

## A dinâmica do tratamento de temas estigmatizados no ciberespaço e os novos tensionamentos entre emissor e receptor<sup>1</sup>

Patrick Alif Fertrin Batista<sup>2</sup>  
Márcia Gomes Marques<sup>3</sup>

O presente artigo reflete sobre a manutenção dos líderes midiáticos no tratamento de temas estigmatizados no ciberespaço, realizado através de tipificações aos atores sociais (Berger; Luckmann, 1985) e pela obliteração das marcas de fábrica no discurso jornalístico (Martín-Barbero, 2004). Neste contexto, o público não enxerga o todo, visto que a mídia delimita a distância entre atores e plateia para que o objetivo tenha êxito, fazendo uma referência explícita ao teatro (Goffman, 1985). Paradoxalmente, a mudança do capital industrial para o capital informacional (Castells, 1999) constitui uma nova dinâmica na produção de informação, propiciada pelo fazer jornalístico no ciberespaço. Logo, ao se analisar a comunicação como inerentemente relacional e tendo vínculos com significados contextuais (Jensen, 2002), o artigo debate sobre como as características das narrativas ciberjornalísticas, especialmente a atualização contínua (Schwingel, 2008) que acarreta no fetichismo da velocidade (Moretzsohn, 2002), além da personalização de conteúdo, colocam em xeque, o papel do jornalista como mediador nestas representações.

**Palavras-chave:** Ciberespaço. Jornalismo. Estigma. Representações. Mediações.

---

<sup>1</sup> Artigo enviado na modalidade Cibercultura e Mídia

<sup>2</sup> Graduado em Jornalismo; Pesquisador e estudante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (PPGCOM/UFMS), a nível de mestrado. E-mail: patrickalif@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFMS, E-mail: marciagm@yahoo.com

## 1 – Introdução

Na imprensa, assim como em uma peça de teatro, elementos são explicitamente mostrados ao público, enquanto outros são ocultados para que a trama desenvolvida não caia em descrédito com a plateia. Para tal, são criadas fachadas (Goffman, 1985), que escondem grupos estigmatizados.

Todavia, com o advento da internet e da sociedade em redes (Castelles, 1999), drásticas mudanças vem alterando o modo de se fazer jornalismo, que agora se configura com destaque em um novo espaço, o cibermeio. O trabalho jornalístico opera atualmente em um novo ritmo, ancorado pelo valor do imediatismo e ampliando cada vez mais a teia de facticidade (Tuchman, 1978) e a necessidade de se publicar informações instantaneamente, o que Sylvia Moretzsohn (2002) denomina de fetiche pela velocidade.

Neste novo cenário, além da concorrência dos demais veículos de comunicação, a imprensa necessita lidar também com o próprio público que, começa a produzir seus próprios conteúdos.

A mídia, portanto, que em outrora exercia sem ameaças (em tese) o papel de mediadora, se depara com um novo quadro em emergência, o que força os proprietários dos grandes conglomerados a se reinventarem. O que este trabalho vem problematizar, portanto, é que o contrato fiduciário de confiança estabelecido entre emissor e receptor necessita se reconfigurar.

## 2 - Enquadramentos e tipificações na representação do estigma

Na vida cotidiana é possível para o ator criar quase todos os tipos de falsa impressão sem ser flagrado na posição de um dito mentiroso, assim como em uma peça de teatro, como afirma Erving Goffman (1985<sup>4</sup>). Esta é uma estratégia utilizada pela imprensa para que sua mensagem alcance êxito.

Para Goffman, nestas situações existe uma discrepância entre aparência e realidade total. Tarefas sujas, quase ilegais, cruéis e de certo modo degradantes, raramente são expressas numa representação.

---

<sup>4</sup> A primeira edição desta obra foi publicada em 1956.

[...] as técnicas de comunicação, tais como a insinuação, a ambiguidade estratégica e omissões essenciais permitem ao informante aproveitar-se da mentira sem tecnicamente dizer nenhuma. Os meios de comunicação de massa têm sua própria versão a respeito disto e demonstram que, por meio de reportagens e ângulos fotográficos criteriosos, uma minúscula resposta a uma celebridade pode ser transformada em uma torrente impetuosa (GOFFMAN, 1985, p. 63).

Tal recurso é utilizado, pois, segundo o pesquisador catalão Miguel Rodrigo Alsina (2009, p. 14) o gênero noticioso se enquadra em “uma representação social da realidade cotidiana, gerada institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível”. Assim pensam também os pesquisadores Peter L. Berger e Thomas Luckmann (1985<sup>5</sup>, p. 64) visto que o arsenal de conhecimento concebido pelo homem é construído pelo mesmo por graus de familiaridade. Logo, as informações referentes aos setores da vida diária com os quais a mídia necessita tratar, são trabalhadas detalhadamente e de forma complexa, enquanto que os setores a margem do interesse recebem um tratamento bem mais geral e impreciso. Tal situação é frequente na representação de temas estigmatizados.

Tabus e interditos morais se modificam, conforme se modificam as circunstâncias objetivas da vida em sociedade, na qual a imprensa desempenha um papel simultâneo de formadora e de repetidora de opinião. No presente, porém, dada a profusão de fontes de informação, ficou muito mais difícil cobrir de silêncio qualquer assunto, inclusive, a morte voluntária (DAPIEVE, 2007, p. 115).

Os casos de suicídios que conseguem, por exemplo, atingir as páginas dos jornais, acabam marcados por uma tensão entre a espetaculosidade e a subversão existencial da notícia. Segundo Dapieve (2007), os casos são conservados longe da reflexão, fechados “em si e para si”, numa situação cômoda.

Este fator, para Goffman (1985, p. 65), é consequência da representação da sociedade pela mídia e, nessas situações, “nem todos os agentes sociais recebem o mesmo tratamento jornalístico em quantidade nem em qualidade”. Segundo Berger e Luckmann (1985), isso é reflexo de esquemas tipificadores, que sempre estão

---

<sup>5</sup> A primeira edição desta obra foi publicada em 1973.

suscetíveis a sofrerem interferências. Para os autores, a realidade social da vida cotidiana é também apreendida num contínuo de tipificações, que vão se tornando progressivamente anônimas à medida que se distanciam do “aqui e agora” da situação face a face.

As tipificações das ações habituais que constituem as instituições são sempre partilhadas. São acessíveis a todos os membros do grupo social particular em questão, e a própria instituição tipifica os atores individuais assim como as ações individuais. A instituição pressupõe que ações do tipo X serão executadas por atores do tipo X (BERGER; LUCKMANN, 1985, p. 79).

Dentro desta lógica, Alsina (2009, p. 115) reflete que cada sistema cultural vai selecionar quais são os fenômenos que merecem ser considerados como acontecimentos e quais passam despercebidos. De acordo com o autor, “toda forma de enxergar é uma forma de ocultar”. Ou seja, similar a uma câmera escura, existe um infinito de possibilidades fora do nosso raio de visão.

[...] a realidade da vida cotidiana sempre aparece como uma zona clara atrás da qual há um fundo de obscuridade. Assim como certas zonas de realidade são iluminadas outras permanecem na sombra. Não posso conhecer tudo o que há para conhecer a respeito desta realidade (BERGER; LUCKMANN, 1985, p. 66).

Em contraponto, na visão de Goffman (1985), por estar em uma instância distinta da própria atividade em si, a representação de uma atividade exige que o indivíduo confie nos sinais para a construção da mesma. Entretanto, estará sujeita a rupturas e impressões, ocasionadas por outros tipos de relações que o sujeito se depara.

A reiterada opinião do melhor amigo de um indivíduo, segundo o qual os jornais não estão relatando acontecimentos consideráveis que se passam por baixo das aparências, pode ter mais peso do que a mesma opinião expressa pelo barbeiro. Entretanto, a mesma opinião expressa sucessivamente por dez conhecidos casuais pode começar a contrabalançar a opinião contrária do melhor amigo do indivíduo (BERGER; LUCKMANN, 1985, p. 201/202).

Considerando que a imprensa sempre está sujeita a estas lacunas, visto que, segundo Max Weber, na obra organizada por Christa Berger e Beatriz Marocco (2006, p. 26), a ação humana sempre se relaciona às ações de outros sujeitos, os canais de comunicação devem levar em conta a ação que os outros realizam e supor um “sentido, uma direção e um significado”. Não por acaso, Berger e Luckmann (1985) definem que o veículo mais importante da conservação da realidade é a conversa. Para lidar com esta situação, a mídia busca construir suas representações dentro de um universo simbólico concebido como a matriz de todos os significados socialmente objetivados e subjetivamente reais. Isso significa que a sociedade histórica inteira e toda a biografia do indivíduo são vistas como acontecimentos que se passam dentro deste universo, no qual situações de estigma podem estar imersas.

[...] a socialização primária de uma criança pode ser prejudicada devido a uma deformação física, socialmente estigmatizada ou por motivo de um estigma baseado em definições sociais. O aleijado e o bastardo são protótipos destes dois casos. Existe também a possibilidade da socialização ser intrinsecamente impedida por deficiência biológicas, como no caso de extrema debilidade mental. Todos estes casos tem caráter de infortúnio individual. Não fornecem fundamento para a institucionalização de contra-identidades e de uma contra-realidade [...] (BERGER; LUCKMANN, 1985, p. 217).

A mídia, portanto, contribui para a criação de identidades sociais virtuais (Goffman, 1988<sup>6</sup>) na socialização secundária de um indivíduo (Berger e Luckmann, 1985), que pode acarretar no surgimento de estigmas. O caráter desta socialização secundária depende do status do corpo de conhecimento em questão no interior do universo simbólico.

### **3 - O imediatismo e o fetiche da velocidade como influenciadores do estigma**

A imprensa produz, constantemente, deslocamentos nos hábitos de leitura e com isso provoca poderosas modificações na conformação, no modo e na maneira de como o homem capta e interpreta o mundo exterior.

<sup>6</sup> A primeira edição desta obra foi publicada em 1891.

A mudança constante e o fato de dar conta das mudanças massivas da opinião pública, de dar conta de todas as possibilidades universais e inesgotáveis dos pontos de vista e dos interesses, pesa de forma impressionante sobre o caráter específico do homem moderno (BERGER; MAROCCO, 2006, p. 43).

Segundo Nelson Traquina (2005, p. 184), “o ritmo do trabalho jornalístico, o valor do imediatismo, a definição do jornalismo como relatos atuais sobre acontecimentos atuais, têm como consequência uma ênfase nos acontecimentos e não nas problemáticas”. Este quadro se acentua com a produção de conteúdo noticioso no meio online. De acordo com Pollyana Ferrari (2003, p. 52), o caminho percorrido pela notícia, desde o surgimento da reunião de pauta até sua publicação na Internet demora, muitas vezes, dez minutos. “Principalmente na área de últimas notícias, o tempo é o grande capataz da apuração, pois tornou-se quase uma unanimidade achar que a matéria publicada na Internet pode vir cheia de erros – sejam de ortografia, apuração ou concordância”. Em um viés ainda mais catastrófico, Moretzsohn prevê um provável desaparecimento do jornalismo.

Subordinado à instantaneidade, o jornalismo está condenado a desaparecer, pois é incapaz de realizar o trabalho de análise que é a sua razão de ser. Sobreviveria apenas como uma espécie de “aparelho ideológico” a reproduzir o fetiche” (MORETZSOHN, 2002, p. 177).

O despreparo dos repórteres é marcante para Moretzsohn (2002), visto que, para exercer este tipo de atividade com agilidade e efetividade, é imprescindível uma especialização, algo difícil de encontrar entre jovens profissionais formados recentemente. Nesta circunstância, Moretzsohn (2002) afirma que o jornalismo acaba tendo um bombardeio informativo que narcotiza o receptor, para torná-lo indiferente ao próprio conteúdo noticioso. Por sua vez, Ferrari (2003, p. 53) analisa a existência de um novo jornalismo em emergência, destinado a informações mais segmentadas, denominado nos Estados Unidos por *narrowcasting*. Manuel Castells (1999), em sua obra *Sociedade de redes*, trata este fenômeno como a transferência do capital industrial para o informacional. Ele ajuda a colocar em primeiro plano a

comunicação como um processo em todos os setores da sociedade em detrimento ao caráter desta apenas como recurso.

Neste contexto, Jensen (2002) apresenta três noções chaves para essa nova era: espaços de fluxos, tempo intemporal e virtualidade do real. Esse sentido da realidade inclui indivíduos e cenários tanto presentes como ausentes. Para o autor, uma grande parte de toda interação social está tecnologicamente mediada e as redes, como protagonistas, abarcam estruturas globais, nós locais e vínculos com significados contextuais.

Segundo Jensen, a comunicação em redes é um fenômeno inerentemente relacional. Neste tipo de dinâmica, os usuários acendem a diversos meios e interatuam com a informação – e entre si – em contextos particulares, que podem interrelacionar-se. Em meio a estas possibilidades da Web, Bardoel e Deuze (2000) apresentam quatro elementos que caracterizam o jornalismo online: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimídia.

Já Palácios (2003), embasado em Deuze, Canavilhas e Elias Machado, propõe seis características fundamentais: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização, memória, instantaneidade e atualização contínua. Este último elemento para a pesquisadora Carla Schwingel (2008), aliado à ubiquidade e à intensificação do uso da memória, reconfiguram a produção jornalística no contexto da sociedade de redes.

Os veículos convergem, o multimídia é uma realidade e quase uma obrigação para o jornalismo; a interatividade é a própria essência da internet; o hipertexto é a linguagem do novo meio; a customização do conteúdo é em parte demanda do usuário, em parte consequência das necessidades do mercado, mas sem dúvida uma realidade para o ciberjornalismo; a memória ganha com a internet, por meio dos bancos de dados, dimensões não vistas em outros veículos; a atualização contínua e a ubiquidade são o mais representativo reflexo da sociedade em rede e alteram inevitavelmente a produção jornalística (HOEWELL, 2015, p. 10).

Cunhada no conceito de fetichismo de mercadoria, proposto por Marx (1857<sup>7</sup>), Moretzsohn (2002) elabora o termo fetichização da velocidade. Para a autora, trata-se de uma mistura de temporalidades, que, no caso da imprensa, “se traduz na

<sup>7</sup> A primeira edição desta obra foi publicada em 1867

tensão entre o tempo midiático (que tende hoje à instantaneidade) e o tempo político (que deve ser lento para permitir que as paixões se apaziguem e que a razão se imponha)”.  
Mais do que nunca - impulsionada pelas exigências de instantaneidade e atualização contínua que o ciberjornalismo se alimenta na sociedade de redes, onde chegar na frente torna-se mais importante do que “dizer a verdade”.

#### 4 – Distância entre os atores das notícias e o público no cibermeio

De acordo com Jesús Martín-Barbero (2004) a relação entre emissor e receptor, está disfarçada na lógica entre vendedor e consumidor, estratégia necessária para o apagamento das marcas de fábrica que podem estar presentes em determinado discurso. Seguindo este viés, Goffman (1985, p. 69) pensa a comunicação em uma relação similar a um teatro, no qual a plateia não pode ter acesso a fachada por trás do ator, o que denomina de mistificação. “A lógica extrema implicada neste tipo de teoria, quer seja de fato correta ou não, consiste em impedir o público de ver o ator”. Não por acaso, para Nelson Traquina (2005), os profissionais preferem designar as notícias como estórias ao invés de construção.

Para Goffman (1985), a coerência expressiva exigida nas representações põe em destaque uma discrepância entre nosso eu humano e nosso eu socializado.

Como seres humanos somos, presumivelmente, criaturas com impulsos varáveis, com estados de espírito e energias que mudam de um momento para outro. Quando, porém, revestimo-nos de caráter de personagens em face de um público, não devemos estar sujeitos a altos e baixos (GOFFMAN, 1985, p. 58).

Consequentemente, para Goffman, o maior problema na manutenção da lealdade dos membros da equipe (e aparentemente aos membros de outros tipos de coletividade, também) consiste em impedir que os atores se tornem tão emocionalmente ligados ao auditório que lhe revelem as consequências da impressão que lhe está sendo dada, ou, por outros meios, façam a equipe, como um todo, correr um grande risco devido a este apego. A mesma situação pode ser aplicada ao campo jornalístico, como explica Nelson Traquina.



A dependência nos canais de rotina poderá ter consequências negativas sobre o trabalho jornalístico. Quando as fontes e os jornalistas fazem parte da mesma “rotina” de uma forma regular, podem estabelecer uma interdependência (TRAQUINA, 2005, p. 196).

Neste tipo de relação, é comum a aceitação pacífica do discurso das fontes e, isto ocorre, principalmente e com maior frequência, em relação àqueles entrevistados que tem maior poder na sociedade e que, conseqüentemente, podem induzir a publicações de seu próprio interesse na atividade jornalística.

Ao aceitarem as interpretações “oficiais” dos acontecimentos, ao centrarem-se nas fontes de poder que se concentram nos círculos das elites dominantes e ao marginalizarem ou secundarizarem, deslegitimizando, as vozes alternativas ou as dos cidadãos sem grande poder, os *media* serviriam uma hegemonia que não necessitaria de recorrer à coerção. As notícias teriam as marcas dessa hegemonia (SOUSA, 2002, p. 76).

Por sua vez, Alsina (2009) afirma que nas relações comunicativas, são estabelecidos contratos pragmáticos com o público, no qual estes acabam fazendo o uso adequado do discurso do ponto de vista do comunicador. Goffman explica que nestas situações, a estratégia usada pelos comunicadores é a de transmitir a impressão que aquela representação é a única possível.

[...] os indivíduos alimentam a impressão de que a prática regular que estão representando no momento é sua única prática ou, pelo menos, a mais essencial. Como foi dito anteriormente, a plateia, por sua vez, admite muitas vezes que o personagem projetado diante dela é tudo que há no indivíduo que executa a representação (GOFFMAN, 1985, p. 52).

O filósofo canadense defende que este tipo de representação de uma única realidade acaba alcançando êxito, porque o/a auditório/público/plateia é segregado, o que garante que aqueles diante dos quais desempenha um de seus papéis não serão as mesmas pessoas para as quais representará um outro papel num ambiente diferente.

Em contrapartida, por se tratar de uma sociedade cada vez mais segregada, Berger e Luckmann (1985) explicam que pode existir subuniversos de significação socialmente separados.

Estes resultam de acentuações da especialização dos papéis, levadas a um ponto em que o conhecimento específico de um papel torna-se inteiramente esotérico, comparado com o acervo comum do conhecimento. Estes subuniversos podem estar ocultos à visão geral, ou não (BERGER; LUCKMANN, 1985, p. 117).

O princípio importante para essa consideração, segundo Berger e Luckmann, consiste na existência da dialética, ou seja, o conhecimento (para a construção de subuniversos simbólicos) é um produto social e um fator na transformação social, o que pode contribuir para administrar a representação estigmatizada realizada pela imprensa. O grande entrave é que estes subuniversos acabam enfrentando problemas de legitimação.

[...] se o subuniverso requer vários privilégios e reconhecimentos especiais da sociedade mais ampla, existe o problema de manter de fora os estranhos e ao mesmo tempo fazer com que admitam a legitimidade deste procedimento. Isto é realizado por meio de várias técnicas de intimidação, propaganda racional e irracional (apelando para os interesses dos estranhos e para suas emoções), mistificação e, em geral, a manipulação dos símbolos de prestígio. O íntimo, por outro lado, têm de ser mantido dentro (BERGER; LUCKMANN, 1985, p. 120/121).

Todavia, de acordo com Henry Jenkins (2009), os produtores de mídia na web estão sendo obrigados a readequar o relacionamento com seus consumidores. Com as novas tecnologias, o público ganhou poder e ocupa um espaço na intersecção entre os velhos e os novos meios de comunicação. É o que Jenkins chama de cultura participativa.

O surgimento de blogs, por exemplo, colocou em xeque a verdade absoluta difundida pela ideologia dos veículos jornalísticos. Para Jenkins (2009, p. 308) “num contexto assim, os blogueiros irão concorrer com jornalistas profissionais matéria por matéria, às vezes acertando, às vezes errando, mas sempre obrigando um segmento do público a questionar os argumentos dominantes”. A autoria então

perde sua aura. À medida que expandimos o acesso à distribuição em massa pela web, nossa compreensão do que significa ser autor, conseqüentemente muda.

## 5 – Considerações finais

Em vista da abordagem realizada, reflete-se que em uma sociedade onde a mídia representa a vida cotidiana, ancorada em universos simbólicos que favorecem, majoritariamente, os detentores de poder e hegemonia, os tipificados como estigmatizados encontram-se quase sempre a margem das prioridades. Estes, virtualmente, tem dificuldade para encontrar defesa à condição que lhe é atribuída pelos meios de comunicação.

Paralelo a este quadro, a rotina de produção jornalística no cibermeio, fomentada por um fetiche de velocidade e instantaneidade, em constante crescimento, se alimenta na sociedade de redes, onde chegar na frente torna-se imprescindível e a correta apuração dos acontecimentos fica em segundo plano.

Por outro lado, os grupos estigmatizados, podem, por meio de subuniversos simbólicos e com o auxílio das redes, confrontar a ideologia dominante. O surgimento de blogs, por exemplo, permite a grupos ativistas de causas sociais, questionar e subverter a verdade absoluta difundida pelos veículos jornalísticos. O receptor passa a fazer parte do processo de produção, embutido em uma cultura participativa, onde os grandes conglomerados são obrigados a considerar os membros do público não como meros consumidores passivos de informação, mas sim como sócios.

## 6 - Referências bibliográficas

ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

BARDOEL, J.; DEUZE, M. **Network Journalism**: converging competences of old and new media professionals, in: <http://home.pscw.nl/deuze/pub/9.htm>, 2000.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T.. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DAPIEVE, A. **Morreu na contramão**: o suicídio como notícia. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2007. 191 p.

FERRARI, P. **Jornalismo Digital**. Editora Contexto, 2003.

GOFFMAN, E. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 8ª edição. 1985.

GOFFMAN, E. **Estigma**: Notas Sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada. São Paulo: LTC, 1988.

HOEWELL, G. **A narrativa multimídia no ciberjornalismo**: uma análise de “Rota 66, A confissão”. TCC (Graduação). Porto Alegre: FABICO:UFRGS, 2015.

JENKINS, H. **Cultura de convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENSEN, K. B. (Ed.). **A handbook of media and communication research**. Qualitative and quantitative methodologies, Londres, Routledge, 2002;

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo**: travessia latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola, 2004.

MAROCCO, B.; BERGER, C. (Orgs.). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Vol 1. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MARX, K. O Capital. **Crítica da economia política**. Vol I, livro Primeiro, O processo de produção do capital. Tomo I. São Paulo: Nova Cultural, 1985. (Coleção Os Economistas).

MORETZSOHN, S. **Jornalismo em “tempo real”**: O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

PALACIOS, M. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line**. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. (org.) Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003.

SCHWINGEL, C. **Ciberjornalismo**. Bahia: Editora Paulinas, 141 p. 2008.

SOUSA, J. P. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Letras Contemporâneas, 2002.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. Volume 1. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, G. **Making News**: a Study in the Construction of Reality. Nova Iorque: Free Press, 1978.