

# UMA ESPÉCIE DE GLOSSÁRIO<sup>1</sup>

Mario Carlón<sup>2</sup>

Ao longo de meu último livro (CARLÓN, 2020), foram utilizadas diferentes nomenclaturas para designar fenômenos diversos. Muitas delas já foram explicadas em textos publicados anteriormente. Para facilitar a tarefa do leitor, compilou-se este "Glossário".

## 1. NOÇÕES RELACIONADAS À MUDIATIZAÇÃO

### 1.1 SOCIEDADE HIPERMUDIATIZADA

Se considera que as sociedades estão hipermudiatizadas desde o momento em que passaram a contar com mais de um sistema midiático. Na era dos meios massivos (sociedades modernas e pós-modernas), Verón realizou a distinção entre uma sociedade midiática, na qual os meios funcionam através de uma lógica representativa, e uma sociedade mudiatizada, na qual os meios passam a funcionar como dispositivos de produção de sentidos. Em ambas havia apenas um sistema midiático. Posteriormente, apoiando-se na Internet, emergiu o sistema midiático das redes sociais midiáticas (*YouTube, Twitter, Facebook, etc.*), que atualmente convive com um terceiro que se está consolidando, que chamamos de *Underground*. Esse sistema é a “expansão” de um anterior, pouco estudado a partir de nossa perspectiva e cujos antecedentes são o correio postal e o telefone histórico, e que hoje inclui *WhatsApp, Skype*, algumas funcionalidades do *Zoom*, etc.

---

<sup>1</sup> Na edição de 2020 do livro, há uma seção denominada “Uso de los términos”, na qual três noções são elucidadas: meios individuais, meios coletivos e redes sociais midiáticas. Na apresentação do livro, realizada na Universidade de Buenos Aires no dia 28 de outubro daquele ano, Fernando Andacht argumentou de forma convincente que teria sido adequada a inclusão de um Glossário, o que instigou a criação deste texto, que se denomina “Uma espécie de...” porque, ao contrário dos verdadeiros glossários, não está organizado em ordem alfabética, mas está dividido em duas seções: uma correspondendo à teoria da mudiatização e a outra à da circulação. Pretende, assim, funcionar até certo ponto como um miniresumo, embora seja obviamente impossível expor em um punhado de páginas o que foi exposto em mais de cento e cinquenta. Por sua vez, as três noções da versão original estão mantidas aqui junto de outros conceitos desenvolvidos no livro. Devemos a tradução deste texto à generosidade de Eduardo Ruedell.

<sup>2</sup> Professor Titular da Cátedra Semiótica de Redes da Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina, e pesquisador junto ao Instituto Gino Germani (UBA).

Quatro critérios são utilizados para diferenciar um sistema de outro: 1) a dimensão de poder: por exemplo, no sistema dos meios massivos reinam as instituições, no das redes sociais midiáticas emergiram os amadores, e no *Underground* “respiram” muitos ausentes inclusive das redes sociais midiáticas; 2) a presença ou a ausência de protocolos: como os protocolos de publicação presentes nos meios massivos, um pouco menos presentes nas redes sociais midiáticas, e ainda menos presentes no *Underground*; 3) o acesso: observamos, aqui, se o acesso a discursos e a sua circulação é público ou não; 4) as transformações que esses sistemas geram e habilitam na construção social dos espaços públicos, íntimos e privados: por exemplo, a lógica dominante de construção da atualidade na era dos meios massivos era nacional, já nas redes sociais midiáticas emerge a atualidade da vida privada/íntima dos *amateurs*, e no *Underground* o próprio espaço de publicação é drasticamente privado e íntimo (o que muda radicalmente quando esses “meios” são utilizados publicamente, o que acontecia com o telefone quando era articulado com meios massivos como o rádio ou a televisão).

A Figura 1 pode ajudar a compreender o que foi dito acima:

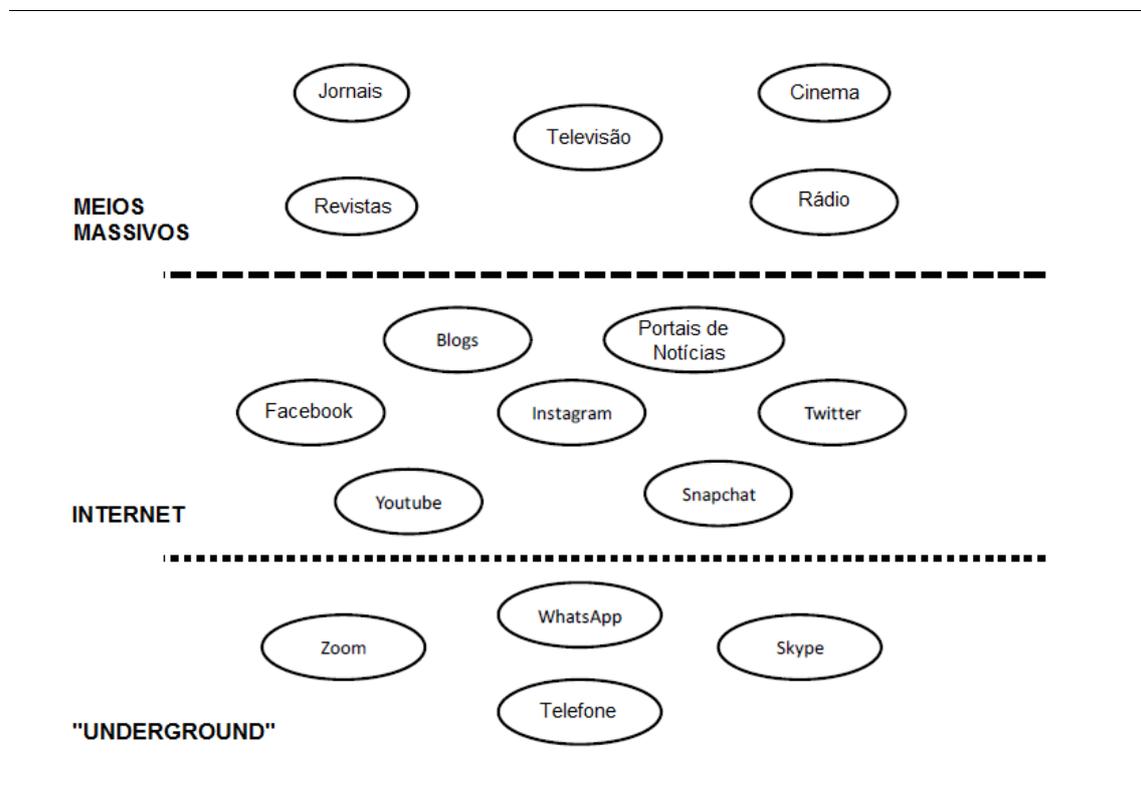


Figura 1: Sistemas midiáticos. Fonte: confeccionado pelo autor.

## 1.2 MEIOS COLETIVOS

De maneira geral, os coletivos são considerados, da mesma forma que os indivíduos, *no reconhecimento*. Como fora apontado anteriormente, na era moderna, a comunicação fluía dos dispositivos sócio-institucionais para os coletivos de atores individuais. Dessa forma, consideraram-se as instituições e os meios como geradores de novos coletivos, além de também atuarem no reforço de coletivos pré-existentes.

Desde o surgimento das redes sociais midiáticas, a maioria dos meios coletivos da era dos meios massivos – sejam aqueles surgidos como forma de expressão de coletivos sociais pré-existentes, ou os que surgiram a partir de fenômenos midiáticos gerados pela indústria – passaram a ter seu espaço na internet: *blogs*, contas no *Twitter*, páginas no *Facebook*. Mas essa não foi a única coisa que aconteceu: as redes sociais midiáticas se mostraram especialmente eficazes para o surgimento de novos coletivos, a partir dos quais é natural que surjam outros<sup>3</sup>. Isso implica que os coletivos, da mesma forma que os indivíduos, sejam levados em consideração *na produção*.

## 1.3 MEIOS INDIVIDUAIS

Uma das primeiras questões a serem levadas em conta ao se considerar os meios individuais, é a sua diversidade. Apesar de existir entre as instituições, os teóricos da midiaticização parecem ter chegado a certos acordos sobre essas noções no que tange seu uso, suas características e funções. Por um lado, as instituições sociais, como sugere Stig Hjarvard (2014 [2013]) na mesma linha de Anthony Giddens (2015 [1984]), se definem por *dois atributos*: gerenciam recursos (materiais e de autoridade) e possuem regras (normativas). Por outro lado, como evidencia Verón (2013), as instituições possuem *duas funções* principais: reforçar os coletivos existentes, e, no caso específico dos meios enquanto instituições, gerar seus próprios coletivos (coletivos midiáticos).<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> É o caso de #Pañuelazo, do qual surgiram grupos como #provida e #LineaPeluda (também grupos de atrizes que discutiram com #Provida, etc.). Outros coletivos, por exemplo, são jornalísticos, como é o caso do #InvestigaLavaJato, que recebeu o prêmio Trace, em Washington (Fonte: <<http://www.perfil.com/noticias/politica/el-colectivo-periodistico.phtml>>. Acesso em 11 de abril, 2021).

<sup>4</sup> Sabe-se que os coletivos existem, como os entendemos hoje, pelo menos desde a modernidade, período no qual os meios de comunicação funcionavam usualmente como meios de expressão dos interesses de diferentes coletivos sociais. As associações de advogados, notários, fundações de indústria e comércio, corretores de bolsas de valores, partidos políticos, instituições religiosas, clubes de futebol, grupos artísticos, etc., possuíam as suas próprias revistas e publicações. Mais tarde, as profissões modernas,

O que há, então, com os meios individuais que os indivíduos administram nas redes sociais midiáticas? Sua diversidade parece muito maior. Alguns, como certos *youtubers*, aparentam ser verdadeiras instituições, possuindo recursos (contam com funcionário, editores de conteúdo, etc.), regras e capacidades de gerar coletivos. Ao mesmo tempo, outros parecem carecer de qualquer uma destas três características. No entanto, é difícil ignorar sua participação na vida social caso se pretenda compreender o estado atual da midiática e da circulação. Em primeiro lugar, por que muitos são pais e mães e estão à frente dessa instituição social que é a família. Em segundo lugar, por que mesmo os que não são pais ou mães, pertencem a alguma família, e estão arrolados a múltiplas instituições: educacionais, de saúde, eleitorais, financeiras, de lazer, de relações de trabalho, etc. Desta forma, desencadeiam múltiplos processos de caráter vertical-horizontal e transversal, graças aos discursos que geram e circulam por espaços públicos<sup>5</sup>.

#### 1.4 REDES SOCIAIS MIDIÁTICAS

As redes sociais existem desde tempos imemoriáveis. De acordo com autores como Michael Mann (1986 - 1993 [1991 – 1997]), a sociedade grega era formada por uma série de redes sociais de poder<sup>6</sup>. Aqui chamamos de redes sociais midiáticas àquelas que emergem de meios que possuem suas bases na Internet (*Facebook, Twitter, YouTube, Instagram*, etc.). As redes sociais midiáticas são “redes de meios”: os meios que indivíduos, instituições, *fakes, trolls*, coletivos e outros meios de comunicação, como os meios massivos, administram nelas<sup>7</sup>. Tanto as redes sociais preexistentes, quanto as redes sociais midiáticas, são redes semióticas (Verón, 1987). A novidade é que, desde o surgimento das redes sociais midiáticas, a rede semiótica se converteu de forma definitiva em hipermidiatizada e global.

---

como as de psicanalistas e sociólogos, passaram a possuir seus próprios meios coletivos. Em geral, na modernidade e na pós-modernidade, mais cedo ou mais tarde, os coletivos passaram a possuir seus próprios meios de comunicação. Mas na área da indústria do entretenimento o processo parece ter sido, muitas vezes, o inverso. Os “meios coletivos” surgiram assim que as franquias colocaram os discursos em circulação, dando origem aos *fanzines*. Ou seja, os meios de comunicação de massa, através de suas diferentes franquias, deram origem aos coletivos.

<sup>5</sup> Ao contrário dos que permitiam a circulação do telefone ou e-mail. Esse recurso é tão importante para a teoria das mediações quanto seu status social.

<sup>6</sup> Pelo menos essa é a leitura realizada por Peter Burke (2005 [1991], p. 247, tradução nossa), que enfatiza que Mann “aboliria o conceito de sociedade” e o substituiria pelo que ele chama de “múltiplas redes socioespaciais de poder que se sobrepõem e se entrecruzam”.

<sup>7</sup> Distinguimos *redes sociais* de *redes sociais midiáticas* e identificamos *meios individuais* em Carlón (2012).

## 1.5 UNDERGROUND

Visto que, como resultado da evolução dos smartphones que possibilitam novos processos de circulação, passamos a considerar o *WhatsApp*, percebemos a necessidade de pensar outro sistema midiático. Embora haja uma grande dificuldade em estudar a circulação discursiva no *WhatsApp* (distinguir quem pôs o discurso em circulação, como ela se desdobra diacronicamente, etc.), devido a sua encriptação “de ponta a ponta”, é possível que se desenvolvam estudos “indiretos” muito significativos dando foco aos “saltos” a outros sistemas midiáticos (saltos hipermidiáticos). Nossa hipótese de trabalho atual dá conta de que esse sistema, que cresceu exponencialmente durante a pandemia e o confinamento, inclui também ao *Zoom*, ao *Skype*, a rede telefônica digital, etc. Do ponto de vista da análise midiática, este é um sistema que se configura de um modo específico a partir de um ponto de inflexão: a emergência generalizada da digitalização. O mais relevante para os estudos sobre circulação não é a virtualidade, mas, sim, uma consequência pouco enfocada da digitalização: a materialização de sucessivas trocas discursivas. Desde então, o conteúdo digital pode ser gerado e/ou apropriado a partir de qualquer sistema (todos conteúdos podem ser facilmente compartilhados, retomados, criticados, comentados, etc.). Essa é a transformação que gerou, na contemporaneidade, o fim da invisibilidade da circulação de sentidos.

## 2. NOÇÕES RELACIONADAS À CIRCULAÇÃO

### 2.1 CIRCULAÇÃO DE SENTIDOS

Essa noção é retomada dos escritos de Eliseo Verón, em especial de “El sentido como producción discursiva” (1987), onde o autor apresenta um modelo de “unidade mínima” da rede semiótica que contém duas vezes o modelo triádico de Peirce. Na análise apresentada por Verón, a noção de *pistas*<sup>8</sup> é de grande importância, uma vez que ela dá conta da relação que um discurso *x* mantém com outros discursos anteriores que

---

<sup>8</sup> De acordo com Verón (1987), vem do espanhol *huellas* (conceito que se difere de “marcas”).

se caracterizam enquanto condições de produção de  $x$  (análise interdiscursiva). Sobre isso, Verón pontua que:

Ao contrário, não há pistas da circulação: o aspecto 'circulação' só se torna visível através da análise como uma diferença, precisamente, entre os dois conjuntos de pistas, de produção e de reconhecimento. O conceito de circulação é, na verdade, apenas o nome dessa diferença. (VERÓN, 1987, p. 129, tradução nossa).

É importante notar aqui que existe um hiato temporal: para que haja circulação, outros discursos devem ocorrer numa fase posterior. Assim, a dimensão temporal consiste em um componente-chave da teoria e do modelo veroniano.

## 2.2 ANÁLISE TEMPORAL

A análise temporal dá conta da dimensão diacrônica típica da circulação de sentidos. Ou seja, das diferenças que ocorrem entre discursos ao longo do tempo. Em nossas análises hipermidiáticas, construímos uma linha do tempo que nos permite estabelecer fases e subfases, que são fundamentais para determinar as transformações que ocorrem na circulação.

### 2.3 FASE (SALTO HIPERMIDIÁTICO)

Consideramos que uma fase se estabelece quando o sentido emerge (primeira fase) e então salta de um sistema midiático para outro. A determinação de fases e subfases é fundamental na análise temporal, pois permite construir o *corpus* de pesquisa a partir do qual diferentes transformações podem ser estudadas.

### 2.3 SUBFASE

As subfases são estabelecidas quando há transformações significativas na circulação de sentidos sem que haja saltos hipermidiáticos. Muitas vezes, isso ocorre devido à intervenção entre atores/enunciadores com diferenças expressivas, como, por exemplo, o caso de um amador que gerou determinado conteúdo e um meio massivo digital que o retoma (ex.: *Página 12, Clarín*, etc.).

## 2.4 ENUNCIADORES HIPERMIDIÁTICOS DE PRIMEIRO GRAU

É assim que chamamos àqueles que, de um sistema midiático, se dirigem para outros. Por exemplo, quando hashtags são geradas a partir de programas de televisão ou rádio para influenciar as redes sociais (convidando sujeitos a darem sua opinião, participar de concursos, etc.).

## 2.5 ENUNCIADORES HIPERMIDIÁTICOS DE SEGUNDO GRAU

Enunciadores hipermidiáticos de primeiro grau passam a enunciadores hipermidiáticos de segundo grau quando o conteúdo que produzem é retomado por outros atores/enunciadores. Um exemplo clássico é quando esses conteúdos são retomados a partir de outros sistemas midiáticos, dando origem à circulação hipermidiática.

## 2.6 TRANSFORMAÇÕES HIPERMIDIÁTICAS

São produzidas quando existem saltos hipermidiáticos. Até agora distinguimos três tipos: a) mudanças de escala na midiatização (por exemplo, o que estava em um telefone celular agora é divulgado publicamente); b) complexificação das direções comunicacionais (por exemplo, quando os sentidos produzidos por um ator/enunciador que estavam circulando de forma ascendente, passam a fazê-lo em várias direções ao mesmo tempo); c) mudanças no status do ator/enunciador ou nos vínculos entre os atores/enunciadores e os atores/enunciatórios (modificação dos vínculos com os pares, instituições e coletivos: por exemplo, um amador torna-se uma celebridade).

## 2.7 CIRCULAÇÃO INTRA-SISTÊMICA

Estudamos essa modalidade de circulação dos sentidos quando nos concentramos no que acontece no interior de um sistema midiático, seja ele de meios

massivos, das redes sociais midiáticas, ou *Underground*. A análise pode ser temporal, temporal-espacial, ou privilegiar outras dimensões.

## 2.8 CIRCULAÇÃO INTER-SISTÊMICA OU HIPERMIDIÁTICA

A análise da circulação inter-sistêmica dos sentidos, se concentra na passagem de um sistema midiático para outro. Um exemplo é o estudo dos sentidos que circulam das redes sociais para os meios massivos (e vice-versa), ou do *Underground* para os meios massivos (e daí para as redes sociais midiáticas).

## 2.9 CIRCULAÇÃO VERTICAL-HORIZONTAL

Esta forma de circulação dos sentidos se estabelece a partir da determinação dos sistemas midiáticos (o dos meios massivos no topo, o das redes sociais midiáticas logo abaixo, e ainda mais abaixo o *Underground*) e de três direções de comunicação: descendente (*topdown*), ascendente (*bottom up*) e horizontal. Em nossos estudos, distinguimos quatro formas principais de circulação vertical-horizontal: descendente/horizontal; ascendente/horizontal; ascendente/horizontal/descendente e descendente/horizontal/ascendente.

## 2.10 CIRCULAÇÃO E CONSTRUÇÃO SOCIAL E MECÂNICA DOS COLETIVOS

Em sociedades midiáticas e midiaticizadas, as instituições foram as principais construtoras de coletivos. Nas sociedades hipermediaticizadas, qualquer ator/enunciador, mesmo os *amateurs*, pode construí-los. Algoritmos, com a sua lógica automática, intervêm neste processo, e também ocupam um lugar central os processos de circulação vertical-horizontal e transversal.

## 2.11 ANÁLISE ESPACIAL

A análise espacial só pode ser realizada a partir da temporal. Seu objetivo é estabelecer as diferenças de posicionamento dos atores/enunciadores entre subfases e fases. Não existe um eixo único para a realização da análise espacial. Em *Chicas bondi*,

privilegiaram-se as diferenças entre avaliações positivas e negativas após o parecer do Centro de Proteção de Dados Pessoais, mas na análise do caso #Zekiel99, Damián Fraticelli (2019) incidiu sobre as posições assumidas pelas instituições segundo a sua posição perante os direitos autorais, porque este eixo se mostrou o mais pertinente, o cerne da polêmica (distingue quem não nomeia #Zekiel como produtor de conteúdos mesmo compartilhando os seus vídeos, quem não nomeia mas deixa a sua marca d'água nos conteúdos, e quem reconhece a sua autoria).

## 2.12 CIRCULAÇÃO TRANSVERSAL

Essa modalidade de circulação dos sentidos é característica das sociedades hipermediatizadas atuais, e sua existência se dá principalmente pelo fato de, agora, todos os indivíduos administrarem seus próprios meios de comunicação. Inscritos em diferentes instituições e coletivos sociais (da família aos clubes, partidos políticos, instituições de ensino, movimentos sociais, etc.), os indivíduos fazem circular constantemente conteúdos de “dentro para fora”, que são frequentemente retomados por outros atores/enunciadores e partem de “de fora para dentro”. Os discursos que circulam de fora para dentro podem vir a ter grande poder de impacto. Existem, aqui, pelo menos três tipos possíveis de informação (positivas, negativas e ambíguas), e três modos de processamento interno (repúdio, reconhecimento e desinteresse).

## 2.13 MUDANÇA DE ESCALA DOS SENTIDOS

Ao contrário das direções, essa noção dá conta dos processos comunicacionais. Quando um fenômeno de produção dos sentidos é retomado de outro sistema midiático, os sentidos mudam de escala (por exemplo, um conteúdo dos meios massivos é comentado nas redes sociais midiáticas, ou vice-versa).

## 2.14 GIRO DE SENTIDOS

Esse processo comunicacional dá conta das contra-correntes de sentidos, dos contra-agenciamentos, ou contra-fluxos, que produzem toda e qualquer retomada que conteste, refute, ou, por exemplo, denuncie um sentido original.

## 2.15 PODER DOS ATORES/ENUNCIADORES

Em “La red de distancias” (1987), Verón realizou a distinção entre ideológico e poder. O ideológico é a relação de um discurso com suas condições de produção, ao passo que o poder é a relação de um discurso com suas condições de reconhecimento. Em nossa análise, determinamos o poder dos atores/enunciadores, antes de mais nada, por sua capacidade de gerar saltos hipermidiáticos: ou seja, a capacidade de que seus discursos sejam retomados a partir de outros sistemas midiáticos.

## 2.16 PODER DA CIRCULAÇÃO

Além do poder dos atores/enunciadores, presente cada vez que se atende ao que enuncia um ator/enunciador por que este ocupa um lugar de relevância na vida social (como acontece com políticos, os atletas, *celebrities*, os artistas, etc.), existe um outro, *desvinculado dos que enunciam a partir da circulação de sentidos*. Essa distinção é importante por que revela, em sua real dimensão, o poder da circulação. Dessa forma, por um lado, mostra por que o poder dos enunciadores possui limites: se deve ao fato de que os sentidos produzidos por eles nem sempre são capazes de gerar novos circuitos de circulação (hipermidiáticos). E explica, por outro lado, por que conteúdos produzidos por atores/enunciadores não “poderosos”, sob condições específicas, são capazes de gerar saltos hipermidiáticos: porque, por sua atratividade, têm a capacidade de gerar discursos em reconhecimento que remetem a eles. Esse poder se apresenta sob grande intensidade no *WhatsApp*, onde é difícil determinar quem originalmente pôs um discurso em circulação. Então por que muitos sujeitos fazem circular um discurso se seu ator/enunciador original não pode ser determinado? Pelo poder da circulação de sentidos. Por isso, essas duas dimensões devem sempre ser distinguidas, mesmo quando o poder do ator/enunciador e da circulação se articulam.

Buenos Aires, Março de 2021.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- BURKE, Peter. **Historia y teoría social**. Buenos Aires: Amorrortu, 2005.
- CARLÓN, Mario. **Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedade hipermediatizada**. San Luis: Nueva Editora Universitaria, 2020.
- FRATICELLI, Damián. **El ocaso triunfal de los programas cómicos**. De viendo a Biondi a Peter Capusotto y sus videos. Buenos Aires: Teseo, 2019.
- GIDDENS, Anthony. **La constitución de la sociedad**. Bases para la teoría de la estructuración. Buenos Aires: Amorrortu, 2015.
- HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.
- MANN, Michael. **Las fuentes del poder social**. 2 vols. Madri: Alianza, 1991-97.
- VERÓN, Eliseo. **La semiosis social**. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Buenos Aires: Gedisa.
- VERÓN, Eliseo. **La semiosis social, 2**. Ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós.