

Visibilidade em fluxo: os níveis de circulação e apropriação midiática das imagens

Visibility in flows: levels of circulation and the media appropriation of images

Ana Paula da Rosa¹

Resumo:

A complexificação dos modos de ver, de nos expor, de simbolizar o mundo por meio de imagens não está diretamente ligada ao processo de circulação das imagens na midiatização? Para responder a esta pergunta, partimos da observação da inscrição das imagens na circulação, visando investigar quais lógicas acionam diferentes níveis/fluxos de movimentos em que uma imagem ora é inscrita num dispositivo de uma instituição midiática jornalística, ora é apropriada por atores sociais que constroem outros textos a partir da imagem primeira, tornando-se enunciadores mediáticos (CARLÓN, 2012), principalmente na web. Inicialmente evidenciam-se cinco movimentos ou níveis de circulação, partindo da hipótese de que há acionamentos distintos, conforme lógicas intra ou intermediáticas, que determinam o percurso das imagens e sua visibilidade e que se relacionam com a possibilidade de fixação de crenças (ROSA, 2012).

Palavras-chave:

Imagem; Midiatização; Circulação; Símbolo.

Abstract:

Is the complexity of ways of seeing, exposing us, symbolizing the world through images not directly connected to the circulation process of images in mediatization? To answer this question, we start observing the inscription of images in circulation, in order to investigate which are the logics that trigger different levels or movement flows in which an image is sometimes inscribed in a device of a journalistic media institution, or is appropriated by social actors who construct other texts from the first image, becoming media enunciators (Carlón, 2012), especially on the web. Initially five movements or levels of circulation are evidenced, starting from the assumption that there are different actuations, according to intra and inter media logics, which determine the path of images and their visibility and which are related to the possibility of belief fixation (ROSA, 2012).

Keywords:

Image; Mediatization; Circulation; Symbol.

¹Jornalista, mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná, doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos. Atualmente é docente e pesquisadora do Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos. E-mail: anarosa208@yahoo.com.br

1 As imagens que nos cercam e que cercamos

Partimos da ideia, neste texto, de que a imagem revela mais de quem a contempla do que de quem a produziu de fato, pois, como afirma Didi Huberman (1998), a imagem olha para quem a está olhando. Dietmar Kamper apresenta três funções básicas para a imagem: presença, representação e simulação técnica (KAMPER, 2001). A presença é o caráter mágico; já a representação carrega traços da imitação, que conforma imagens como imagens; e a simulação envolve a ilusão, inclusive a técnica. Tal ilusão técnica conta com os aparatos, que são produzidos de modo cada vez mais sofisticado.

Para Kamper, o mais contundente da imagem é o seu aspecto de uma eterna ausência, ou seja, a imagem como forma de superação de uma falta, sem que nunca de fato consiga se configurar naquilo que substitui. E aí reside parte do nosso encantamento: humanos que somos, nos tornamos imagem para fingir e nos afastar do fim mortal inegável ao homem, para conter a dimensão do tempo, mas acabamos antecipando, ainda que involuntariamente, este destino na própria produção das imagens. No entanto hoje, mais que conter o tempo, podemos também antever o tempo e até mesmo programar uma fotografia para autodestruição em 24h a partir dos aplicativos para *smartphones* como o *Snapchat*, atribuindo à imagem a ideia de uma presença fantasmagórica.

Podemos dizer, ainda, que estamos imersos em ambientes cercados por dois tipos de imagens: as endógenas e as exógenas. As primeiras, segundo Belting (2004), pertencem ao grupo das que estão em nosso imaginário, são interiores; já as últimas dizem respeito às imagens exteriores e que, na maioria das vezes, abastecem as do primeiro grupo, compondo nosso repertório iconográfico individual. Assim, um filme, uma fotografia, uma cena presenciada na rua, num jogo no computador, tudo fará parte daquilo que nos constitui.

Outro aspecto crucial para iniciarmos a discussão da mídiatização das imagens e sua circulação é a distinção entre imagens técnicas e tradicionais. Flusser (2008) entende por imagem técnica toda imagem pós-escrita, isto é, feita de pontos, *pixels*, portanto, uma imagem digital ou digitalizada. É uma imagem que não possui duas dimensões como a tradicional, ela é da ordem da

nulodimensão, pois é feita do grau zero do espaço. Desta forma, computadores, fotografias, filmes e TVs são portadores de informações.

Não mais vivenciamos, conhecemos e valorizamos o mundo graças a linhas escritas, mas agora graças a superfícies imaginadas. Como a estrutura da mediação influi sobre a mensagem, há mutação na nossa vivência, nosso conhecimento e nossos valores. O mundo não se apresenta mais enquanto linha, processo, acontecimento, mas enquanto plano, cena, contexto. (FLUSSER, 2008, p. 15).

Há aí a constatação de um duplo movimento. De um lado, o impacto dos meios de comunicação na sociedade, o que transformou os modos de mediação desse mundo, re-atribuindo à imagem um papel fundamental, uma vez que se considera que a própria escrita é uma derivação da imagem. De outro, a consolidação de um tipo abstrato de imagem, que independe do acontecimento para ser produzida.

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, p. 19).

Temos, assim, no cenário atual a convivialidade dos dois tipos de imagem, a técnica e a tradicional. Contudo, cada vez mais as imagens técnicas ganham espaço, principalmente na internet, em virtude dos processos de midiatização.

2 Midiatização: um processo de transformação social

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. Eliséo Verón (2013, p. 147) argumenta que a midiatização é “a sequência de fenômenos midiáticos históricos que resultam de determinadas materializações da semiose, obtidas por processos técnicos”.

Esta visada é importante porque apresenta a midiaticização como um conceito que foi evoluindo com o homem. Marcadamente, se acentua a partir da escrita e do surgimento das primeiras formas de gravação do som no século XIX. Contudo, se pensarmos a midiaticização não como um *continuum* no tempo, mas como um processo específico e demarcado, podemos estabelecer que o seu ponto de virada acontece, de fato, a partir da sociedade dos meios. Tal sociedade se configura, conforme Fausto Neto (2008), entre as décadas 70 e 90 com maior intensidade, quando os meios de comunicação, em especial os de massa, assumem uma centralidade nos processos de mediação, isto é, se popularizam e passam a organizar as interações, a partir de uma autonomia relativa, pois entram em jogo poderes, ideologias.

Neste sentido, Fausto Neto (2008) explica que a midiaticização 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. A partir disso a cultura da mídia deixa de estar 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 daquelas que não são.

Pedro Gilberto Gomes (2013, p. 136), por sua vez, destaca que a midiaticização 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”. E esse bios virtual gera um deslocamento: os meios não são mais centrais, portadores de discursos únicos; agora se proliferam, pulverizam, pertencendo a cultura de cada um e de todos, são absorvidos, deglutidos, apropriados, rompendo a possibilidade de linearidade e dificultando/tensionando os processos hegemônicos.

Diante dessa transformação, Andreas Hepp (2014) entende que a midiaticização é hoje uma chave para a compreensão da comunicação. Para ele, trata-se de um processo em que duas tradições entram em jogo: a institucionalista e a socioconstrutivista. A primeira está focada na discussão da mídia de massa tradicional, se refere a lógicas de mídia, mas não à sua apropriação social. Trata,

portanto, de estudos ainda voltados para a abordagem da sociedade dos meios, pois o que se destaca é o seu papel enquanto influência. Já a tradição socioconstrutivista nórdica está voltada para as práticas de comunicação cotidianas e, segundo Hepp (2014, p. 47), “especialmente aquelas relacionadas à mídia digital e à comunicação pessoal e enfoca a construção comunicativa em transformação da cultura da sociedade”. Assim, é necessário dizer, porém, que a perspectiva latino-americana, ou a adotada neste artigo, assume uma certa mescla entre as duas tradições nórdicas, pois as lógicas da mídia (inclusive a canônica) são vistas como as referências que constituem a base das práticas culturais e sociais atuais que se manifestam na circulação.

3 Circulação: locus de reconhecimento e partilha de um valor

Todo o sistema produtivo de sentidos conta, conforme Veron (1980), com produção, circulação e consumo, sendo fundamental, para abordar estes aspectos, descrever as condições de funcionamento de cada um. Para que estas etapas sejam realizadas ocorre, inevitavelmente, um jogo entre ideologias e poder que é apreendido a partir das marcas que ficam presentes nas matérias significantes. Dessa forma, sempre estarão em funcionamento gramáticas de produção e de reconhecimento, sendo que a circulação, por sua vez, se dá entre estas duas instâncias.

A circulação durante muito tempo foi vista como um desvio, uma defasagem entre produção e reconhecimento, mas ao longo dos anos o próprio Verón identificou que a circulação é muito mais que um espaço entre dois pólos e se configura numa zona onde o sentido se transforma. Na sociedade em vias de midiatização, Fausto Neto (2013, p. 47) destaca que a complexidade interacional “se acentua à medida em que a técnica, em vez de 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 socioetécnicas”. Acontecem, aí, acoplamentos de práticas discursivas, o que altera o modo como o sentido é produzido.

A circulação, em nossa perspectiva, surge quando há troca, isto é, reconhecimento de um valor, sempre que produção e recepção se dizem de acordo. Isto implica dizer que a circulação é um processo de igualdade em que produção e reconhecimento se ligam. Obviamente 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, p.55) afirma que a circulação desponta como um lugar de embates. Em nossa visada, há, portanto, uma negociação ou uma disputa almejando o poder de atribuir valor ao que deve ser visto, já que tratamos de imagens.

Tal lugar de disputas e trocas se configura no âmbito dos dispositivos midiáticos que, agora, articulam e agenciam produtores e consumidores que se revezam nestas funções. Isto é, temos a partir de Ferreira e Rosa (2011) 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, já que a mensagem que circula é também circular. 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, Instituições 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 intramediáticos (no âmago do dispositivo), como ressalta Ferreira (2013). A circulação intermediática, mais facilmente visualizada na distribuição, 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. Neste caso, 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 e valorizações em interação.

Já na circulação intramediática se percebe que no interior do próprio dispositivo há uma série de inscrições, idas e vindas, de processos circulatórios que se dão apenas dentro do limite do próprio dispositivo. 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, identifica-se que aquilo que está em jogo é o poder simbólico, e, portanto, a fixação de uma crença, uma vez que as fotografias veiculadas são estruturadas e passam a estruturar outras inscrições.

4 Os níveis de circulação e apropriação das imagens

Ao constatar que estamos cercados de imagens técnicas, percebe-se que estas ganham um novo status na ambiência intermediática, proliferando-se entre dispositivos e abastecendo o nosso imaginário. As imagens são não apenas a ilustração, fotos-documento, mas se constituem em textos e discursos que são postos em circulação. Isto acontece 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 (ASM), assim como uma fotografia postada em um dispositivo como o *Instagram* pode ganhar espaço

nos meios massivos, inclusive jornalísticos. Esta possibilidade de troca traz à tona uma problemática já levantada por Mário 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 midiáticas, faz-se necessário investigar como as imagens tradicionais e, especialmente, as técnicas circulam.

Este trabalho pretende apresentar, inicialmente, cinco movimentos ou níveis de circulação das imagens na midiática. Parte-se da hipótese de que há acionamentos distintos, conforme lógicas de circulação intra ou intermediáticas, 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 apropriada por atores sociais que constroem outros textos a partir da imagem primeira, num fluxo intermediático da circulação (ROSA, 2014; FERREIRA, 2009), tornando-se enunciadore mediáticos (CARLÓN, 2012), principalmente na web.

Quando pensamos os níveis de circulação é preciso ter claro que estes movimentos são iniciais, portanto, podem permitir novas aberturas e outras ligações, principalmente porque estão focados na articulação entre instituições midiáticas, em especial as jornalísticas, e atores sociais midiáticos, o que não significa que as imagens não circulem ou não sejam apropriadas por Instituições Não Midiáticas. Mário Carlón (2015) demonstra uma preocupação com as práticas de imagens na era da internet. Para ele, evidenciam-se 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 perspectiva de Carlón, mas trata de cadenciar os movimentos realizados entre instituições midiáticas e atores sociais.

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 valores encontram-se aspectos plásticos, mas também os 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. Empregamos, neste primeiro movimento, a metáfora do espelho para dizer que, num primeiro nível de circulação, partindo do jornalismo canônico para a inscrição em dispositivos midiáticos jornalísticos, há uma *tentativa de Espelhamento*. Tem-se então, diagramaticamente: Instituições Midiáticas Jornalísticas (IMJs) que atribuem valor a algumas imagens e inserem-nas na circulação para afetar Instituições Não Midiáticas (INMs) e especialmente Atores Sociais Mideiatizados (ASMs). Como exemplo tem-se o caso de Michael Jackson (Figura 01):

Fig. 1 – Caso Michael Jackson - imagem do mesmo período da carreira



Fonte: imagem capturada na rede²

²Disponível em:

<http://www.newseum.org/todaysfrontpages/default_archive.asp?fpArchive=062609> (ambas)
 Acesso em: 20/05/2016.

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 Midiatizados acolhem algumas imagens publicadas anteriormente nos dispositivos jornalísticos e as replicam em seus Dispositivos Midiáticos (DMs), como exemplo o *Facebook*, mas preservando o sentido original. Isto é, trata-se do 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, elas acabam se configurando como “emblemas”, na expressão de Durkheim. No caso Michael Jackson, por exemplo, as postagens se referiam à imagem do auge da carreira (Figura 02). Tem-se, então: ASMs que replicam imagens em seus DMs, reinserindo na circulação determinadas imagens e, portanto, reforçando um valor.

Fig. 2 – Fãs se chocam com morte do astro.



Fonte: imagem capturada na rede³

Não obstante, há uma terceira possibilidade, fruto do segundo movimento, já caracterizado como um uso. Aqui, a imagem que é inscrita na circulação pela instituição jornalística é acolhida pelos Atores Sociais Midiatizados que passam a inserir determinadas imagens em seus dispositivos midiáticos, porém, construindo

³Disponível em: <www.fakeprofile.com.br/blog>. Acesso em 12/03/2016.

outros textos, apenas 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 a imagem. Trata-se, então, do que denominamos de *Fagia Social*. Por que fagia? Fagia no sentido adotado por Flusser: 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, o olhar continua sendo tragado para as imagens totêmicas.

Neste caso, tem-se: ASM que inserem imagens jornalísticas em seus DMs, produzindo novos sentidos sobre elas, reforçando o valor das imagens, mas não necessariamente dos discursos anteriores. Ex. Teoria da Conspiração e a imagem das Torres Gêmeas (Figura 03).

Fig. 3 – Vídeo questiona sentido dos atentados, mas reforça imagem



Fonte: imagem capturada na rede⁴

Além disso, neste caso da Fagia Social se encaixam 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

⁴Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=i9I3y2k_wyQ>. Acesso em 20/05/2016.

enquadraria neste nível é o da mulher desconhecida que produziu um *selfie* no velório do ex-candidato à presidência Eduardo Campos. A produção da imagem demonstra o processo de midiatização social, pois a lógica da mídia se integrou ao cotidiano, fazendo com que o cidadão viva um “*bios virtual*”. No entanto, nem sempre estamos preparados para a capilaridade dos circuitos e das interações geradas a partir de nossas ações com dispositivos sociotécnicos.

A imagem do *selfie* foi transformada em *memes* que foram amplamente reiterados na internet com imagens como as Torres Gêmeas (Figura 04), a fotografia intitulada Napalm Girl (Figura 05) ou o registro da comemoração de um gol na derrota do Brasil para a Alemanha no 7 a 1 (Figura 06). 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.

Fig. 4 – Meme Torres Gêmeas



Fonte: imagem capturada na rede⁵

⁵Disponível em: <<http://blogs.ne10.uol.com.br/social1/2014/08/18/selfie-velorio-de-campos-vira-meme/>>. Acesso em 05/02/2016.

Fig. 5 – Meme Napalm Girl



Fonte: imagem capturada na rede⁶

Fig. 6 – Meme 7x1



Fonte: imagem capturada na rede⁷

No entanto, quando chegamos ao *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, em que os dispositivos midiáticos funcionam como vitrines das produções, uma vez que há o domínio das lógicas. É o que Proulx (2013) entende por apropriação, isto é, quando mais do que fazer uso, o objeto comunicacional está integrado ao cotidiano.

⁶Disponível em: <<http://blogs.ne10.uol.com.br/social1/2014/08/18/selfie-velorio-de-campos-vira-meme/>>. Acesso em 05/02/2016.

⁷Disponível em: <<http://blogs.ne10.uol.com.br/social1/2014/08/18/selfie-velorio-de-campos-vira-meme/>>. Acesso em 05/02/2016.

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. Surgem, assim, os *mashups* tanto para o entretenimento, caso dos videoclipes, como para protestos. Trata-se de um movimento *performático* ou, dependendo do caso, de *exibição/celebrização*. O que entra em jogo, aqui, são: ASMs que produzem imagens novas para a circulação, inserindo-as em dispositivos midiáticos múltiplos. O foco está no potencial de visibilidade e, portanto, na compreensão da circulação como um espaço de valor ou de disputa de valor. E mais que isso, os usos e as apropriações estão a serviço da midiaticização.

Um exemplo performático de circulação das imagens ocorreu nas manifestações de 2013, quando atores sociais midiaticizados produziram *mashups*, mesclando imagens novas, sob olhares distintos dos produzidos pelo midiático canônico, com imagens já veiculadas na mídia e também disponíveis em bancos de dados. Podemos destacar o vídeo Cálice, de Jardel José, postado no *Youtube* em <https://www.youtube.com/watch?v=JBW1jx28mig>, no qual o ator social utiliza imagens jornalísticas das manifestações de junho de 2013, bem como fotografias próprias (Figura 07) 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 (Figura 08), mas que não são imagens brasileiras.

Fig. 7 – Imagem do vídeo Cálice



Fonte: imagem capturada na rede⁸

⁸Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=JBW1jx28mig>>. Acesso em 20/05/2016.

Fig. 8 – Imagem do vídeo Cálice



Fonte: imagem capturada na rede⁹

Por fim, o *quinto* nível ou fluxo identificado é o da Instituição Midiática Jornalística (IMJ) que se apropria de imagem produzida por Atores Sociais Miatizados a partir de sua inscrição na circulação. Ocorre aí o que denominamos de *Fagia Midiática*. Este consumo de segundo nível 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 reconhecimento de uma produção imagética – uma exposição fotográfica, uma página da internet ou vídeo com muita repercussão que transforma o seu autor em 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 IM que se apropria da imagem inserida no DM dos Atores Sociais e a reinsere, reelaborando-a conforme seu fazer, em DMJ. Tem-se, assim, uma circulação a partir da circulação anterior. Como exemplo da

⁹Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=JBW1jx28mig>>. Acesso em 20/05/2016.

Fagia Midiática temos o caso do vídeo da morte do soldado do Exército Mikami na Operação de Pacificação da Maré¹⁰, 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 (Figura 09) foi postado em uma página do *Facebook* (*Fatos da Maré*) e apropriado pelo portal G1, entre outros sites e dispositivos jornalísticos, sem que se mencione a fonte do vídeo, assim como ocorre com a apropriação de imagens jornalísticas por parte dos atores sociais.

Fig. 9 – Soldado Mikami



Morreu o cabo do Exército baleado na cabeça enquanto fazia um patrulhamento no Conjunto de Favelas da Maré, Zona Norte do Rio, nesta sexta-feira (28). Michel Augusto Mikami tinha 21 anos e era de Vinhedo, no interior de São Paulo. Esta é a primeira morte de um militar das Forças Armadas desde o início do processo de pacificação, há seis anos, como mostrou o **Jornal Nacional**.

Um vídeo mostra o momento em que o cabo foi socorrido por médicos e militares logo após o ataque (veja acima).

Em nota, o governador Luiz Fernando Pezão lamentou a morte do militar e reafirmou que o seguirá firme no processo de ocupação das favelas. "Minha solidariedade à família do militar, que perdeu a vida na defesa da paz. Vamos perseguir até o fim a pacificação na Maré e em outras comunidades do Rio. Nada nos fará recuar", disse.

A presidente da República Dilma Rousseff também expressou seu pesar por meio de nota. O comunicado ressaltou que o militar "morreu no cumprimento do dever, na missão de pacificação empreendida pelo Exército Brasileiro". "Quero expressar minha dor e minha solidariedade à família e aos amigos de Michel", disse a presidente.

Fonte: imagem capturada na rede¹¹

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

¹⁰Empírico 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.

¹¹Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/11/morre-cabo-do-exercito-baleado-na-cabeça-em-ataque-na-mare-rio.html>>. Acesso em 20/05/2016.

atribuição de valor e possibilidade de fixação de crenças, percebe-se um esforço de fixação de valor, de chancela ao visível nas imagens que são apresentadas a partir do nível um, ou movimento um, isto é, aquelas que têm como base as Instituições Midiáticas Jornalísticas. Tal esforço é ancorado pela metáfora do espelho, mas o espelho só funciona se refletir. Assim, o segundo movimento seria o acolhimento destas imagens e sua replicação. Talvez se estivéssemos na sociedade dos meios teríamos apenas estes movimentos.

No entanto, ante um processo de midiatização, 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. Neste sentido, temos uma elaboração segunda, mas que preserva as imagens escolhidas por sua força simbólica. Assim, mesmo o *meme* ou a crítica ao discurso jornalístico reiteram 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 detrimento de outras, em diversos dispositivos midiáticos diferentes, fazendo com que a imagem escolhida possa, posteriormente, adquirir vida própria na circulação. Em outras palavras, que possa 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 (IMJ) e Atores Sociais Midiatizados (ASMs) ou, como define Carlón, entre enunciadores midiáticos. Contudo, cabe a ressalva de que o fato de termos mais enunciadores não significa mais imagens, pois as imagens técnicas são, ao contrário, a transformação em superfície das imagens tradicionais. Isto 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 Mdiatizados 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 midiatização, assim como a da técnica, estão completamente apropriadas, fazem parte do agir social. Os Atores Sociais, mais do que entrar no jogo da circulação, produzem materiais significantes imagéticos para seus Dispositivos Midiáticos múltiplos, que seguem as mesmas regras do jornalístico, com o propósito da visibilidade social. Encontram, desse modo, um espaço propício para identificarem 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, sejam novas ou apenas a convocação das já instauradas. Os *mashups*, por exemplo, que 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 se tornou receptáculo de imagens, um banco 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. Mas a Fagia Midiática não significa reconhecimento do valor do ator social em todas as vezes em que é acionado. Ela demonstra, por um lado, a crise do próprio jornalismo que consome as imagens, transformando-as em sua limitação e que, assim, deixa 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.

Desse modo, 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 que, por isso, não são excludentes. É possível Espelhar, Refletir e envolver-se na *Fagia Social*. A partir dela um Ator Social pode apropriar-se, 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 Midiatizados, popularizando seu modo de fazer e seus aplicativos, que estes atores 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, pensar a midiatização das imagens é pensar na tríade de Kamper: imagem como presença, representação e simulação técnica ante a complexificação do processo comunicacional, quando Instituições Midiáticas Jornalísticas e Atores Sociais Midiatizados se autonomizam e, ao mesmo tempo, se fundem como uma fita Möbius¹², ou seja, a visibilidade se dá em fluxos.

REFERÊNCIAS

BAITELLO JR, Norval. **A serpente, a maçã e o holograma**: esboços para uma teoria da mídia. São Paulo: Paulus, 2010.

BAITELLO JR, Norval. **A era da iconofagia**: ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

BELTING, Hans. **Pour une anthropologie des images**. Paris: Gallimard, 2004.

¹²É uma fita que possui apenas um lado, uma orientação. Embora pareça ter dois lados, representa um caminho sem fim, nem início, tornada conhecida em 1858 pelo matemático August Ferdinand Möbius.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus Campus. In: JANOTTI JR, Jeder; MATTOS, Maria Angela; JACKS, Nilda. **Mediação & Mdiatização**. Salvador: EDUFBA, Brasília COMPOS, 2012.

BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antonio; GOMES, Pedro Gilberto (Orgs). **Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 2013.

CARLON, Mario; FAUSTO NETO, Antonio. **Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación**. Buenos Aires: La Crujía, 2012.

CARLON, Mario. **Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos**. Buenos Aires: La crujía, 2004.

CARLON, Mario. Material de aula inaugural no PPG em Comunicação da Unisinos. São Leopoldo, 2015. (Apresentação em *Power Point*).

DONDIS, A Dondis. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma analítica da midiatização. **Revista Matrizes**, São Paulo, n. 2, abril de 2008. Disponível em <http://200.144.189.42/ojs/index.php/MATRIZES/article/viewArticle/5236> (acesso em 17/07/2015)

FAUSTO NETO, Antonio. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antonio; GOMES, Pedro Gilberto (Orgs.). **Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 2013. P. 43-64.

FERREIRA, Jairo. 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, 2007.

FERREIRA, Jairo. Epistemologia e novo habitus: o caso como conhecimento social e individual. **Ícone**, Recife, v. 11, p. 1-12, 2009.

FERREIRA, Jairo. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições? In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antonio; GOMES, Pedro Gilberto (Orgs.). **Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 2013. p. 140-155.

FERREIRA, Jairo; ROSA, Ana Paula da. Mdiatização e poder. In: TEMER, Ana Carolina Rocha (Org.). **Mídia cidadania e poder**. Goiânia: FACOMB/ FUNAPE, 2011.

FERREIRA, Jairo; ROSA, Ana Paula da. Esquemas para análise da circulação: sistematizações e proposições. Seminário de Aportes, 2015. [Texto em construção].

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008.

FLUSSER, Vilém; CARDOSO, Rafael (Org.). **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

GOMES, Pedro Gilberto. Como o processo de midiatização (um novo modo de ser no mundo) afeta as relações sociais? In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antonio; GOMES, Pedro Gilberto (Orgs.). **Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 2013. p. 127-139.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 8. n. 1, Jan/jun/2014. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82930>>. Acesso 05/05/2015.

HUBERMAN, Didi. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Editora 34, 1998.

KAMPER, Dietmar. Imagem. In: **Cosmo, corpo, cultura: enciclopédia antropológica**. A cura de Christoph Wulf. Milano: Ed. Mondadori, 2002.

KLEIN, Alberto; ROSA, Ana Paula. Atentado em imagens: sincronização e circularidade na mídia. **Grhebh: Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia**. São Paulo, n. 08, julho, 2006.

PROSS, Harry. **Estructura simbólica del poder**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1980.

PROULX, Serge. Estudos de recepção em contexto de mutação da comunicação: rumo a uma quarta geração? In: **Questões transversais: Revista de Epistemologias da Comunicação**, São Leopoldo, v. 1, n. 2, julho/dezembro/2013.

PROULX, Serge. Mutações da Comunicação: Emergência de uma cultura da contribuição na era digital. In: Seminário do projeto Midiatização, técnica e tecnologias de informação e comunicação, 2., 2013. São Leopoldo, **Anais...** 2013. (Transcrição).

RODRIGUES, Adriano. **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, Ana Paula. **Imagens-totens em circulação: a chancela jornalística no caso Michael Jackson.** **E-Compos**, São Paulo, v. 17, n. 2, 2014. Disponível em <<http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewArticle/1052>>. Acesso em 20/01/2016.

ROSA, Ana Paula. **Imagens-Totens: a fixação de símbolos nos processos de midiaticização.** 360 p. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, 2012. Disponível em: <<http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/000003/0000033A.pdf>>. Acesso em: 20/01/2016.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede.** Petrópolis, Vozes, 2002.

SONTAG, Susan. **Ao mesmo tempo: ensaios e discursos.** São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

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

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

VERÓN, Eliseo. **A produção do sentido.** São Paulo: Cultrix, 1980.

Recebido em: 19.06.2016

Aceito em: 23.08.2016