

“ANTES LONGE ERA DISTANTE; HOJE LÁ TRÁS DOS MONTES, DEN DE CASA, CAMARÁ”: CONSIDERAÇÕES A RESPEITO DAS TRANSFORMAÇÕES RESULTANTES DA VISIBILIDADE MEDIADA

Kellen Ceretta¹; ke.ceretta@gmail.com

Rosana Maria Ribeiro Borges²; rosana_borges@ufg.br (coautora)

RESUMO

Este artigo discute a relação entre comunicação e a globalização, analisando as transformações decorrentes desses dois fenômenos. O argumento central é que a globalização das comunicações – e suas evoluções tecnológicas – permitiu que a mídia desempenhasse um papel importante na promoção de debates públicos e, conseqüentemente, na busca de mudanças na sociedade, ao possibilitar maior visibilidade aos cidadãos. Para embasar essa discussão, utilizamos os conceitos de visibilidade e sociedade em rede propostos pelos pesquisadores Thompson e Castells, respectivamente. Por fim, entende-se que tal visibilidade trouxe ferramentas para que os cidadãos não só se informassem sobre assuntos variados mundo afora, como também fizessem uso das mídias comunicacionais para exercerem a cidadania, reivindicando seus direitos e buscando solucionar problemas no meio onde estão inseridos.

PALAVRAS-CHAVE

Visibilidade. Comunicação. Jornalismo. Globalização. Sociedade em rede.

1. INTRODUÇÃO

Antes mundo era pequeno porque terra era grande. Hoje mundo é muito grande porque terra é pequena. Do tamanho da antena parabólicamará. Volta do mundo, camará. Mundo dá volta, camará. Antes longe era distante. Perto, só quando dava. Quando muito, ali defronte e o horizonte acabava. Hoje lá trás dos montes, den de casa, camará. Volta do mundo, camará. Mundo dá volta, camará (Parabólicamará, 1991).

Nada mais propício que introduzir este trabalho com uma parte da letra da música Parabólicamará, gravada em 1991, do cantor e compositor Gilberto Gil. Nessa canção, Gil apresentou, de forma poética, os avanços técnicos e tecnológicos que se

¹ Doutoranda em Comunicação, na linha de Mídia e Cultura (FIC-UFG); Mestre em Comunicação (UFMA); Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo (UFMA); Licenciada em História (UEMA).

² Pós-doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ); Doutora em Geografia (UFG); Mestra em Educação Brasileira (UFG); Bacharel em Comunicação Social (UFG). Professora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (UFG).

desdobravam após a década de 1980 e começo da década de 1990 – a década em que o mundo estava conhecendo a Globalização. De acordo com o cantor, a palavra "Parabolicamará" é uma junção de "parabólica" (referindo-se à antena parabólica) e "Amará", que é uma forma conjugada do verbo "amar" e a letra da música trata sobre a influência da tecnologia e das mídias comunicacionais na sociedade contemporânea; as suas estrofes fazem referências a temas como comunicação, globalização e os efeitos da modernidade nas relações humanas.

Esses avanços, como, por exemplo, a disseminação das antenas parabólicas, captados pelo compositor em sua canção, são observações no que Santos (2008) compreende como "meio técnico-científico-informacional", ou seja, agora os avanços científicos são concretizados em técnicas e estas, por sua vez, modificam a maneira como os indivíduos interagem com o meio em que estão inseridos (Santos, 2008). Ainda de acordo com o autor, em momentos anteriores da vida humana, as atividades dependeram da técnica e da ciência, todavia, após a Globalização, há uma "interdependência da ciência e da técnica em todos os aspectos da vida social, situação que se verifica em todas as partes do mundo e em todos os países". (Santos, 2008, p. 117).

Nessa perspectiva, a ciência e a tecnologia estão entrelaçadas, influenciando-se mutuamente e dependendo uma da outra para progredir. À essa interdependência entre a ciência e a técnica, incluímos, também, a comunicação, já que ela é diretamente impactada pelos avanços científicos e tecnológicos, influenciando sua forma, alcance – diminuindo distâncias e ultrapassando barreiras geográficas – e eficácia. Por sua vez, os meios de comunicação desempenham um papel fundamental na disseminação e popularização da ciência e tecnologia, além de influenciar a forma como as pessoas interagem e acessam informações. E é justamente isso o que Gil (1991) retratou em sua canção ao dizer que antes o mundo era longe e hoje ele está dentro de casa.

É partir dessas reflexões que este trabalho se desenvolve, com o objetivo de discutir as transformações decorrentes dos processos de comunicação e globalização, mais precisamente na importância das mídias comunicacionais no mundo contemporâneo, que, segundo Thompson (2008), modificou a natureza das

interações sociais, uma vez que possibilitou aos cidadãos maior visibilidade, tanto na percepção de mundo ao redor, como também na visibilidade do próprio indivíduo no âmbito dos debates públicos. Para embasar esta discussão, tomaremos como apoio os conceitos de visibilidade, desenvolvido por Thompson (2002; 2008) e sociedade em rede de Castells (2002).

É importante ressaltar que a discussão foi desenvolvida durante a disciplina de Teorias da Comunicação, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás, e surgiu da inquietude em compreender como as transformações decorrentes dos processos de comunicação e globalização, especialmente a disseminação das mídias comunicacionais, têm impactado as interações sociais e a percepção dos cidadãos com relação ao jornalismo.

A pesquisa é de cunho qualitativo e tem como objetivo trazer reflexões a respeito do processo comunicacional na contemporaneidade, principalmente no que diz respeito à visibilidade possibilitada aos cidadãos. Para isso, utiliza-se como base metodológica a pesquisa bibliográfica, ou seja, a exploração de discussões e teorias já publicadas sobre o tema em questão. A pesquisa bibliográfica tem sua importância em buscar identificar os estudos científicos relevantes sobre o tema a ser investigado. É essencial na elaboração de um projeto científico, oferecendo uma compreensão mais aprofundada do fenômeno em estudo (Sousa; Oliveira; Alves, 2021).

2. A COMUNICAÇÃO NA ERA DA GLOBALIZAÇÃO: A SOCIEDADE EM REDE

A comunicação - e os processos comunicativos - representa um dos fenômenos mais importantes do mundo globalizado, do final do século XX e começo do século XXI, moldando de maneira significativa as esferas social, cultural e econômica em todo o mundo. A crescente interconectividade e a rápida disseminação da informação têm sido os principais pilares dessa transformação, redefinindo as relações de poder e o acesso à informação de maneiras profundas e complexas.

Com relação à essas transformações, Castells (2002) cunhou o conceito de "sociedade em rede", que frequentemente em discussões nas quais explora o impacto das tecnologias da informação e da comunicação no mundo contemporâneo (e

globalizado) e como essas transformações têm moldado a sociedade, a cultura e a economia global. Para o autor, as redes são consideradas a nova estrutura social de nossas sociedades, e “a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura” (Castells, 2002, p. 497). As redes se constituem como uma das bases fundamentais da organização social na era da globalização e informação.

Essas redes, de acordo com Castells (2002), são padrões flexíveis e descentralizados de conexões entre diferentes nós ou atores, que podem ser indivíduos, organizações, instituições ou até mesmo dispositivos eletrônicos conectados à internet. Essas conexões permitem a troca de informações, conhecimento, recursos e influências em escala global, tornando-se a base para a construção das relações sociais, culturais e econômicas. As redes podem ser formadas tanto pelas tecnologias de comunicação e informação, como a internet e as redes sociais, quanto por interações presenciais ou mistas - *online* e *offline*. A essência principal reside na capacidade dessas redes em estabelecer conexões entre indivíduos e grupos em tempo real, permitindo uma comunicação instantânea e uma colaboração mais ágil e dinâmica. E estão aumentando de modo exponencial, "criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela" (Castells, 2002, p. 40).

As redes podem ser consideradas como um novo modo de organização social e uma lógica de funcionamento que permeia todas as esferas da sociedade, incluindo a política, a economia, a cultura e as relações interpessoais, ou seja, são tidas como algo maior para a estrutura social do que uma simples infraestrutura tecnológica (Castells, 2002).

Esta sociedade em rede é a sociedade que eu analiso como uma sociedade cuja estrutura social foi construída em torno de redes de informação microeletrônica estruturada na internet. Nesse sentido, a internet não é simplesmente uma tecnologia; é um meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades; é o equivalente ao que foi a fábrica ou a grande corporação na era industrial. A internet é o coração de um novo paradigma sociotécnico, que constitui na realidade a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação. O que a internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos (Castells, 2003, p. 287).

As trocas de informações também foram alteradas por essas conexões, se tornando mais facilitadas, e conseqüentemente mais intensificadas, fazendo com que as fronteiras tradicionais se tornassem menos relevantes. Essa troca intensificada de informações também resultou em uma rápida disseminação de notícias e conteúdos em escala global. E, nesse contexto, aquilo que era invisível se tornou acessível para conhecimento de todos, mesmo que o público estivesse longe do local do acontecimento (Thompson, 2008), o que Thompson (2008), vai chamar de visibilidade mediada – um fenômeno em que a percepção do mundo é mediada e moldada pela mídia. Conseqüentemente, o fazer jornalístico também foi modificado, principalmente com a ascensão da internet mais interativa, popularizada no início dos anos 2000.

O campo da visão é ampliado espacialmente e pode também ser alargado temporalmente: uma pessoa pode testemunhar "ao vivo" eventos que acontecem em lugares distantes, isto é, no momento em que ocorrem; uma pessoa pode ainda testemunhar eventos distantes ocorridos no passado e que, graças à capacidade de preservação do meio, podem ser re-apresentados no presente (Thompson, 2008, p. 21, grifos do autor).

E já que a discussão adentrou nas práticas jornalísticas, para uma melhor análise das mudanças no jornalismo se faz necessário deliberarmos sobre a função do jornalismo. Também é preciso apresentar o recorte temporal a que a discussão se refere, que é o jornalismo que é feito nas últimas décadas do século XX até os dias atuais, período marcado pelos avanços tecnológicos, disseminação e aumento de usuários da internet, amplo uso de dispositivos móveis, popularização de mídias sociais, entre outros, isto é, a quarta fase do jornalismo, chamada de "jornalismo de comunicação", proposta por Charron e De Bonville (2016), na qual possui como principal elemento a comunicação com o público. Os autores analisam as mudanças do jornalismo no decorrer do tempo e apresentam uma divisão histórica que está baseada em quatro princípios ou paradigmas: 1) o jornalismo de transmissão; 2) o jornalismo de opinião; 3) o jornalismo de informação; e 4) o jornalismo de comunicação.

2.1 A respeito da função do jornalismo

A visibilidade mediada (Thompson, 2008) se refere ao modo como a mídia influencia e molda a percepção do público com relação aos eventos, questões e acontecimentos por meio da seleção, interpretação e apresentação das informações à sociedade. O jornalismo é tido como elemento essencial nesse processo, uma vez que atua como um dos principais mediadores entre os eventos e os cidadãos.

É sabido que os jornalistas possuem grande relevância na sociedade, sendo responsáveis por informar os cidadãos apresentando informações precisas e relevantes, capaz de proporcionar sensações no público que a consome. Gomis (1991) vê as 'verdadeiras' notícias como aquelas que são incorporadas ao diálogo e influenciam nas condutas pessoais dos cidadãos e afirma que "o que não se comenta não produz efeitos de notícia" (1991, p.16). Amaral (1982), por sua vez, afirma que a notícia é a informação atual, verdadeira, repleta de interesse da sociedade e que é capaz de aguçar a curiosidade e chamar a atenção de muitos indivíduos.

Além da precisão e relevância da informação, os jornalistas também têm a função de torná-la acessível ao público. Isso vai além de disponibilizar a informação gratuitamente e de fácil acesso; também implica em tornar a informação compreensível, traduzindo termos técnicos para uma linguagem mais acessível. Segundo Kovach e Rosenstiel (2003), o principal objetivo do jornalismo é capacitar os cidadãos fornecendo-lhes a informação necessária para serem livres e autônomos. Portanto, é através da informação acessível que os indivíduos, sendo independentes, podem monitorar e questionar as ações dos líderes políticos, uma vez que estão informados sobre suas atividades.

Apesar da proliferação e acesso rápido de variados tipos de informação na internet, a grande mídia ainda é um espaço fundamental na disseminação de discursos com impacto público (Sousa, 2009). Reginato (2016) argumenta que o jornalismo é necessário na caracterização da vida pública, já que é ele que "seleciona o que é relevante de ser visto, o que merece atenção, controla o que e quem tem visibilidade, visibiliza ou oculta problemas sociais" (Reginato, 2016, p. 215). Mesmo que o jornalismo não seja o único catalisador da ação cidadã, não influencie conforme

esperado, ou não conduza diretamente a consequências políticas ou engajamento político, ainda assim mantém sua relevância ao cumprir seu papel fundamental para a democracia (Sousa, 2009).

E é nesse contexto, do paradigma do jornalismo de comunicação (Charron e De Bonville, 2016), impulsionado pela globalização e, conseqüentemente, pelo avanço da internet e o crescimento exponencial das mídias sociais, que o fazer jornalístico tem sido transformado dia após dia e, à vista disso, qualquer pessoa com aparatos tecnológicos e acesso à internet pode não só ter acesso a informações em tempo real, como também pode capturar e compartilhar acontecimentos em tempo real, podendo se tornar os ‘olhos e ouvidos’ de muitos profissionais jornalistas.

3. AS PERSPECTIVAS DA NOVA VISIBILIDADE

O surgimento e, conseqüentemente, o avanço, da internet e das novas tecnologias, impulsionaram os meios de comunicação, transformando a maneira como o jornalismo é produzido, consumido e compartilhado. Essas mudanças têm impactado de maneira significativa não apenas a prática jornalística, mas também na sociedade em geral, aproximando os cidadãos dos eventos locais e nacionais. Atualmente, as pessoas estão muito mais informadas, não apenas sobre os acontecimentos no meio em que estão inseridas, mas também sobre eventos ao redor do mundo, o que influencia não apenas na percepção global, mas também nas interações sociais.

De acordo com Thompson (2012), o avanço e o desenvolvimento dos meios de comunicação vão além de apenas estabelecer novas redes de transmissão de informações entre pessoas cujas relações sociais permanecem inalteradas. Na verdade, esse progresso traz consigo novas maneiras de agir, interagir e estabelecer relações sociais, que diferem significativamente das que predominaram na maior parte da história humana.

É nesse sentido que Thompson (2008) vai falar da “nova visibilidade”, vinculada às novas abordagens de ação e interação introduzidas pela mídia.

É isto que tenho tentado mostrar quando desenvolvo uma teoria social da mídia em *The Media and Modernity (A mídia e a modernidade)* e em outros lugares. Minha perspectiva pode ser entendida como uma “teoria interacional” da mídia, pois analiso os meios de comunicação em sua relação com as formas de interação que eles tornam possíveis e das quais eles são parte. As mídias comunicacionais não se restringem aos aparatos técnicos usados para transmitir informações de um indivíduo a outro enquanto a relação entre eles permanece inalterada; ao contrário, usando as mídias comunicacionais “novas” formas de agir e interagir são criadas considerando-se suas propriedades distintivas específicas (Thompson, 2008, p. 17, grifos do autor).

O autor fundamenta sua teoria ao descrever três formas fundamentais de interação: 1) face a face; 2) mediada; e 3) quase-interação mediada. A interação face a face ocorre quando os participantes estão diretamente presentes um para o outro, compartilhando um contexto de copresença. Geralmente, essa interação é dialógica, permitindo um fluxo bidirecional de comunicação e informações. Ela também envolve o uso de várias referências simbólicas, como palavras, gestos, expressões faciais e entonação, para transmitir e interpretar mensagens entre as pessoas (Thompson, 2008). Na interação mediada, o contexto se estende ao longo do espaço e pode ser ajustado no tempo. Os atores das mensagens compartilhadas geralmente estão separados fisicamente, o que influencia a dinâmica da interação. Exemplos disso incluem escrever cartas e falar ao telefone, que requerem o uso de meios para se comunicar com pessoas que estão distantes (em termos de tempo e espaço). Nesse contexto, os participantes devem incluir informações contextuais, como local e data em cartas, ou identificação no início de uma ligação. Além disso, a interação mediada frequentemente implica em uma redução de referências simbólicas em comparação com a interação face a face (Thompson, 2008).

Já a quase-interação mediada é um tipo diferente de interação, presente na produção e recepção de materiais como livros, jornais, rádio, programas de televisão, filmes, entre outros. Nessa forma de interação o espaço e o tempo são distendidos, também há uma escassez de referências simbólicas, similar a outros tipos de interação mediada. No entanto, nessa forma de interação ainda existem duas características: primeiro, a quase-interação mediada é direcionada a um número indefinido de receptores potenciais, ou seja, tem um fim relativamente aberto; e, ao contrário de interações como escrever cartas ou fazer uma chamada telefônica, a

quase-interação mediada é predominantemente monológica, com um fluxo comunicativo em grande parte em uma única direção (Thompson, 2008).

Apesar de menos recíproca e pessoalmente específica do que outras formas de interação, a quase-interação mediada ainda estabelece situações sociais em que os indivíduos se conectam por meio de processos de comunicação e troca simbólica. “Ela cria também diversos tipos de relacionamentos interpessoais, vínculos sociais e intimidade (o que chamo de “intimidade não-recíproca à distância”)” (Thompson, 2008, p. 19, grifos do autor). E é decorrente dessas novas formas de interação que o autor traz a visibilidade mediada, que também é influenciada pela mídia eletrônica, uma vez que

A mídia eletrônica permitiu que a informação e o conteúdo simbólico fossem transmitidos por largas distâncias com pouco ou nenhum atraso. Dessa forma, a mídia eletrônica gerou um tipo de visibilidade que se caracterizava, ao menos por princípio, pelo que poderíamos chamar “simultaneidade desespacializada”: pessoas distantes poderiam fazer-se visíveis praticamente no mesmo instante; poderiam ser ouvidas no exato momento em que falavam; vistas no mesmo momento em que agiam, embora não compartilhassem a mesma esfera espacial com os indivíduos para quem se faziam visíveis (Thompson, 2008, p. 23, grifos do autor).

A nova visibilidade, ou a visibilidade mediada, permitiu que os cidadãos se envolvessem em debates e discussões sobre os acontecimentos em uma fase mais avançada do processo. Mais bem informados, esses indivíduos podem formar opiniões fundamentadas e participar ativamente de debates, buscando melhorias e mudanças. E é aqui que, ousamos dizer, reside o outro lado da visibilidade. Se por um lado a visibilidade proporcionada pela globalização trouxe o mundo para dentro das casas dos cidadãos, por outro lado, ela deu voz, tornando-os visíveis às instituições públicas, por exemplo.

Objetivando aproximar a prática jornalística do cidadão comum e, conseqüentemente, atender às suas necessidades, os jornalistas cada vez mais tem estimulado a participação dos cidadãos em relação aos assuntos que os afetam. Ferreira (2013), inclusive, identifica três áreas que caracterizam isso no jornalismo: a) deliberação pública; b) solução de problemas da comunidade; e c) construção e/ou fortalecimento dos laços comunitários. E os cidadãos cada vez mais procuram as

redações jornalísticas com o intuito de resolver e/ou debater algum assunto que lhe diz respeito, seja individual ou comunitário.

4. UM OLHAR PARA A NOVA VISIBILIDADE E AS MUDANÇAS NO AGIR E INTERAGIR DO CIDADÃO COMUM

Thompson (2008) apresenta vários debates relacionados às mudanças na forma de agir e interagir trazidas pela nova visibilidade – expressão criada pelo autor. A partir dessas deliberações, elaboramos uma discussão própria sobre as novas maneiras de agir e interagir dos cidadãos, a partir da visibilidade mediada.

A princípio, e de acordo com Thompson (2008), entendemos como visibilidade mediada o fenômeno no qual a sociedade é influenciada pela mídia e as tecnologias de informação, ou seja, a mídia possui um papel muito importante na construção de realidades sociais, uma vez que torna visível eventos, pessoas e problemas que seriam inacessíveis de outra forma. Além disso, a visibilidade mediada também pode produzir novas formas de interação social através das mídias comunicacionais e outras plataformas digitais, nas quais os cidadãos podem interagir com pessoas de diferentes contextos e compartilhar experiências e opiniões. E, como afirma o autor, "a visibilidade mediada foi um presente para os adeptos da utilização da mídia para melhorar a imagem ou atingir seus objetivos" (Thompson, 2002, p. 25).

Na sociedade contemporânea, muitos cidadãos têm utilizado dessa visibilidade proporcionada pelos meios de comunicação para mobilizarem-se, seja fiscalizando as instituições ou atores públicos, seja reivindicando os seus direitos. Wolton (2004) vai fazer que a comunicação – que aqui entendemos como as mídias comunicacionais e, também, pelo jornalismo – é essencial para a existência da democracia. Dessa forma, o jornalismo pode possibilitar oportunidades para que os cidadãos conheçam seus direitos e, ao mesmo tempo, pode ser utilizado como uma ferramenta pelos cidadãos para exigir o cumprimento desses direitos pelos governos.

Desde muito tempo os cidadãos buscam espaços para a reivindicação dos seus direitos. Na Grécia Antiga, na cidade-estado de Atenas – considerada o berço da democracia –, a população se reunia na Ágora, uma espécie de praça pública

destinada para as funções públicas, com a finalidade de discutir e decidir sobre temas que estavam ligados à vida dos atenienses. É na Grécia Antiga que também vai surgir a noção de *isegoria*, isto é, o direito dos cidadãos de manifestar suas opiniões como também serem ouvidos na resolução de problemas referentes à pólis (Chauí, 1995).

Trazendo isso para a sociedade contemporânea, Porcello (2006) faz uma analogia entre a televisão, especialmente o papel do telejornalismo, e a ágora grega, concebendo-a como uma nova forma de espaço público de debate e interação, "por ela representar o meio com maior alcance e visibilidade" (Porcello, 2006, p. 86). Dando a sua contribuição, Rocha (2018) vai dizer que por a televisão contar com maior visibilidade e alcance de pessoas, se torna um meio de comunicação propício para a discussão de questões sociais. "As pessoas não querem só informação na mídia, mas também e fundamentalmente ver-se, ouvir-se participar, contar o próprio cotidiano para si mesmas e para aqueles com quem convivem. A informação serve de cimento social" (Maffesoli, 2004, p.23).

O telejornalismo, para muitos, é considerado "um lugar de referência" (Vizeu, 2009) e um espaço para a construção de significados. Por isso, quando os cidadãos buscam esse meio para se informar, também o procuram para ter voz ativa. Paternostro (2006) ressalta a importância da televisão nesse processo, afirmando que ela é um meio de comunicação capaz de transformar a vida dos cidadãos, que "muda conceitos, forma opiniões, cria hábitos, inspira comportamentos, reduz distâncias, aproxima" (Paternostro, 2006, p. 20).

A partir da visibilidade mediada muitos cidadãos se apropriam das mídias comunicacionais para serem vistos/ouvidos e assim resolver algum problema, seja ele individual ou da comunidade na qual está inserido. Para exemplificar esse modo de agir, trazemos como exemplo a pesquisa de mestrado de uma das autoras do artigo, cujo resultados indicam que muitos dos cidadãos que declararam participar com os telejornais da cidade de Imperatriz-MA, enviando conteúdo que julgavam ser noticiosos (vídeos, fotos e/ou sugestão de pautas), o fizeram em busca da resolução de problemas referente ao local em que estão inseridos ou individuais. Eles acreditam no 'poder' que esses telejornais possuem para solucionar contratempos que surgem na comunidade e que, embora esses problemas não sejam resolvidos de maneira rápida,

ainda assim terão visibilidade quando televisionados, chamando a atenção das autoridades políticas, como também dos cidadãos (Ceretta, 2022).

A visibilidade introduziu novas maneiras de agir e interagir aos cidadãos, modificando a forma como se envolvem na sociedade. Hoje, entende-se que a interação entre as pessoas é frequentemente mediada pelas novas mídias, onde compartilham informações, opiniões e experiências de forma instantânea e global. E, com relação aos meios de comunicação, eles não apenas se informam através desses meios, como também os utilizam como ferramentas para exercerem sua cidadania.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo teve como finalidade trazer algumas reflexões a respeito da visibilidade mediada (Thompson, 2002; 2008) e as transformações, trazidas por esse fenômeno, na sociedade contemporânea. Essas reflexões partiram do pressuposto de que a visibilidade apresentou meios para que os indivíduos não só se informassem sobre assuntos variados em escala global, modificando o modo como percebem o mundo, como também fizessem uso das ferramentas comunicacionais, principalmente do jornalismo, para exercerem a cidadania, reivindicando seus direitos e/ou buscando resolver problemas sociais, por exemplo.

Por meio da discussão apresentada, podemos compreender que a visibilidade mediada transformou a forma como os cidadãos agem e interagem na sociedade contemporânea. A globalização das comunicações, impulsionada pela internet e pelas mídias sociais, permitiu que pessoas de diferentes contextos se conectassem instantaneamente, ultrapassando barreiras geográficas e culturais. Essa nova visibilidade proporcionou aos cidadãos acesso em larga escala a informações tanto locais, como globais, fazendo com que se tornassem mais informados e conscientes dos acontecimentos ao redor do mundo.

Por sua vez, sociedade em rede, conforme conceituada por Castells (2002; 2003), emerge como uma nova forma de organização social, na qual as redes de informação e comunicação desempenham um papel central no mundo contemporâneo. As interações sociais são agora mediadas por essas redes,

permitindo a troca rápida de informações, conhecimentos e influências em escala global. Nesse contexto, os meios de comunicação têm um papel fundamental, disseminando informações relevantes para a sociedade.

A visibilidade mediada, introduzida por Thompson, revela-se como um elemento-chave na transformação das formas de agir e interagir dos cidadãos. Através das mídias comunicacionais, as pessoas se tornam visíveis ao público em geral, o que possibilita a participação ativa nos debates públicos e nas questões sociais. Os cidadãos agora têm a oportunidade de usar as mídias comunicacionais para expressar suas opiniões, exigir seus direitos e buscar soluções para os problemas enfrentados em suas comunidades. Como bem afirma Thompson (2002), ao expressar que a visibilidade mediada é um presente para os que utilizam a mídia, uma vez que podem melhorar a imagem ou alcançar seus objetivos.

Nesse sentido, o jornalismo é tido como algo essencial na mediação dessa nova visibilidade, uma vez que os jornalistas têm o poder de informar e, ao mesmo tempo, orientar os cidadãos, ajudando-os a tomar decisões informadas e a se engajar na esfera pública. Através dos meios de comunicação, os cidadãos podem se mobilizar, fiscalizar instituições públicas e exigir ações que podem afetar positivamente suas vidas. "O jornalismo se auto-referencia como um lugar de mediação, de desegregização, de revelação da verdade e orientação de homens e mulheres na contemporaneidade" (Vizeu, p. 80, 2009).

Por fim, entende-se que a visibilidade midiática transformou a dinâmica da sociedade contemporânea, proporcionando novas formas de agir, interagir e, conseqüentemente, exercer a cidadania. Os cidadãos agora estão mais informados e conectados, e têm a capacidade de influenciar o debate público e participar ativamente na resolução de problemas dos locais em que estão inseridos.

REFERÊNCIAS:

AMARAL, Luiz. **Jornalismo, matéria de primeira página**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1982.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed., rev. e ampl. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: Moraes, Dênis de (org.) **Por uma Outra Comunicação**, Rio de Janeiro: Record, 2003.

CERETTA, Kellen. **“Eu participo porque...”** Reflexões sobre a participação do cidadão comum nos telejornais de Imperatriz (MA). 2022. 116f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Imperatriz, 2022. Disponível em:

<https://www.ppgcom.ufma.br/wp-content/uploads/2022/09/Dissertacao_KellenCeretta.pdf>. Acesso em: 17 fev. 2024.

CHARRON, Jean.; DE BONVILLE, Jean. **Natureza e transformação do Jornalismo**. Florianópolis: Editora Insular, 2016.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Editora Ática, 1995

GIL, Gilberto. **Parabólicamará**. Gilberto Gil. Rio de Janeiro: WEA, 1991. CD

GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo: Cómo se forma el presente**. Barcelona: Paidós, 1991.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Elementos do Jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação intercultural e cidadania em tempos de globalização. In: **A internacionalização das comunidades lusófonas e ibero-americanas de ciências sociais e humanas: o caso das ciências da comunicação**. Tradução . Vila Nova de Famalicão: Húmus, 2017. . Disponível em: <<https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002864684.pdf>>. Acesso em: 17 mar. 2024.

MAFFESOLI, Michel. A comunicação sem fim. In: MARTINS, F. e SILVA, J. (Orgs.) **A Genealogia do virtual - Comunicação, cultura e tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PORCELLO, Flávio. Mídia e poder: o que esconde o brilho luminoso da tela da TV?. In: **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 31, p. 79-84, 2006. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3397>>. Acesso em: 06 out. 2023.

REGINATO, Gisele. Dotto. **As finalidades do jornalismo: o que dizem veículos, jornalistas e leitores**. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós - Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/140809/000992317.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em 17 mar. 2024.

ROCHA, Jordânia Bispo. **O telejornal local “a serviço” do cidadão: um estudo do Jornal Anhanguera 1ª edição.** 2018. 256f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia, 2018. Disponível em:

<https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/76/o/Disserta%C3%A7%C3%A3o_Jord%C3%A2nia.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2024.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico - científico informacional.** São Paulo: EDUSP, 2008.

SOUSA, Jorge Pedro. O jornalismo na democracia representativa: Um ensaio. In: OLIVEIRA PAULINO, Fernando (Org.). **Lusocomum: Transparência, Governança, Accountability e Comunicação Pública.** Brasília: Casa das Musas, 2009.

SOUSA, Angélica Silva de; OLIVEIRA; Guilherme Saramago de; ALVES; Laís Hilário. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. In: **Cadernos da Fucamp**, v.20, n.43, pp.64-83, 2021. Disponível em:

<file:///Users/kellenceretta/Documents/Doutorado/a%20pesquisa%20bibliogra%CC%81fica.pdf>. Acesso em: 06 out. 2023.

THOMPSON, John. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** 5ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

THOMPSON, John B. A nova visibilidade. In: **MATRIZES**, São Paulo – USP, ano 1, n. 2, pp. 15-38, abril de 2008. Disponível em:

<<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38190>>. Acesso em: 06 out. 2023.

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. In: **Revista FAMECOS**. v. 16 n. 40, 2009. p. 77-43. Disponível:

<<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/6321/4596>>. Acesso em: 16 mar. 2024.

WOLTON, Dominique. **Pensar a Comunicação.** Tradução de Zelia Leal Adghirni. Brasília: Editora Universidade Brasília, 2004.