feminicidios⁶ y el derecho a la autodefensa para intervenir en las calles de México y otros países del Abya Yala”. Como resultado de esa primera convocatoria reciben diecisiete grabados que ponen a circular por la red social Facebook y distribuyen a través de colectivas feministas⁷ en México, Europa y otros países

5. Aquí relevamos una selección de imágenes publicadas en <https://www.facebook.com/mujeresgrabando>, entre los meses de junio de 2014 y mayo de 2015. Además de esta página de Facebook, la organización Colectiva feminista MGR cuenta con otro canal digital de difusión previo en la web: <http://mugre.ecpm68.org/>. El origen de esta colectiva se relaciona con la Escuela de Cultura Popular Mártires del '68, organización comunitaria, fundada en 1988, para quienes el trabajo gráfico constituye un instrumento de denuncia, información y organización política. Realizan talleres de producción gráfica en distintas ciudades mexicanas, denunciando minería, privatizaciones, feminicidios, desapariciones en Ayotzinapa, entre otros. Más información en: <http://rufianrevista.org/?portfolio=escuela-de-cultura-popular-martires-del-68>.

6. La utilización de los términos femicidio y/o feminicidio es parte de un debate abierto en el campo del pensamiento y la praxis feminista así como en el ámbito jurídico (Fernández, 2012). A los fines de este trabajo, utilizaremos feminicidio asumiendo la dimensión política del término por referir a la especificidad de los asesinatos de mujeres y por ponderar la responsabilidad del Estado. Estos crímenes sexistas ponen en evidencia la necesidad de la intervención de políticas públicas para erradicarlos y -de manera paradójica y contradictoria- la transformación de género de ese Estado y sus instituciones como parte de la solución del problema (Lagarde, 2006). Por la misma razón optamos por los términos *violencia machista* y *violencia contra las mujeres* y desestimamos la noción de *violencia de género* que oculta la responsabilidad de los varones en tanto perpetradores directos o indirectos.

7. Según Laudano (2015), en las últimas décadas se organizaron y adquirieron visibilidad pública en distintos ciudades un conjunto de grupos feministas (autodenominados “colectivas”), compuestos por jóvenes, cuyas prácticas

latinoamericanos para imprimir y pegar en las calles o realizar intervenciones políticas en el espacio público. A partir de allí, además de difundir los grabados recibidos y creados por las militantes de la propia organización compartieron, en su página de Facebook, imágenes fotográficas de las acciones callejeras emprendidas durante la primera etapa de producción. En febrero de 2015 lanzaron una segunda convocatoria de *#VivasNosQueremos* con el fin de “sumar cómplices” para la creación gráfica y multiplicar su difusión.⁸

En conjunto la propuesta de *MGR* presenta claros vínculos estéticos-políticos con la tradición muralista mexicana⁹. El grabado prima como técnica artística y de reproducción ya que se imprime a través de diversos soportes como las tradicionales serigrafías (impresas en calcomanías, postales o afiches) que se combinan con el uso, cada vez más difundido, de las nuevas tecnologías infocomunicacionales para la circulación en red de las luchas y reivindicaciones feministas.

Por otra parte, el 10 de mayo de 2015, se inicia en Argentina la campaña gráfica *#NiUnaMenos*. El detonante fue la información periodística sobre el hallazgo del cuerpo sin vida de Chiara Páez, una adolescente de 14 años.¹⁰ Una inmediata reacción frente al hecho circuló por las redes sociales (principalmente Facebook y Twitter) y ocupó rápidamente todo el arco mediático. En las redes se puede ubicar el origen y la fundación de la campaña mediante una frase que ya estaba instalada y recorría como un susurro los dispositivos virtuales de comunicación. En pocas horas alcanzó su momento de condensación provocando la circulación de una gran cantidad de imágenes compuestas principalmente por ilustraciones que incluían el *hashtag* *#NiUnaMenos* y la convocatoria a marchar “3 de junio a las 17 horas” en más de sesenta ciudades de todo el país.¹¹

activistas se destacan por una relación fluida con diferentes recursos tecnológicos. Aunque este fenómeno también comprende a otros países de la región y a países de otros continentes.

8. En las dos convocatorias de *MGR* se llama a la creación de grabados en linóleo o madera (de 28 x 38 cm.) en vertical, blanco y negro que deben incluir 1) el *hashtag* *#VivasNosQueremos*, 2) una frase, texto o palabra(s) y 3) la creación gráfica. En la convocatoria se anuncia que los grabados recibidos en formato digital también serán impresos en serigrafías (de 75 x 90 cm.) para su reproducción y su circulación tanto en las redes sociales digitales como en los espacios públicos bajo los términos de la licencia *Copyleft*, sin uso lucrativo y para su libre difusión.

9. El muralismo es un género artístico y una práctica de intervención política que se inicia después de la revolución mexicana y representa escenas cotidianas en el espacio público con fuerte contenido ideológico. Para ampliar detalles sobre la dimensión político-artística del muralismo, ver Eder (1982).

10. En la localidad de Rufino, al sur de la provincia de Santa Fe, Chiara Páez, que era buscada desde el domingo 3 de mayo, apareció enterrada en la casa del novio de 16, quien confesó el crimen y fue detenido. Más información sobre el caso en agencia de noticias nacional: <http://www.telam.com.ar/notas/201505/104789-chiara-paez-fiscal-novio-confesion.html>. Recuperada: 22.06.2015.

11. Fue la constante y rítmica acumulación de noticias sobre asesinatos de mujeres, las últimas, además adolescentes, lo que desencadenó la necesidad de viralizar en las redes el grito de: ¡Basta de feminicidios!, ¡Ni una (mujer) menos!, ¡Ni una (muerta) más!. Para María Pía López (2015), si esto cuajó es porque había algo que lo preexistía,

La inmediata viralización de la convocatoria aglutinó detrás de una sola consigna a una polifónica *multitud* conformada por personas anónimas e indignadas ante el creciente número de feminicidios -presentados dramáticamente y casi a diario por los medios de comunicación tradicionales-, también se sumaron “personalidades de la cultura”, candidatos políticos en plena campaña electoral y organizaciones históricas del movimiento de mujeres que, al calor de tanta adhesión pública y mediática, renovaron su exigencia por la “declaración de emergencia social en materia de violencia contra las mujeres” y la reasignación urgente de presupuesto a los efectos de materializar las políticas públicas necesarias para atender tal situación, entre otras reivindicaciones desoídas y postergadas por la clase política y las instituciones públicas, como el debate legislativo y la urgente sanción de la *Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo*.

Tal como lo han expresado representantes de estas mismas organizaciones, el tema ya estaba en las calles, en los medios de comunicación y en las redes, sólo faltaba “una chispa” para que ardiera. ¿Quién podría quedar al margen de manifestarse públicamente en contra de los asesinatos de mujeres? Así, con una masividad inaudita, *#NiUnaMenos*, se convirtió en pocas horas “en un territorio profuso, en el que comenzaron a coexistir retóricas de distinto tipo, inteligencias diversas, apuestas políticas no sólo heterogéneas sino contradictorias, tenacidades militantes y organizativas, novedades tecnológicas, compromisos feministas y pericia en medios de comunicación” (López, 2015, s/p)¹².

Por otra parte, entre los antecedentes de ambas convocatorias podemos destacar elementos que dan cuenta de la relevancia actual de la violencia contra las mujeres en cada uno de los países, así como de las líneas de continuidad que ambas campañas presentan en el marco de procesos de visibilización y construcción iconográfica más amplia sobre la problemática que ponen en escena.

Aunque puedan resultar incompletas las referencias estadísticas que mencionamos en estas líneas, a los fines de señalar la magnitud actual del problema de la violencia contra las

una conjunción entre ánimo social y trabajo minucioso de los grupos activistas que venían, con empeñamiento necesario aunque tantas veces desoído, tratando de llamar la atención sobre la cuestión (s/p).

12. La masividad y diversidad de adhesión que tuvo la movilización del 3 de junio en Argentina estuvo en agenda durante los meses posteriores, aunque fue perdiendo intensidad con el paso del tiempo, hasta noviembre del mismo año, con motivo de la celebración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres (25 de nov.) cuando la convocatoria por *#NiUnaMenos* protagoniza una nueva movilización masiva en las calles de las principales ciudades del país. En ese mismo mes la periodista, Paula Rodríguez, quien dedicó dos meses a tomar 50 testimonios (de organizadores, funcionarios, artistas, familiares de víctimas de violencia machista, mujeres que la padecieron) sobre la movilización del 3 de junio presenta un libro que lleva por título el slogan de la movilización. Según la autora: “el mayor logro de Ni Una Menos es cualitativo en términos de visibilidad del problema de la violencia machista. Creo que la palabra machista se estaba usando solo en términos irónicos y había perdido un poco de valor para definir realidades concretas”, en <http://www.infobae.com/2015/11/29/1772751-paula-rodriguez-el-mayor-logro-ni-una-menos-fue-terminos-visibilidad>. Recuperado: 12.12.2015.

mujeres, apelamos a los datos ofrecidos periódicamente por la asociación civil, *Casa del Encuentro*¹³ que, en los últimos cinco años en Argentina contabilizó 1.808 feminicidios de mujeres y niñas. De estos, 277 casos se produjeron en el año 2014, arrojando un promedio de una mujer asesinada cada 26 horas en dicho país. Por su parte, el *Observatorio Ciudadano Nacional contra el Feminicidio*¹⁴ de México contabilizó 1.596 asesinatos de mujeres y niñas sólo en el año 2014, con un promedio de más de cinco feminicidios producidos diariamente.

Estrategia de observación y análisis del corpus

Siguiendo a Verón entendemos que “la especificidad de una economía discursiva sólo puede expresarse como diferencia de funcionamiento en relación con otras economías y, que, en consecuencia, el análisis de los discursos es, siempre y necesariamente, intertextual” (Verón, 2004).

En función de esta idea, nos disponemos a observar los corpus atendiendo a la emergencia de tres tópicos:

- Los modos en que se constituyen las identidades individuales y colectivas.
- Los modos en que se representan plásticamente los objetos y personajes, describiendo sus variables gráficas.
- Los modos en que esta enunciación plástica construye, a su vez, formas de enunciación política.

Para analizar el primer tópico, nos concentramos en la observación de las variaciones textuales que permiten identificar el “dispositivo de enunciación”. Al decir de Verón (2004), este dispositivo incluye: la imagen de quien habla, entendiendo por imagen el lugar que se atribuye a sí mismo quién habla en relación con aquello de lo que habla; la imagen de aquel a quien se dirige el discurso; y la relación existente entre ambos.

13. Ante la ausencia de estadísticas oficiales sobre feminicidios en Argentina, la *Asociación Civil La Casa del Encuentro*, crea en 2009 el [Observatorio de Femicidios en Argentina Adriana Marisel Zambrano] que además de elaborar informes anuales, procura generar propuestas de incidencia en políticas públicas y legislativas. Las estadísticas elaboradas por esta asociación recogen las informaciones publicadas por las agencias informativas y diarios de distribución nacional y/o provincial. Estos informes gozan de alta legitimidad en el campo político y académico al ser los más consultadas y reproducidas en la actualidad. Más información en: <http://lacasadelencuentroblog.blogspot.com.ar/>. Recuperado: 27.06.15.

14. El *Observatorio Ciudadano Nacional del Feminicidio* (OCNF), es una alianza constituida por 49 organizaciones de derechos humanos y de mujeres en 21 estados de la República mexicana, y el Distrito Federal que procura monitorear y exigir rendición de cuentas a las instituciones a cargo de prevenir y sancionar la violencia contra las mujeres y el feminicidio. Sus registros también están basado en la revisión diaria de notas de para llevar el pulso de la violencia contra las mujeres y así emprender acciones de denuncia, entre otras acciones. Más información en: <http://observatoriofeminicidio.blogspot.com.ar/p/quienes-somos.html>. Recuperado: 27.06.15.

Por su parte, tomamos algunos aportes de Villafañe y Mínguez (1984) para dar cuenta de las variantes referidas al segundo tópico. Aquí atendemos a la observación de elementos de la cultura visual que se ponen en juego, sus antecedentes iconográficos, las características formales y temáticas.

A su vez, en tanto ambas campañas apuntan a interpelar al poder político y sus instituciones, observamos cómo las modalidades enunciativas hacen visibles las disputas político-culturales que se despliegan tanto en la emergencia de ciertos enunciadores como en los modos de construcción, reproducción y circulación de las imágenes analizadas. En cuanto a la enunciación política como tópico de análisis interesa observar cómo dichas construcciones contribuyen -o no- a delinear formas de identidad colectiva; configurar -o no- adversarios y disputas políticas; y confrontar -o no- con otros sujetos discursivos. Observamos, para esto, la génesis de las imágenes puestas en circulación, su dinámica de vitalización y la relación entre producto y productores de las mismas.

Tópico 1: Las campañas y sus modalidades de producción de identidades individual y colectiva

La observación de las imágenes recolectadas permite distinguir dos modos cualitativamente diferentes de representar las víctimas de la violencia machista. Si bien, en ambas campañas se retratan mujeres, se alude a la violencia de sus muertes, se mencionan los femicidios, las mujeres -esas mujeres, las víctimas de violencia- son bien diferentes.

Las mujeres de la campaña mexicana tienen nombre y apellido; tienen circunstancia de muerte. Son víctimas concretas, asesinadas en un lugar y un tiempo definidos. Por el contrario, las mujeres argentinas son anónimas. Las imágenes que circulan representan en "cada mujer", a "las mujeres". Son mujeres muertas sin circunstancia de muerte, sin lugar ni temporalidad definida. Sólo algunos casos -los mediáticos, los espectaculares- se identifican con nombre y apellido; solo los familiares y amigos de las otras muertas, menos famosas, menos conocidas, menos mediáticas levantan sus retratos como testimonio de la materialidad de la violencia.



Figura 1 (México)



Figura 2 (Argentina)

Pero esas imágenes, caseras, de entre casa, sin tratamiento estético, sin operación artística, quedan en sus manos, en su bandera, en su estandarte, apenas una traslación circunstancial del álbum familiar y privado a la cartelera pública.

Si el grueso de las imágenes de la campaña argentina retratan mujeres sin identidad, anónimas y destemporalizadas, el enunciado convocante -*#NiUnaMenos*, presenta idéntica ambigüedad, entre potencia y debilidad.

Desde la perspectiva que aborda la relación entre lenguaje y acción (Charaudeau y Maingueneau, 2005) advertimos que en la consigna de la campaña *Ni Una Menos* el enunciado pesa sobre un sujeto individual e indiferenciado que remite al colectivo de potenciales alocutarias (Ni Una [mujer] Menos). Aquí, el sujeto de la alocución está fuera del enunciado, y el enunciado da lugar a múltiples interpretaciones que hacen perder fuerza política a los propósitos iniciales de la campaña. Dicha dispersión también puede colegirse con el modo espontáneo de la reacción y la convocatoria que se condensan tras una frase (re)victimizante. *Ni Una Menos*, en su rápida circulación y diseminada apropiación, fue adquiriendo distintos sentidos y produciendo algo del orden de la confusión, tal como lo describe López (2015):

“Echada a rodar, la frasecita tiene distinta suerte: desde ser cartel que engalana una fuerza policial o un conductor de televisión experto en alimentar con cuerpos femeninos las fauces del espectáculo televisivo, desde eso a ser caja de resonancia para que familiares y deudos de víctimas puedan gritar su desdicha y su combate o grupos feministas aliar la consigna con persistentes demandas, como la del derecho al aborto. Basta recorrer las redes para ver esta diseminada diferencia [...]. *Ni Una Menos* tiene un tono, entonces, según quién la pronuncie. La voz común que se conjuga como grito es el *Basta a la violencia que se ejerce*

contra la autonomía y el cuerpo de la mujer [...]. Imagino una plaza con muchas banderas y muchas consignas y también con muchas personas que no acostumbran ir a movilizaciones pero que esta vez sienten la urgencia de pensar, con otras y con otros, modos de preservar la vida y de hacer justicia” (s/d).

Así, *Ni Una Menos* implica pensar a las mujeres con vida, implica decir no queremos ni una mujer menos, no queremos que haya una menos, pero simultáneamente elude la posibilidad de mencionar el efecto concreto de la violencia: la muerte, el maltrato, la violación, el golpe. No se puede apelar solo a *Ni una muerte menos*, ni decir *Ni un golpe menos*, porque contradice el sentido del enunciado. Pero, insistimos en que, desde nuestro punto de vista, lo más conflictivo de la construcción identitaria es la ubicación del enunciador por fuera del enunciado.

Por su parte, la consigna *Vivas Nos Queremos* pone en juego la identidad de quien/es la enuncian en tanto el colectivo de mujeres que se manifiesta a través de un *Nosotras* que se verbaliza vitalmente y que, en la misma operación de afirmarse, excluye a otros (para el caso, los varones y no sólo los feminicidas).

Así, cada imagen que tiene nombre y apellido, enuncia, en primera persona, las circunstancias en las cuales la violencia machista convirtió a esa persona en víctima. Los carteles dicen “me desaparecieron” y a continuación, un colectivo de mujeres sostiene “vivas nos queremos”.

En este enunciado, acción y lenguaje fundan la intención perlocutoria del intercambio (Austin, 1982; Charaudeau y Maingueneau, 2005), apropiándose de una consigna histórica: el lema “*Vivos los llevaron vivos los queremos*”, que las organizaciones de familiares de desaparecidos por las última dictadura militar en Argentina inscribieron en la memoria colectiva (regional), se parafrasea en la campaña mexicana, articulando la lucha política contra la violencia femicida con otras luchas históricas por los derechos humanos.

Tópico 2: las múltiples variaciones de la representación

“Una línea, una zona de color, no es realmente importante porque registre lo que uno ha visto, sino por lo que le llevará a seguir viendo”.

Jhon Berger

Un corpus tan amplio, con tantas y tan diversas autorías involucradas, con gran disparidad de estilos, técnicas y variantes requiere una atenta búsqueda de regularidades que permitan realizar conjeturas sobre los sentidos sociales que esas imágenes construyen. Para ello, tal como expresamos más arriba, en el relevamiento y análisis de las imágenes procuramos reconocer elementos característicos de la cultura visual en la que surgen, los antecedentes

iconográficos que evocan, las recurrencias que enfocan y las que ocultan, las características formales y temáticas, así como las disputas político-culturales que se ponen de manifiesto en su reproducción y circulación.

A continuación abordamos comparativamente los rasgos más sobresalientes de ambas campañas, atendiendo a tres variables fundamentales que nos permiten confrontar ambas configuraciones discursivas:

Descontextualización vs. Inscripción espaciotemporal

Las mujeres representadas en la campaña (Argentina) *Ni Una Menos* están solas flotando en un cuadro plano y sin referencias espaciotemporales. Cuando el espacio se completa de rasgos figurativos, presenta escenas fantásticas o fantasmagóricas: bosques, paisajes irreales, cielos imaginarios. Puro ícono.

La campaña *Vivas nos queremos*, en cambio representa mujeres en contextos definidos e identificables: la ciudad, el campo, el barrio, la calle, como escenarios cotidianos, reconocibles y concretos, donde las mujeres aparecen inscriptas, transitándolos, viviéndolos en situaciones individuales o colectivas.



Figura 3 (#NiUnaMenos)



Figura 4 (#VivasNosQueremos)

Representación de las mujeres: mujeres sufrientes vs. mujeres en lucha

Las mujeres de *Ni Una Menos* son víctimas inertes o heridas, vendadas y sangrantes. Tienen los ojos morados, muestran sus estigmas, *lloran sangre*. Son mujeres desmembradas, acurrucadas y desprotegidas cuyo dolor se representa como un problema personal, individualizado y experimentado en sole-

dad. Imágenes de rostros y cuerpos lastimados (o de sus metáforas típicamente femeninas: flores, aves, hadas, etc.) que parecen borrar las tramas de poder que posibilitan la producción social de la violencia contra las mujeres.

Otra característica común registrada en estas ilustraciones son las figuraciones de mujeres infatilizadas, inanimadas, angelicales y pasivas. Allí, las mujeres aparecen circunspectas, desprotegidas y pasibles de ser tuteladas para contrarrestar la violencia que las victimiza. El cuerpo mutado por el dolor pierde la memoria de su producción cultural y ésta pérdida queda reflejada en la adopción de un punto de vista masculino a través del cual se lee el cuerpo femenino, se proyecta su anulación, se consuma su eliminación y, finalmente, se angelifica.

Por su parte, las mujeres representadas en la campaña mexicana no son solo mujeres, son mujeres en lucha: son indígenas, miembros de organizaciones, madres, hijas, hermanas. Son mujeres en actividad que reconocen las heridas pero responden colectivamente contra sus causas. No se amilanan, se enfrentan. Son mujeres que gritan, amenazan, luchan; lejos de representar el sufrimiento personal en solitario, hacen “político lo personal”, mediante posiciones que interpelan y se oponen amenazantes frente a las prácticas de violencia. Estas imágenes se sitúan en un espacio de fisura que tiene conciencia de los discursos patriarcales de género en tanto construcción cultural. Esos discursos son enfocados, agrandados y, al mismo tiempo, ridiculizados. El sufrimiento físico no es un problema personal sino colectivo, de lenguaje y, por tanto, político.



Figura 5 (#NiUnaMenos)



Figura 6 (#VivasNosQueremos)

La representación de los hombres: metaforización vs. interpelación

Representar la violencia contra las mujeres implica representar de alguna manera la violencia que el patriarcado ejerce sobre sus cuerpos y para esto es necesario encontrar formas de corporizar un concepto abstracto, universalizado, complejo y en disputa. ¿Cómo representar el patriarcado?

En el conjunto de las imágenes relevadas en el FB # *Ni Una Menos* se registran ilustraciones que representan a los varones como feroces perros, chacales o el legendario lobo de los cuentos infantiles. Nuevamente, aquí, las mujeres son representadas como víctimas pasivas pero también, y de forma destacada, los victimarios son representados como animales monstruosos, deshumanizados y no como los varones con quienes se convive cotidianamente, sujetos con nombre propio con los que se interactúa en todos los ámbitos de la vida. Esta representación metafórica del agresor, refuerza la idea de que la violencia de género es perpetrada por varones que se “descontrolan” o que padecen alguna patología psíquica. Así, se desdibuja el carácter social y generalizado de la violencia contra las mujeres, privilegiando representaciones patologizadas que tienden a redimir al victimario y culpabilizar a las víctimas (Fernández, 2012).

Frente a esta tendencia, en las imágenes de #*VivasNosQueremos* la presencia de los varones está mediada por el mensaje que se quiere transmitir. Allí, se pone en evidencia que las mujeres resisten, rechazan y enfrentan las distintas formas de violencia machista. En tanto esta violencia se muestra *inscrita en situaciones cotidianas*, las imágenes interpelan las acciones de los varones hablándole al paradesinatario directamente: constituyéndolo en un “tú” que es acusado, frente al cual el “yo” (mujer) se posiciona enfrentándolo.

Estas imágenes cuestionan la posibilidad de que la violencia contra las mujeres sea interpretada como algo que “las mujeres se buscan” y cometen “hombres anormales”. Por el contrario, apuntan a constituir “pedagogías reparadoras” que permiten disponer de nuevo de la propia existencia, sin temor, sin impunidad (Harding, 1998).

Podemos advertir que en las imágenes mexicanas se representa la necesaria radicalidad del mensaje cuando se trata de contextos donde la vida y la muerte se entraman día a día trágicamente. Estos grabados reproducidos en las redes y en las calles no vienen a resolver un problema de conciencia, sino a crearlo.



Figura 7 (#NiUnaMenos)



Figura 8 (#VivasNosQueremos)

Conclusiones

Para finalizar, nos permitimos advertir que el análisis crítico de estas imágenes revela dos modalidades de representación de la violencia machista y de los modos de confrontarla. Estas modalidades, -que podríamos denominar autorreferente/despolitizada en un caso y situada/politizada, en otro- evidencian diferentes estrategias de construcción política iconográfica.

Así, la unidad estética y conceptual que revisten las imágenes de *#VivasNosQueremos* da cuenta de un proceso de consolidación del movimiento de mujeres en torno a un ideario sustanciado y un modo de intervención política que se manifiesta en la dinámica intra y extra red.

Por el contrario, la diversidad y pluralidad de las ilustraciones argentinas refuerzan el carácter episódico del fenómeno evocado en la campaña *# Ni Una Menos* mostrando el largo camino que aún queda por recorrer para alcanzar una visibilización y la lucha contra la violencia machista como elemento estructural en nuestras sociedades.

En este camino resulta nodal la observación de los comportamientos que acontecen en las redes sociales a través de los procesos de producción, circulación y apropiación de iconografías. Un constante ejercicio de alerta política, pero también la agudeza visibilizadora de

apuestas creativas para poner en escena los más sutiles y escondidos efectos de las formas de dominio que se asientan en el orden social, y sus efectos materializados mediante estrategias de invisibilización (normalización de la violencia simbólica) así como mediante estrategias de ceguera (ver con los ojos de otro) (Zafra, 2005).

Si bien del análisis comparativo se desprende que la potencialidad de las redes sociales, en términos técnicos, estéticos y políticos, facilita cierto corrimiento de los umbrales de lo visible, decible y vivible, asegurando, entre otras cosas, masividad, también pone al descubierto conflictos, resistencias y contradicciones. En este sentido, es insoslayable señalar que una de las imágenes más replicada durante la campaña # *Ni Una Menos* fue la del dibujante Liniers, la niña Enriqueta, ciertamente, una representación “naif” de las mujeres y de la infancia.



Figura 9: “Enriqueta” de Liniers (#NiUnaMenos)

Si la producción y circulación de imágenes nos permite vislumbrar sentidos circulantes compartidos por un colectivo social, bien vale la pena preguntarnos qué dice de nuestros imaginarios esta preponderancia de “lo naif”. Cualquier enciclopedia básica de historia del arte, sostiene que *el arte naif, ligado al desarraigo urbano manifiesta cierta añoranza por la naturaleza perdida concebida como idílica desde una visión nostálgica del pasado*. Tal vez su preeminencia de cuenta de todo lo que aún falta recorrer en términos de apropiación e internalización de las reivindicaciones feministas. Pero, a su vez, podemos aventurar que en este modo de representación hegemónica, lo *naif*, manifiesta la nostalgia por un tiempo donde las mujeres se regocijaban (o se resignaban) a “sus” roles de reinas de la casa, ángeles del hogar, musas inspiradoras, doncellas indefensas.

En estos ejemplos, así como en tantos otros que circulan en el imaginario social, lo *naïf* viene a señalar hasta qué punto “el sentido común de las imágenes” se cuela en las cotidianidades y pasa desapercibido. A partir de aquí, si consideramos que la producción y circulación actual de las imágenes sobre la violencia contra las mujeres que se construye en la dialéctica redes-movimientos sociales es indispensable para la acción política, su dimensión ético-estética deberá ser incluida en las discusiones de la agenda feminista. De lo contrario seremos aplastadas, una vez más, por el peso de los íconos.

Bibliografía

- Amorós, Celia (1994). “Espacio público, espacio privado y definiciones ideológicas de ‘lo masculino’ y ‘lo femenino’”, en Amorós, C. *Feminismo, igualdad y diferencia*, México: UNAM, pp. 193-214.
- Appadurai, Arjun (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires: Trilce / Fondo de Cultura Económica.
- Austin, John (1982). *Cómo hacer cosas con palabras: Palabras y acciones*. Barcelona: Paidós.
- Barthes, Roland (1986). “Retórica de la imagen”, en Barthes, R. *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós, pp. 27-49.
- Benjamin, Walter (1989). *Discursos interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus.
- Caggiano, Sergio (2012). *El sentido común visual. Disputas en torno a género, “raza” y clase en imágenes de circulación pública*, Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Castoriadis, C. (1993). *La institución imaginaria de la sociedad*, Vol. 1. Buenos Aires: Tusquets Editores.
- Charaudeau, Patrick, y Maingueneau, Dominique (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Collins, Patricia (2000). *El pensamiento feminista negro* (2nd Ed.). Nueva York: Routledge & Kegan Paul.
- Crenshaw, Kimberle (1991). “Trazando los márgenes: Interseccionalidad, política de identidad y violencia contra las mujeres de color”, en *Revista de Leyes de Stamford*, N° 43, pp. 1241-99.
- Eder, Rita (1982). “Las mujeres artistas en México”, en *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, Vol. 13, N°. 50 Tomo 2, pp. 251-260.

- Fernández, Ana María (2012). "Femicidios: La ferocidad del patriarcado", en *Revista Nómadas* N° 16. Santiago de Chile: Universidad de Chile, pp. 47-73.
- Gargallo, Francesca (2006). *Ideas Feministas Latinoamericanas*, México: Universidad Autónoma de México.
- Harding, Sandra (1998). "¿Existe un método feminista?" En E. Bartra (Comp.), *Debates en torno a una metodología feminista*. México, D. F.: Universidad
- Hill Collins, Patricia (2000). *El pensamiento feminista negro*. Nueva York: Routledge & Kegan Paul.
- Mies, Maria (1986). *Patriarchy and Accumulation on a World Scale*, Londres: Zed Books.
- Lagarde, Marcela (2006). "Del femicidio al feminicidio", en Revista *Desde el Jardín de Freud-Revista de Psicoanálisis*, N° 6, Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, pp. 216-225.
- Lagarde, Marcela (2008). "Antropología, feminismo y política: Violencia feminicida y derechos humanos de las mujeres", en Bullen, M., Mintegui, C. (coord.): *Retos teóricos y nuevas prácticas*. Donosita: IX Congreso de Antropología.
- Laudano, Claudia (2015). "Feministas en 'la red'. Reflexiones en torno a las potencialidades y restricciones de la participación en el ciberespacio", en Rovetto F. y Fabbri L. (et al.) *Sin feminismos no hay democracia: género y ciencias sociales*, Rosario: DelRevés, pp. 20-39.
- Longoni, Ana y Bruzzone, Gustavo (eds.) (2008). *El siluetazo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.
- López, María Pía (2015, junio 2). Ni una menos: aquelarre y algarabía, Buenos Aires: *Página 12*. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/3-273992-2015-06-02.html>. Recuperado: 29/06/15.
- Luna, Lola (2003). *Los movimientos de mujeres en América Latina y la renovación de la historia política*. Santiago de Cali: La manzana de la discordia.
- Rovetto, Florencia y Camusso, Mariángeles (2014). "Representaciones iconográficas feministas, de mujeres y de género en las redes sociales", en Rovetto, F. y Reviglio, M. C. (comp.) *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario: UNR Editora. Pp. 78-94.
- Segato, Rita (2014). "Las nuevas formas de la guerra y el cuerpo de las mujeres", en *Revista Sociedade e Estado*, Vol.29, N° 2, Brasilia: UNB, pp. 341-371.

Verón, Eliseo (2004). *Fragmentos de un tejido*. Buenos Aires: Gedisa.

Verón, Eliseo (2013). *La semiosis social 2*. Buenos Aires: Paidós.

Villafañe, Justo y Minguez, Norberto (1984). *Introducción a la teoría de la imagen*, Madrid: Pirámide.

Zafra, Remedios (2005). "La escritura invisible, el ojo ciego y otras formas (fragmentadas) del poder y la violencia de género en Internet", en Sichel, B. y Villaplana Ruiz, V. (ed. lit.) *Cárcel de amor. Relatos culturales sobre la violencia de género*, Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, pp. 312-319.

“Del ladrón manso al delincuente incorregible. Reflexiones en torno a los procesos de mediatización sobre la figura del individuo peligroso”

De ladrão incorregível para delinqüente manso. Reflexões sobre processos de mediação sobre a figura do indivíduo perigoso

Mauricio Manchado

CONICET / Instituto de Investigaciones / Centro de Investigación en Mediatizaciones
/ Facultad de Ciencia Política y RRH; Universidad Nacional de Rosario
maurim@steel.com.ar

Palabras clave

delincuente, individuo peligroso, mediatización, corrección, incapacitación

Palavras-chave

ofensor; individuo perigoso; mediação; correção; incapacitação

Resumen

El presente trabajo se propone realizar una serie de reflexiones iniciales sobre los procesos de mediatización, desplegados en la prensa escrita, en torno a la definición del delincuente, su caracterización y asignación de una serie de atributos (físicos, sociales y territoriales) que lo constituyen en un “otro” peligroso pasible de las intervenciones punitivas de las agencias penales del Estado. En ese sentido, procuraremos dar cuenta, a raíz de un estudio de caso de las crónicas policiales del Diario *La Capital* de la ciudad de Rosario, de un procedimiento discursivo a raíz del cual el sujeto criminal es concebido ya no como un individuo a corregir sino como un empresario de sí mismo que decide sobre sus actos de forma calculada y racional, y sobre el cual debe recaer un castigo que ya no busque encauzarlo sino más bien neutralizarlo.

Resumo

Este artigo propõe uma série de reflexões iniciais sobre os processos de mediação implantado na imprensa sobre a definição do ofensor, caracterização e mapeamento de uma série de atributos (físicos, sociais e territoriais) que constituem um “outro” susceptíveis de intervenções punitivas das agências estatais. Nesse sentido, procuraremos perceber, na sequência de um estudo de caso de relatórios policiais o jornal *La Capital* de Rosario, um procedimento discursivo após o que o sujeito criminoso é concebido não como um indivíduo para corrigi-lo se como um próprio empresário para decidir sobre suas ações em um modo calculado, racional, e que deve cair, então não procure punição e canalizá-la, mas sim busca neutralizar.

Introducción

El 17 de Febrero de 1900 la revista “Caras y Caretas” publica cuatro viñetas en las que se describen escenas de la vida cotidiana porteña vinculadas al mundo del delito. El dato resonante es que los personajes de esas piezas gráficas no responden, si tomamos como referencia los discursos criminológicos imperantes por entonces y el imaginario de delincuente construido por la psiquiatría o el derecho, a la categoría de “malos, feos y sucios”. Por el contrario, allí nos encontramos con personajes de bigotes arremangados, camisas encorsetadas y sacos en *composé*, que poco tenían que ver con los atributos y aspectos físicos vinculados a la monstruosidad, la degeneración o las malas costumbres. Lo que vemos en la imagen referenciada es a tres hombres vestidos de trajes y corbatas, cercanos al estereotipo del porteño medio sobre los cuales, llamativamente, los epígrafes nos anunciaran que están cometiendo un acto delictivo, ya sea “tirando” (así lo describe la revista, en el sentido de despojar) del alfiler de una corbata o del reloj guardado en los bolsillos del caballero. La imagen resulta novedosa porque viene a describir un tipo de delito o delincuente que hasta entonces no había sido objeto del –por desinterés pero sobre todo por imposibilidad– discurso criminológico. Pues bien, aquella figura que no respondía a los esquemas interpretativos de la antropología criminal positivista era la del ladrón manso; un ladrón que no tenía apariencia de tal y cuya virtud era pasar desapercibido en el trajín de la urbe porteña. En definitiva, el ladrón manso parecía escurrirse entre esa delgada línea que separa a los buenos y malos, los que merecen vivir y a los que se los puede –e incluso debe– dejar morir. Línea del racismo que cada contexto socio-político va corriendo colocando adentro a algunos y afuera a otros, pero siempre con un misma lógica y secuencia: sobre un *continuum* establecer un corte a partir del cual algunos sujetos serán calificados como bondadosos y otros peligrosos. Configuración de un “otro” criminal cuya potestad será la de ser responsable de todos los males, el enemigo a encerrar o eliminar.

Será precisamente ese ladrón de los “bajos fondos”, de los arrabales, del mundo de la prostitución y el juego, aquel que se viste y actúa como el resto de la población, el que más interesara al periodismo de la época en la figura de Juan Jose Alvarez (Fray Mocho), comisario de Pesquisas y fundador de la división de Investigaciones de la Policía de la Capital, cronista policial de importantes diarios y finalmente director, entre 1898 y 1903, de la revista *Caras y Caretas* (Caimari, 2004).

A finales del siglo XIX y comienzos del XX nos encontrábamos entonces con un periodismo gráfico criminal o una crónica policial (el primero de los términos resulta un tanto ambiguo, aunque tal vez más sincero) ocupando los espacios vacíos dejados por la criminología positivista, la psiquiatría y el derecho, en tanto disciplinas predominantes a la hora de definir

y construir la figura del individuo peligroso y el delincuente. Ya entrado el siglo XXI podemos hipotetizar que aquella función complementaria se diluye en otra que adquiere mayor relevancia, *la subsidiaria*. De allí que en el presente trabajo nos propongamos elaborar una serie de reflexiones iniciales en torno a los procesos de mediatización que actualmente se despliegan para definir al delincuente, caracterizarlo y asignarle una serie de atributos (físicos, sociales y territoriales) que construyen sobre él un régimen de visibilidad y verdad en concupiscencia con las agencias penales del Estado; régimen de verdad entendido como un conjunto de “procedimientos reglamentados por la producción, la ley, la repartición, la puesta en circulación y el funcionamiento de los enunciados” (Foucault, 1992: 199). A diferencia de lo que sucedía a comienzos del siglo XX donde dicho régimen “y su castigo no tuvieron su fuente de emisión más importante en instancias estatales, sino en los medios gráficos” (Caimari, 2004: 166), nuestra hipótesis es que en la actualidad esa fuente de emisión se encuentra compartida, acompañada y subsidiada entre ambos actores. Esto debido, en parte, a los modos de construcción de la noticia policial, y particularmente al acceso y definición de fuentes de información, pero también al lugar que tanto las agencias penales como la prensa gráfica ocupan en una sociedad donde el debate de la seguridad/inseguridad es constitutivo de la agenda política, mediática y social.

I. El debate seguridad/inseguridad. Sobre la necesidad de construir un “otro” criminal

El debate seguridad/inseguridad no es nuevo, y hasta es difícil afirmar que es novedoso, no porque la discusión y sus objetos sean siempre los mismos sino porque la lógica discursiva que la articula se repite casi sistemáticamente: imperiosa necesidad de ubicar en un “otro” diferente, anormal, amoral, asocial, incivilizado, transgresor, irresponsable, criminal responsable de sí mismo, el “mal radical” (Arendt, 1999), el origen de todos los males para exigir y justificar la intervención de agencias estatales que actúen en defensa de la sociedad. Y discontinuidad en las formas de nominar a ese mal radical: del anormal al delincuente responsable de si-mismo hay no sólo un salto enunciativo sino también epistemológico. Si la continuidad está dada porque en cada contexto histórico es indispensable configurar un “enemigo” al que resulta preciso eliminar o dejar morir para mejorar la vida de la buena raza o clase, la discontinuidad está dada por las definiciones y representaciones construidas sobre él. Sin necesidad de irnos más allá de la Modernidad, donde encontraremos una multiplicidad de figuras “demoniacas” (brujas, herejes, locos, gauderios, gauchos, entre otros), reconocemos un pasaje histórico que da cuenta de este juego de continuidades-discontinuidades: el que va de concebir al individuo peligroso como un anormal a corregir, al de un empresario de si-mismo que decide invertir sobre sus acciones criminales.

Dicho pasaje es también el de un orden social que no pretende exclusivamente, como sucedía con el Estado Benefactor, recuperar sino depositar; ya no busca abordar subjetiva y biográficamente al delincuente sino asignarle una esencia, en términos económicos, que permitan abordar el crimen y su castigo como una transacción, una condena a “pagarse” con el aislamiento de la sociedad sin más preocupación que esa: encerrar y castigar.

De allí que en la actualidad el debate sobre la seguridad/inseguridad recupere viejos esquemas de inteligibilidad y ponga sobre la escena –política, mediática y pública– una discusión donde se articulan demandas hacia el Estado procurando una mayor participación en el reaseguro de “rutinas seguras de la vida cotidiana” (Marenning en Font, 1999) y la exigencia de demarcar límites para dichas intervenciones. Demarcaciones que son leídas –y en muchos casos así ejecutadas– como intromisiones a las libertades civiles. Vieja discusión hobbesiana reactualizada en tiempos actuales, ¿cuáles son los límites del Estado? ¿cómo conciliar la exigencia de que el Estado se ocupe de todo y al mismo tiempo no intervenga demasiado? ¿cómo apaciguar los miedos con nuevos miedos?. En ese sentido, Kessler (2009) señala que “el ideario de Hobbes ha tenido una influencia central en las formas de pensar las consecuencias políticas del miedo al delito” y que “se ha interpretado a menudo que en su teoría subyace la hipótesis de que una sociedad atemorizada casi invariablemente estaría dispuesta a trocar libertad por seguridad” (Kessler, 2009: 54). El Leviatán hobbesiano del siglo XVII y el Estado de Bienestar impulsado en Europa a finales del siglo XIX, consolidado después de la segunda guerra mundial, se presentaban entonces, en distintos momentos históricos, como blancos de las exigencias de súbditos y ciudadanos que querían “vivir en paz” o al menos alejarse del salvajismo primitivo descrito por Hobbes. Frase recurrente si las hay en los medios de comunicación de masas al momento de que un micrófono se posa sobre la víctima -o un familiar de ésta- a minutos de haber sufrido un delito. Paso seguido se demanda venganza, más tarde justicia; operación sintagmática que en un mismo enunciador puede agrupar y equiparar los enunciados de inseguridad-delito-venganza-justicia-paz. Entramado discursivo sobre el que no profundizaremos pero que nos permite dar cuenta de un estado de situación, de un campo penal atravesado por un conjunto de demandas sociales, políticas públicas, intervenciones estatales, privadas y comunitarias en materia de seguridad, y de discursos mediáticos que configuran una suerte de “palimpsesto” (Miguez & Gonzalez, 2003) en el que confluyen distintas perspectivas, intereses y soluciones al problema de la seguridad/inseguridad.

Asimismo, respuestas divergentes dadas por la delimitación del concepto “seguridad”. De allí que resulte interesante la discusión que introduce Castel (2004) en el contexto francés al pensar dos tipos de seguridades o protecciones, las civiles y las sociales. Las primeras enfocadas a garantizar “las libertades fundamentales y la seguridad de los bienes de las per-

sonas en el marco de un Estado de Derecho”, y las otras orientadas a “cubrir” al ciudadano “contra los principales riesgos capaces de entrañar una degradación de la situación de los individuos, como la enfermedad, el accidente, la vejez empobrecida, dado que las contingencias de la vida pueden culminar, en última instancia, en la decadencia social” (Castel, 2004: 11). Esta delimitación permite afirmar que el debate seguridad/inseguridad, en el que los medios de comunicación participan y funcionan en tanto actores políticos centrales de la discusión, está restringida a la visibilización y configuración de las (des)protecciones civiles, es decir, a un conjunto de delitos denominados “tradicionales” o de “calle” (agresión interpersonal o contra la propiedad privada). Despliegue de una doble operación reforzadas en sí mismas: estigmatización y omisión. Por un lado, estigmatización de un determinado sector social -y sus sujetos-que pasan a corporizar la figura de un “demonio útil” (Font, 1999) para el ejercicio político y chivo expiatorio (Zaffaroni, 2011) para un sistema penal seleccionador de delitos. En un mismo sentido, consolidación de una estrategia simbólica que define al representante de “los males de todos los males”, ubicándolo como extraño y convirtiéndolo en “alguien menos apetecible –en casos extremos, en una persona casi enteramente malvada, peligrosa o débil-” (Goffman, 2006: 12). Los procesos de mediatización en torno a las figuras del individuo peligroso y el delincuente configuran procesos de estigmatización que hace de los casos extremos señalados por Goffman, una regla de enunciación, es decir, de la excepción una regla; un modo de nombrar y clasificar a un sector de la sociedad que en Argentina tiene una materialización concreta: jóvenes, pobres y habitantes de las periferias urbanas. Por otra parte, omisión de un conjunto de delitos que al no tener un victimario y una víctima cognoscible pasarán desapercibidos para el coro de voces del “populismo punitivo”¹ (Sozzo, 2009). Los delitos económicos, ecológicos, los fraudes a la administración pública, entre otros, suelen pasar inadvertidos para ese conjunto de actores sociales que, desafortunadamente, piden defender la sociedad (Font, 1999), y que en dicha exigencia encorsetan el debate sobre la seguridad/inseguridad; actores-productores de prácticas y discursos que despliegan su ejercicio en el ámbito jurídico, político, científico y mediático, entre otros.

Para que los riesgos se minimicen, las estrategias de control del delito estarán definidas bajo el parámetro de la cognoscibilidad; de los delitos y delincuentes que pueden ser vistos, de aquellas subjetividades que los medios de comunicación ayudan a construir, definiendo a los sujetos a partir de lo que son y no de lo que hacen. Son pobres, villeros, jóvenes y delincuentes; juegos de sintagmas y paradigmas que construyen un sentido unívoco en torno a los responsables del estado de inseguridad, a la falta de seguridad, a la imposibilidad de construir rutinas seguras de vida o, al menos, de hacer sentir que esas rutinas están exentas

1. El “populismo punitivo” es entendido como la articulación de propuestas y medidas que construyen en su interior –y en sus manifestaciones públicas– una “criminología del otro” donde ese “otro” es diferente a un “nosotros” que nos contiene, abriendo así “el terreno del control del delito a la resurrección de una ‘economía del exceso’, a su ‘descivilización’” (Sozzo, 2009: 43).

del riesgo (Kessler, 2009). Peligros visibles, reconocibles, mediatizados y ajusticiados en los que pueden leer las transformaciones en torno a las percepciones y representaciones del individuo peligroso, el delito y los delincuentes.

II. Del romanticismo criminal al delincuente incorregible. Estrategias discursivas en la construcción del relato mediático

Posiblemente la palabra romanticismo no sea la exacta y en dicha afirmación se cuele algo del orden de la exageración, pero lo que sí podemos reconocer es una preocupación por el crimen y el criminal que en la prensa de comienzos del siglo XX tenía sentimientos encontrados. Por una parte, necesidad moral de condenar los actos clasificados fuera de la ley pero por otra, cierta “fascinación” ante lo desconocido, interés por descifrar cómo actuaban –y también porqué– aquellos individuos con el desatino y el coraje de enfrentarse a una situación límite como la de robar, matar, violar o simplemente chantajear.

El término romanticismo al que aludimos en el título refiere a esa mirada todavía complaciente frente al criminal y sus actos. Propia de un momento histórico donde el delincuente era concebido como un enfermo producto de desatenciones estatales (en lo que refiere a su obligación de cuidarlo integralmente como ciudadano), que no había tenido más y mejores opciones que la de involucrarse en el mundo del hampa. Si bien los discursos mediáticos no tendrían miramientos en señalar al culpable y hacerlo merecedor del destierro, la cárcel o las multas –dependiendo del caso– lo cierto es que todavía existía sobre él la intención de volverlo apto al orden social, resocializarlo, rehabilitarlo, recuperarlo poniendo en esta enunciación una dimensión positiva que comenzará a matizarse a finales del siglo XX.

Romanticismo que, asimismo, puede verse reforzado por planteos de algunos partidos políticos de izquierda que, durante las décadas de 1960/70, veían a los delincuentes como figuras transgresoras de un orden social dominante. Foucault, sin dejar de reconocer que el crimen es en sí mismo un cuestionamiento al funcionamiento de la sociedad, adoptaba un posicionamiento crítico ante el argumento de emparentar al delincuente con un revolucionario. La izquierda sostenía que ese era el motivo por el cual selo encerraba; mientras que, para Foucault, el delincuente se convierte en tal cuando es llevado a prisión, y no inversamente. La prisión constituye al delincuente en delincuente, éste no es una formación subjetiva *a priori* de la cárcel sino más bien su efecto (Foucault, 2012).

Pero centrándonos en el dispositivo mediático y sus abordajes nacionales y locales, podemos afirmar que tanto el periodismo como la literatura fueron atemorizados y obnubilados por esos personajes *outsiders*. Los vagabundos, mal entretenidos, bandidos, gauderios, es-

tafadores y ladrones mansos eran parte de un inventario al que se condenaba y ponderaba al mismo tiempo. Veamos aquí algunos ejemplos, primero con un fragmento de un artículo de Fray Mocho, titulado “El atorrante” y publicado en la revista P.B.T. en enero de 1905:

El atorrante sigue su marcha, tardo y rastrero al paso, las manos a la espalda o tomando al desgaire el gran trozo de arpillera que al entre cubrir sus harapos, flota a modo de túnica imperial. Se dijera la personificación de un pensamiento demasiado profundo para ser comprendido. Con todo, su serenidad suele motivar dos estados de ánimo extremos: en quienes le execran, la grima; en quienes le compadecen, la admiración. (Fray Mocho en Orgambide, 1999: 44)

Personajes que se salían del orden natural de las cosas, que deambulaban por las calles sin más sentido que ese, deambular; vagabundos que vivían en una rústica cueva bordeada por el río de La Plata, fustigados y admirados en “*¿Un mínimo o un máximo de vida?*” de Roberto Payró, ladrones mansos que al no ser objeto de estudio para la criminología lo serían para el campo periodístico. Allí, la figura de José Alvarez (Fray Mocho) tendrá una ineluctable centralidad en tanto fundador de la revista “Caras y Caretas”, escribiendo artículos en revistas de importante circulación a comienzos del siglo XX como P.B.T. o con la publicación de libros como su reconocido “*Memorias de un vilgilante*” (1897). Años más tarde, esos personajes y caracterizaciones esgrimidos por Fray Mocho encontrarán lugar en el programa radial “Ronda Policial” (Caimari, 2004).

El ladrón manso que obsesionaba a Fray Mocho se parecía mucho al “ciudadano común” y era precisamente por ello que resultaba difícil de clasificar y analizar para la criminología positivista; régimen de verdad que por entonces fundamentaba su análisis e intervención sobre la base de rasgos físicos, psicológicos y sociológicos. Fray Mocho logra recuperar una tipología de delincuente y en las páginas de “*Caras y Caretas*” “trivializa el conflicto entre perseguidores y perseguidos” representando “innumerables sectores sociales en un registro jovial que eufemiza el conflicto social” (Caimari, 2004: 180). En esa jovialidad se puede reconocer todavía cierta compasión que, poco a poco, se complejizará con la introducción de la fotografía y el recurso narrativo de la contigüidad, de demostrar que los hechos delictivos sucedían cerca de donde vivían los lectores e introduciendo así la idea del delito en su configuración azarosa, imprevisible, incontrolable. Pero más allá de este recurso de contigüidad, seguirá imperando por un tiempo aquel grado de compasión y conmiseración que años más tarde tenderá a desaparecer. En un mismo sentido, quien también ocupó un lugar central en la configuración de una crónica policial moderna en Argentina, fue el diario “Crítica”. Dirigido por Natalio Botana, será receptor del incipiente desdén que los diarios “serios” (La Nación, La Prensa) empezaban a dispensarle a las noticias policiales. De allí que “Crítica” aprovechase al máximo esta situación consolidando una *crónica roja y popular* que recuperaba los

sentidos de la condena moral y social ante todo hecho delictivo y reconocía, asimismo, la incapacidad de un Estado que no brindaba las condiciones y soluciones correspondientes a los actores involucrados, “describiendo el estado de pobreza y desprotección en que viven los sectores subalternos, Crítica incluye el padecimiento del delito, pontifica sobre la responsabilidad del Estado, responsabiliza a los gobernantes” (Martini, 2009: 25).

Sin desatender las disputas políticas que implicaban los posicionamientos de cada medio de comunicación a principios del siglo XX, es dable reconocer que las estrategias discursivas de la prensa escrita se inscriben como un elemento más del “complejo penal-welfare” (Garland, 2005) donde las ideologías e intereses de los profesionales penales “se articularon sin problemas con las estrategias de gobierno y las formas de autoridad características del Estado de bienestar”. En ese sentido, confluyen la pretensión de “capacitar”, “reformular” y “rehabilitar” a quienes eran señalados como poseedores de una falta, resultante ésta de la inoperancia del Estado. El acento estaba puesto en una idea de “ciudadanía universal” e “integración social que caracterizaron la política social en el período de posguerra” (Garland, 2005: 100), de allí que el delincuente era considerado todavía un “sujeto necesitado y desfavorecido, merecedor de ayuda” (Garland, 2005: 45).

Lo que va a suceder a partir de la década de 1970 a nivel global, y generalmente con una dinámica descendente desde Norteamérica e Inglaterra hacia los países latinoamericanos, es la introducción de un concepto según el cual el delito es uno de los problemas sociales que el Estado de Bienestar no logró resolver². Argumentación de una racionalidad neo-liberal que viene a denunciar la inflación estatal ineficiente, a proponer una solución con la desregulación de los mercados y a inscribir una grilla de inteligibilidad económica en ámbitos que antes no habían sido alcanzados –o analizados– por ésta (Foucault, 2007a). De allí que las políticas públicas esgrimidas en el campo penal apuntarán a otorgarle cada vez más autonomía –y en ese sentido arbitrariedad– a las agencias penales (con un fuerte incremento de sus filas), reformar las leyes con el objetivo de endurecer las penas, desestimar las medidas alternativas a la prisión, disminuir la edad de imputabilidad, entre algunas de las acciones que configuran un escenario de “populismo punitivo” ávido de un “otro” eliminable para poder vivir más y mejor. Inscripción de los mecanismos racistas del Estado que definen quién es merecedor de vida y quien de muerte. Biopolítica de la población que es, para ciertos sectores sociales, tanato-política y noo-política (Lazzarato, 2006). Definición de un “otro” que

2. En ese sentido es interesante lo que Foucault comienza a vislumbrar en una entrevista que le realiza Robert Le- fort en 1977, titulada “*Michel Foucault: la seguridad y el Estado*”. Si bien describe aquel momento como el de un Estado que propone un pacto de garantía a la población (de alimentación, salud, vigilancia), también sostiene que “las sociedades de seguridad que están en proceso de formación toleran por su parte toda una serie de comportamientos diferentes, variados, en última instancia desviados y hasta antagónicos entre sí; con la condición, es cierto, de que se inscriban dentro de cierto marco que elimine cosas, personas y comportamientos considerados como accidentales y peligrosos” (Foucault, 2012: 51).

representa aquello a lo que debemos temerle, aglutinador de todas las incertezas vitales y argumento de un conjunto de intervenciones que reafirman la hipótesis de Wacquant (2004): achicamiento del Estado Social, debilitamiento del Estado Económico y fortalecimiento del Estado Penal.

La prensa escrita, de la que nos ocuparemos aquí, se presenta como actor principal en la configuración de ese entramado social temeroso de un “otro” incivilizado causante, además, de vivir con miedo en los ámbitos públicos y privados, de involucrarse en actividades que van más allá del ámbito doméstico; profundización de los esquemas de individuación frente a los de socialización. Definición de un sentimiento de inseguridad anclado en la redramatización del delito que inscribe la “sensación de un público temeroso y resentido”. En la actualidad, “las imágenes conjuradas para acompañar la nueva legislación tienden a ser descripciones estereotípicas de jóvenes ingobernables, depredadores peligrosos y delincuentes de carrera incorregibles”. Así, el nuevo discurso de la política criminal “invoca sistemáticamente un público lleno de ira, cansado de vivir con temor, que exige medidas fuertes de castigo y protección” (Garland, 2005: 45). Ya no más compasión sobre el que ahora es incorregible. La lógica del desecho, del sobrante, de lo supernumerario se cuela en el discurso penal y mediático postulando como únicas salidas el endurecimiento de las condenas y la maximización del encarcelamiento. Así, las comisarías y cárceles se convierten en los nuevos “vertederos humanos” (Bauman, 2008) que ya no asumen el interés por la resocialización (aunque en algunos casos formalmente siga sucediendo así) sino por la depositación.³

Por tanto, y ante este escenario, en los procesos de mediatización actuales ¿cuáles son las estrategias narrativas que profundizan los estereotipos en torno a la figura del delincuente? ¿cuáles serán las modalidades discursivas que anclarán una figura del delincuente como incorregible? Y ¿en qué medida esa operación no es tanto refuerzo de un estereotipo como elemento constitutivo del mecanismo racista inscripto en las prácticas estatales? Si ya no existe compasión “por las necesidades y los derechos de los menos afortunados” (Garland, 2005: 44), ¿cuáles son los atributos asignados al delincuente para considerarlo ahora el único responsable de sus actos? Y ¿en qué medida las estrategias discursivas mediáticas no vienen a justificar y reforzar el incremento de la vigilancia policial en detrimento de otro tipo de intervenciones para el abordaje del delito y sus causas?

La definición de una racionalidad penal-mediática-neo-liberal que presenta a un sujeto delincuente como empresario de sí-mismo, cuyas acciones fueron concebidas y ejecutadas en el marco de una evaluación racional de costos y beneficios, de inversión sobre un capital hu-

3. Es importante señalar aquí que en la realidad carcelaria argentina esos modelos se mixturán, y es posible encontrarnos con cárceles en las que predomina la lógica correccional y otras en las que la incapacitación es un ejercicio cotidiano. (Sozzo, 2009)

mano materializado en su cuerpo, nos permitirá pensar cómo los procesos de mediatización en la prensa gráfica local apelan a un recurso expositivo que inscribe un doble mecanismo discursivo: borramiento antropológico del criminal y fortalecimiento de las estigmatizaciones subjetivas, territoriales y sociales que dislocan los lugares antiguamente inamovibles de víctima y victimario.

III. La figura del delincuente en los procesos de mediatización actuales. De víctimas a victimarios de sí-mismos

La racionalidad neo-liberal viene a inscribir un nuevo modo de pensar, analizar e intervenir sobre los fenómenos sociales. El pasaje se da entre una grilla de intelegibilidad que pone el foco en la responsabilidad del Estado antela desgracia de los sujetos, y otra que lo hace en el sujeto racionalmente responsable de sus actos, como empresario de sí-mismo que evalúa en términos de pérdidas y ganancias si invertir o no en ciertas acciones; una de ellas puede ser, precisamente, cometer un acto criminal. Esto implica que el Estado dejará de tener la centralidad que lo caracterizó hasta la década del 70, y que el rol y la lógica de funcionamiento de los mercados imperarán en la concepción y análisis de la problemática delictiva⁴:

En primer término, la generalización de la forma económica del mercado, más allá de los intercambios monetarios, funciona en el neo-liberalismo norteamericano como principio de intelegibilidad, principio de desciframiento de las relaciones sociales y los comportamientos individuales. Esto significa que el análisis en términos de economía de mercado o, en otras palabras, de oferta y demanda, servirá como esquema capaz de aplicarse a ámbitos no económicos (Foucault, 2007: 280)

La grilla de intelegibilidad neo-liberal vuelve a ubicar al acto delictivo en el centro de la escena logrando una suerte de borramiento antropológico del criminal que no refiere a la disolución de estereotipos del delincuente sino más bien a una relativización de los factores sociales y económicos de un sistema capitalista fundados en la producción y consolidación de desigualdades sociales. Por tanto, combinación de un *homo economicus* que define racional y calculadamente cada uno de sus actos, y un *homo criminalis* estereotipado objeto y sujeto del dispositivo judicial y mediático.

4. Aquí nos referimos al neo-liberalismo norteamericano, que es uno de los tres que Foucault analiza en las clases del College de France publicadas luego bajo el título de *"Nacimiento de la biopolítica"* (los otros son el alemán y el francés), y que es el que más se ha importado a los lares latinoamericanos.

Nos interesa focalizarnos aquí sobre algunas operaciones discursivas que comenzamos a reconocer en los registros de las crónicas policiales del diario *La Capital* de la ciudad Rosario⁵, particularmente aquellas que intentan justificar la detención o muerte del “otro” por poseer antecedentes penales; como si quien es detenido o asesinado fuese responsable de su propio riesgo al que evidente y justificadamente estaba expuesto por haber transitado ya una condena en comisarías o en la prisión. Operación metonímica que pone en contigüidad los siguientes enunciados: antecedentes penales-responsabilidad-delincuente-responsabilidad. Casi como en un círculo vicioso la responsabilidad hace recaer en el sujeto individual todo el peso de sus acciones logrando esto un borramiento de las condiciones y condicionamientos sociales que interfieren en la ejecución y desarrollo de cada acción. Por tanto, el sujeto delincuente como responsable –económico– de aquellos actos, no puede ser más que merecedor de las consecuencias de sus acciones, debiendo “pagar” con la detención, el encierro o la muerte misma.⁶ Así funciona en dos situaciones divergentes. En primer lugar, señalando los antecedentes penales como atributo del victimario.

Uno de los casos es el de Raúl Bargas, asesinado el 01/01/2013, cuando “dos motociclistas que asaltaban a un grupo de tres jóvenes” intentaron ser disipados por éste, ante lo que dispararon sobre su casa provocándole la muerte. En el relato periodístico se resalta la labor de colectivo de Bargas enfatizando que “tenía casi treinta años de labor en el servicio de transporte público de pasajeros en Rosario” y que durante su velatorio se “congregó una multitud integrada por vecinos y compañeros de trabajo que se unieron a su familia” (Diario *La Capital*, 03/01/2013). La víctima es calificada entonces como ciudadano trabajador, honesto y buen vecino, y por antagonismo el victimario será no-ciudadano, objeto justificable de detención, encierro y castigo. Cinco días después de acontecido el hecho, el diario *La Capital* titula “Un detenido por el brutal crimen de un colectivo”, y hace hincapié en algunos atributos del sospechoso (pertenencia territorial, lugar de trabajo y edad) pero, por sobre todas las cosas, resalta que poseía antecedentes penales: “Su nombre es Juan Carlos Saúl G., de 23 años, quien cuenta con antecedentes penales por robos y hurtos” (Diario *La Capital*, 05/01/2013)

Lo que aquí se distingue es que la detención del victimario, por parte de las agencias penales, está justificada en su posesión de antecedentes penales, distinguiéndose allí un *continuum* que pone en el mismo plano de enunciación la identidad personal (nombre), la edad y

5. Los datos empíricos aquí trabajados son el resultado del trabajo de campo realizado en el marco del Proyecto de Investigación y Desarrollo “Construcciones mediáticas de la figura del delincuente. Un análisis del discurso del diario *La Capital de Rosario*” (2014-2015), radicado en el Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencia Política y RRH (UNR).

6. Es interesante señalar que en la cotidianeidad carcelaria los detenidos recurren frecuentemente a la frase de “pagar” la condena, reconociéndose allí un lenguaje propiamente económico en un campo, hasta el momento, ajeno a éste.

los antecedentes penales de quien ha sido detenido por el caso en cuestión. *Signatura* que inscribe en las subjetividades una marca difícil de borrar; el sospechoso ya está señalado y el discurso de la prensa escrita que va delimitando su responsabilidad; todavía no estamos ni siquiera cerca de saber si es culpable o no del crimen pero sincrónicamente se va configurando un terreno que pone en la rastra kafkiana a sujetos que, por sus antecedentes penales, tienen el ineluctable destino de victimario. También podemos observarlo en el siguiente enunciado correspondiente a otro hecho delictivo:

Un ex – convicto de 26 años que se había evadido de la cárcel de Coronda en septiembre de 2010 fue detenido y acusado de ser uno de los delincuentes [...] El apuntado tiene una decena de antecedentes en su prontuario, en su mayoría agravados por el uso de armas de fuego. (Diario *La Capital*, 06/01/2013)⁷

En ese sentido, podríamos enmarcar este mecanismo discursivo como una táctica más para conducir las conductas de los hombres. Conducción que ya no tiene sólo como objeto a los individuos en términos poblacionales (y a fenómenos como la morbilidad, natalidad, etc.), sino también a la población-público:

El concepto de vida y de vivo cambia completamente si se parte de esta definición de la población como público, como opinión. Moviliza en efecto el cerebro, la memoria, el lenguaje y las técnicas que actúan sobre estos elementos. (Lazzarato, 2006: 10)

Tal como señala Lazzarato, esas técnicas son fundamentales “para la definición del capitalismo”, en tanto “la población es entonces todo lo que va a extenderse desde el enraizamiento biológico a través de la especie hasta la superficie de captura ofrecida a través del público [...] el público es la población tomada a partir de sus opiniones”(Foucault en Lazzarato, 2006: 10). En ese sentido, las operaciones discursivas de la prensa escrita analizada actúan sobre la población-público definiendo las características de un sujeto responsable o virtualmente responsable, merecedor de captura y sospecha ante el acto criminal sólo por tener antecedentes penales. Si alguna vez cometió un delito (no importa cómo fue el proceso de condena ni su posterior ejecución), esto ya lo hace tributario de todas las sospechas posibles. El procedimiento de desculpabilización será infrecuente en el relato mediático, y en gran parte dicho accionar tendrá que ver tanto con las rutinas de producción de los periodistas como con las lógicas de noticiabilidad, acceso a fuentes y construcción de la primicia en tanto factores fundamentales de la construcción noticiosa (Martini, 2009).

Pero resulta más interesante aún otro procedimiento que logramos reconocer en el discurso mediático analizado. En el siguiente registro donde se relata la muerte de dos jóvenes de la

7. El título completo de la noticia es: “Ex convicto preso por una jugosa salidera bancaria” (Diario La Capital, 07/01/2013).

ciudad de Rosario bajo el título *“Dos asesinatos en la zona oeste”*, se sitúa a la propia muerte del individuo –la víctima– a manos de otro como responsabilidad de sí-mismo. Lógica del merecimiento de muerte de la víctima apelando a sus antecedentes penales que, casi en un mismo gesto, lo convierte en victimario de sí-mismo:

El crimen es investigado por la Brigada de Homicidios y la comisaría 19°. La fuente consultada señaló que los tres jóvenes que iban en la moto tienen antecedentes por delitos contra la propiedad, algunos de ellos cuando eran menores. Incluso uno de ellos está acusado de un crimen cometido en febrero del año pasado –cuando era menor– así como de un intento de homicidio en agosto último. Leguizamón –víctima– también tenía anotaciones penales por los delitos de encubrimiento, así como otras imputaciones por robo y resistencia y lesiones a la autoridad (Diario *La Capital*, 07/01/2013)

Conjunción de procedimientos, el de señalar que los supuestos autores del crimen ya poseían antecedentes penales y por tanto eran responsables y, asimismo, justificación de la muerte de la víctima por su profuso prontuario penal. “Se la buscan” dirán algunos, “bien merecidos” sostendrán otros, y la prensa escrita aquí, ante la imposibilidad de sostener tales afirmaciones, pondrá en juego procedimientos discursivos que harán articular esos elementos narrativos bajo la idea del individuo peligroso como empresario de sí-mismo; una cosa que decide sobre el mundo de las cosas. Como sus decisiones estuvieron ligadas al mundo de la ilegalidad, nada más se puede esperar que recaiga sobre él; es el conjunto de acciones invertidas, condensadas ahora en la enunciación de los antecedentes penales, las que justifican la muerte del otrora y/o ahora delincuente; inversión que habidas cuenta de los resultados no tienen más destino que la oscuridad de una cárcel o el frío derrotero de la inexistencia.

A continuación otros ejemplos de este procedimiento que describimos. El titular de la nota principal de la sección “policiales” del diario *La Capital* del 03/01/2013 dice: *“El pibe muerto por un policía el domingo había salido de prisión una semana antes”*. Ya en el título de la nota es posible reconocer una operación de anclaje. El desarrollo del relato no hará más que justificar y profundizar dicha perspectiva, al punto tal que desviará el foco de atención del asesinato de Facundo Paulazzo (“el pibe muerto”), para centrarse en los hechos delictivos cometidos por éste antes de su muerte: “-Facundo Paulazzo- estaba acusado por un homicidio ocurrido en Octubre último [...] El crimen en el que Paulazzo fue implicado...” (Diario *La Capital*, 03/01/2013)

Con estas expresiones, el periodista introduce la culpabilidad previa de quien ahora fue asesinado por un policía, hecho que ya no interesa porque ahora importa describir, minuciosa-

mente, cómo fue aquel asesinato por el cual Paulazzo había sido condenado. En ese sentido, el relato profundiza los aspectos más destacados de aquel hecho:

Juan Carlos Uriarte [...] fue asesinado [...] le habían aplicado un machetazo en la cabeza, aunque la estocada final fue un puntazo que recibió debajo de la tetilla izquierda [...] el asesinato fue el epílogo de una pelea [...] algunos vecinos relacionaron el hecho con la venta de drogas en esa zona rosarina –Colectora Circunvalación, zona norte- (Diario *La Capital*, 03/01/2015)

Sin adentrarnos en un análisis sobre los recursos lingüísticos utilizados para adjetivar ciertos personajes y acciones, bastará aquí con resaltar no sólo que se remite al caso por el cual Paulazzo estuvo detenido sino también que se vuelven a reintroducir los rumores surgidos tras el acontecimiento. En fin, la víctima pasa a ser victimario de sí mismo por haber salido recientemente de prisión, justificando esto su muerte a manos de un policía sin importar motivos y circunstancias del hecho. La víctima era responsable de sí-mismo, tanto de sus actos pasados como presentes. Sí alguna vez había matado, sí estuvo –supuestamente– involucrado en la comercialización de las drogas, si además vivía en un territorio signado por el peligro, eran todas inversiones que aquel sujeto había decidido realizar y que, ante las pérdidas resultantes, no tendría más consecuencias que la quiebra en términos empresariales o la muerte en términos humanos:

nos hemos convencido de que ciertos delincuentes, una vez que han delinquido, ya no son más ‘miembros del público’ y dejan de ser dignos de los tipos de consideración que solemos proporcionarnos los unos a los otros [...] Al ejercer la violencia, abusar de las drogas y reincidir, se muestran como lo que son: ‘los otros peligrosos’, la ‘*underclass*’ (Garland, 2001: 297)

Asimilación de términos que dan cuenta de un procedimiento narrativo cuyo destino final es la justificación de un accionar imposible de justificar en una sociedad democrática que abolió la pena de muerte hace más de 150 años. “Ojo por ojo, diente por diente”, claro está que sin decir “ojos”, sin decir “dientes”, ni mucho menos tratar de pensar por qué se pierden tantos ojos y tantos dientes. Regularidad discursiva presente también en la noticia del 19/01/2013 donde, por ejemplo, se pone en el mismo plano discursivo la cantidad de hijos del acusado de un asesinato, con su portación de antecedentes: “García tenía prontuario y dos hijas, de diez meses y cuatro años” (*La Capital*, 19/01/2013).

Ante esto, algunas preguntas salen a nuestro encuentro: ¿qué sucede cuando la víctima no responde al estereotipo del individuo común, sino que pertenece a ese conjunto social que merece morir? ¿Qué sucede cuando los lugares del hecho no son reconocibles por cercanía sino por lejanía, por una estigmatización –a lo que los medios contribuyen- que los coloca como territorios violentos y peligrosos? ¿qué sucede cuando el reconocimiento a la víctima

no apela a una historia personal vinculada a los afectos, gustos, intereses o sueños sino a sus antecedentes penales, sus vínculos amorales y peligrosos? Pues bien, allí no se pone en juego una acción de reconocimiento sino de desconocimiento, de profundizar la idea de un “otro” distinto y distante; concepción de un “otro” que forjó ese camino a costa del daño sobre los buenos ciudadanos sin importar si efectivamente realizó lo que se le imputa, o si retribuyó el daño cometido cumpliendo con los designios de la ley:

La enunciación ‘ustedes son la lacra’ quiere intervenir en una situación sociopolítica para modificarla, llamando a los ‘amigos’ y designando los ‘enemigos’, amenazando a los últimos y calmando y consolidando a los primeros. Busca aliados, y para construir las nuevas alianzas evoca su enemigo: el emigrado –donde podríamos decir el delincuente–. Quiere reconfigurar el espacio político convocando a los demás en tanto que ‘jueces y testigos’, ‘obligandolos’ a posicionarse, a expresar un punto de vista, una evaluación que es siempre a la vez afectiva y ético-política. (Lazzarato, 2006: 23)

La prensa escrita despliega entonces una táctica discursiva que, a diferencia de lo que sucede cuando las víctimas pertenecen a la clase media o media-alta, contribuye y refuerza un proceso de desidentificación y distanciamiento para con la víctima; hecho que, en cierta forma, articula elementos discursivos que terminan por justificar –y merecer– la muerte en suerte.

A modo de conclusiones. Donde hubo locos, habrá delincuentes

Un primer acercamiento al corpus empírico delimitado nos permite hipotetizar que las estrategias discursivas desplegadas por la prensa escrita también apuntan a reforzar cierta concepción –limitada y limitante– de la seguridad ciudadana, no tanto como *pharmakon* del delito –aunque en repetidas ocasiones desplieguen diagnósticos y ensayen soluciones al respecto (Galvani, 2010) –, sino contribuyendo a la construcción de un sentimiento de inseguridad (Kessler, 2009) que fortalece o disminuye la percepción que los ciudadanos tienen en torno al delito. El procedimiento utilizado para bajar la ansiedad de sentirse acorralados por ese fenómeno, y allí sí pretende actuar como *pharmakon* aunque no se enuncie como tal, es el de ubicar la muerte o detención del “otro criminal” en el plano de la responsabilidad individual, particularmente cuando dicha muerte o detención es la de un sujeto perteneciente a un sector social que no merece vivir o al cual se lo puede “dejar morir”. La operación discursiva es apelar a los antecedentes penales de la víctima para definir el tándem merecimiento-responsabilidad. Muertes merecidas porque “algo habrán hecho”, y si algo hicieron no es más que el resultado de su propia responsabilidad individual. Si aquel sujeto decidió alguna vez romper el pacto y la paz social cometiendo un robo, un homicidio, o cualquier otro delito, aquella acción no habrá sido más que una elección sobre un inventario posible;

si aquel sujeto decidió invertir y falló en la inversión nadie –ni nada– tiene que ver con el desenlace del mismo. Si la inversión de su capital humano no encontró los frutos o resultados esperados, es el propio sujeto criminal único responsable de la quiebra que lo llevó a la comisaría o a la cárcel.

Lo que ésto logra, en una sociedad mediatizada donde “el funcionamiento de las instituciones, de las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios” (Verón en Valdettaro, 2007: s/p) es configurar al propio dispositivo mediático como una dimensión extra-jurídica que pretende actuar como subsidiario de la justicia y del resto de las agencias penales. Replicando procedimientos y saberes propios de la psiquiatría del siglo XIX al definir quiénes y cómo eran los “locos” de la sociedad moderna (Foucault, 2012), el dispositivo mediático se embarcará en dicha tarea apelando inclusive, aunque no solo, a esos discursos que supieron hacer de su función clasificatoria y esencializadora la razón de sus existencias. No queremos con esto afirmar que el discurso mediático de hoy es el psiquiátrico de ayer, pero varias similitudes salen a nuestro encuentro como para que, al menos, no dejemos de hacernos la pregunta.

Bibliografía

- ARENDT, Hannah (1999). *Eichmann en Jerusalén: un estudio sobre la banalidad del mal*. Barcelona: Lumen
- BAUMAN, Zygmunt (2008). *Vidas desperdiciadas: La modernidad y sus parias*. Buenos Aires: Paidós
- CAIMARI, Lila, (2004). *Apenas un delincuente: crimen, castigo y cultura en la Argentina, 1880-1955*. Buenos Aires: Siglo XXI
- CASTEL, Robert (2004). *La inseguridad social. ¿Qué es estar protegido?* Buenos Aires: Editorial Manantial
- FONT, Enrique (1999). Transformaciones en el gobierno de la seguridad: análisis exploratorio de conceptos y tendencias. Su relevancia en Argentina. En Sozzo, Máximo (comp.) *Seguridad Urbana. Nuevos problemas, nuevas perspectivas. Pensar alternativas teóricas y políticas sobre la cuestión criminal*. Santa Fe: Centro de Publicaciones. Universidad Nacional del Litoral.
- FOUCAULT, Michel, (1992). *Microfísica del poder*. Madrid: Ed. La Piqueta
- (2007). *Nacimiento de la biopolítica: curso en el Collège de France: 1978-1979*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica

- (2007 a). *Seguridad, territorio, población: curso en el Collège de France: 1977-1978*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica
- (2012). *El poder, una bestia magnífica: Sobre el poder, la prisión y la vida*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- GALVANI, Mariana et. al. (2010). *A la inseguridad la hacemos entre todos: prácticas policiales, mediáticas y académicas*, Buenos Aires: Hekht Libros
- GARLAND, David, 2005, *La cultura del control*. Barcelona: Gedisa
- GOFFMAN, Erving (2006). *Estigma: la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu
- KESSLER, Gabriel (2009). *El sentimiento de Inseguridad. Sociología del temor al delito*. Buenos Aires: Siglo XXI
- LAZZARATO, Maurizio (2006). *Políticas del acontecimiento*. Buenos Aires: Tinta y Limón
- MARTINI, Stella & PEREYRA, Marcelo eds. (2009). *La irrupción del delito en la vida cotidiana. Relatos de la comunicación política*. Buenos Aires: Biblos
- MIGUEZ, D & GONZÁLEZ, A. 2003 “El Estado como Palimpsesto. Control Social, Anomia y Particularismo en el Sistema Penal de Menores de la provincia de Buenos Aires, Una aproximación etnográfica” en Isla, A. y Míguez, D. (coord.) *Heridas Urbanas. Violencia delictiva y transformaciones sociales en los noventa*. Buenos Aires: FLACSO. Pp.157-208
- ORGAMBIDE, Pedro (1999). *Los desocupados: Una tipología de la pobreza en la literatura argentina*. Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes
- SOZZO, Máximo (2009). Populismo punitivo, proyecto normalizador y “prisión depósito” en Argentina, en Revista electrónica *Sistema Penal y Violencia* N° 1, Porto Alegre.
- VALDETTARO, Sandra, “Medios, actualidad y mediatización” En *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación* Nro 123 “Medios y Comunicación”, Buenos Aires: Biblioteca del Congreso, Publicaciones Periódicas, 2007. Pp. 51-65. Disponible en http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/sandra_valdettaro_cap_tulo_medios_actualidad_y_mediatizaci%C3%93n_biblioteca_congreso.pdf
- WACQUANT, Loic (2004). *Las cárceles de la miseria*. Buenos Aires: Manantial.
- ZAFFARONI, Eugenio (2011). *La cuestión criminal*. Buenos Aires: Planeta.

Da mediação ao protagonismo: Notas sobre a atorialidade nas narrativas autorreferenciais do Jornal Nacional

De la mediación a lo protagonismo: Notas sobre la actorialidad en las narrativas autorreferenciales del Jornal Nacional

Fabiana Piccinin

Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Professora na Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc).
E-mail: fabi@unisc.br.

Fabiana Sigoria

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Professora na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). E-mail: fabianesgorla@gmail.com.

Palavras-chave

autorreferencialidade, atorialidade, midiatização, Jornal Nacional, 50 anos da Rede Globo.

Palabras clave

autorreferencialidad, actorialidad, mediatización, Jornal Nacional, 50 años de la Red Globo.

Resumo

O artigo discute a emergência do fenômeno da atorialidade jornalística, resultante dos movimentos de autorreferencialidade da mídia, próprios da sociedade midiatizada. Entende-se a midiatização como um conjunto de reformulações sociotecnológicas que vão gradativamente resignificando o lugar de mediação das mídias tradicionais para tornarem-se o centro do processo

a partir do qual se estrutura a sociedade atual segundo lógicas de autorreferencialidade. No caso das narrativas jornalísticas na televisão, a atorialidade se dá por meio da explicitação dos processos de produção da notícia, atuando como agente comprobatório do dizer ao agregar valor autenticador. Para observar esses movimentos, empreende-se a análise da programação comemorativa aos 50 anos da Rede Globo de Televisão exibida pelo Jornal Nacional, o mais antigo e também o mais tradicional da emissora, cujo conceito de qualidade, ao longo desse tempo, esteve orientado para o distanciamento rigoroso do jornalista em relação aos fatos narrados, bem como ao apagamento das marcas.

Resumen

El artículo aborda el surgimiento del fenómeno de la actorialidad del periodismo, como consecuencia de los movimientos de autorreferencialidad de los medios, típicos de la sociedad mediatizada. La mediatización es comprendida como un conjunto de reformulaciones sociales y tecnológicas que, de manera gradual, producen nuevos significados en el lugar de la mediación de los medios tradicionales para convertirse en el centro del proceso en que se estructura la sociedad actual, de acuerdo a la lógica de la auto-referencialidad. En el caso de los relatos periodísticos en la televisión, la “actorialidad” se realiza a través de la explicación de los procesos de producción de noticias, en el sentido de que actúa como el agente probatorio del “decir”, añadiendo así un valor autenticador. Para observar estos movimientos, plantea un análisis de la programación conmemorativa a los 50 de la Rede Globo de Televisión que muestra el *Jornal Nacional* -el más antiguo y tradicional noticiero- cuyo concepto de la calidad siempre fue orientado por un estricto distanciamiento del periodista de los hechos narrados y de la supresión de las marcas.

Jornalismo midiaticizado e autorreferência

O olhar a respeito dos fenômenos comunicacionais considera, originalmente, a necessidade de compreendê-los tomando por caminho teórico metodológico os “processos de mediação” que caracterizam a sociedade contemporânea. Trata-se de entender a mediação como a imbricação de suportes tecnológicos das mídias, suas peculiaridades sociotécnicas, estratégias e lógicas no interior das práticas e sistemas nos mais diversos campos sociais. Para Verón (2001), a mudança ocorre sobre os próprios meios, como sistemas de representação já que na “sociedade midiática” ou “sociedade dos meios” – aquela em que os meios de comunicação eram refletidos como mídias hegemônicas e trabalhavam no sentido de representar a sociedade –, acaba por torna-se, gradualmente, a “sociedade em vias de mediação”, marcada por uma intensa transformação de tecnologias em meios que ascendem aos mais diversos atores e instituições sociais. É dizer, portanto, que os processos de mediação se dão em conformidade a uma nova estrutura social, metaforicamente denominada de “sociedade mediação”, prescrita pela da ampliação das possibilidades tecnológicas dos meios de comunicação, da diversificação das oportunidades de interação tecnológicas entre diversos atores sociais, bem como o surgimento de novas demandas econômicas, políticas, sociais e culturais.

Nessa transformação, o entendimento do midiático também se altera, uma vez que a mediação da sociedade industrial midiática faz aparecer a fronteira entre a realidade da sociedade e suas representações. “E o que se começa a suspeitar é que os meios de comunicação não são somente dispositivos de um ‘real’, que copiam mais ou menos corretamente, mas sim dispositivos de produção de sentido” (VERÓN, 2001, p. 14-15).

Entre as marcas desta nova configuração sócio-técno-discursiva, resultante da profunda imbricação dos meios de comunicação às práticas dos distintos campos sociais, emergem de modo evidente situações narrativas delineadas pela autorreferencialidade. Calabrese (1987) entende que estes movimentos da mídia, de voltar-se para si, estão em sintonia com a valorização das visibilidades e das transparências - ainda que construídas - próprios da estética contemporânea, contribuindo para este sentido de “real verdadeiro” que a mídia busca ofertar ao se valer de enunciações marcadas pelas reduções dos artifícios. Logo, os sentidos de informalidades e espontaneidades dos discursos justificam a ascendência destas narrativas de real e de suas autenticações.

A “verificabilidade” dos eventos é, portanto, característica da idade neobarroca (Calabrese, 1987) marcada, por sua vez, por este tempo em que as novas tecnologias vão estabelecendo uma relação direta com a insuficiência na confiança do real ofertado. Também Lipovetsky e Serroy (2009; p.133) lembram, referindo-se ao cinema hipermoderno, que as narrativas au-

diovisuais contemporâneas, orientadas pela autorreferência, promovem por meio das novas interações, a redução das distâncias entre palco e plateia, pressupondo, portanto “(...) agora um espectador “cultivado” pela mídia, que não é bobo, com quem ele instaura um efeito de cumplicidade, fundado sobre uma cultura de imagens e arquétipos compartilhados”.

No caso da mídia jornalística, observa-se especialmente as estratégias e operações autorreferenciais entendidas como categorias da sociedade midiaticizada e demandadas pela inauguração de situações (re)construídas entre as emissões e as audiências quando esta intensifica os movimentos de explicitação dos seus processos produtivos e de seus discursos de maneira cada vez mais protagônica. O jornalismo busca seduzir este público ao tentar convencê-lo da oferta de um real “autenticado” (Piccinin: 2013), na medida em que é da sua natureza o compromisso ontológico com a realidade e suas representações. E acaba, por extensão, por complexificar nestes movimentos seus tradicionais pressupostos da objetividade e da imparcialidade, na medida em que não mais orienta sua fala para o apagamento das marcas do narrador, mas passando a investir em seu oposto, na evidência deste por meio de um testemunho atorializado.

Para Fausto Neto, “na apresentação desta «realidade da construção» midiaticizada, edifica-se um novo contrato de leitura através do qual as mídias acabam sendo seu próprio objeto” (2008, p.97). Assim, nestas dinâmicas comunicacionais em que os dispositivos midiáticos jornalísticos incorporam ao seu processo de produção as rotinas produtivas, vão tornando-se continuamente presentes, com o objetivo de construir e autenticar as realidades. Buscam, por estes movimentos, o restabelecimento do vínculo de confiança com o público, mediante a valorização das operações jornalísticas que, por fim as justificam socialmente. Assim, na circunscrição do jornalismo, a autorreferencialidade é marcada, sobretudo, pela evidência do “eu” e sua narrativa sobre o que faz como faz, apresentando para tanto uma série de operações que se desenvolvem no ambiente da “antessala” dos processos jornalísticos. Dessa forma, o que até então estava delimitado à seção “bastidores” das práticas jornalísticas e que não era dado a conhecer ao público, passa a tornar-se conteúdo das narrativas jornalísticas.

A autorreferencialidade¹ (Soster: 2009; Piccinin & Soster: 2012), portanto, se fortalece tornando-se não só recorrente pelas novidades tecnológicas e os recursos ofertados decorrentes, como valor e estratégia de apresentação de um real “verdadeiro”. De forma específica na televisão, neste caso operada em sinal aberto, estas dinâmicas ganham a audiovisuali-

1. A autorreferencialidade é uma das características do jornalismo midiaticizado juntamente com a correferência, descentralização e dialogia apresentado originalmente na discussão feita por Soster (2009) e ampliada em novo artigo de Soster & Piccinin (2012). Diz respeito a este movimento em que a mídia referencia continuamente suas próprias operações, neste caso, como estratégia de autenticidade e de desvelamento, de oferta de um real sem “mediações”.

dade que tornam os discursos jornalísticos ainda mais verossímeis. Os bastidores “construídos” viram conteúdos por meio da explicitação de fazeres nunca antes mostrados, reforçando as habilidades e competências discursivas dos jornalistas enquanto profissionais comprometidos com “a verdade”.

2. Explicitudes e bastidores do telejornalismo

Entende-se estes movimentos do jornalismo como esforços por legitimar socialmente seu lugar num contexto em que as narrativas midiáticas se proliferam. Neste sentido, o jornalismo reelabora novas formas de sobrevivência, principalmente na composição de suas estratégias de discurso, reforçando suas formas de reconhecimento e reajustando as bases que sustentam os vínculos com o público e seu nicho institucional. Por outras palavras, é dizer que o jornalismo aumenta sua interação com o público e o convoca a produzir sentidos, buscando tê-lo próximo, ao mesmo tempo em que busca estratégias para se manter no posto de ‘possuidor’ da ‘verdade sobre os fatos sociais’ e de “construtor de realidades” (Fausto Neto, 2010) circulantes na esfera social.

A maneira de chamar atenção para a sua própria sistemática faz pensar sobre uma mudança substancial nas formas de ser e nas práticas, na medida em que o jornalista explicita seus esforços, entraves e limitações empreendidos e superados na produção das notícias. Nessa dinâmica são evidenciados artifícios que demonstram as necessidades da perícia técnica na prática jornalística, do domínio da tecnologia, da qualificação profissional, do senso crítico e da ética. Com a explicitação do fazer, o jornalismo quer fazer crer o tanto que se empenha, por meio de suas equipes, para levar ao público as informações mais claras e completas possíveis, enfatizando que seus procedimentos são legítimos, íntegros, coerentes e confiáveis. Enquanto, ao mesmo tempo e paradoxalmente, precisa para tanto relativizar os até então caros pressupostos que garantiram a qualidade do jornalismo até então e que dizem respeito ao seu caráter objetivo e imparcial.

Nesses termos, Fausto Neto entende que:

Esse lugar representacional repercutia nos seus modos de conectar-se com o leitor, e neste sentido dever-se-ia evitar que suas estratégias discursivas tornassem evidentes as marcas de suas operações, já que sua condição de “fala intermediária” lhe impunha, dentre outras coisas, o compromisso da objetividade. Ainda que, na prática, pudessem vir a se construir numa questão - como foi e continua sendo central para o jornalismo -, as marcas do seu “ato de fala” deveriam ser apagadas, ou manter opacas (2010, p.114).

Ou seja, por meio da autorreferencialidade, em suas diferentes faces está ofertado o sentido de que somente o campo jornalístico possui qualificação e o senso crítico necessário

para levar a 'verdade dos fatos' à população. Os casos de autorreferencialidade se apresentam nos meios mais tradicionais (rádio, televisivo e impresso) e também nos mais recentes como o webjornalismo. Há ainda situações em que é justamente no encontro de um meio tradicional, como é o caso da televisão, com a Internet em que a autorreferencialidade é ativada. Pela sua estrutura temporal, espacial e abrangência, a Internet e o sistema Web se apresentam como espaços vastos para a revelação da antessala das várias formas do jornalismo contemporâneo. Isso pode se dar através de discursos mais estruturados apresentados em sites noticiosos ou por meio de depoimentos presentes em blogs, microblogs ou chats com jornalistas e produtores.

Especificamente no jornalismo de televisão, neste caso combinado com as possibilidades web especialmente atinentes à capacidade de preservação dos conteúdos para consulta, observa-se que este passa a se autorreferenciar por meio da apresentação de detalhes dos bastidores de suas produções, mostrando em registros de áudio e vídeo de forma inaugural o que era ocultado em nome da "objetividade jornalística".

Nesse caminho destacam-se as transformações no status do jornalismo no seu "lugar de fala", na medida em que vai investindo em iniciativas de "organização de contato" e de "pedido de reconhecimento". Para Fausto Neto (2010), os fundamentos desses discursos autorreferenciais parecem querer produzir uma espécie de "auto-celebração" de um modo de prática do jornalismo que busca "destacar a existência do «jornalismo personagem»" (2010, p.98), a partir da contemplação sobre si mesmo.

Não se trata mais de falar para o leitor, apontá-lo a realidade construída, ou dizer que sabe ou que «soube antes», mas relatar como faz para dizer que «sabe antes...». Na apresentação desta «realidade da construção» edifica-se um novo contrato de leitura através do qual as mídias acabam sendo seu próprio objeto. (2010, p.97)

O telejornalismo e suas reverberações na mídia web, assim, evidencia por consequência a emergência do eu e a celebração por extensão deste jornalista que, diante das câmeras, personaliza o trabalho de toda equipe. Rompe categoricamente então com os apagamentos e neutralidades antes rigidamente observados e "vendidos" como valor no discurso jornalístico da televisão, para investir no jornalista protagonista, que cresce do registro distanciado em relação à notícia para alguém que a narra, experimentado, vivenciando emoções e contando sobre elas, permitindo-se rir ou chorar. E causando uma espécie de nova gramática telejornalística na medida em que a competência do jornalista, antes medida pela sua capacidade de distanciamento do fato narrado, agora é substituída pela perícia e capacidade de manifestar-se integralmente nele e transmitir esta experiência ao seu público como fonte especializada para tal.

3. Autorreferência na atorialidade

Neste contexto de emergência do jornalista como a personagem de si mesmo que assume como valorização da narrativa jornalística na Tv suas subjetividades é que se pode compreender como desdobramento das operações e estratégias autorreferenciais o fenômeno da “atorização”. Fausto Neto (2011, p. 239) explica que, na “sociedade dos meios [...]”, os jornalistas funcionavam como uma espécie de ‘elo de contato’ entre instituições e leitores, mas segundo enunciações que os mantinham a distância dos acontecimentos”, com vistas à objetividade e à imparcialidade. E que a partir do contexto de midiatização, o jornalista-perito de hoje associa à cena da narrativa da realidade, elementos de sua vida e de suas vivências, a fim de fortalecer os vínculos com as audiências.

Para o pesquisador, tal conversão é produzida quando a divisão social do trabalho jornalístico é afetada pela midiatização em sua especificidade tecnodiscursiva, a partir de lógicas que presidem o contato entre o sistema midiático e o seu entorno. Nessa nova dinâmica, o jornalista abandona (Fausto Neto, 2013) o posto de observação e vai para a linha de frente do processo produtivo, explicitando a sua atividade ao invés de deixar o acontecimento ser regulado pelas práticas do seu campo.

O acontecimento, agora, vai junto com ele na viagem da circulação. Convertido em ator, o jornalista faz uma complexa praça: escreve a coluna, desloca-se para o site, visita o blog, pede para ser seguido pelo Twitter, é esperado na televisão, mas antes passa pelo programa de rádio, para, finalmente virar personagem de álbum de celebridade guardado pelo leitor (Fausto Neto, 2013, p. 58).

Ou seja, o mundo do jornalista-ator e suas circunstâncias viram o próprio acontecimento. Na nova realidade, os processos de transformação dos jornalistas “de mediadores em atores de acontecimentos” apontam para o deslocamento do jornalista de televisão agora não mais na condição de “guardião do contato” para a condição de operador de trabalho discursivo, convertendo-se em fonte e objeto, e, ao mesmo tempo, em dinamizador interpretativo do próprio processo de inteligibilidade dos eventos.

Na pesquisa empreendida por Batista (2013) sobre os apresentadores e repórteres dos telejornais de horário nobre são evidenciadas estas transformações nos seus comportamentos dentro do contexto da midiatização. A autora apresenta uma análise feita por Braga para dizer da mudança dos critérios valorativos da notícia, agora fortemente vinculados ao que entende como a credibilidade da presença e também da voz destes profissionais, num movimento radicalmente diferente do que vinha sendo definido como competência jornalística,

pautada sobretudo pela “neutralidade” do discurso. Diz Batista (2013: 32) que o fenômeno “noticiador-noticiado” é balizado por princípios:

Um desses princípios que se firmam a partir do aparecimento do jornalista é o de proximidade, que se estabelece na relação contínua entre a transmissão e a recepção de informações, criando laços de confiança entre os profissionais, o jornal do qual fazem parte, e seus públicos, que passam a acreditar no que está sendo informado, no sentido de que a apuração dos fatos atende às condições básicas de observação fiel da realidade que se transforma em notícia.

Em decorrência disso, compreende-se que se instituem novos limites para balizar o que são conteúdos associados à notícia em si e aos conteúdos relacionados aos processos produtivos do fazer jornalístico, capazes ou aptos a estarem, por meio da agência atoral dos jornalistas a serem exibidos e a chegar ao conhecimento do público (Piccinin; Etges, 2014, p.5). E, portanto, alterando decisivamente o limite ou a cancela do que a mídia entende ser ou não pertinente para a entrega ao público com relação à informação.

Diz Batista (2013: 35):

Essa abertura da rotina aponta dois aspectos interessantes: de um lado, o jornalista mostra que, para ter uma boa aparição para o telespectador, ele tem uma rotina que exige uma apuração atenta dos fatos, o cuidado com a produção da informação. Ao desvelar os bastidores, o jornalista se revela um trabalhador sujeito a erros e acertos, mas ao mesmo tempo um profissional que, ao conquistar um determinado espaço privilegiado, ganha a admiração das pessoas, adquire reconhecimento e, em função disso, é reconhecido na sua pessoa. É identificado, ganha proximidade com os seus públicos, torna-se, de certa forma, estreitamente ligado aos seus públicos por afeição e confiança.

O contexto de midiatização, portanto, ao oportunizar uma nova interação entre a emissão e suas audiências pautada sobretudo na aproximação, na construção de um sentido de redução das mediações e artifícios, reconhece no jornalista a perícia do fazer sobretudo pela sua capacidade de testemunhar os fatos e sobre eles dar conta. Deixa claro assim, que os vínculos dessa relação são construídos nas dimensões das racionalidades, mas também e sobretudo pelas emoções.

4. Cinquenta anos da Rede Globo – expressão da “atorialidade” do telejornalismo midiaticizado

O programa Jornal Nacional é um dos quatro telejornais exibidos diariamente às 20h30 pela Rede Globo de Televisão, que opera em sinal aberto e alcança 99,7% do território brasileiro das suas 123 emissoras distribuídas pelo país (Atlas: 2015). Entre os telejornais veiculados em televisão aberta no Brasil, o Jornal Nacional é o que está a mais tempo no ar, completando 46 anos em 2015. Assim, apesar das quedas na audiência provocadas entre outras por conta do acirramento da concorrência entre as emissoras de sinal aberto, do surgimento das Tvs por assinatura e dos canais da web, o telejornal ainda mantém a liderança no segmento no país.

O JN tem sua história² marcada pela cobertura de vários fatos de relevância no Brasil e exterior, bem como premiações internacionais³. Segundo Gomes (2005, p. 1), o telejornal Jornal Nacional, que está inserido no aparelho circulatório da Rede Globo como um complexo dispositivo interacional que “representa o conjunto mais bem-acabado de marcas que caracterizam um telejornal no Brasil”. Para a autora, o JN sofreu várias transformações ao longo dos anos que vão incluir a modernização do cenário, a inovação das vinhetas, as mudanças na bancada até o enfrentamento de polêmicas e crises de credibilidade. E mesmo assim, permanece sendo o telejornal de maior audiência do país e “modelo de referência para o telejornalismo nacional”.

Assim, para observar de que maneira a atorialidade aparece no telejornal como marca resultante das dinâmicas autorreferenciais presentes no programa operou-se um recorte em termos de análise empírica, que compreende cinco edições do telejornal Jornal Nacional que integraram a programação especial alusiva ao aniversário de 50 anos da Rede Globo de Televisão. As edições foram divididas por décadas e temáticas e foram ao ar de 20 a 24 de abril de 2015⁴.

2. A história do JN foi registrada, pelo ponto de vista oficial, em dois livros: Jornal Nacional: modo de fazer (2009), escrito por William Bonner, editor chefe e atual apresentador do programa e o livro Jornal Nacional: a notícia faz história (2004), produzido pelo núcleo memória das Organizações Globo.

3. Em 2011, o Jornal Nacional conquistou o prêmio com as reportagens sobre a retomada do conjunto de favelas do Alemão, no Rio, pelas forças de segurança pública em 2010. Vencedores do Emmy Internacional são anunciados em Nova York. Jornal da Globo. 1/10/2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2014/10/vencedores-do-emmy-internacional-anunciados-em-nova-york.html>>. Acesso em: 29 jan. 2015.

4. Dentro do portal na internet G1 Jornal Nacional 50 anos (<http://especial.g1.globo.com/jornal-nacional/50-anos-de-jornalismo/>), links com os vídeos: Programa 1965 a 1974 foi apresentado no dia 20 de abril, com duração 20'55"; Programa 1975 a 1984, apresentado no dia 21 de abril, com duração; Programa 1985 a 1994, apresentado no dia 22 de abril, com duração; Programa 1995 a 2004, apresentado no dia 23 de abril, com duração; Programa 2005 a 2015, apresentado no dia 24 de abril, com duração.

É possível identificar um investimento na atorialidade em toda a programação especial planejada e veiculada no período e que foi anunciada também no site do programa onde estão armazenadas as reportagens do período. No ambiente web ainda encontram-se indicações explicativas que fundamentam as decisões concernentes à formatação do programa e deixam claros os movimentos de ênfase ao protagonismo dos repórteres enquanto representantes das equipes de reportagem que trouxeram a público as reportagens de época:

Numa tarde-noite de sábado, em fevereiro de 2015, dezesseis profissionais que ajudaram a narrar a história se encontraram pra dividir memórias de grandes coberturas jornalísticas. Talvez por estarem todos ali, lado a lado, depois de tantos anos, talvez por trazerem à tona lembranças adormecidas, eles inundaram o estúdio do Projac de emoção. E de surpresas, de saudade, de risos e de lágrimas. Cada participante dividiu com o Bonner um fragmento da própria história profissional (Jornal Nacional, 2015).



Figura 1 - Cenário da apresentação do especial Jornalismo 50 anos (anos 1975-1984)
Fonte: JORNAL NACIONAL, 2015. Disponível em: <<http://especial.g1.globo.com/jornal-nacional/50-anos-de-jornalismo/>> Acesso em: 16 jul.2015.

Na concepção da programação especial é muito evidente o rompimento com o formato padrão de telejornal praticado até então e orientado sobretudo para esse distanciamento entre

o narrador e o fato narrado. Já na abertura dos conteúdos especiais há uma mudança relativa à tradicional bancada. Nem ela e nem os dois apresentadores de frente para a câmera em enquadramento fechado encontram-se no estúdio. No lugar disso, uma grande sala de bate-papo onde estão os repórteres que trabalharam por anos na casa em mesa redonda, agora na condição de estrelas convidadas, enquanto um dos apresentadores do Jornal Nacional, William Bonner circula pelo estúdio sem terno ou gravata, adotando um discurso bastante informal em harmonia com a proposta do bate-papo numa clara dinâmica de construção dos jornalistas enquanto estrelas das próprias notícias.

E não só o formato do programa é autorreferencial, evidenciando a atorialidade, como também os conteúdos caminham neste sentido constituindo um discurso metajornalístico na medida em que a discussão gira em torno da atividade dos jornalistas nesse quase meio século de atividade. Os profissionais são convidados a contar sobre as sensações e experiências que tiveram na realização do ofício, tornando a produção da notícia a notícia, e assumindo um lugar de jornalista-ator, onde o mundo “empírico” se aproxima de sua representação.



Figura 2 – Categoria Atorização: 16 jornalista-atores e participantes do Programa.
Fonte: JORNAL NACIONAL, 2015. Disponível em: <<http://especial.g1.globo.com/jornal-nacional/50-anos-de-jornalismo/>> Acesso em: 16 jul.2015.

Na apresentação de cada um dos 16 jornalistas que compõem a mesa redonda, mais uma vez compreende-se o esforço pela construção de atores-jornalistas protagonizando a (meta) notícia. O discurso do apresentador é marcado pelos elogios ao trabalho de cada um, tanto no que diz respeito à competência do fazer quanto à aparência física dos jornalistas-atores. Da mesma maneira que na apresentação da programação especial, o tom do apresentador é informal, bastante distante dos tempos de rigorosa formalidade do programa e de fidelidade inabalável ao script em sua objetividade e neutralidade, por muitos anos características do jornalismo realizado pelo JN.

Identifica-se, nestes movimentos, estratégias de busca da legitimação da atividade mediadora dos jornalistas, bem como a de exaltar a confiança de forma autorreferencial que a “instituição Globo” deposita em seus funcionários em citações como: “A Globo tem vocação para a prestação de serviço”. No mesmo sentido, a marca da atorização vai revelando a ênfase à atividade do ator-jornalista para validar a didática discursiva sobre o *modus operandi* televisivo jornalístico.

5. O protagonismo do jornalista-ator:

Observa-se, assim que, na cobertura especial do aniversário de 50 anos do jornalismo da Globo, a memória da emissora é montada a partir de particularidades detalhadas pelos jornalistas que, mas que mediadores, tornam-se atores. Assim, na ordem de organizar alguns elementos que são visíveis na análise desse objeto, a partir dos vídeos veiculados no telejornal e no site foram demarcadas quatro categorias resultantes de padrões de repetição, resultantes da observação e que indicam características da atorialidade do jornalismo midiático. São elas a experiência, a prática, a emoção e a aparência dos jornalistas-atores.

a) Experiência

Na cobertura especial dos 50 anos, é possível perceber que os fatos são descritos e rememorados pelas vozes, vieses dos próprios relatores - jornalistas. O tratamento dado à narrativa da cobertura do fato feita pelo ator-jornalista se torna mais relevante que o relato do fato por sua importância jornalística e social. Assim, reflete-se que o ponto de vista sobre os fatos que passa a ser assumido está evidenciado na análise sobre o modo como “contadores” experienciaram esse fato. O jornalista explica e compartilha a sua experiência vivida durante a construção das matérias jornalísticas, buscando por meio desses movimentos, estratégias de legitimação da atividade mediadora dos jornalistas, destacando especialmente o valor da confiança no trabalho que é ofertado.

Nessa lógica, destaca-se a fala de Sérgio Chapelin, profissional de jornalismo na Tv Globo por mais de 40 anos, quando anuncia: “Jornalismo trata de assuntos que afetam a vida das pessoas direta e/ou indiretamente; afetam as nossas vidas. Talvez por isso, as memórias dos repórteres que nós acompanhamos essa semana tenham emocionado tanta gente. É como se as memórias deles fossem as suas, as minhas” (Capítulo 2005-2015).

A memória da cobertura de grandes tragédias naturais, como tsunamis e terremotos, é contata pelo Repórter Pedro Bial, que enfatiza as suas experiências de reportagem. O repórter conta que, ao produzir a notícia in loco, no terremoto de Kobe, no Japão em 1995, vivenciou o próprio terremoto, quando, a 50 metros dele, uma passarela veio abaixo em razão dos tremores. Bial relata que as experiências e sequelas emocionais de cobertura persistem e relembra: “Por muitos meses eu acordava no meio da noite meio assustado ainda. O terremoto me marcou muito!” (Capítulo 1995 - 2005).

b) Prática

A atorização se faz evidente também quando são referenciados os modos de trabalho dos jornalistas e os esforços pessoais no exercício da função jornalística para realização da cobertura de eventos na sociedade. Um exemplo disso se encontra no depoimento da repórter Sandra Passarinho, quando, ao lembrar a sua experiência como correspondente internacional na cobertura da Revolução dos Cravos, explicita sua ligação com as estratégias para a execução do ofício jornalístico. “Eu estava com um bloquinho e ia fazendo texto à medida que andava, observando coisas, ouvindo pessoas. Que começo maravilhoso de carreira!”. (Capítulo 1965 – 1974)

Outra situação que explicita o desafio da cobertura e o empenho do repórter é mostrada pelo repórter Chico José, na cobertura da Guerra das Malvinas, na Argentina, no ano de 1982. José relata o esforço de reportagem em termos técnicos e em termos de censura quando conta que teve que transmitir as informações da cobertura por telefone, pois foi impedido de chegar até as Ilhas Malvinas pelo governo argentino e gravar imagens lá. “Uma das vezes em que eu falei para o Jornal Nacional, eles me ligaram antes (antes do combinado) [...] e eu estava tomando banho. Então, eu corri, enrolado em uma toalha, e entrei no guarda-roupa. Eu falava de dentro do guarda-roupa, porque o hotel em que eu estava, estava tomado por militares” relembra José.

c) Emoção

Nota-se ainda a tentativa de construção de um sentido de transparência no que diz respeito às manifestações particulares dos profissionais atuantes no jornalismo -principalmente de caráter emocional- tais como: a ansiedade, a comoção, o medo, a tristeza ou a alegria diante

dos fatos. Ao descortinar as subjetividades dos processos jornalísticos, explicitando que esses processos são protagonizados por “seres humanos normais” capazes de se equivocar, bem como adicionar emoções ao que produzem, o jornalismo se humaniza e justifica seus equívocos, caso ocorram, convertendo-os em mecanismos de aproximação com o público. Em muitos dos depoimentos, nota-se a emoção dos jornalistas, especialmente a partir de suas expressões faciais, como elemento agregador ao fato narrado. Ou seja, as “humanidades” acabam por conferir mais autenticidade às suas narrativas, bem como ao empenho nesse fazer.

A ênfase na emoção do jornalista é evidenciada em muitos momentos do caso analisado, tal como se destaca no exemplo da memória sobre a morte do Papa João Paulo II, em 2 de abril de 2015. Na recordação das imagens desse evento, Bonner interage com a jornalista Ilze Scamparini e a inquerindo, de modo marcadamente pessoal. “Como na cabeça da nossa correspondente, se deu essa imagem do Papa se enfraquecendo, até aquele fim” (Capítulo 2005-2015). Ilze então, com voz baixa e expressão de nostalgia, responde. “Foi uma sensação de tristeza profunda e um vazio enorme. Senti até a falta do meu pai que havia morrido há muitos anos [...]”. Há aqui uma nítida ênfase à emoção vivida pelo jornalista-ator ao mostrar e narrar o fato e a relação com suas vivências de ordem particular, também buscando mostrar o quanto seus sentimentos ajudam a convencer sobre os fatos reais contados. Inverte-se o valor que media a competência do jornalista, dado pela sua capacidade de distanciamento dos fatos e o substitui pelo quanto este jornalista pode mostrar seu envolvimento com as grandes reportagens.

d) Aparência

A oferta de uma relação afetiva do ator-jornalista na ordem de lembrar e celebrar as mudanças nas características físicas e no modo de se vestir desse personagem também estão presentes na construção do sentido do jornalista-ator. Ou seja, há uma ênfase à aparência dos jornalistas aplicada aqui ao modo de estabelecer contato com o fiel público de tantos anos, porque remete sobretudo à passagem do tempo. Bonner introduz os personagens da mesa-redonda quando os anuncia através de elogios e apresenta imagens do passado, tal como mostram os exemplos onde denomina “muito elegante” ao repórter Renato Machado ou quando diz “que franja bonita” ao repórter Tino Marcos.

Dessa maneira, há aqui uma alusão sutil ao fato de que os valorosos repórteres-atores são reconhecidos pela qualidade técnica e pelo envolvimento no trabalho ao longo de todo este tempo de jornalismo da Globo, no mesmo sentido de que estes profissionais mantem o decoro e a elegância tanto nos conteúdos de seu fazer quanto na apresentação de sua aparência. Um valor que remete a um sentido de profissionalismo vocacionado e que parece

ser uma constante nos profissionais de jornalismo, especialmente da televisão, tornando-se ainda mais importante neste contexto de construção do sentido de jornalista-ator.

Considerações finais

A análise proposta no artigo indica que, de fato, há um investimento das narrativas jornalísticas contemporâneas em operações autorreferenciais no sentido da emissão buscar seduzir e se aproximar de seus públicos. Para tanto, a mídia jornalística - neste caso televisiva - utiliza o espaço para apresentar, ainda que por meio de uma construção do sentido pretendido, conteúdos afeitos aos seus bastidores, rotinas e atividades de um modo bastante inaugural. E dentre as várias estratégias adotadas pelo jornalismo para se autorreferenciar e reafirmar a autenticação do real que conta está a consagração de um lugar de ator a seus jornalistas. Estes movimentos são possibilitados e capitalizados neste momento até tornaram-se recorrentes, especialmente em função da utilização de novos maquinários tecnológicos comunicacionais que, por sua vez, ganham evidência neste contexto de emergência dos valores de “transparência” e explicitudes do fazer jornalístico. Configura-se assim, o lugar oportuno ao discurso atorial de seus agentes, como estratégia de reafirmar a proximidade e cumplicidade entre mídia e público, por meio da publicização das manifestações particulares destes profissionais.

Ao descortinar as subjetividades dos processos jornalísticos, explicitando que esses processos são protagonizados por “seres humanos”, capazes de se equivocar, bem como ao adicionar suas impressões e emoções ao que faz, o jornalismo converte estes expedientes em agentes comprobatórios do que contam. E opera um movimento de mudança do status de mediador de seus profissionais para o lugar de ator-jornalista.

Nessa condição, o Jornal Nacional, telejornal mais tradicional da televisão brasileira, cujo conceito de qualidade, ao longo de 46 anos de história, sempre esteve orientado para o distanciamento rigoroso do jornalista em relação aos fatos narrados e para o ocultamento de seus bastidores e artifícios de produção, agora investe e oferta sentidos oriundos de comportamentos pautados pela atorização e protagonismo de seus jornalistas. A rescisão com a questão da “objetividade”, portanto, que está ligada ao apagamento das marcas de quem produz e diz, desloca-se na direção de tornar menos formal a narrativa e sobretudo, como se disse, humanizar o relato. Fazer crer que narra o mais “real” do real, buscando agradar e seduzir o outro lado da tela com seus atores e suas performances irresistíveis.

Referências

- Atlas de cobertura da Rede Globo (2015). Direção Geral de Negócios. Disponível em <http://comercial2.redeglobo.com.br/atlasdecobertura/Paginas/Totalizador.aspx>. Acesso em setembro de 2015.
- Batista, A.L. de M. (2013). *"Noticiador-noticiado: Perfis de Jornalistas numa sociedade em midiatização"*. 196 f. Tese. (Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília). Universidade de Brasília, 2013.
- Calabrese, O. (1999). *A idade neobarroca*. Lisboa: Edições 70. 209 p.
- Fausto Neto, A. (2008). *Fragmentos de uma "analítica" da midiatização*. Matrizes: São Paulo, n. 2 p.89-105, abril.
- Fausto Neto, A. (2011). *Enfermidade em circulação: Sou eu mesmo que notícia o meu tratamento*. Galáxia. São Paulo, n. 22, dez.
- Fausto Neto, A. (2013). "Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação?", In: Fausto Neto, A; Braga, José Luiz; Ferreira, Jairo; Gomes, Pedro G. (Ed.). 10 *Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*, São Leopoldo: Editora Unisinos. pp. 43-64.
- Gomes, I. M. M. (2005). "Modo de Endereçamento no Telejornalismo do Horário Nobre Brasileiro: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão." In: INTERCOM 25, Rio de Janeiro: UERJ. p. 1-15. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/74277217742772103772621605140235486090.pdf>. Acesso em: 16 fev. 2015.
- JORNAL NACIONAL.(2015). Disponível em: <http://especial.g1.globo.com/jornal-nacional/50-anos-de-jornalismo>. Acesso em: 16 jul.2015.
- Lipovetski, G. y S. (2009). *Mídias culturais e cinema na era hipermoderna*. Porto Alegre: Sulina.325 p.
- Piccinin, F. "Narrativas de um real autenticado: notas sobre a grande reportagem na TV contemporânea". (2013). In: F. Porcello; A. Vizeu; I. Coutinho. (Org.). *Telejornalismo: nas ruas e nas telas*. Florianópolis: Insular, v. 1, p. 129-147.
- Piccinin, F. y Soster, D. (2012). "Da Anatomia do Telejornal Midiatizado: metamorfoses e narrativas múltiplas". *Brazilian Journalism Research (Online)*, v. 8, p. 118-134..

Soster, D. de A. (2009). O jornalismo em novos territórios conceituais: internet, midiatização e a reconfiguração dos sentidos midiáticos. 2009. 186 f. Tese de doutorado inédita. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo.

Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.

ISBN 978-987-702-177-6



UNR Universidad
Nacional de Rosario