

“OUTRO OLHAR”? Notas Sobre o Jornalismo Audiovisual e Participativo na TV Pública

Leonardo MENEZES⁵⁴

RESUMO: Adentramos em uma época onde, no senso comum, novas mídias eletrônicas são celebradas pelo potencial de participação dos consumidores, possivelmente até influenciando “antigas” mídias a desenharem diferentes estratégias de engajamento do público. No jornalismo não tem sido diferente. Diversos jornais, canais e sites jornalísticos têm aberto espaços dedicados à colaboração dos seus leitores/espectadores. Mas se o lugar de fala do jornalismo profissional geralmente enaltece a credibilidade do trabalho de apuração e verificação de dados e fontes desempenhado pelos grandes grupos de mídia, como o jornalismo audiovisual tem configurado essa participação com sua audiência?

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo. Participação. Audiovisual.

ABSTRACT: We have entered a time where, in common sense, new electronic media are celebrated by their potential of consumer participation, possibly even influencing the "old" media to draw different strategies to engage its public. Journalism has been no different. Several newspapers, news channels and websites are dedicated to open spaces dedicated to the collaboration of its readers/viewers. But if the place of speech of the professional journalism generally enhances the credibility of the work of checking and verifying of data and sources played by large media groups, how audiovisual journalism has configured the engagement with its audience?

⁵⁴ Doutorando da Linha de Pesquisa Comunicação e Mediação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF. E-mail: leonardomenezes@globo.com

KEYWORDS: Journalism. Participation. Audio-visual.

1. Introdução

As tecnologias digitais trouxeram mudanças para a paisagem midiática, nos fazendo refletir sobre a faceta participativa das organizações da mídia audiovisual contemporânea em distintos suportes, das telas de TV aos computadores, celulares e tablets, cada vez mais usados simultaneamente (Frederico, 2010). Para o audiovisual, o conceito de participação pode ser pensado tendo-se em vista um processo diferenciado de produção. Ou seja, para o qual concorreram diversos atores sociais (indivíduos ou instituições), de modo a configurar um resultado que reflita a convergência em direção a um determinado consenso de produção de sentido admitido por todos os envolvidos. Desse modo, o uso da expressão produção participativa, para designar unicamente a veiculação de produtos audiovisuais de autoria de terceiros, mas que não resultam em algum tipo de interação envolvendo o grupo de mídia e sua audiência, deve ser evitado. Uma suposta co-autoria seria um dos aspectos mais importantes na caracterização desse modo de criação e produção de narrativas audiovisuais. Mas será que essa dupla autoria se configura plenamente nos discursos audiovisuais participativos?

Em certa medida, apenas os vlogs que se dedicam à apuração e formulação de conteúdos analíticos originais podem ser vistos como jornalismo participativo, um instrumento para cidadãos na produção própria de conteúdo midiático em sites de opinião, em comunidades jornalísticas virtuais, fóruns, sistemas de publicação colaborativa, entre outros. Mas quando acolhidos e reexibidos dentro de um produto midiático como os programas jornalísticos da TV aberta, geralmente são enquadrados e categorizados em um processo de produção de informação construído dentro de uma concepção histórica linear própria do espaço público moderno (Resende, 2005). Mesmo que sejam assimétricas e longe de serem lugares absolutos, será que nas dicotomias entre o alternativo e o massivo, entre mídia profissional e cidadã, é possível questionar o papel de *gatekeeper* do jornalismo tomado pela cultura profissional no controle das informações frente às apropriações do público pelas novas tecnologias? (BOWMAN; WILLIS, 2003).

A escolha pelo termo “jornalismo participativo” (Gillmor, 2004) pretende descrever o conteúdo e a intenção de comunicar de maneira colaborativa, seja entre cidadãos ou entre indivíduos e organizações midiáticas. Vemos o jornalismo participativo como um fenômeno emergente que pretende inverter a lógica de produção de notícias – da audiência para a mídia – no qual há limitada supervisão editorial ou formalizações do processo de trabalho jornalístico ditando as decisões de uma equipe. cremos que o jornalismo participativo pode ser encarado como uma tentativa de diálogos simultâneos ou espaçados entre diferentes atores que tanto rapidamente surgem ou se atrofiam conforme geram interesse da audiência e no uso das ferramentas disponibilizadas pelos suportes virtuais.

Importante denotar, contudo, que o jornalismo participativo não se trata de uma via dupla para livre construção de notícias. Enquanto as instituições midiáticas tradicionais aparentam encorajar a participação dos seus consumidores, elas ainda mantêm um considerável controle através da proposição de agendas e temas, escolha dos participantes e a moderação dos comentários. Em certo sentido, ao invés da perspectiva participativa colocar mais ênfase na divulgação de narrativas produzidas por usuários que busquem inovar na maneira de relatar acontecimentos, as organizações de mídia audiovisual seguem na manutenção de um modelo de poder que filtra e ordena a circulação da informação, em contraposição a um espaço de comunicação que potencialize a relação das diferenças sobre nossos modos de estar no mundo (Flusser, 2008).

Por esta lógica, se faz pertinente perguntar: é possível um jornalismo independente, que amplie o leque de assuntos, perspectivas e histórias que possam ser contempladas pelo foco jornalístico, para além da lógica comercial da mídia de massa? Em um momento onde qualquer pessoa pode potencialmente se tornar um repórter ou comentarista jornalístico, será que a relação do jornalista profissional com esta parcela da audiência supostamente “pro-suser, um híbrido de consumidor e produtor” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2001, p.24) seria de mediador ou co-autor na construção do discurso jornalístico?

O objetivo deste trabalho é investigar se a apropriação pelo público das tecnologias digitais no jornalismo audiovisual gera uma nova configuração de autoria dessas narrativas. Para tal abordagem, nos propusemos analisar, durante o mês de Maio de 2011, o quadro “Outro Olhar”, do telejornal Repórter Brasil, da TV Brasil, através do uso de categorias

comoMultimedialidade, compreendida como o processo de circulação de conteúdo em múltiplas plataformas midiáticas (Palacios, 2002); Atualidade, mensurando a periodicidade de exibição e a relação temporal com os acontecimentos narrados (Becker, 2009b); eInteratividade,o estabelecimento de uma relação de simetria entre produção e recepção (Primo, 2007). No intuito de traçar caminhos para estas questões, utilizaremos a análise quantitativa e qualitativa e a abordagem de parâmetros oriundos de pesquisas de jornalismo e dos estudos culturais.

2. Multimedialidade

Antes da internet, a participação do público na mídia se dava praticamente através de cartas ou telefonemas para as centrais de atendimento dos jornais, rádios e canais televisivos. A crescentedigitalização dos formatos midiáticos (texto, imagem, som e vídeo) teve como uma de suas consequências a facilidade de circulação destes produtos em múltiplas plataformas, principalmente no ambiente digital (sites, blogs, vlogs, redes sociais, fóruns, etc). Porém, se as características de cada meio influenciam o modo como a notícia é produzida e estruturada (Vizeu, 2005), como se dá essa hibridização das práticas jornalísticas em um ambiente multimidiático e convergente?

Nas oito edições que apresentaram o quadro “Outro Olhar” em Maio de 2011, distribuídas ao longo do mês sem dia fixo mas com predominância para a exibição noturna (somente um vídeo do quadro foi veiculado em edição matutina), em média foram produzidas em torno de vinte notas e reportagens por edição. No corpus da análise, somente em um dia houve transmissão do quadro nas duas edições, com somente duas suítes (o desenvolvimento de um mesmo assunto ao longo do dia) entre as edições da manhã e da noite. As reportagensproduzidas pela equipe do programa duramem torno de2’30” a 3’30”. Já os vídeos do “Outro Olhar” são mais curtos, ficando em torno de dois minutos e são limitados a três minutos pelo regulamento disponível no site, o que revela um tempo de menor exposição do conteúdo participativo dentro da estrutura do programa.O quadro foi exibido em geral no meio da edição e não foi mencionado na escalada do telejornal.

Pela internet, todos os vídeos e matérias ficam disponibilizados na íntegra no site do programa, hospedado dentro do portal da TV Brasil através de um sistema de busca por datas ou palavras-chave. Já o quadro “Outro Olhar”, além do portal onde todos os vídeos ficam hospedados com a *tag* do título do quadro, possui um canal próprio no site de vídeosYouTube, onde ficam postados de forma permanente, incluindo as cabeças de abertura e encerramento dos âncoras. Esta possibilidade de visionamento pelos meios digitais, que permitem o controle individual sobre o que assistir, faz com que a participação do espectador possa, potencialmente, ser supervisionada e compartilhada tanto por organizações de mídia quanto por outros usuários, fazendo com que tudo o que se assista, de conteúdos profissionais ou amadores criados por ele próprio ou por comunidades afins, compactue com sua vida social dentro e fora da mídia. Nestes usos que se faz da mídia, Jesus Martín-Barbero considera que, “junto com sua capacidade de representar o social e construir a atualidade, persiste sua função socializadora e de formação das culturas políticas” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p.73).

Ao olhar os modos como o Repórter Brasil se apresenta ao seu público pela TV e pela internet, verificamos que nenhuma diferenciação é executada na apresentação do vídeo quando o programa segue de sua primeira janela de exibição, a televisão, para o ambiente digital. A função de complementaridade que geralmente uma narrativa transmidiática deveria apresentar entre os diferentes suportes midiáticos nos quais circula, com ferramentas que permitam uma participação ativa dos usuários (Jenkins, 2008), não se concretiza, ficando aquém do potencial de transformação mercadológica, cultural e social que as mídias convergentes, segundo Jenkins, poderiam ter. O discurso televisivo continua predominante, sem mudanças em comparação com a versão digital.

3. Atualidade

Nas chamadas do programa Repórter Brasil, o espaço destinado à participação da audiência é comumente promovido como uma marca de diferenciação frente a outros telejornais. No entanto, se a qualidade do jornalismo audiovisual se baseia na diversidade de temáticas, múltiplas visões interpretativas dos acontecimentos e inovações na estética, atributos que não se tornam presentes pela mera convergência dos suportes de mídia

(Becker, 2009a, p.102), será que elapode ser identificada nos usos da audiência pelo discurso jornalístico na TV Brasil? Como são configuradas as narrativas do Outro Olhar e o que elas mostram do mundo?

Como corpus de análise, selecionei o mês de Maio de 2011, quando foram exibidos oito vídeos no quadro “Outros Olhar”, por se revelar uma amostragem significativa em comparação a outros meses, já que a quantidade de exibições do quadro neste mês ficou um pouco acima da média de 6 vídeos/mês:

O primeiro vídeo veiculado foi “Líderes indígenas” (dia 04 - quarta), que apresenta uma compilação de três entrevistas realizadas com representantes de diferentes etnias indígenas que sereuniram em um encontro em Brasília com grupos de várias partes do país sobre o crescimento dos casos de criminalização de lideranças indígenas, todas atuantes na luta pela demarcação de suas terras. O vídeo não apresenta lettering com o nome de seu diretor, destacando somente como sido produzido pelo Conselho Indigenista Missionário, se assemelhando a uma vídeo-carta institucional que resume as principais questões discutidas e demandas dos distintos atores sociais participantes do evento.

“À Margem da Memória” (dia 07 - sábado) mostra as dificuldades de um ribeirinho depois que uma usina hidrelétrica inundou sua comunidade, em Porto Velho (RO), em um período passado não determinado. Ao contrário do vídeo anterior, esta produção, premiada no Festival de Filmes Curtíssimos em 2010, conforme dito pela âncora, foi exibido com vários meses de defasagem.

“Orquestra Jovem do Mato Grosso” (dia 10 - terça) é um vídeo institucional do projeto Ciranda, de Cuiabá (MT), que ensina gratuitamente adolescentes a tocarem música clássica. Produzido pelo próprio projeto, como identificado por lettering, o vídeo tem como entrevistados o coordenador da iniciativa e jovens que passaram pelas oficinas. As mensagens se restringem a apresentar a metodologia do projeto, não trazendo nenhuma pessoa de fora do mesmo para opinar sobre as atividades ou seus resultados, tornando o discurso auto-referente e não-relacional.

Em formato mais próximo ao discurso jornalístico, o vídeo “Quilombo São Roque” (dia 13 - sexta), produção do Coletivo Catarse, uma organização de jornalismo independente focada em questões sociais, apresenta descendentes de escravos que vivem na cidade de

Praia Grande, em Santa Catarina, e aguardam a titulação da sua terra, conhecida como Quilombo São Roque. A área ocupa parte do Parque Nacional da Serra Geral, mas os quilombolas reclamam que somente os negros da região estão sendo impedidos de produzir alimentos na área, onde fazendeiros brancos continuam com sua produção de fumo. Esta questão é debatida em uma reunião convocada pelo Ministério Público. Nesta exibição, pudemos perceber que o trabalho de checagem das informações, característico das equipes jornalísticas profissionais, se mantém no programa em relação ao quadro “Outro Olhar”. Em uma nota-pé após a veiculação do vídeo “Quilombo São Roque”, a apresentadora comenta sobre uma nota divulgada pelo Instituto Chico Mendes, ligado ao Ministério do Meio Ambiente, citado e criticado no vídeo por preconceito, sobre a ausência no vídeo de dois funcionários do Instituto que estavam presentes no encontro retratado e que ficaram de fora da edição final, configurando “deturpação dos fatos”, conforme dito pela âncora. Em certo sentido, a participação da ONG é acolhida na estrutura do programa mas permanece cerceada de forma a reiterar o lugar de poder na ordem discursiva da TV Brasil enquanto instituição midiática ligada ao governo.

No dia 16 (segunda) foram exibidos dois vídeos em edições diferentes. Na edição matutina, “Itu Arte ao vivo” retrata um evento que reuniu mais de duzentos artistas para fazer o maior encontro de pintura ao vivo da história. O morador Felipe Camargo produziu e apresenta o vídeo. O evento aconteceu dois dias antes da exibição do vídeo, reiterando a busca da equipe por histórias que retratem acontecimentos recentes. Característica que se repete na edição noturna, onde o vídeo “Material radioativo” mostra a passeata de moradores da cidade baianade Caetité que tentam impedir a entrada de caminhões carregados com material radioativo na madrugada do mesmo dia, segundo o âncora. O registro foi produzido e narrado em *off* pela moradora, AianCotrin, que em *leterrings* descreve a ação como ocorrida na noite anterior. Percebemos até este momento, portanto, que mesmo os eventos ocorridos há poucos dias são induzidos pelos discursos dos âncoras a parecerem ser mais recentes do que de fato foram, como se a procura por retratar a realidade com mais imediatez aumentasse o valor noticioso dos vídeos apresentados. Em uma nota-pé, o âncora narra a apuração sobre a origem da carga radioativa e que a operação estava autorizada pelos órgãos governamentais. Um discurso que parece ao

mesmo tempo querer dar espaço às ações de mobilização popular e ao direito de resposta de autoridades, reiterando a conexão governamental que a TV Brasil possui.

“Marcha nacional contra a homofobia” (dia 18 - quarta) foi produzido pelo grupo Gay Um, que luta pelos direitos dos homossexuais no Distrito Federal, durante a passeata na capital federal, ocorrida no mesmo dia. O vídeo foi veiculado logo após uma reportagem feita pela própria equipe do Repórter Brasil, o que procura demonstrar duas visões distintas do mesmo acontecimento. No entanto, apesar de mais recursos de estética visual como efeito de *fastforward*, o vídeo do “Outro Olhar” só dá espaço ao discurso dos participantes da marcha, enquanto a matéria profissional busca entrevistar curiosos que só acompanham o evento.

O último vídeo, produzido pela TV dos Trabalhadores, “Massacre da Sé” (dia 25 - quarta) relembra o caso de sete moradores de rua que foram assassinados no centro da cidade de São Paulo há sete anos durante o lançamento de um livro ficcional inspirado no acontecimento. Aqui, a atualidade se respalda no lançamento da obra literária, mas procura instigar no espectador a indignação pela não-criminalização dos autores do crime, pois na fala do apresentador do vídeo, que com a câmera na mão, se grava dizendo “Presta atenção que o assunto é sério e tem que ser apurado”.

A comparação desta imagem de si do telejornal com a distribuição das 125 reportagens entre as editorias em cada uma das oito edições analisadas durante o mês de Maio de 2011 revela que de fato é dado um destaque significativo aos assuntos internacionais. Sobre o “Outro Olhar”, no entanto, devido ao próprio alcance da TV Brasil, a maior parte dos vídeos analisados se restringia a assuntos sobre questões políticas envolvendo grupos sociais específicos e dois sobre expressões artísticas. A razão para tal distribuição temática talvez esteja no próprio direcionamento discursivo na apresentação do quadro, tanto no site quanto nas chamadas, que reitera a preferência por acontecimentos locais ou da comunidade do pro-sumer.

Mas por que um canal público como a TV Brasil abre este espaço para a produção da sociedade civil? Por ser uma emissora que caráter público e ligado ao governo, o discurso da pluralidade de visões sobre os acontecimentos do país provavelmente engendra uma procura por vozes que pertençam tanto a coletivos – um tipo de representação política

popular característico da visão de governos esquerdistas (Gomes, 2011) – quanto a indivíduos sem vínculo institucional aparente. Nos oito vídeos descritos, cinco foram produzidos por corporações sociais e três por pessoa física.

Tal perspectiva nos faz pensar na maneira como mudanças no fluxo do trabalho jornalístico também impactam o posicionamento institucional do jornalismo profissional na constituição dos sujeitos, “que abre o caminho para investigar as práticas discursivas como formas materiais de ideologia” (FAIRCLOUGH, 2001, p.116). As ideologias, neste sentido, configuram significações e construções da realidade através dos sentidos presentes nas práticas discursivas, onde os discursos podem reconfigurar as formas de organização e interpretação textual e que, segundo Fairclough, “contribuem para a produção, reprodução ou a transformação das relações de dominação” (2001, p.117).

O uso que se faz dos lugares de fala, institucionais ou não, sempre revelam ausências e muros simbólicos, já que o desejo do emissor não necessariamente se concretiza na análise da obra. Por exemplo, a análise do discurso dos âncoras sobre o quadro, antes e depois de sua veiculação, revela nuances interessantes sobre os usos da participação pelo discurso jornalístico profissional. Antes da exibição do quadro, os apresentadores do programa, sempre comum tom formal similar ao que é visto em outros telejornais de emissoras abertas, enunciam primeiro a temática do quadro, em uma maneira que não a distingue, de início, das outras matérias do programa, sendo enunciado o quadro somente na frase que antecede a veiculação. Como a estrutura discursiva dos vídeos também busca se assemelhar ao estilo jornalístico presente nos telejornais massivos, nota-se pouca inovação estética nos vídeosequase nenhuma na forma de abordagem dos acontecimentos da atualidade. Mesmo que o jornalismo profissional e o participativo não sejam lugares absolutos, percebemos que a produção participativa acaba por reproduzir, em sua maior parte, os valores e as narrativas do jornalismo profissional, se distanciando das marcas de diferenciação enunciadas nos lugares de fala institucional da TV Brasil.

4. Interatividade

A interatividade, uma característica intrínseca ao processo jornalístico participativo (Mielniczuk, 2001), se caracteriza pela possibilidade do usuário se aproximar, se assim

desejar, do processo de produção jornalística ao poder enviar e-mails para a equipe da reportagem, postar comentários em acordo ou desacordo com a abordagem na respectiva matéria. Isso não quer dizer, entretanto, que o usuário está produzindo jornalismo. Além disso, ele também pode compartilhar a notícia/vídeo com sua rede de relacionamentos online, possivelmente aumentando a visibilidade por qualificar positivamente (ou o contrário), junto a sua rede social, a perspectiva discursiva da reportagem. A interação também ocorre na própria navegação do usuário pela página da notícia, onde vídeos relacionados e nuvem de assuntos ou *tags* (palavras-chave) funcionando como hiperlinks, comumente presentes em notícias textuais.

No site do programa, dois espaços são reservados à interação com o público: a Pergunta do Dia, anunciada na edição da manhã e que veicula algumas opiniões selecionadas da audiência na edição vespertina, e o formulário para envio dos vídeos do quadro Outro Olhar. No entanto, em nenhum momento é explicitado o critério de escolha e relevância pela equipe do Repórter Brasil, esvaziando a autonomia do público (Becker, 2009b; Scherer-Warren, 1987) de poder propor narrativas que apresentem formações discursivas distintas das exibidas no programa.

No âmbito da interação, no site também há ferramentas para o usuário compartilhar os vídeos, publicar de forma *embedded* em outros sites, realizar o download e fazer um comentário. No entanto, nenhum comentário foi postado nas páginas dos vídeos do quadro “Outro Olhar” no mês analisado e no YouTube havia apenas um comentário para os vídeos “Itu”, “Massacre” e “Marcha”, que foi o único vídeo que apresenta como crédito de produção o site da respectiva ONG em lettering. Mas na página do vídeo no site do grupo, também figura somente um comentário, revelando uma subutilização desta ferramenta pelos espectadores do quadro e, portanto, uma baixa interação com a equipe do telejornal.

Considerando a interatividade como uma situação de igualdade de ação imprevisíveis pelos envolvidos (Mielniczuk, 2001), a experiência do usuário com o programa se configura mais como reativa do que interativa, diminuindo sua autonomia frente às possibilidades de complementaridade no processo jornalístico. Nesta negligência em relação à narratividade frente à glorificação da tecnologia, concordamos com Flusser ao detectar que as máquinas nos enganam: geram falas mas não geram relação (1985). Provocar interação através da

escolha de elementos que potencializassem essa abordagem talvez permitisse um fluxo de trocas mais autêntico, onde desencontros no ordenamento discursivo poderiam representar possíveis questionamentos e revisões do método de produção jornalística que acolhesse o dissenso, o lugar onde a comunicação está (Flusser, 2008).

5. Algumas considerações

O que estas características revelam sobre os enunciadores presentes, visíveis ou não, no quadro “Outro Olhar”? Nos direcionam, em parte, à discussão acerca dos conceitos de representação e discurso no espaço da mídia. Apoiados em Michel Foucault (2004) e, assim, entendendo discurso como o conjunto de enunciados de um determinado campo de saber, os quais sempre existem como práticas, percebemos o quanto este conceito está ligado a questões mais amplas, de cunho cultural, social e histórico, se referindo a redes de saberes de um determinado grupo em um determinado tempo. A representação, embora também ligada a este caráter histórico, social e cultural, nos remete à construção de discursos, como elemento de manutenção de significações, sentidos e, portanto, de poder. Assim, percebemos que não basta olhar para as intenções de quem produz os discursos, mas sim para o jogo que se dá entre os diferentes discursos em disputa.

Ao olharmos para o jornalismo da TV Brasil, podemos tomar como base os parâmetros da Unesco(2001) para os meios de comunicação geridos direta ou indiretamente pelo Estado que sugerem quatro princípios que as emissoras de radiodifusão de natureza pública deveriam estar submetidas para estar em consonância com o interesse geral da sociedade: Universalidade (sendo acessível a todos os cidadãos independente da situação social ou econômica); Diversidade (de interesses públicos e assuntos discutidos); Independência (contra influência política ou pressões comerciais); e Diferenciação (oferecendo um serviço distinto das outras emissoras, focado em qualidade e identificação com o público). Estes quesitos denotam, no nosso ver, a trama ideológica que permeia as mensagens jornalísticas através da significação como dimensão dos fatos sociais (Verón, 1978, p.53). Segundo Ricouer, o discurso seria vestido por uma intenção de sentido que faz prevalecer o desejo de ordem. Vista por este prisma, a atividade jornalística organiza e seleciona os fatos que serão transformados em acontecimentos narrados ao aplicar uma ordem

à informação, de modo a torná-la factual, isto é, a representação – compreendida como produção de sentido através da linguagem (HALL, 2010, p.299) - de um fato ocorrido. Se a representação são os fios que tecem as narrativas, a realidade é tecida por narrativas influenciadas pelas relações de poder do mundo: ideologia e representação são, portanto, indissociáveis.

Será que as narrativas de participação no Repórter Brasil apresentam então um outro olhar? No fluxo de circulação de informações, o jornalismo participativo deste programa gera uma produção de sentido que efetua um duplo encaixe ideológico: os eventos significados pelos pro-sumers são autorizados e resignificados em uma falsa alteridade, uma ilusão de transparência onde o discurso desapareceria e o mundo ou o cidadão comum tornariam-se presentes. Neste sentido, a fala institucional sobre o discurso participativo do quadro “Outro Olhar” contradiz o que se vê na tela. Se o ideológico trabalha nos sistemas de codificação da realidade, determinando a significação das condutas sociais, investigar o plano ideológico é indagar como um grupo constrói o seu discurso e suas representações, convertendo em projeto comum o seu projeto particular, disfarçando a dominação ao desvincular o projeto das relações sociais de produção que o sustentam.

O mapeamento feito aponta que faltam competências técnicas, artísticas e discursivas para a produção de discursos jornalísticos mais críticos e inovadores que revelem um olhar mais autoral, diverso e independente sobre representações de eventos com potencial noticioso. Focando nas plataformas digitais, pode-se dizer que mesmo com a possibilidade do usuário fazer múltiplos uploads de vídeos e da presença de ferramentas que permitam a interação, há uma ilusória descentralização na produção de conteúdos mas a distribuição e o consumo não são (Jenkins, 2009).

É possível, portanto, denotar que a participação nas narrativas jornalísticas audiovisuais pode oxigenar a mediação das organizações de mídia com a audiência, mas ainda age de forma pouco inovadora. Ao enviar vídeos para o programa, o usuário/autor daquela narrativa audiovisual concorda com os termos de licenciamento de conteúdo adotado pela Empresa Brasil de Comunicação, que tem a liberdade de editá-los a seu critério, sendo que a EBC não se responsabiliza pelo conteúdo dos mesmos. Deste ponto de vista, o caráter de autoria do usuário é enfraquecido ao poder ser adaptado para se enquadrar nas

perspectivas discursivas do Repórter Brasil, cujos critérios anunciados não condizem plenamente com que é exibido na tela da TV ou dos suportes audiovisuais eletrônicos.

A tríplice mimese de Ricoeur (1994) nos apóia para entendermos a maneira como a autoria de quem narra os vídeos tidos como “participativos”, através do discurso autorizado da mídia massiva, fica enfraquecida por uma menor autonomia do pro-sumer. A relação entre autoria e autonomia se dá pela possibilidade do autor poder assumir um discurso próprio, que se diferencie ou confronte o discurso do outro, podendo potencialmente modificar ou gerar novas sociabilidades. Se para Ricoeur, a mimese I é o mundo acontecendo, a mimese II é o autor falando com o mundo e a mimese III é a nossa leitura sobre esta configuração, não podemos vê-las, no entanto, como isoladas, mas também não significa que elas estão diluídas. Elas co-existem.

Porém, a grande ilusão do jornalismo é o espelhamento das mimeses I e II. Concordamos que a narrativa só existe porque há uma ação, mas o seu relato é apenas a constituição de uma história singular e sensata entre uma pluralidade de tramas possíveis. Nem o trabalho dos historiadores, que lidam com os fatos, gera este espelhamento: a intriga, compreendida como o dispositivo de articulação das mimeses, “entre um estado da experiência prática que a precede e um estágio que a sucede” (Ricoeur, 1994, p.87), media os acontecimentos incidentes individuais, através de sua tessitura, com a história como um todo, extraíndo de uma simples sucessão de eventos uma configuração, ou seja, uma organização de incidentes numa “totalidade inteligível” (Ricoeur, 1994, p.103). Todo olhar para o mundo é uma construção. Neste sentido, a tessiturada intriga realizada no jornalismo participativo torna labiríntico o percurso entre as três mimeses. Ao selecionar e destacar narrativas produzidas por autores de fora da cultura profissional, mas que em sua veiculação massiva tornam-se autorizadas e chanceladas como tendo caráter jornalístico, gera, na sua leitura por uma audiência retratada como autores em potencial, uma interseção vibrantemente instável entre prefiguração, configuração e refiguração. Um embaralhamento do lugar da tríplice mimese no qual a autoria emergiria, podendo constituir uma autoria deslizante.

Mas se a condição de ser autor é a de ser um sujeito em relação (Flusser, 2008), de que maneira as narrativas presentes no quadro “Outro Olhar” são legitimadas dentro do

discurso do jornalismo do Repórter Brasil? Através da análise do discurso dos âncoras do Repórter Brasil, percebemos como a narração sobre o outro não pressupõe dar voz ao outro: com exceção do vídeo “Material radioativo” e “Itu”, todos os outros vídeos não possuem uma apresentação com lide que contextualize o acontecimento, ficando complementemente solta caso fosse exibida sem a cabeça inicial do âncora contextualizando a abordagem do quadro. Em uma estrutura narrativa de telejornal que se arquiteta conforme a perspectiva moderna de separação por editoriais, revela-se uma estrutura narrativa da relação de alteridade dos âncoras sobre os vídeos: eles contam sobre o outro, sem ser esse outro e a serviço de outras vozes que também são quem narra (Bakhtin, 1997). O outro, neste programa, torna-se prescrito e proscrito em sua leitura da realidade.

No discurso do jornalismo, pode-se entender a verdade como um espaço de sistematização, com suas ordens e desordens. E onde a própria presença do outro pode ser uma desordem. O discurso pode ser visto como uma moldura com diversas mini-molduras dentro e macro-molduras fora. O discurso, ao nomear e dar forma ao mundo, revela o seu caos, deixando escapar o dentro e o fora. Todos os discursos revelam ausências ou omissões: usar números, depoimentos, omitir o narrador, a escolha pela ausência do percurso de configuração. É a diferença entre discurso instituinte - aquele que cria um percurso - e discurso instituído - que pensa que pode ser algo, como ser objetivo no caso do jornalismo. Percebe-se aqui a relação do discurso com o poder que também é discurso: estudar as regras do engendrar do discursivo é estudar regras e relações de poder. O discurso pode ser visto como um espaço social em que se fundamenta toda uma série de hierarquizações na organização da autoridade e dos sentidos.

No entanto, gerar sentido já não é mais um privilégio do autor do discurso (Barthes, 1977). Na convergência entre quem produz e quem consome mídia, o autor não logra mais impor um limite à sua narrativa e nem controla a forma e o conteúdo de sua apresentação final. Contudo, é importante dizer que nenhuma convergência é total: a participação da audiência não significa que ela está isolada e independente em suas capacidades interpretativas ou que possua os artifícios plenos para produzir e distribuir conteúdos que confrontem a mídia massiva. Este desequilíbrio no horizonte da interpretação e da produção acaba por proteger alguns atributos do autor do discurso.

As narrativas do “Outro Olhar” podem ser, assim, compreendidas como uma autoficção (Follain, 2009, p.138) que se mantém conectada ao real por estar autoreferencialmente atrelada à voz que narra – neste caso, a do pro-sumer. Por se posicionar fora do campo do jornalismo profissional, a verdade e a mentira em suas narrativas seriam relegadas a um segundo plano pois o que importa é a priorização do imaginário como dimensão originária da verdade pessoal. Porém, por mais que o narrador tenha supostamente vivido e experimentado o acontecido, ele só dá conta de narrar parcialmente, nunca totalmente. E independe se ele é ou não um jornalista profissional. Encarados como fragmentos de informação ou relatos parciais de vídeos de maior duração, as narrativas apresentadas no “Outro Olhar”, por poderem ser eventualmente desautorizadas pelos âncoras ou editadas, como no caso do vídeo “Quilombo”, não se constituem plenamente como notícia.

Vemos, portanto, que o estímulo à participação do público através do crescente uso das ferramentas tecnológicas não conseguiu propor critérios alternativos ao processo jornalístico, nem agregar diversidade. Por mais que a interação permita que os pro-sumers se insiram no processo de construção do jornalismo, o fazem de forma limitada pois seus discursos são esvaziados criticamente sobre o próprio fazer jornalístico. Nem podem ser vistos como uma nova roupagem para a tradicional sessão da “carta do leitor” (comum no jornalismo impresso), pois não se centram em comentar o trabalho jornalístico exercido em uma edição anterior. Um jornalismo que pretende inovar deve ser capaz de poder, com o alto volume de informações atual, filtrar, organizar e contrapor conteúdos (Palacios, 2002). Neste sentido, os vídeos do quadro “Outro Olhar” não são inovadores a ponto de se diferenciar do trabalho de jornalistas profissionais, mas eles, em distintos graus, podem vir a complementar essas formas mais tradicionais do jornalismo, mesmo que o jornalismo profissional continue permanecendo como um sistema importante de interpretação e construção do que encaramos como sendo o real (Vizeu, 2008, p.12).

O atributo discursivo comum que finge ser diferente, contudo, nos apresenta uma pergunta: o que essa dissimulação revela? Forças que atuam tanto para a conservação do modelo de produção discursiva jornalística atual [a forma rígida e autoritária de narrar no jornalismo tradicional, devido parcialmente aos manuais de redação jornalística, o que

Fairclough chama de “modelo de código de prática discursiva” (2001, p.273), pouco contribui para a construção de narrativas (Resende, 2006, p.168); a conexão entre as empresas de comunicação - incluindo a EBC - com os poderes público e, em maior medida para os outros telejornais, privado; as condições de produção engessadas e poucos recursos financeiros; a forte dependência do jornalismo participativo das ferramentas produzidas pelas organizações de mídia] quanto para a transformação do discurso jornalístico (produção de notícias mais contextualizadas continua a atrair audiência; entendimento que o discurso jornalístico representa e constitui a esfera pública, permitindo com que o público possa agir politicamente em prol de sociabilidades mais cidadãs).

Concluindo, essas dinâmicas e interações entre jornalismo audiovisual participativo e mídia de massa ilustram que o jornalismo profissional não pode ser articulado como um ator social singular ou necessariamente subserviente à publicidade e ao controle estatal. Afinal, seja participativo ou profissional, fazem parte de mesma engrenagem do fazer jornalístico, onde a criteriosa apuração de conteúdo, se possível com exclusividade, e diversidade de fontes permanecem como atributos imprescindíveis, mesmo que o jornalismo continue sendo restringido por outros fatores. Contudo, a participação através do vivo e mutante campo da mídia eletrônica abre caminhos para que narrativas jornalísticas mais críticas surjam, possivelmente em sinergia com ferramentas que promovam a capacitação técnica e discursiva para o audiovisual. Se forem pautadas por criatividade na linguagem audiovisual e nas formas de interação com a audiência, poderão gerar reconfigurações que demandarão novas investigações teóricas e metodológicas sobre as particularidades das narrativas que lograrem produzir no ambiente midiático. O desafio das narrativas jornalísticas audiovisuais e participativas é permitir que o público perceba que o espaço no qual convivemos é pleno de sentidos e precisamos de mapeamentos e percursos para possibilitar que as relações emerja pelo encontro das diferenças.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Editora Hucitec, 1997.
- BARTHES, Roland. *Image music text*. Londres: Fontana Press, 1977.
- BECKER, Beatriz. *Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção*. Ano VI – nº 2. Florianópolis: Revista Estudos em Jornalismo e Mídia, 2009a.
- _____. *Um panorama da produção jornalística audiovisual no ciberespaço: as experiências das redes colaborativas*. Nº 40. Porto Alegre: Revista Famecos, 2009b.
- _____; TEIXEIRA, Juliana. *Narrativas jornalísticas audiovisuais: um estudo dos efeitos da convergência no JN e no UOL*. Revista Galáxia, São Paulo, n. 18, p.232-246, dez. 2009.
- BOWMAN, Shayne & WILLIS, Chris. *Nosotros, el medio – Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticias y la información*. Colômbia: Casa Editorial El Tiempo, 2003.
- EBC. Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/flat/sobre/>. Acessado em 04 de agosto de 2011.
- ESCH, Carlos; BIANCO, Nélia; MOREIRA, Sonia. *Rádiodifusão na América Latina: diferenciações e aproximações ao conceito de público*. Disponível em: http://www.observatorioradiodifusao.net.br/index.php?option=com_content&view=article&id=535:aproximacoes-ao-conceito-de-publico&catid=50:destaques&Itemid=366. Acesso em 12 out. 2011.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Teoria social do discurso*. In: *Discurso e mudança social*. Brasília: UNB, 2001.
- FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta*. São Paulo: Hucitec, 1985.
- _____. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- _____. *O Universo das Imagens Técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.
- FOLLAIN, Vera. *Dez anos desinventando a nação: capitais voláteis e narrativas sem lastro*. In: *Literatura / política / cultura*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.
- _____. *Encenação da realidade: fim ou apogeu da ficção?* Ano 3 – nº1. São Paulo: Revista Matrizes, 2009.
- FOUCAULT, Michel. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

FRANÇA, Vera. *Sujeito da Comunicação, Sujeitos em Comunicação*. In: *Na Mídia, Na Rua: Narrativas do Cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

FREDERICO, Daniele. *Mais de 40% das pessoas entre 16 e 34 anos usam redes sociais enquanto veem TV*. Disponível em: <http://www.telaviva.com.br/04/10/2011/mais-de-40-das-pessoas-entre-16-e-34-anos-usam-redes-sociais-enquanto-veem-tv/tl/243418/news.aspx>. Acessado em 11 out. 2011.

GILLMOR, Dan. *We the Media*. Sebastopol: O'Reilly Media, 2004.

GOMES, Wilson. *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

HALL, Stuart. *A redescoberta da ideologia: o retorno do recalcado nos estudos de mídia*. IN: Sacramento, I.; Ribeiro, A. P. (orgs). *Mikhail Bakhtin – Linguagem, cultura e mídia*. São Carlos: Pedro e João Editores, 2010.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

_____. O que aconteceu antes do YouTube? In: BURGESS, Jean & GREEN, Joshua; com John Hartley e Henry Jenkins. *YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade*. Aleph, 2009.

KELLNER, Douglas. *A Cultura da Mídia*. Bauru: EDUSC, 2001.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *The Elements of Journalism*. Nova Iorque: Three Rivers Press, 2001.

KUNCZIK, Michael; VARELA JR., Rafael. *Conceitos de jornalismo: norte e sul – Manual de comunicação*. São Paulo: EDUSP, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Ofício de Cartógrafo: Travessias Latino-americanas da Comunicação na Cultura*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

_____. *Os Exercícios do Ver: Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva*. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

MIELNICZUK, Luciana. ***Considerações sobre interatividade no contexto das novas mídias***. Salvador: FACOM, 2001. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_interatividadenovas. Acesso em 11 out. 2011.

PALACIOS, Marcos. *Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas: Notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático*. Salvador: FACOM, 2002. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_redeshibridas.pdf. Acesso em 11 out. 2011.

_____. *Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate*. Salvador: FACOM, 2002. Disponível em:

http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf. Acessado em 11 out. 2011.

PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RESENDE, Fernando. *A comunicação social e o espaço público contemporâneo*. Rio de Janeiro: Revista Alceu, v.5 – n.10, 2005.

_____. *O jornalismo e a enunciação: perspectivas para um narrador-jornalista*. In: Narrativas midiáticas contemporâneas. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.

RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa*. Campinas: Papirus, 1994.

SHERER-WARREN, Ilse. *Movimentos sociais*. Florianópolis: UFSC, 1987.

UNESCO. *Public Broadcasting: Why? How?* Disponível em: unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058eo.pdf. Acessado em 02 de agosto de 2011.

VALENTE, Jonas. *Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro*. São Paulo: Paulus, Intervezes, 2009.

VERÓN, Eliseo. *Communications*. Stanford: Stanford University Press, 1978.

VIZEU, Alfredo. *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2005.
_____. (org). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.