

Midiatização na crise migratória: a cobertura dos meninos Aylan Kurdi e Omran Daqneesh

Resumo: Partindo do conceito de midiática, o ensaio propõe uma discussão a partir do caso do afogamento do menino refugiado sírio Aylan Kurdi, amplamente discutido na mídia e pela sociedade, após uma foto ser veiculada na qual o menino de três anos aparece, sem vida, de bruços, na beira de uma praia na Turquia, após uma tentativa sem sucesso de chegar à Grécia. A escolha da temática se justifica pela pertinência no âmbito social atual, pela discussão da representação dos refugiados na mídia, além de contribuições para a área da comunicação e estudos de cultura. Metodologicamente, trata-se de um estudo teórico-empírico, desenvolvido com revisão bibliográfica e estudo de caso. Em um momento em que a globalização “encurtou” fronteiras e o acesso à informação está mais fácil do que nunca e considerando o impacto que a imprensa midiática tem na sociedade, evidencia porque o caso foi além de mais um acontecimento jornalístico. Demonstra que a imagem se tornou símbolo da crise migratória, propondo um discurso mais humanizado e uma mudança - podendo ou não ser momentânea - na cobertura da chamada crise migratória que a Europa vive.

Palavras-chave: Midiática; crise migratória; refugiados; jornalismo internacional.



Anelise Rublescki¹
Mariana Haupenthal²

¹ Jornalista, mestre (UFRJ) e doutora em Comunicação e Informação (UFRGS), pós-doutora em Comunicação Midiática (UFSM). Docente e pesquisadora na Faculdade de Comunicação e no Programa de Pós-graduação em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade FEEVALE (RS - Brasil).

² Bacharela em Jornalismo e mestranda do Programa de Pós-graduação em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade FEEVALE (RS).

La mediatización de Aylan Kurdi and Omran Daqneesh en la prensa: los refugiados en el radar del mundo

Resumen: El artículo se basa en el concepto de mediatización y propone una discusión del caso de lo niño refugiado sirio Aylan Kurdi, ampliamente discutido en los medios de comunicación y la sociedad después de una foto en la que el niño de tres años aparece sin vida en una playa en Turquía, después de un intento fallido de llegar a Grecia. La elección del tema se explica por la repercusión en el contexto social actual de la discusión de la representación de los refugiados en los medios de comunicación, así como contribuciones para el campo de los estudios de comunicación y cultura. Metodológicamente, se trata de un estudio teórico y empírico, desarrollado con la revisión de la literatura y estudio de casos. En un momento en que la globalización ha “

estrechado “ fronteras y teniendo en cuenta el impacto que la prensa en la sociedad mediática, muestra porque el caso no fué solamente más un evento periodístico. Demuestra que la imagen se ha convertido en un símbolo de la crisis de la inmigración mediante la propuesta de un discurso más humano y un cambio – que puede o no ser momentáneo - en la cobertura mediática de la crisis migratoria que vive hoy la Europa.

Palabras Clave: Mediatización; crisis migratória; periodismo internacional; Aylan Kurdi Omran Daqneesh.

Mediatization of the boys Aylan Kurdi and Omran Daqneesh by the press: refugees in the world radar

Abstract: Based on the mediatization’ concept, the paper proposes a discussion from the case of drowning Syrian refugee boy Aylan Kurdi, widely discussed in the media and society, after a published worldwide picture of the three-year-old appears lifeless, face down on the edge of a beach in Turkey, after an unsuccessful attempt to reach Greece, as well as , another Syrian boy photographed and filmed covered in dust and blood in an ambulance in Aleppo, one of the two places most affected by the conflicts in the country. The choice of the theme is justified by the relevance in the current social context for the discussion of the representation of refugees in the media, as well as contributions to the field of communication and culture studies. Methodologically, it is a theoretical and empirical study, developed with literature review and case study. At a time when globalization “shortened” borders and considering the impact that the press has mediated in society, the article shows why the case was beyond just a journalistic event. It shows that the image has become a symbol of the immigration crisis by proposing a more human speech and a change - may or may not be momentary - on the roof of the call migration crisis that Europe lives.

Key words: Media coverage; migration crisis; international journalism; Aylan Kurdi Omran Daqneesh.

1 Introdução

A relevância do tema comunicação na cultura digital em torno de redes, processos, dispositivos, produtos e sistemas renorteia as mídias e as sociabilidades e mobiliza um plural núcleo de pesquisadores. Não parece ser coincidência denominações propostas como sociedade dos *mass* mídia (Gianni Vattimo), sociedade *media-centric* (Venício Lima), capitalismo de informação (Frederic Jameson), sociedade conquistada pela comunicação (Bernard Miège), planeta mídia (Dênis de Moraes), idade mídia (Antonio Rubim). Todas essas denominações,

entre muitas outras possíveis, têm sido insistentemente evocadas para nomear o contemporâneo.

Na mesma medida, dizer que a sociedade contemporânea é midiaticizada se tornou uma afirmativa recorrente. Trata-se de um fenômeno socio-cultural no qual a lógica das mídias se alarga e se difunde pelo tecido social. É um termo que se refere à sociedade que, gradualmente, se amalgama em rede, que se articula social e culturalmente por múltiplas telas e que permite que cidadãos comuns deem visibilidade aos assuntos do seu interesse, adotando práticas que até 15 anos eram restritas às mídias. Contudo, se o conceito-chave para a compreensão da influência da mídia na cultura e na sociedade é a midiaticização, o fato é que o termo tem sido utilizado em diferentes contextos, nem sempre com rigor conceitual.

O artigo, de cunho teórico-empírico, revisita o próprio conceito da midiaticização e o fluxo das notícias no jornalismo líquido (RUBLECKI, 2011), a partir de autores como Hjarvard (2012), Fausto Neto (2008), Sodré (2002), Braga (2006) e Rublescki (2011). A partir do conceito de midiaticização e de mudanças estruturais no fluxo das notícias, analisa a repercussão dos casos de dois meninos: Aylan Kurdi, menino refugiado sírio de três anos que ganhou as capas dos principais veículos de comunicação do mundo, em setembro de 2015, após a veiculação de uma foto em que aparece de bruços, sem vida, na beira da praia e Omran Daqneesh, um pequeno sobrevivente de um bombardeio, que se transforma no mais novo ícone da batalha de Aleppo, ao ser fotografado (e filmado) na parte traseira de uma ambulância, completamente coberto de poeira e com o rosto ensanguentado.

2 Notícia líquida no cenário midiaticizado

A cultura midiática – também denominada de midiaticização e cultura da mídia – não pode ser analisada como um fenômeno auxiliar a outro processo, na medida em que as “práticas sociais, os processos interacionais e a própria organização social, se fazem tomando como referência o modo de existência desta cultura, suas lógicas e suas operações” (FAUSTO NETO, 2008, p. 92). Trata-se da intensificação de processos que vão transformando tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos.

Na perspectiva da sociologia do conhecimento, Braga (2006) remete à construção social da realidade, que se desenvolve através das práticas sociais que permeiam indivíduos e setores da sociedade. Neste sentido, a noção de circulação ajuda a situar os fenômenos de midiaticização e mediação no caminho dos fluxos comunicacionais, avançando para além de uma perspectiva linear ou funcional em torno da questão dos dispositivos tecnomidiáticos.

No jornalismo líquido (RUBLECKI, 2011), é a circulação via fluxos que possibilita a “processualidade de referência”, expressão utilizada pelo autor em torno da “função das necessidades de interação, de ‘visibilidade’, de inserção mais ampla que a do círculo dos iniciados” (BRAGA, 2004, p. 10). O jornalismo líquido potencializa o protagonismo do tecido social,

coloca em evidência a processualidade entre os plurais jornalismo e, possivelmente, altera o estatuto teórico da notícia. Isso porque:

A midiaticização, ao afetar os dispositivos jornalísticos, acaba por interferir na forma como estes elaboram suas narrativas, fazendo que se estabeleçam, dessa maneira, novos contratos de leitura e a complexificação de lugares secularmente instituídos. (SOSTER, 2010, *online*).

Às observações do autor – cujo lugar de fala é o do jornalismo institucional – agregam-se novas problemáticas que emergem da porosidade entre as instâncias jornalista-leitor³, gerando outro grupo de complexidades ao fluxo das notícias a partir de processos sociais até então inéditos no jornalismo, quer como prática social, quer como campo mediador. Para Ferreira (2009, p. 143):

Isso significa que o jornalismo como processo social e um dos seus principais produtos, a notícia, são incompreensíveis a partir apenas das teorias clássicas. [...]. Na sociedade midiaticizada, a autonomia [da notícia] produz novos processos sociais, ou seja, produz novas configurações e espaços simbólicos que afetam os anteriores, produzindo efeitos imprevisíveis na sociedade em que opera.

Isso porque são justamente os fluxos que caracterizam o jornalismo líquido. Através do trânsito no tecido social entre os diversos jornalismo *online* que se configuram na web, a notícia será um acontecimento social. Isso vai além do conceito clássico do âmbito da produção do jornalismo tradicional, processo que tem início em 1995 e que, especialmente a partir do início das redes sociais digitais em 2004, complexifica a lógica evolutiva básica de imprensa de buscar mais leitores, aumentar as tiragens, ser um produto massivo (RUBLESCKI, 2011).

Conforme Castilho (2008, prefácio):

Ao longo de sua história, nunca o jornalismo sofreu mudanças tão radicais e tão aceleradas quanto as que estão acontecendo agora por conta da internet. Na verdade, podemos ressuscitar uma expressão já meio gasta, mas que cai como uma luva no processo em curso: uma reinvenção do jornalismo.

Há uma pluralidade de novos espaços (blogs, por exemplo) e de novas práticas de compartilhamento de imagens e textos, além dos atos também mediadores de curtir, compartilhar e comentar. São iniciativas que se referem, sobretudo, às funções pós-massivas:

A nova esfera conversacional se caracteriza por instrumentos de comunicação que desempenham funções pós-massivas (liberação do polo da emissão, conexão mundial, distribuição livre e produção de conteúdo sem ter que pedir concessão ao Estado), de ordem mais comunicacional (mais próxima do ‘mundo da vida’ do que do ‘sistema’), alicerçada na troca livre

³ Neste artigo, o termo leitor é utilizado de forma ampla, referindo-se à outra parte do contrato de comunicação do jornalismo e abrangendo, potencialmente e de acordo com cada dispositivo, leitores, ouvintes, internautas e telespectadores.

de informação, na produção e distribuição de conteúdos diversos, instituindo uma conversa que, mesmo sendo planetária, reforça dimensões locais. As tecnologias da comunicação e da interação digitais, e as redes que lhe dão vida e suporte, provocam e potencializam a conversa e reconduzem a comunicação para uma dinâmica na qual indivíduos e instituições podem agir de forma descentralizada, colaborativa e participativa. (LEMOS, 2007, p. 125).

⁴ Disponível em: <<https://www.google.com.br/analytics/>>. Acesso em 9 out. 2016.

Na sociedade líquido-moderna, marcada pela natureza fragmentada da experiência e pela consequente multiplicidade de esferas de legitimidade, se observa que no momento em que diferentes subsistemas jornalísticos-comunicacionais – até então inexistentes para o jornalismo - passam a dialogar cada vez mais entre si e com os veículos tradicionais e estes, entre si e de forma correferencial, configura-se um cenário instável, líquido, que demanda outros olhares para sua apreensão e compreensão. A midiatização é uma das chaves-analíticas desse cenário.

3 Midiatização

No jornalismo líquido, a ênfase analítica parece residir antes na processualidade do que no interior do campo jornalístico. A geração de sentidos jornalísticos desloca-se da perspectiva de campo bourdieniana, até então normatizada a partir do jornalismo profissional, e volta-se para as relações que se estabelecem entre os diferentes subsistemas; possivelmente acarretando o alargamento do campo.

A lógica das mídias se amalgama pela sociedade e os atos de mediação simbólica crescem em movimentos multidirecionais, inclusive pelos dispositivos de curtir, compartilhar, comentar e republicar disponibilizados pelas redes sociais digitais. Os agregadores/buscadores de notícias asseguram uma visibilidade aos acontecimentos, jornalísticos ou não, até recentemente impensável.

Uma busca no site de notícias do Google, através da ferramenta Google Analytics⁴, combinada com as ferramentas de buscar do Facebook e do Twitter, serve para exemplificar a atual dinâmica midiatizada das informações pelo tecido social.

Em agosto de 2016, o grupo ativista rebelde Aleppo Media Center divulga a imagem de um menino sírio de cinco anos ferido durante um bombardeio. Omran Daqneesh é um pequeno sobrevivente e se transforma no mais novo ícone da batalha de Aleppo, ao ser fotografado (e filmado) na parte traseira de uma ambulância, completamente coberto de poeira e com o rosto ensanguentado, quieto e atônito.

Figura 1: Vídeo de Omran



The screenshot shows a news article from EL PAÍS under the 'INTERNACIONAL' section. The title is 'Omran Daqneesh, que só conhece a guerra, sobrevive às bombas em Aleppo'. Below the title, it says 'Grupo ativista rebelde Aleppo Media Center divulga imagem de um menino sírio de cinco anos ferido durante um bombardeio recente'. There are social media sharing icons and a video player showing Omran Daqneesh sitting in an ambulance. A green box on the right contains the text: 'Sabe quem está por trás das opiniões dos nossos jornalistas?'. Below that are buttons for 'VÍDEOS' and 'NEWSLETTERS', and a section titled 'PODE TE INTERESSAR' with a link to an interview about the 2016 election.

⁵ As macrocategorias do Google são: alimentos, bebidas alcoólicas, bebidas não alcoólicas, culinária e receitas, restaurantes, artes e ciências humanas, beleza e cuidados pessoais, casa e jardim, ciência, compras, computadores, entretenimento, esportes, estilos de vida, finanças e seguros, fotos e vídeo, imobiliário, indústrias, Internet, jogos, lazer, local, negócios, notícias e atualidades, redes sociais e comunidades, referência, saúde, setor automotivo, sociedade, telecomunicações e viagens. Cada macrocategoria subdivide-se em alguns tópicos. No caso de notícias e atualidades, os subgrupos disponíveis são jornais, revistas e notícias sobre tecnologia. Disponível em: <<http://www.google.com/insights/search/?hl=pt-BR#>>. Acesso em 9 out. 2016.

Fonte: El País, 19/8/2016

Em busca realizada no site do Google na categoria⁵ de notícias em 9 de outubro de 2016, há um retorno de 189 mil resultados.

Figura 2: Resultados da busca por foto de Omran, na categoria notícias



The screenshot shows a Google search for 'Omran' with the 'Notícias' filter selected. It displays approximately 189,000 results in 0.32 seconds. The first search result is titled '"Caro presidente Obama: Omran pode vir morar com a gente?"' from EL PAÍS Brasil, dated 22 de set de 2016. Other results include 'Alex pede a Obama que vá buscar Omran à Síria: "vai ser o meu ..."', 'Criança pede ajuda a Obama para resgatar menino sírio Omran ...', and 'Criança envia carta a Obama para adotar Omran Daqneesh, o ...'. There are several thumbnail images of Omran Daqneesh and a 'Ver tudo' link at the bottom.

Fonte: Google Notícias – 9 out 2016

Ao refinar os resultados da busca, percebe-se que 79,5% são da imprensa constituída, incluindo-se sites, portais e impressos, e os restantes 21,5% das entradas são de blogs, páginas de organizações diversas (ONGS, escritórios de Direito, personalidades públicas, páginas de clínicas médicas ou psicológicas, entre muitas e variadas outras). Não foi possível recuperar com fidelidade o volume de *tweets* e *replies* no Twitter, já que, decorrido mais de um mês, as listagens de *trend topic* tornam-se pouco confiáveis. Mas, na busca realizada em 8 de outubro de 2016, com as *hashtags* #Omran, #meninoOmran, # OmranAleppo o retorno foi de 286 páginas de *tweets*. Já no Facebook, foram localizadas 22 mil postagens, incluindo as republicações.

O exemplo reforça que a globalização é um conceito que se reflete na cultura e no contexto social da sociedade, com as atuais tecnologias propiciando a midiatização. Krotz (2007), citado por Hjarvard (2012), vê a midiatização como um processo contínuo, que vem acompanhando a sociedade, seja na instituição do primeiro jornal impresso até hoje com os canais *online*, que permitem postagens rápidas e acesso de qualquer lugar do mundo. Juntamente com a globalização que encurtou distâncias e possibilita o acesso rápido de notícias, nota-se um maior interesse – e impacto – em notícias de diferentes países. Hjarvard (2012) aponta que:

Conforme a globalização avança, cada vez mais regiões e culturas serão afetadas pela midiatização, mas provavelmente haverá diferenças consideráveis na influência que ela exerce. A globalização está relacionada com a midiatização de, pelo menos, duas maneiras: por um lado, a globalização pressupõe a existência dos meios técnicos para estender a comunicação e a interação em longas distâncias e, por outro, ela impulsiona o processo de midiatização através da institucionalização da comunicação e da interação mediadas em muitos novos contextos. (HJARVARD, 2012, p. 65).

De acordo com Hjarvard (2008), apesar de a palavra midiatização ser amplamente explorada em diferentes contextos, foi apenas recentemente que os pesquisadores buscaram formar uma teoria que criasse um significado mais “coerente e preciso da midiatização como um processo social e cultural” (HJARVARD, 2008, p. 55). O autor faz um resgate de importantes teóricos que trabalham com o conceito de midiatização ao longo da história, trazendo desde Kent Asp, como o primeiro pesquisador a relacionar midiatização e política em 1986, passando por Altheide e Snow (1979, 1988) que já falavam sobre as “instituições-transformadas-através-da-mídia” (ALTHEIDE, SNOW, 1979, p.7), entre outros como Jensen e Aalberg (2007), Stromback (2008) e Cottle (2008). Para Thompson (1990, 1995), a midiatização está intimamente relacionada com o desenvolvimento da sociedade moderna. Hjarvard observa que:

A própria invenção da imprensa em meados do século XV presenciou o nascimento de uma tecnologia que tornou possível a circulação de informação na sociedade de um modo sem precedentes. Este evento tecnológico revolucionário institucionalizou os meios de comunicação de massa [...] como uma força significativa na sociedade e permitiu a comunicação e a interação em grandes distâncias e entre um maior número de pessoas, ao mesmo tempo em que tornou possível, como nunca antes, armazenar e acumular informação ao longo dos anos. (HJARVARD, 2008, p. 58).

Compactua-se com o autor quando afirma que a imprensa é um dos principais incentivadores da midiaticização. Com um impacto de um grande público e com uma credibilidade construída ao longo dos anos, os veículos de comunicação são uma das principais fontes de conhecimento sobre assuntos da atualidade, mesmo em temas que não fazem parte do cotidiano do tecido social, como as notícias internacionais.

Entretanto, Baudrillard (1994) observa que os símbolos ou sinais da cultura da mídia “formam simulacros, aparências de realidade que não só parecem mais reais do que a realidade física e social, mas também a substituem”. Ou seja, é preciso estar ciente que a cobertura da crise migratória na Europa cria uma nova realidade, diante da decisão do que deve ou não ser veiculado.

No caso de Kurdi, encontrado sem vida por afogamento uma praia na Turquia, por se tratar de uma criança e a foto ter causado impacto nas redes sociais, muitos veículos de comunicação se viram incentivados a darem uma conotação mais humanizada às matérias que se relacionavam com o caso.

Essa, nas palavras do próprio Baudrillard (1994), constituem uma “hiper-realidade”. O autor discute sobre como as representações da realidade podem criar novas interpretações, percepções e construções da realidade, uma vez que tem seu ponto de partida em “representações mediadas”, ou seja, parte do olhar de um jornalista, seguindo os preceitos do veículo em qual trabalha.

No caso do menino sírio que morreu afogado após tentativa de fuga dos conflitos na Síria, muitas pessoas não tinham conhecimento do que envolvia o aumento da chegada de refugiados ao continente europeu. Havia um predomínio de números, estatísticas e dados oficiais sobre a chegada destes indivíduos, mas pouco se falava sobre o percurso de chegada, as motivações para deixar seu país, os perigos que envolviam as travessias e, principalmente, as tentativas que não haviam dado certo. Aylan Kurdi, menino refugiado sírio de três anos, ganhou as capas dos principais veículos de comunicação do mundo, em setembro de 2015, após a veiculação da foto. A imagem foi midiaticizada e reproduzida à exaustão.

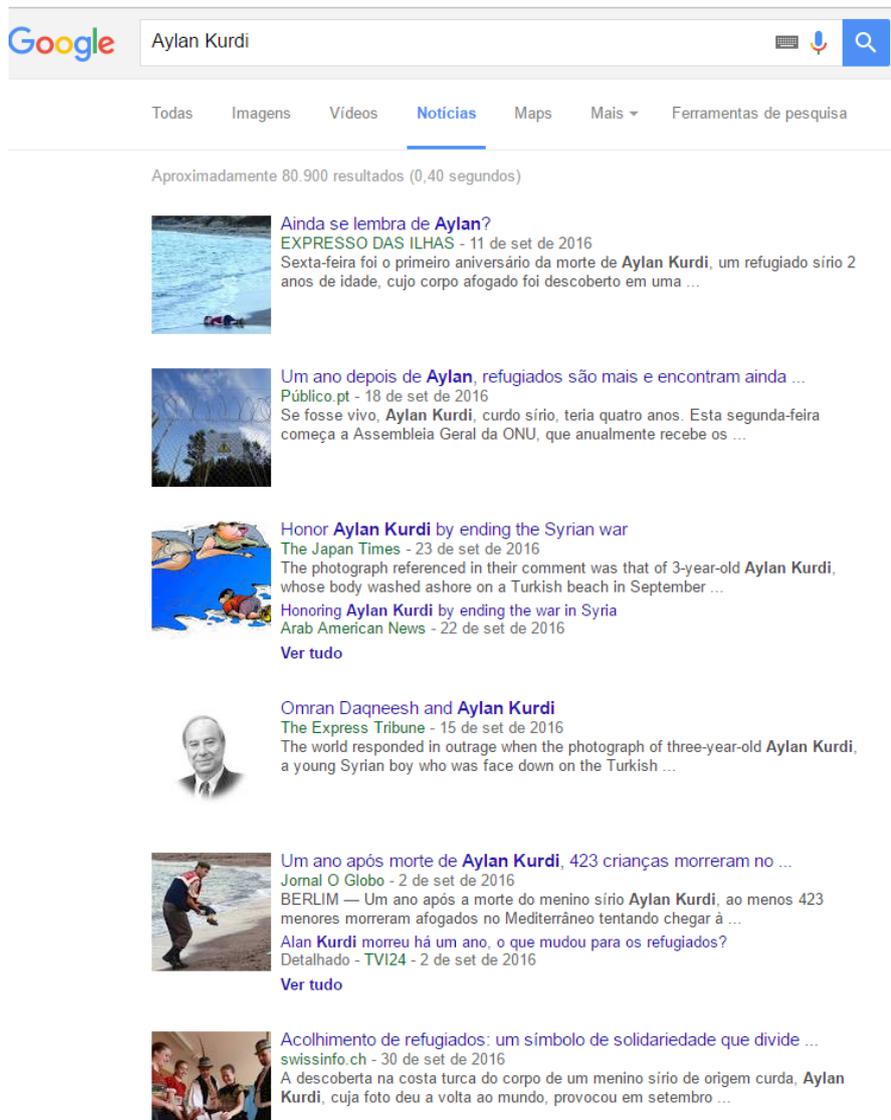
Figura 3: Capas de jornais ao redor do mundo no dia 3 de setembro de 2015, um dia após a divulgação da foto de Aylan Kurdi



Fonte: Montagem elaborada pela autora com fotos do Google Imagens (2016)

A repercussão foi imediata. Uma busca realizada nas notícias do Google, via Google Analytics, retornou 80.900 resultados, ainda em 9 de outubro de 2016, mais de um ano após a tragédia (Figura 4). A Figura 5 apresenta os resultados para as buscas realizadas no Google por assunto, nos sete dias seguintes à notícia da tragédia com a divulgação da foto de Aylan Kurdi, também realizada em 9 de outubro de 2016.

Figura 4: Resultados no Google para Aylan Kurdi



Google Aylan Kurdi

Todas Imagens Vídeos **Notícias** Maps Mais Ferramentas de pesquisa

Aproximadamente 80.900 resultados (0,40 segundos)

Ainda se lembra de Aylan?
EXPRESSO DAS ILHAS - 11 de set de 2016
Sexta-feira foi o primeiro aniversário da morte de **Aylan Kurdi**, um refugiado sírio 2 anos de idade, cujo corpo afogado foi descoberto em uma ...

Um ano depois de Aylan, refugiados são mais e encontram ainda ...
Público.pt - 18 de set de 2016
Se fosse vivo, **Aylan Kurdi**, curdo sírio, teria quatro anos. Esta segunda-feira começa a Assembleia Geral da ONU, que anualmente recebe os ...

Honor Aylan Kurdi by ending the Syrian war
The Japan Times - 23 de set de 2016
The photograph referenced in their comment was that of 3-year-old **Aylan Kurdi**, whose body washed ashore on a Turkish beach in September ...
Honoring Aylan Kurdi by ending the war in Syria
Arab American News - 22 de set de 2016
Ver tudo

Omran Daqneesh and Aylan Kurdi
The Express Tribune - 15 de set de 2016
The world responded in outrage when the photograph of three-year-old **Aylan Kurdi**, a young Syrian boy who was face down on the Turkish ...

Um ano após morte de Aylan Kurdi, 423 crianças morreram no ...
Jornal O Globo - 2 de set de 2016
BERLIM — Um ano após a morte do menino sírio **Aylan Kurdi**, ao menos 423 menores morreram afogados no Mediterrâneo tentando chegar à ...
Alan Kurdi morreu há um ano, o que mudou para os refugiados?
Detalhado - TV124 - 2 de set de 2016
Ver tudo

Acolhimento de refugiados: um símbolo de solidariedade que divide ...
swissinfo.ch - 30 de set de 2016
A descoberta na costa turca do corpo de um menino sírio de origem curda, **Aylan Kurdi**, cuja foto deu a volta ao mundo, provocou em setembro ...

Fonte: Google Notícias

Figura 5: Busca por tema no intervalo de uma semana

Tópicos relacionados ?	Em ascensão ▼	Consultas relacionadas ?	Em ascensão ▼
1 Morte - Disease	Aumento repentino	1 menino sirio morto	Aumento repentino
2 Praia - Landform	Aumento repentino	2 menino sirio praia	Aumento repentino
3 Refugiado - Trabalho premiado	Aumento repentino	3 menino sirio afogado	Aumento repentino
4 Turquia - País	Aumento repentino	4 foto menino sirio	Aumento repentino
5 Guerra Civil Síria - Conflito militar	Aumento repentino	5 menino sirio morre	Aumento repentino

Fonte: Google

O corpo do menino apareceu em Bodrum, na Turquia, após tentativa da família de chegar à ilha grega de Kos. A família de Kurdi era de Kobani, na Síria, uma das principais cidades atingidas pelo conflito entre o Estado Islâmico e as forças curdas (BBC BRASIL, 2015). O aumento acentuado de pedidos de asilo e chegada de refugiados à Europa já estava sendo analisado por diversos canais de comunicação. Mas, foi a partir da foto do afogamento que a chamada “crise migratória” ganhou força e Kurdi virou um “símbolo” da luta em busca de um novo recomeço, livre de perseguição, guerra e pobreza.

No caso de Aylan Kurdi, houve uma ênfase maior não na cobertura estatística sobre a chegada de refugiados à Europa em 2015, mas sobre o desespero dessas famílias para buscarem segurança em novo país, fazendo-as passar por situações de risco a fim de conseguirem sair de zonas de conflito em seu próprio país. A foto de Aylan Kurdi choca, mas também colocou em pauta o que está acontecendo na Europa e vai muito além de dados oficiais ou projeções estatísticas. A imagem mostra não só a perda de uma vida, mas, também, um caso de desespero que se torna uma realidade mesmo daqueles que não se encontram nesta situação.

A midiatização do caso de Kurdi mostrou não apenas um fato, uma notícia, um acontecimento, mas, sim, transformou o caso em um símbolo do que acontece lá fora.

Mesmo sem entrar na discussão do impacto da mídia sobre os refugiados como algo negativo ou positivo, nota-se que a cobertura em massa, nas mais diversas mídias, perpetuou a foto chocante, mudando a representação e o simbolismo da crise migratória. As ideias de invasão, ilegalidade e perigo desaceleraram e deram espaço para o desespero, os riscos e a perda de vidas inocentes diante um cenário que vai além de nacionalidades e fronteiras. O simbolismo que se gerou em volta de Aylan Kurdi, se não outra coisa, humanizou o período atual que estes indivíduos vivem. São pessoas, homens, mulheres e crianças que se colocam em situações de risco e, muitas vezes, não obtêm sucesso.

Um exemplo desta mudança, especialmente de discurso, foi tema de

um estudo conduzido pela Sheffield University em conjunto com a Pulsar Audience Intelligence e a Visual Social Media Lab em 2015. A pesquisa mostra que a morte do menino sírio também contribuiu na mudança da percepção sobre a chamada “crise migratória” na rede social Twitter. A instituição analisou cerca de três milhões de posts no Twitter logo após a primeira aparição da foto em que Aylan Kurdi é visto de bruços na beira da praia na Turquia. A pesquisa revelou que foram 53 mil *tweets* por hora e com uma mudança de vocabulário bastante notável, trocando a palavra “refugiado” por “migrante” na tentativa de falar sobre o que estava acontecendo na Europa. A análise mostra que até o início de setembro, ambos os termos eram utilizados com o mesmo volume (5,2 milhões falavam em refugiados e 5,3 milhões em migrantes). No entanto, a partir da foto, os números mudaram, mostrando 2,9 milhões de *tweets* com o termo refugiado e 6,5 milhões se referindo aos migrantes. Pode parecer algo pequeno diante de tamanha tragédia e tamanho conflito social que o mundo vive, no entanto, confirma que a midiatização tem um impacto na opinião pública e pode, inclusive, ir mais além do que a própria notícia que estampa jornais e portais *online*.

A midiatização que se gerou em torno da foto do menino de três anos modificou – podendo ser tanto de forma momentânea quanto definitiva – o modo que muitos veículos abordavam a questão dos refugiados da Europa e, conseqüentemente, deu uma nova percepção para o público. Mais do que a chegada em massa e os diversos motivos abordados para concordar ou não com a mobilização de refugiados, a foto trouxe à tona um discurso mais humanizado, tratando de Kurdi como um símbolo da perda de mais um ser humano perante a realidade das zonas de conflito.

Considerações finais

A representação da realidade sociocultural tornou-se midiatizada e a circulação das notícias pelo tecido social em uma sociedade multitela, de interagentes globalmente conectados, potencializa a visibilidade de alguns fatos e/ou notícias, que viralizam na rede de computadores. Por que viraliza este meme e não aquele? Por que esta notícia e não outra ganha cobertura mundial? A verdade é que não se tem a resposta.

Aylan Kurdi morreu jovem, acompanhando seus pais em busca de uma vida melhor. Antes dele, porém, dezenas de outras crianças perderam a vida na travessia. Anônimos, sem foto, viraram estatística de uma tragédia.

Aylan Kurdi deu rosto à tragédia. Seu corpinho morto humanizou a cobertura midiática, personificando a crise migratória. Seria, pelo próprio olhar do jornalismo, uma notícia, pelo simples fato de que a morte de uma criança rompe a normalidade e atende aos critérios de valoração dos acontecimentos dentro da redação. O mesmo ocorre ao deparar-se com uma imagem de uma pequena criança coberta de poeira e sangue, como no caso de Omran Daqneesh.

No jornalismo líquido da sociedade midiatizada, contudo, a notícia é

um acontecimento social distinto do conceito clássico do âmbito da produção do jornalismo tradicional. Isso porque é justamente através dos fluxos, do trânsito no tecido social entre os diversos espaços jornalísticos e de conversação que se configuram na web, que a notícia adquire um novo estatuto teórico para além das redações.

É na processualidade da circulação, assegurada por uma intensa midiaticização, que os acontecimentos sociais e as notícias do jornalismo tradicional viram, por si só, sucessivas camadas mediadoras. Mas, tomando-se como válido o recorte simplificado de que o jornalismo sempre se pautou pela transmissão de informações mediadoras do social, talvez a pergunta que se coloque para novas investigações seja que perfil de jornalismo e notícias sobre a crise migratória na Europa atende à sociedade atual.

Referências

ALTHEIDE, D. L., SNOW, R. P. *Media logic*. Beverly Hills, CA: Sage Publication, 1979.

BBC BRASIL. *A História por trás da foto do menino sírio que chocou o mundo*. Online. 3 de setembro de 2015. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/09/150903_aylan_historia_canada_fd>. Acesso em: 31 jul. 2016.

BAUDRILLARD, J. *Simulacra and Simulations*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1994.

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.

CASTILHO, Carlos. Prefácio. In: BRIGGS, Mark. *Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar*. E-book, 2008. Disponível em: <<http://issuu.com/midia8/docs/jornalismo2#download>>. Acesso em: 11 out. 2016.

FAUSTO NETO, Antonio. Midiaticização: a influência nos novos e nos clássicos meios de comunicação. *Cadernos IHU* (Unisinos), São Leopoldo, v. 1, p.1-16, 2008.

FERREIRA, Jairo. Espaço crítico no jornalismo: para além da indústria, do intelectual e do consumo polêmico. In: SOSTER, D.; SILVA, F. *Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2009. p.141-153.

HJARVARD, Stig. Midiaticização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultura. *Matrizes*, São Paulo, v. 5, n. 2, jan./jun. 2012.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia: identidade e política entre o mo-*

dermo e o pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001.

LEMOS, André. Cidade e Mobilidade. Telefones Celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. *Matrizes*, São Paulo, n.1, p.121-137, 2007. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/Media1AndreLemos.pdf>. Acesso em: 02 set. 2016.

RUBLECKI, Anelise. *Jornalismo líquido: mediação multinível e notícias em fluxos*. 2011. Tese (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Ciência da Informação - Doutorado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. *O jornalismo em novos territórios conceituais: internet, midiatização e a reconfiguração dos sentidos midiáticos*. Tese (Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Doutorado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2009.

VISUAL SOCIAL LAB. The iconic image on social media: a rapid reserarch response to the death of Aylan Kurdi. Online. [S/D]. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/293236608/Visual-Social-Media-Lab-The-Iconic-Image-on-Social-Media-a-rapid-research-response-to-the-death-of-Aylan-Kurdi>>. Acesso em: 1º ago. 2016.