Midiatização de imagens: entre circulação e circularidade[1]

Ana Paula da Rosa
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas (Celer Faculdades)/ Unisinos[2]

Resumo

RESUMO
Cada vez mais os meios de comunicação desempenham um papel fundamental na sociedade, o papel de ordenadores sociais. Por meio de suas lógicas já não se representa mais o mundo, mas, sim, se atribui sentido a ele. As imagens fotojornalísticas se autonomizam e sobrevivem para além dos referentes. Deste modo, o que tem se modificado é o processo de circulação de sentido, que é sempre um sentido segundo, resultado da interpretação do próprio meio e daqueles que se valem dos protocolos midiáticos para ter acesso ao campo, à visibilidade e, por fim, à existência. O caso Ronaldo Fenômeno é uma mostra do apagamento da imagem fora do campo dos media e de seu poder de inscrição circular, tornando o jogador uma imagem cíclica e de certo modo perene.

Palavras-chave

Midiatização; imagens;jornalismo; circularidade;fotografia.

1- Midiatização : quando o campo ordena a sociedade

A sociedade se modificou com o surgimento dos meios de comunicação, não apenas porque foi possível representar a realidade e aguardá-la em fotografias e textos impressos, mas através dos meios a comunicação passou a ditar as regras da vida em sociedade, gerando uma nova forma de vida, não mais focada na experiência, mas sim na vivência midiatizada. Desde que a Revolução Industrial ocorreu, muitas

[1] Trabalho apresentado ao Intercom Sul na Divisão Temática de Jornalismo, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

[2] Ana Paula da Rosa é Doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos, na linha de Midiatização e Processos Sociais. Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Atualmente coordena os cursos de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda e Jornalismo da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas (Celer Faculdades) de Xaxim (SC) onde atua também como docente. E-mail: anarosa@celer.com.br

transformações se deram não apenas em termos de aparatos técnicos, mas em termos de comportamento, de acesso à informação e de organização, propriamente dita. Com a invenção da prensa de Gutemberg, o surgimento da fotografia , do cinema, do rádio e da televisão, os aparelhos (ou seriam dispositivos?) tecnológicos passaram a ser adotados no cotidiano das pessoas, criando novas formas de relação, seja entre os homens e os aparelhos, entre os aparelhos e os aparelhos e entre o sentido gerado pelos aparelhos. Explicando melhor, com o advento das "tecnologias" foi possível promover a comunicação "massiva" de modo que mudanças profundas ocorreram na maneira de se relacionar com o mundo existente. Os aparelhos passaram a mostrar e revelar um mundo, nem sempre o mundo acessível pelos olhos. Se antes dos aparelhos tecnológicos era possível saber apenas daquilo que estava próximo, com eles a informação alcançou ampla escala; se antes era possível discursar no praça, para um pequeno público, com os meios a discursividade migrou para um plano muito amplo e mais complexo.

Eliseo Veron (2001) argumenta que num primeiro momento os meios surgiram com fim "nobre", ou seja, como meios a serviço da comunicação, como "funcionários" dela. "Una sociedad mediática es una sociedad donde los medios se instalan: se considera que estos representan sus mil facetas, constituyen así una clase de espejo" (pg. 14) Um espelho que reflete a sociedade industrializada e que passa a depender destes "aparatos técnicos" para se comunicar. A sociedade passa a ser representada nos meios e mais que isso, pelos meios. Isto quer dizer que o surgimento dos meios de comunicação ou do campo dos media traz consigo uma crise representacional, uma vez que a representação social passa a ser feita pelos meios que, por sua natureza técnica, passam a também produzir "leituras" deste ser ou objeto que representam. A velha discussão da fotografia de que é o aniquilamento do real versus a realidade fiel figurativizada. Neste sentido, Jacques Aumont (1997) defende que o real é "aniquilado no momento em que passa a ser mediado", pois o procedimento adotado para efetuar a fotografia modifica a forma de percepção daquele referente ou do acontecimento em si. Veron (2001, p. 15) argumenta que os meios não apenas são dispositivos de reprodução de um real que copiam de forma aproximada, mas são, sim, dispositivos de produção de sentido. " Una sociedad em vias de mediatización es aquella donde el funcionamento de las instituciones, de las practicas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relacion direta con la existencia de los medios". Um exemplo disso são as próprias guerras, que mediatizadas, se transformam em guerras reais. Hitler usou da fotografia e da propaganda para difundir suas idéias e pregar o medo, Bush recorreu aos

meios e a censura para filtrar a realidade da guerra, sendo que a própria guerra muitas vezes não passa de uma fachada midiática construída pelas e para as lógicas da mídia.

Desta forma convém explicitar que a sociedade mediatizada surge quando os meios passam a ser não meramente uma forma de intermediação, de ligação entre o vivido (real) e o representado, mas, sim, quando os meios passam a se tornar um agente comunicativo que gera e cria ações que repercutem na vida do cidadão, ocasionando de certa forma o que Ítalo Calvino (1998), em as "Seis propostas para o novo milênio", temia, a substituição da experiência concreta pela experiência midiatizada. Sem apelar para as posições de Jean Baudrillard sobre a inexistência do real, é possível dizer que o mundo existe fora da mídia, entretanto a realidade passa a ter uma única fonte que é a mídia, pois sem a mediação os fatos propriamente ditos são esvaziados de sentido. Assim, a mídia não é mais uma transportadora, mas uma produtora de sentidos.

Portanto, os dispositivos midiáticos seriam não apenas uma revolução técnica, mas um suporte que propicia, gera e transmite sentidos, sentidos estes que fora dos meios talvez não seriam possíveis. Conforme Fausto Neto (2006) a midiatização é uma ação interna, crescente e generalizada, que constitui a formação da sociedade permeada por valores e protocolos focados na técnica. No entanto, a midiatização é algo maior do que instrumentos e funções, ela é resultado da própria prática da comunicação, uma vez que os meios, na concepção de Fausto Neto (2006), passam a operar não apenas como meios de representação da sociedade ou de campos sociais, mas a agir como "meios-pulsão", onde se institui um novo tipo de real, um real que está ligado, diretamente, a produção de sentido, uma produção que se dá não na sociedade, simplesmente, mas através de meios "sócio-técnicos".

Entre a midiatização e a sincronização: uma aproximação possível

A midiatização atravessa todas as práticas sociais que se utilizam da mídia para atingir seus públicos e objetivos, assim sendo a midiatização nada mais é do que a força organizativa atribuída aos meios de comunicação que regulam e ordenam o que os demais campos sociais dizem e fazem. Harry Pross (1987), embora não se dedicasse ao estudo da midiatização, atribuí aos meios de comunicação a capacidade de sincronizar a vida e os tempos de vida. De certa forma é possível fazer uma aproximação do pensamento de Pross com as definições de midiatização. Através do discurso midiático e dos dispositivos empregados pela mídia, este campo social acaba por representar os

demais, legitimando-os e se auto-legitimando, propiciando a sincronização. Isto é, o que a mídia diz é verdade, é importante e merece ser visto, percebido, pensado. A mídia, desta forma, através da habilidade comunicativa acaba por construir o próprio acontecimento atribuindo a ele sentido e valor social.

Um exemplo disso é o que Antônio Fausto Neto (2006) apresenta no artigo "Dispositivos de telecura e contratos de salvação". Ao abordar as estratégias midiáticas empregadas pelo campo religioso, Fausto Neto mostra a articulação direta do campo midiático com o religioso em torno dos dispositivos de operações discursivas que geram uma nova forma de fazer religião. Se no passado a religião era conhecida por mobilizar multidões em torno de "messias", "profetas da palavra Divina", "pregadores", hoje as multidões são mobilizadas por meio da televisão o que cria uma nova forma de "fazer a religião". Uma religião que "prega" a palavra de Deus, mas que reforça esta palavra através dos recursos disponíveis na midiatização, criando uma religião muito mais simbólica do que qualquer outra coisa. Hoje, no novo sistema midiático-religioso, o fiel não é aquele que se ajoelha diante da cruz para orar, mas aquele que, ajoelhado, protagoniza um depoimento em que demonstra o valor de sua fé. Em função do dispositivo midiático, os receptores se tornam atores, ainda que coadjuvantes, de um fazer da religião baseado na necessidade de exteriorizar esta fé, seja abraçando a pessoa ao lado, seja enviando um e-mail ou se oferecendo para "agradecer"a Deus em uma missa-midiática-teatral. Esse novo "fazer religioso" afeta o campo religioso, mas também a legitimidade do processo junto aos demais campos sociais. É aí que a mídia, em especial o rádio e a televisão, se constitui em produtora de telecuras, estratégias que fomentam e permitem novas maneiras de vínculos sociais e interações.

Neste sentido, Adriano Duarte Rodrigues (1999) aponta para uma dependência dos dispositivos de mediação para a compreensão do mundo.

> De facto, a percepção que temos hoje do mundo tornou-se dependente de complexos e permanentes dispositivos de mediatização que marcam o ritmo da nossa vida cotidiana, sobrepondo-se cada vez mais não à nossa percepção imediata do mundo, mas também aos ritmos de funcionamento das instituições que formam os quadros da nossa experiência individual e coletiva. São cada vez mais os complexos dispositivos técnicos de mediação que ajustam a nossa percepção do mundo às suas capacidades de simulação. (DUARTE:1999, p.01)

A vida é, cada dia mais, demarcada pelas lógicas dos meios de comunicação que são adotadas não apenas pela religião, mas pelos governos que determinam suas

agendas através da mídia, pelas famílias que organizam seu calendário-tempo conforme os calendários seguido pelos meios. Até mesmo os movimentos sociais se valem dos protocolos da mídia para que possam exibir seus protestos e, assim, ter direito a voz, em meio ao emaranhado de vozes que não ganham relevo senão via a midiatização. Tudo isso demonstra o quanto a sociedade é depende dos meios para se organizar, gerando o que Adriano Duarte Rodrigues chama de "autonomização" do campo dos media, ou seja, o campo dos media se tornando a forma de acesso, de visibilidade, e detentor de um poder delegado pelos demais campos. Em síntese, a sociedade midiatizada é aquela caracterizada pelo fato de que suas práticas sociais precisam levar em conta a referência da existência das lógicas mediáticas. É o campo dos media que organiza os acontecimentos, faz a gestão destes e regula ou determina a presença dos outros campos, bem como seus discursos. Um exemplo disso é o recente caso da morte da menina Isabella em São Paulo. A midiatização do caso fez com que delegados, legistas, passassem a valer-se da mídia e de suas lógicas para apresentar argumentos, para ter acesso aos meios e, logo, para estimular e pautar o pensamento dos cidadãos e dos demais campos. A morte da menina fez com que a mídia se tornasse o próprio investigador da causa, ela se revestindo de um discurso que não é dela, mas que ao ser adotado gerou uma série de situações midiáticas como um repórter sendo entrevistado enquanto "autoridade" e o "público" acompanhando na porta da delegacia o "circo midiático" da revelação de quem matou ou não. Em função da midiatização os discursos dos campos passam a se imbricar e se misturar já não sendo mais possível identificar quem é aquele que fala.

Circulação : espaço da construção do sentido

O campo dos media atribui sentido à realidade e faz com que "bens" intangíveis e imateriais circulem, sendo que o que interessa aqui é exatamente as operações de sentido realizadas. De que forma estes sentidos são percebidos pela sociedade? Há algo para além dos sentidos dados? Para Antônio Fausto Neto (2006) o "mistério" para a comunicação está exatamente na circulação, ou seja, nas condições em que as realidades são afetadas pelas lógicas dos meios.

> Os processos de produção de significação dão lugar a novos métodos de operações de sentidos, em função de lógicas de sentido pelas quais palavras abandonam suas pertenças a sistemas culturais de significação e ingressam nas lógicas de fluxos. Do ato significativo,

> ao acting out, ou ato indicial que beira o acting out. As lutas já não tem como meta velhas teologias morais, éticas, confessionais e políticas. São travadas visando o acesso à operacionalidade do código e não o exercício/aprendizado das gramáticas significacionais instituídas pelas racionalidades das instituições que definiam esquemas e modelos de pertença. (FAUSTO NETO, 2006, p. 05)

Deste modo o ator social já não é mais o intérprete, mas se constitui naquele que faz as conexões com o campo dos media. Para Jairo Ferreira (2007) é na circulação que o processo de produção de sentido se efetiva.

> Partimos , num primeiro momento de aproximação desse foco, da análise da circulação centralizada no conceito de discurso (modelo de Veron sobre circulação). Em seu modelo há uma gramática de produção (representada por operações de produção) de discursos e uma gramática de reconhecimento (representada pelos processos de reconhecimento), sobre as quais novas gerações de produção discursiva são realizadas. O ciclo interminável forma a circulação. (FERREIRA, 2007, p. 137)

Isto quer dizer que a circulação se dá em dois momentos distintos: primeiro há um processo de produção do discurso propriamente dito e depois este discurso passa a ser reconhecido e volta a gerar sentidos, produzindo novos discursos sobre esta produção anterior. Há, desta forma, uma constante relação entre as operações de produção e as operações de reconhecimento, ainda mais quando se pensa este reconhecimento se dando a partir dos dispositivos midiáticos e de seus protocolos estabelecidos. O reconhecimento passa, necessariamente, pela influência do próprio dispositivo que acrescenta sentidos para além dos já previstos. A comunicação, e em especial o jornalismo, implica sempre no movimento de trocas incessantes de materiais significantes, o que para Jairo Ferreira (2005) representa que a comunicação é "em sua gênese, circulação". O campo dos media recebe informações, dados, sentidos que são redimensionados dentro do próprio campo e quando chegam até o "receptor-leitor-telespectador" já são revestidos de camadas de sentidos atribuídos pelo campo, não mais pelos atores sociais primeiros de onde partiu a informação. E por que se torna pertinente compreender este processo? Porque à primeira vista o que se recebe, em casa, é apenas o sentido gerado já em sua segunda instância, já na fase de reconhecimento, onde o que é apresentado é produto de uma leitura guiada pelo próprio dispositivo e meio de comunicação. No que tange às imagens fotográficas que chegam em capas de revistas ou jornais, todo o esforço feito para criar elementos, juntar

situações e frases, faz com que aquele objeto seja revestido de sentidos a mais, os quais o receptor assumirá como verdadeiros, principalmente, quando se trata do jornalismo, visto que ainda paira no ar a máxima de que o jornalismo é a realidade, ou representa o real de forma objetiva. Ainda conforme Jairo Ferreira (2005) em função do processo de circulação

> O discurso é objeto do discurso, em que as falas de agentes, instituições e campos sociais são reintegrados a outras, numa distribuição conforme as posições sociais (objetivas) dos interlocutores. Esse processo se expressa enquanto processo em que os materiais significantes são objetos interpretados e transformados, deslocando o lugar social de fala dos outros, através de diversos agentes do processo enunciativo que entrelaçam objetos (referentes) e imagens de outros agentes sociais (vinculados a instituições e campos sociais). (FERREIRA, 2005, p.07)

A circulação a partir desta visada é, portanto, um processo em que o sentido circula, muda, altera-se conforme a lógica dos meios, que ao sintetizarem fatos na forma de imagens (objeto de estudo deste artigo) reinterpretam, gerando outras formas de vínculos. Poderia se dizer que as imagens quando chegam nas redações possuem o sentido atribuído por fotógrafos e jornalistas, mas que quando são midiatizadas passam a receber influência dos dispositivos, das lógicas dos meios e recebem um novo sentido, este último o consumido pelo receptor final que ainda pode assumir o sentido dado, reconhecer-se nele ou produzir novos sentidos a partir de então. No entanto, cada vez mais os outros campos sociais que não o midiático já se valem das regras do trabalho jornalístico e passam a gerar processos de noticiabilidade.

Vejamos como exemplo a capa da revista Veja de abril de 2008 que traz o jogador de futebol Ronaldo, conhecido e popularizado como fenômeno, já esmaecido, em um fundo esbranquiçado com o título "*A escolha de Ronaldo*", remetendo ao caso que se tornou público de que o jogador teria se envolvido com três travestis na noite do Rio do Janeiro e que estes teriam extorquido dinheiro do jogador. O caso só se tornou público após a denúncia de um dos travestis à Polícia e quando este chantageou Ronaldo com a exibição do ocorrido em meios de comunicação. Sem entrar na questão em si, a capa traz ainda a linha de apoio "*O Fenômeno podia ser um Pelé, mas de escândalo em escândalo sua imagem se desfaz como a de Maradona*". A fotografia escolhida não é especial, não faz alusão ao caso em debate, mas ao relacionar a imagem se esvaindo da capa como o famoso jogador argentino, a construção de sentido fica clara, Ronaldo está se perdendo não apenas como jogador, mas como ídolo que foi construído imageticamente, inclusive

pela própria revista em diversas edições anteriores. Além disso, Ronaldo foi acusado de estar envolvido com drogas, sendo que a alusão a Maradona traz à tona, ainda que veladamente, este posicionamento. Ronaldo não é um Pelé, mas pode vir a ser um Maradona, constantemente em clínicas de recuperação.

Mas este não é o primeiro caso em que Ronaldo vira assunto e tema de discussões. No final dos anos 90 foi acusado de ter se envolvido com prostituição na Itália, mas na época, em tempo do auge da carreira, foi tratado como vítima pela própria revista.

Após a sua recente aparição na capa da Veja os próprios leitores criaram a sua capa da revista, principalmente porque hoje, com a Internet, as imagens podem ser alteradas, modificadas e sentidos antes que só pertenciam ao imaginário individual

passam a ser socializados e reproduzidos. O que se percebe na imagem abaixo é que a construção de sentido efetuada para um blog possui a mesma lógica que é adotada pela revista, o jogo de palavras, as entrelinhas, embora muito mais direta.

Este caso se torna emblemático não apenas pela construção de sentido efetuada pela revista, mas pela postura adotada pelo próprio jogador que valeu-se da lógica dos meios para tentar reverter o abalo em sua imagem. No programa Fantástico, Ronaldo concedeu entrevista exclusiva à repórter-apresentadora Patrícia Poeta. Em uma mostra de que havia "baixado a guarda" Ronaldo confessa ter se envolvido com travestis, alega desconhecimento, pede desculpas ao país e se diz culpado "pela própria inocência". Se a estratégia foi eficaz para reverter os abalos causados é cedo para saber, mas o caso demonstra o quanto a midiatização está presente e como cada vez mais, conforme Fausto Neto (2007, p. 02) "seus fluxos de produção, circulação e de recepção estão subordinados e dispostos a uma complexa rede de dispositivos e uma teia de relações entre campos, afetados por lógicas, regras e operações do próprio trabalho de midiatização".

Circularidade: imagens em replicação

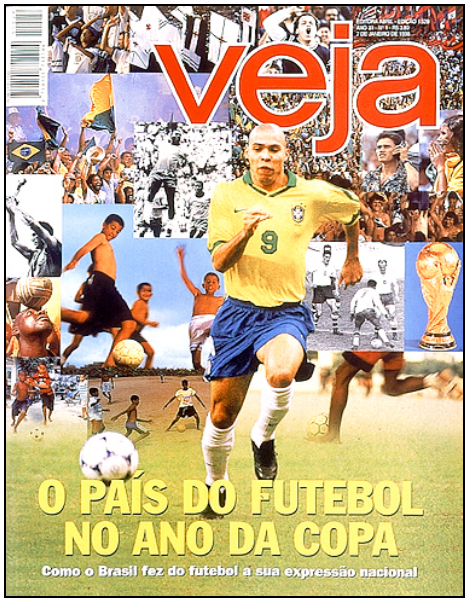
A midiatização das imagens é um fenômeno cada vez mais presente, visto que a circulação não se vale apenas do discurso verbal. Vive-se uma época em que as imagens já não pertencem mais aos retratados, mas sim à própria mídia que passa a deter o poder sobre a imagem do indivíduo, o poder de exibir ou não. Ronaldo não teve escolha,

sua imagem foi veiculada em jornais de todo o mundo, em revistas, associada aos travestis que viraram "celebridades" instantâneas em depoimentos, em canais de televisão aberta e até em sátiras de programas de humor. A imagem de Ronaldo não se esvaiu só na capa de Veja, mas lhe escapou das mãos no momento em que a mídia passou a determinar quando e como ela deveria ser usada. O próprio jogador precisou se transformar em imagem, através das lentes da televisão, para tentar, ironicamente, pedir desculpas por ter tido sua privacidade alardeada. Deste modo, a midiatização das imagens se relaciona diretamente com a idéia não só de circulação, mas de circularidade. A imagem de Ronaldo da revista migrou para a TV, que disponibilizou para outra emissora, que repercutiu nos jornais, que pautou blogs e assim por diante, sem saber onde começa e onde termina, numa circularidade sem fim.

Neste sentido Dietmar Kamper (2000) coloca que tudo o que não é visível parece ter perdido a condição de existente e como num acordo tácito, todos sabem, mas todos estão vidrados nas poucas imagens que se mostram.

> Tudo o que não for visível tem que ser descartado como objeto sem valor, antes mesmo de entrar no jogo. Em compensação, toda imagem conformável ao olhar pode ser configurada ativamente, apresentada e reapresentada em encenações repetidas uma vida inteira, inclusive com a participação das pessoas que se colocam sob os olhares controladores. (KAMPER, 2000, p. 01)

Ronaldo se fez imagem. A midiatização fez a imagem de Ronaldo: a primeira, de jogador prodígio, e a última de jogador em fim de carreira que se envolve em escândalos após escândalos.



Qual será a imagem futura?

Quando não são as imagens que se repetem, são os ângulos de cobertura, os elementos, os aspectos. Assim, é a partir das imagens selecionadas para serem vistas que ocorre a sincronização pelo olhar, que consiste num processo de combinação de fatos, ou melhor de fotos, para serem vistas de forma simultânea. Uma sociedade que vê a mesma imagem, repetidas vezes, em vários suportes diferentes (televisão, jornal impresso, Internet) acaba por crer que aquela imagem é a única que vale a pena ser vista, mesmo que um contingente imenso de imagens tão, ou até mais, relevantes seja, simplesmente, deixado de lado.

Desta forma, a ordenação pelo olhar se dá, principalmente, pela ritualização das imagens que são oferecidas insistentemente, num processo circular que ocorre de duas formas no fotojornalismo. Primeiro, as imagens aparecem como se fossem pontuais, ou seja, apenas discursos visuais da notícia, fruto de coberturas jornalísticas pseudo preocupadas com a transmissão da realidade. Num segundo momento, essas fotografias passam a ser reiteradas massivamente, fazendo com que tais imagens mediadas integrem a agenda dos cidadãos. Mais do que isso, estas imagens repetidas contribuem para a sincronização da sociedade, que não apenas aceita e inclui em sua agenda pessoal determinados temas e ângulos que são mostrados pela mídia, como também do olhar que, de tanto ser exigido, passa a ser sincronizado, a ponto de já não se ter mais autonomia para ver diferente do que é mostrado. De concreto é possível dizer que os símbolos e seus sentidos nascem e morrem. Para Baitello Junior (1999, p. 109-110), os símbolos só podem se afirmar e manter quando são reiterados e repetidos. Os símbolos "carecem do apoio e da confirmação reiterados do coletivo para que possam ter sua credibilidade legitimada e mantida. Sem a legitimação da sociedade eles retornam ao universo da fantasia individual". E quem possui o poder da legitimação? A própria mídia. A circularidade assim se inscreve em dois movimentos: o de apropriação das imagens pela mídia e o de sua legitimação replicante. Os meios passam a ser a fonte única da realidade, onde os acontecimentos e os próprios envolvidos se submetem à lógica dos processos midiáticos.

Considerações finais

O surgimento dos meios de comunicação resultou numa nova forma de vida, uma vida mediada. Os aparatos tecnológicos fizeram com que o homem se relacionasse de modo diferente com outros homens, bem como criaram novas relações entre homem

e aparelho, aparelhos e aparelhos. Se no princípio os meios eram subordinados à comunicação existente e, portanto, funcionários desta, com a sua evolução e massificação a comunicação se tornou subordinada aos meios, invertendo o processo. O campo dos media há muito deixou de ser um reflexo do real, um meio de representação, para se constituir na própria apresentação do mundo. Isto gerou a substituição da experiência concreta pela midiática, ou seja, o homem já não precisa mais experimentar, vivenciar, pois os meios já lhe fornecem a experiência completa.

Vive-se uma era onde sem a mediação há um esvaziamento do sentido, já que são as lógicas dos meios que determinam quanto e qual sentido deve ser transmitido. A midiatização permite que ocorra a sincronização social, ou seja, por aquilo que é tornado público, por aqueles discursos que a mídia disponibiliza, a sociedade passa a ser organizada e regida. Só aquilo que é veiculado é pertinente, só aquela perspectiva é válida, o restante não é legitimado e, portanto, não possui peso o suficiente para durar. São as lógicas da midiatização que regulam e ordenam a sociedade, valendo-se da sua inerente função de portadora/determinadora do acesso. Adriano Duarte Rodrigues deixa claro que o campo dos media se autonomizou, ou seja, tornou-se autônomo e capaz de falar com propriedade em nome de quem, realmente, fala. A mídia cada vez mais tem se apropriado dos discursos dos demais campos, passando a reproduzi-los e disseminá-los a partir de uma nova perspectiva, esta baseada em sentidos diversos.

O que está em jogo é a comunicação como circulação de sentido, um sentido criado e mantido a partir das operações de produção presentes e integrantes dos próprios meios. No caso das imagens midiatizadas, quando estas fotografias ou vídeos chegam ao campo dos media elas deixam de pertencer àqueles que as criaram ou que estão por elas representados. O corpo que aparece na imagem, a intenção, pouco importa. Importa, sim, o poder do campo do media de atribuir novos, e mais, sentidos. No caso do jogador Ronaldo, por exemplo, a Revista Veja deu ampla cobertura sobre seu provável envolvimento com travestis. Embora o jogador tenha tentado argumentar, sua imagem virou motivo de chacota e até de novas imagens. Para evitar maiores danos, Ronaldo recorreu às lógicas dos meios, se fez imagem em entrevista na maior rede de televisão brasileira, a Globo. Se desculpou diante das câmeras e ao responder todas as perguntas abriu caminho para que seja possível pensar qual será sua próxima aparição. Em 98 seu rosto já havia estampado uma capa de revista, logo após o fracasso na Copa, anos depois, no auge da carreira, Ronaldo foi visto como um rei . Sucessivamente, sua imagem foi sendo tratada na mídia, ora como um ídolo, ora como um jogador "metido

em escândalos". A circularidade da imagem de Ronaldo deixa uma brecha, um espaço em branco para se questionar: qual será a próxima? Certamente ela virá. E se Ronaldo se fez imagem, a midiatização fez e mantém a imagem de Ronaldo.

Referências Bibliográficas

BAITELLO JUNIOR, Norval. **O animal que parou os relógios**: ensaios sobre comunicação, cultura e mídia. São Paulo: Annablume, 1999, reimpressão 2003.

_____. **Comunicação, mídia e cultura**. Perspectiva. São Paulo: Fundação Seade, out-dez/1998.

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

_____. A sociedade das imagens em série e a cultura do eco. **Revista Faro**, ano 1, tono 1, Valparaíso (Chile):Universidad de Playa Ancha, p. 97-111, agosto, 2005.

BAITELLO JUNIOR, Norval; CONTRERA, Malena; MENEZES, Eugenio (orgs). **Os meios da incomunicação**. São Paulo: Annablume/CISC, 2005.

CALVINO, Ítalo. **Seis propostas para o próximo milênio**: lições americanas. 2ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

FAUSTO NETO, Antônio. **A midiatização jornalística do dinheiro apreendido: das fotos furtadas à fita leitora.** Disponível em < www.compos.org.br/biblioteca 245pdf > Acesso em 20/07/2008.

_____. **Midiatização: prática social, prática de sentido**. Paper, Seminário Mediatização. Bogotá, 2005.

_____. Dispositivo de telecura e contratos de salvação. In: **Comunicação, mídia e consumo**. Ano 3, V. 3, nº 6. São Paulo: ESPM, 2006.

FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo (orgs). **Mídia e movimentos sociais: linguagem e coletivos em ação.** São Paulo: Paulus, 2007.

_____**. Dispositivos midiáticos. 2005.** Disponível em < http://reposcom.portcom.intercom.org/bitstream/1904/20178/1/jairo+ferreira.pdf > Acesso em 15/07/2008.

_____. **Midiatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação**. Paper: PPGCOM São Leopoldo, 2008.

KAMPER, Dietmar. Os padecimentos dos olhos. In: CASTRO, G.; CARVALHO, E. ; ALMEIDA, MC. (orgs). **Ensaios de Complexidade**. Porto Alegre: Sulina, 1997, p. 131-137.

_____. Imagem. In: **Cosmo, Corpo, Cultura: Enciclopédia Antropológica.** A cura de Christoph Wulf. Milano, Itália: Ed. Mondadori, 2002.

_____. **As máquinas são tão mortais quanto os homens**. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/nucleos/filocom/traducao9.html>. Acesso em: 15 out. 2005

KLEIN, Alberto; ROSA, Ana Paula. Atentado em imagens: sincronização e circularidade na mídia. **Grhebh**, nº 08, julho, 2006.

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

_____. **La violencia de los símbolos sociales**. Barcelona: Antrhopos, 1989.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Experiencia, modernidade e campos dos media**. 1999. Disponível em www.bocc.ubi.pt.

_____. A emergência dos campos sociais. In: REVAN, Raimundo Santana (org). **Reflexões sobre o mundo contemporâneo**. Teresina: UFPI, 2000.

VERON, Eliseo. Esquema para el analisis de la mediatización. In: **Diálogos.** Nº 48. Lima: Felafac, 1997.

_____. **El cuerpo de las imágenes**. Buenos Aires: Norma, 2005.