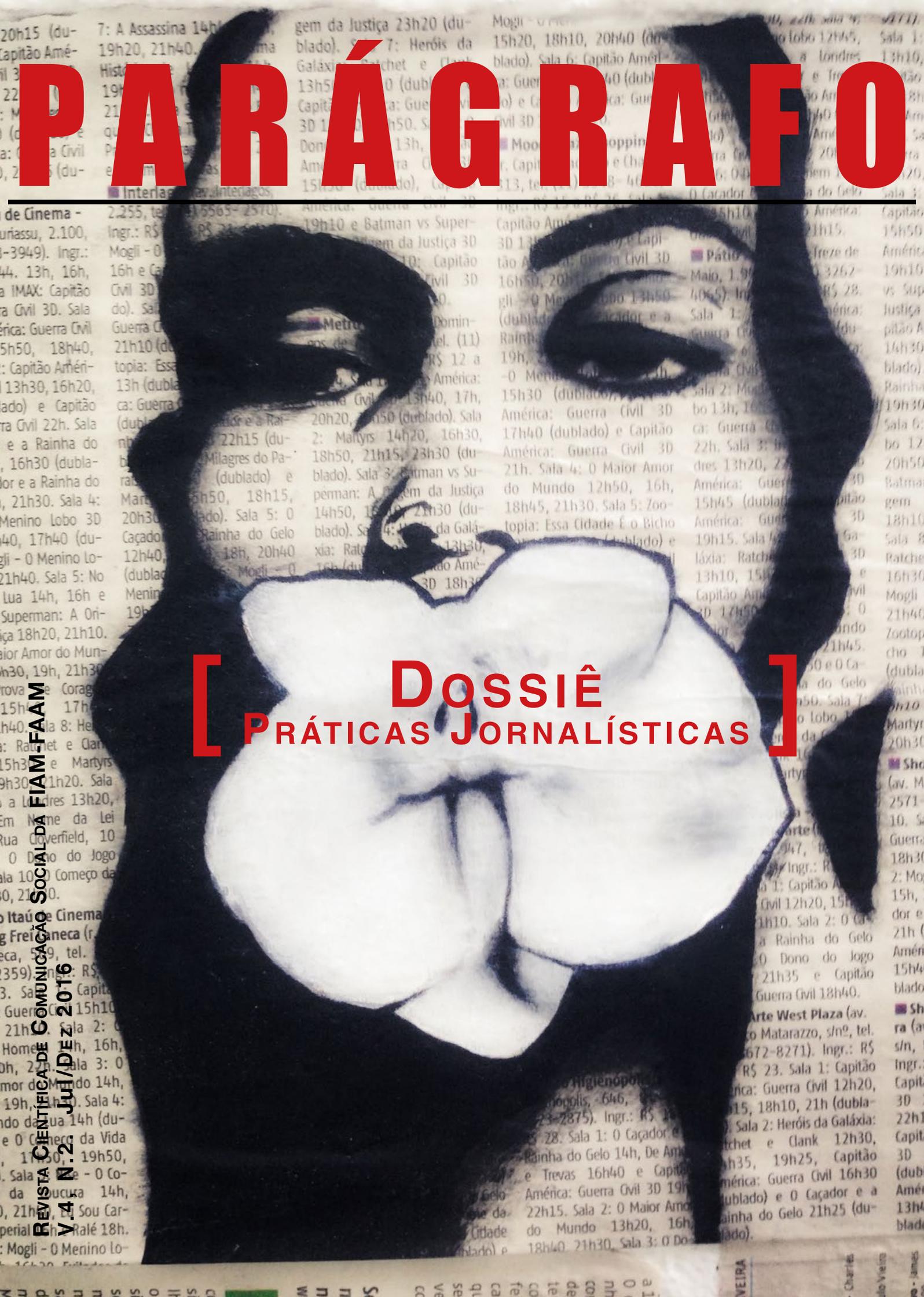


# PARÁGRAFO

## [ DOSSIÊ PRÁTICAS JORNALÍSTICAS ]

REVISTA CIENTÍFICA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA FIAM-FAAM  
V.4 N.2 JUL/DEZ 2016



# APRESENTAÇÃO

## Rafael Grohmann

Em sua oitava edição, a Revista Parágrafo apresenta um potente dossiê sobre Práticas Jornalísticas, que é também nome da área de concentração do Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM – Centro Universitário. Uma das marcas deste dossiê é a multiplicidade de visões, nacionalidades (nove países) e lugares na trajetória acadêmica (desde jovens doutorandos até nomes muito reconhecidos na área de jornalismo no mundo).

Abrindo o dossiê, dois textos que mostram a vitalidade da atividade jornalística atualmente. Mark Deuze e Tamara Witschge afirmam que o jornalismo está em um processo de “tornar-se” alguma outra coisa e que não podemos afirmar, de forma congelada, o que o jornalismo “é”. Michael Schudson, por sua vez, apresenta uma divertida entrevista fictícia com o “fantasma” de Walter Lippmann, abordando profissionalização e escolas de jornalismo e as relações entre jornalismo e democracia.

Em seguida, textos que relacionam as práticas jornalísticas a questões tecnológicas. Antonio Brasil e John Pavlik tratam das implicações dos avanços dos métodos de pesquisa audiovisuais para a qualidade jornalística em um contexto de jornalismo de dados. Já Seth Lewis e Oscar Westlund abordam o trabalho jornalístico crossmídia a partir dos diferentes atores, actantes e audiências envolvidos nas atividades, pensando interrelações entre as partes editoriais, tecnológicas e de negócios. Essas relações também são tematizadas por Elizabeth Saad em “Inovação e empresas informativas: aliados, inimigos ou em permanente estado de ‘discussão da relação’”? Ainda nessa interface, o artigo do vietnamita An

Nguyen discute os impactos das métricas sobre o trabalho jornalístico em um contexto de uma cultura “caça-clique”.

Antonio López Hidalgo e Maria Ángeles Fernández Barrero, por sua vez, retratam o papel da imersão nas práticas jornalísticas, ressaltando a contribuição da América Latina, o “jornalismo de imersão” nos meios audiovisuais e o chamado “jornalismo imersivo” relacionado às tecnologias de realidade virtual. E se em outros textos, aparecem expressões como “jornalismo de dados”, “jornalismo crossmídia” e “jornalismo de imersão”, o artigo de Carlos Costa tece uma crítica à adjetivação do jornalismo, “substantivo que dispensa adjetivos”, e pede pelo resgate dos valores do exercício da profissão.

As francesas Beatrice Damian-Gaillard e Eugénie Saitta discutem a feminização como parte da transformação do trabalho jornalístico a partir de duas pesquisas de campo envolvendo o jornalismo político na França. Já o texto de Eugenia Siapera e Lambrini Papadoupoulou traz o papel dos documentários radicais – parte de um campo mais amplo de jornalismo e mídia radical – em um contexto pós-democrático e de crise neoliberal na Grécia como parte de uma mudança rumo a modelos mais colaborativos de organização social.

Tacyana Arce e Tiago Barcelos Pereira Salgado discutem os significados de crise no jornalismo a partir de 52 textos sobre a temática publicados no *Medium*, observando a redefinição da mediação jornalística e definindo mediação como provação. Enquanto isso, Juliana Bulhões e David Renault abordam a precarização do trabalho jornalístico, compreendendo

**PARÁGRAFO:**  
**Revista Científica de Comunicação Social do FIAM-FAAM - Centro Universitário**  
ANO IV - V.4 N.2 - JUL./DEZ. 2016  
ISSN: 2317-4919

A *Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social do FIAM-FAAM* é uma publicação semestral destinada a professores, estudantes, profissionais e interessados que aceita colaborações de trabalhos originais e inéditos, de autoria individual ou coletiva, sob a forma de artigo, ensaio ou resenha.

Serão aceitos artigos de, no mínimo, mestrandos. graduados podem se inscrever em co-autoria com um doutor.

O foco da revista é publicar artigos pertinentes à área de comunicação que reflitam debates atuais do campo de autores nacionais e internacionais, bem como servir de base bibliográfica para graduandos e pós-graduandos.

### EQUIPE EDITORIAL

#### EDITOR RESPONSÁVEL

Prof. Dr. Rafael Grohmann, FIAM-FAAM - Centro Universitário, São Paulo, Brasil

### CONSELHO EDITORIAL

Prof. dr. Francisco de Assis, FIAM-FAAM - Centro Universitário, São Paulo, SP, Brasil  
Prof. Dra Michelle Roxo, FIAM-FAAM - Centro Universitário, São Paulo, Brasil  
Prof. Dr. Marcos Zibordi, FIAM-FAAM - Centro Universitário, São Paulo, Brasil  
Prof. Dr. Vicente Darde, FIAM-FAAM - Centro Universitário, São Paulo, Brasil

### CONSELHO CIENTÍFICO

Profa. Dra. Adriana Braga, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil  
Profa. Dra. Alice Mitika Koshiyama, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil  
Profa. Dra. Ana Carolina Rocha Pessôa Temer, Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia, GO, Brasil  
Profa. Dra. Ângela Cristina Salgueiro Marques, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte, MG, Brasil  
Profa. Dra. Bárbara Heller, Universidade Paulista (UNIP), São Paulo, SP, Brasil  
Prof. Dr. Bruno Campanella, Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil  
Prof. Dr. César Ricardo Siqueira Bolaño, Universidade Federal de Sergipe (UFS), Aracaju, SE, Brasil  
Profa. Dra. Cláudia Quadros, Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, PR, Brasil  
Prof. Dr. Dennis de Oliveira, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil  
Profa. Dra. Egle Müller Spinelli, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, SP, Brasil  
Profa. Dra. Eliza Bachega Casadei, Universidade Estadual Paulista (Unesp), Bauru, SP, Brasil

Prof. Dr. Fábio Pereira, Universidade de Brasília (UnB), Brasília, DF, Brasil  
Prof. Dr. Helder Bastos, Universidade do Porto, Porto, Portugal  
Prof. Dr. Ibrahim Saleh, University of Cape Town, Cidade do Cabo, África do Sul  
Prof. Dr. Igor Sacramento, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil  
Prof. Dr. José Guibson Dantas, Universidade Federal de Alagoas (UFAL), Maceió, AL, Brasil  
Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil  
Prof. Dr. Luís Mauro Sá Martino, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP, Brasil  
Prof. Dr. Luiz Peres Neto, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, SP, Brasil  
Prof. Dr. Marco Roxo, Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil  
Profa. Dra. Maria Angela Pavan, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, RN, Brasil  
Profa. Dra. Maria Aparecida Baccega, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, SP, Brasil  
Profa. Dra. Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil  
Profa. Dra. Marta Regina Maia, Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), Ouro Preto, MG, Brasil  
Profa. Dra. Mayra Rodrigues Gomes, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil  
Prof. Dr. Muniz Sodré, Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil  
Profa. Dra. Nilda Jacks, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil  
Profa. Dra. Olga Tavares, Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, PB, Brasil  
Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal, Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora, MG, Brasil  
Prof. Dr. Rogério Christofolletti, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC, Brasil  
Profa. Dra. Rosana de Lima Soares, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil  
Profa. Dra. Rose de Melo Rocha, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, SP, Brasil  
Prof. Dr. Sérgio Luiz Gadini, Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Ponta Grossa, PR, Brasil  
Profa. Dra. Sandra Reimão, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil  
Prof. Dr. Valdir José Morigi, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil  
Profa. Dra. Veneza Mayora Ronsini, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS, Brasil  
Profa. Dra. Vera Chaia, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, SP, Brasil

### DIAGRAMAÇÃO e DESIGN

José Geraldo de Oliveira  
Gerson Victor dos Santos

**Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social do FIAM-FAAM - Centro Universitário**  
E-mail: revista.comunicacao@fiamfaam.br  
<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br>

# SUMÁRIO

questões de saúde e qualidade de vida do jornalista. Por fim, Seane Alves Melo trata das apropriações do discurso do “jornalismo investigativo” no Brasil, da grande reportagem ao escândalo político.

Além do dossiê sobre práticas jornalísticas, a Parágrafo traz duas entrevistas internacionais: uma com John Thompson, professor da Universidade de Cambridge, realizada por José de Souza Muniz Jr., e outra com José Manuel Pérez Ternero, professor da Universidad Autònoma de Barcelona, realizada por José Geraldo de Oliveira.

Questões narrativas e discursivas marcam a maioria dos artigos livres da presente edição. No primeiro, Eric Landowski trata da sociossemiótica e trabalha a interação como algo entre a comunicação e a semiótica. O texto de Ivan Paganotti, por sua vez, aborda expectativas narrativas frustradas em reportagens do *New York Times*, procurando identificar estratégias textuais que reproduzem ou alteram representações da identidade brasileira.

A partir de autores como Žižek, Lacan e Williams, Erico Fernando Oliveira analisa as celebridades contemporâneas no desenho *South Park*. Já Guilherme Fernandes foca a sua análise no personagem Felix, da novela *Amor à Vida*, a partir de uma perspectiva bakhtiniana. Carlos Henrique Sabino Caldas trata da experiência *The Johnny Cash Project* a partir de uma abordagem semiótica, considerando a produção de sentido no videoclipe interativo.

O conceito antoniano de conto-reportagem é tema do artigo de Leandro Lopes, que busca articulá-lo com a estética da recepção. A cobertura jornalística regional e global do incêndio na boate Kiss, em Santa Maria, é o mote do texto de Vanessa Oliveira. Por fim, Angelo Sottovia Aranha e Giovani Vieira Miranda procuram conceber um modelo de comunicação cidadão e colaborativo no interior paulista.

A edição ainda conta com uma resenha do livro “A nova razão do mundo”, de Pierre Dardot e Christian Laval, escrita por Antenor Ferreira Mendes Neto, aluno do Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM – Centro Universitário.

Boa leitura e até 2017!



## 3. Apresentação

Rafael Grohmann

## DOSSIÊ

### PRÁTICAS JORNALÍSTICAS

## 6. MARK DEUZE E TAMARA WITSCHGE

O Que o Jornalismo Está se Tornando

## 22. MICHAEL SCHUDSON

Entrevistando o fantasma de Walter Lippmann

## 30. JOHN PAVLIK E ANTONIO BRASIL

Big data, código computacional e arquivos de notícias televisivas

## 54. SETH LEWIS E OSCAR WESTLUND

Atores, actantes, audiências e atividades no trabalho jornalístico crossmídia

## 72. ELIZABETH SAAD

Inovação e Empresas Informativas

## 88. AN NGUYEN

O Julgamento das Notícias na Cultura “Caça-Clique”

## 102. ANTONIO LÓPEZ HIDALGO E MARIA ÁNGELES FERNÁNDEZ BARRERO

Os Caminhos da Imersão na era do Jornalismo Transmidiático

## 112. CARLOS COSTA

Jornalismo, substantivo que dispensa adjetivos

## 126. BEATRICE DAMIAN-GAILLARD E EUGÊNIE SAITTA

Feminização e Transformações das Práticas Jornalísticas

## 138. EUGENIA SIAPERA E LAMBRINI PAPADOPOULOU

Documentários Radicais, Crise Neoliberal e Pós-Democracia

## 156. TACYANA ARCE E TIAGO BARCELOS PEREIRA SALGADO

A Crise da Mediação Jornalística em Provação

## 164. JULIANA BULHÕES E DAVID RENAULT

A Precarização da Prática Jornalística

## 176. SEANE MELO

Da Grande Reportagem ao Escândalo Político

## ENTREVISTA

## 186. JOHN B. THOMPSON

Por\_ José de Souza Muniz Junior  
Novas fronteiras da publicação e da vida pública.

## 198. JOSÉ MANUEL PÉREZ TORNERO

Por\_ José Geraldo de Oliveira

## ARTIGOS LIVRES

## 206. Entre Comunicação e Semiótica, a

interação\_ Eric Landowski

## 218. O Reforço das Imagens Brasileiras Pela

Sua Contestação\_ Ivan Paganotti

## 229. O que Brian Boitano faria? South Park e

a crítica das celebridades contemporâneas\_ Erico Fernandes Oliveira

## 240. As Três Fases de Felix, da novela Amor à

Vida, à Luz do Pensamento de Bakhtin\_ Guilherme Fernandes

## 249. A Produção de Sentido no Videoclipe

Interativo\_ Carlos Henrique Sabino Caldas

## 258. A Teoria Literária a Serviço do

Jornalismo\_ Leandro Lopes

## 267. Incêndio na Boate Kiss em Santa Maria\_

Vanessa Oliveira

## 274. Do Local aos Insumos Criativos\_ Angelo

Sottovia Aranha e Giovani Vieira Miranda

## RESENHA

## 285. Sem rota de fuga: trabalho e vida sob a

nova razão do mundo – resenha de “A Nova Razão do Mundo”, de Pierre Dardot e Christian Laval

Por\_ Antenor Ferreira Mendes Neto



## [ DOSSIÊ PRÁTICAS JORNALÍSTICAS ]



### Mark Deuze

Professor de Estudos de Mídia com especialização em Jornalismo da Universidade de Amsterdam (UvA), Faculdade de Ciências Humanas.

### Tamara Witschge

Universidade de Groningen, Faculdade de Letras.



# O Que o Jornalismo está se Tornando

#### RESUMO

Como o jornalismo está em processo de tornar-se uma profissão pós-industrial, este artigo considera como o modo emergente de praticar o jornalismo profissional pede por novas maneiras de conceituar e pesquisar a experiência vivida dos jornalistas. O estado permanente de fluxo do jornalismo como um sistema social é mapeado, e uma perspectiva distinta é proposta, considerando o jornalismo como um objeto em movimento, algo que “se torna”, em vez de considerar o que ele “é”.

**Palavras-chave:** jornalismo; jornalista; trabalho

#### ABSTRACT

As journalism is in the process of becoming a post-industrial profession, this paper considers how the emerging mode of practicing professional journalism asks for new ways of conceptualizing and researching the lived experience of journalists. The permanent state of flux of journalism as a social system is mapped, and a distinct perspective is proposed on journalism that views it as a moving object, something that becomes, rather than is.

**Keywords:** journalism; journalist; work.

Tradução\_Rafael Grohmann.

## 1. INTRODUÇÃO

No mundo todo, o jornalismo está em um processo de tornar-se um tipo diferente de profissão. Uma vez organizada em instituições formais, onde os trabalhadores contratados produziram conteúdo em condições de trabalho altamente estruturadas, embora informais, hoje a experiência vivida por jornalistas profissionais é muito mais precária, fragmentada e em rede. No centro do projeto de compreender o jornalismo como uma profissão, com suas diferentes funções na sociedade, é preciso conceituar o jornalismo para além das antigas organizações jornalísticas.

A pós-industrialização do jornalismo (Anderson; Bell; Shirky, 2013) é parte de uma tendência aferida pelas indústrias criativas, de um modo geral: uma mudança gradual dos modos de produção industriais centralizados e hierárquicos para o que Castells (2010) chama de forma de produção de empresa em rede. A forma em rede de empresa também aparece no trabalho em jornalismo, como já haviam notado a Federação Internacional de Jornalistas e a Organização Internacional do Trabalho em pesquisa realizada em 2006 em sindicatos e associações de jornalismo em 38 países de todos os continentes. O relatório assinalou um rápido crescimento dos chamados trabalhos “atípicos” na mídia, documentando que cerca de um terço dos jornalistas no mundo todo não trabalham em condições seguras, permanentes ou outras condições contratuais. Desde então, o jornalismo *freelance*, o empreendedorismo jornalístico e a precarização do trabalho têm se tornado cada vez mais proeminentes, particularmente entre jovens repórteres e iniciantes no campo (bem como para os jornalistas mais velhos afetados por demissões e pelo enxugamento dos postos de trabalho tão comuns em toda a indústria jornalística; cf. Mosco, 2009; Deuze, 2014).

O jornalismo pós-industrial atualmente pode ser visto tanto como constituído quanto resultado da chamada “modernidade líquida” (Bauman, 2000), onde as práticas individuais são parte de um contexto profundamente precário governado por uma permanente impermanência na indústria (onde contínuos

remanejamentos, reorganizações, demissões e inovações são a norma), no ambiente de trabalho (onde o lugar onde você trabalha e as pessoas com quem você trabalha estão em constante mudança), e nas carreiras (onde sua trajetória de trabalho é imprevisível, para dizer o mínimo). Para que o jornalismo se adapte, seus praticantes foram empurrados para desenvolver novas táticas, novas estruturas organizacionais e uma nova autoconcepção – enquanto ainda persistem velhas estruturas, rotinas e definições (de valores-notícia).

Neste artigo, consideramos como o modo pós-industrial de jornalismo pede por novas maneiras de conceituar e pesquisar a experiência vivida dos jornalistas. Argumentamos que necessitamos de suas perspectivas particularmente pessoais para repensar o jornalismo como um conjunto de pessoas comprometidas com “atos de jornalismo” (Stearns, 2013) para além de processos de “rotinizar o inesperado” (Tuchman, 1973) nas pequenas e grandes instituições midiáticas. Nesta contribuição, traçamos o permanente estado de fluxo do jornalismo, e os desenvolvimentos que desafiam fundamentalmente a teoria e a pesquisa em jornalismo. Embora muito já tenha sido feito no sentido de afastar-se das noções muito estáveis e sólidas do que o jornalismo é, como um campo que ainda luta para fazer justiça e capturar a complexidade dos processos de mudança contínua experienciadas por jornalistas em seu trabalho e nas organizações que usam os seus trabalhos. Por fim, propomos uma perspectiva diferente sobre jornalismo que o vê como um objeto em movimento, algo semelhante a um “tornar-se”, em vez de um “ser”.

## 2. INTRODUZINDO O JORNALISTA

Nosso argumento central neste artigo é o de que precisamos teorizar o jornalismo contemporâneo como um conjunto bastante complexo e desenvolvido de atitudes e práticas de (grupos ou equipes de) indivíduos envolvendo tanto jornalistas profissionais quanto profissionais de áreas afins, como programadores, designers e profissionais de marketing (Deuze, 2008; Lewis; Usher, 2014). A título de contextualização, primeiramente discutiremos quatro tendências no jornalismo sinalizando uma mudança na

concepção do jornalismo como um campo mais ou menos estável e consensual. Destacamos as seguintes tendências: uma reorganização dos ambientes de trabalho; a fragmentação das redações; a emergência de uma sociedade “redacional”, e a ubiquidade das tecnologias midiáticas. Estas tendências, cada uma à sua maneira, apontam para uma perspectiva de jornalista mais individual que institucional e para uma necessidade de re-conceituar o campo.

Primeiramente, o que Sennett (2006) chama de “cultura do novo capitalismo” chama a nossa atenção para a ênfase nas responsabilidades individualizadas colocadas na reorganização do trabalho. Sejam contratados ou independentes, os trabalhadores da mídia são cada vez mais chamados a abraçar e incorporar uma mentalidade “empreendedora”, onde cada indivíduo se torna uma marca ou empresa autogerida e autodisciplinada (Storey; Salaman; Platman, 2005). O jornalista como um empreendedor de si mesmo reconstitui “os trabalhadores como mais adaptáveis, flexíveis, e dispostos a se mover entre atividades e atribuições e assumir a responsabilidade por suas próprias ações, por seus sucessos e suas falhas” (Storey; Salaman; Platman, 2005, p. 1036). O jornalismo não foi uma exceção à tendência de individualização do trabalho (Lowrey; Anderson, 2005). Entretanto, a mudança da noção de empreendimento – com suas conotações de eficiência, produtividade, empoderamento e autonomia – de uma empresa para o indivíduo arranca a identidade profissional dos jornalistas. Gall (2000), por exemplo, nota como a introdução de contratos personalizados, embora permitindo que jornalistas individuais tenham alguma liberdade para negociar seus próprios contratos e condições de emprego, de fato, tem impacto na deterioração das condições de trabalho dos jornalistas: salários mais baixos, menos segurança nos empregos, e mais relações de trabalho contingentes (horários inconstantes, rotações nos empregos...).

Em segundo lugar, a produção de notícias cada vez mais se faz tanto dentro quanto fora das organizações profissionais jornalísticas, bem como dentro e por meio de múltiplas formas e formatos midiáticos. Esta fragmentação da redação é, além disso, facilitada pelas práticas de terceirização, subcontra-

tação e *offshoring*, fundamentais na área audiovisual (Ryan, 2009), bem como na mídia impressa – como documentado pela Associação Mundial de Jornais (*World Association of Newspapers*) em sua série de relatórios “Formando o futuro”<sup>1</sup>. A prática de tais flexibilidades funcionais na força de trabalho é comum em toda a indústria jornalística. A flexibilidade funcional se relaciona à divisão da força de trabalho em um núcleo multiqualificado e um grande perímetro de profissionais. O núcleo multiqualificado consiste de alguns poucos profissionais que se beneficiam de uma maior estabilidade no emprego e no desenvolvimento da carreira e que desempenham muitas tarefas diferentes por toda a organização. O grupo do “grande perímetro” – que consiste na maioria dos trabalhadores no jornalismo hoje – tende a ser empregado temporariamente em arranjos subcontratados e terceirizados, e consiste, principalmente, em prestadores de serviços individuais independentes trabalhando dentro de uma “ecologia de projeto” (Grabher, 2002) dinâmica e muitas vezes informalmente dirigida formada por pessoas de dentro e de fora das instituições noticiosas.

Em terceiro lugar, em um nível mais abstrato, nas democracias avançadas comunicacionais atuais, a sociedade pode ser conceituada como “redacional” (Hartley, 2000). Uma sociedade redacional é aquela cujas práticas editoriais são requeridas para a sobrevivência de qualquer pessoa na era digital e, portanto, não pode ser considerado algo exclusivo de um grupo profissional particular como os jornalistas empregados em organizações jornalísticas. Tradicionalmente, a sobrevivência na era da informação tem sido vista como dependente de um ser “informacional” bem como de um cidadão informado (Schudson, 1995): próximo de estarem saturados de informação, os cidadãos necessitam ter “um ponto de vista e preferências que façam sentido para eles” (Schudson, 1995, p. 27). Nas sociedades redacionais, não é suficiente simplesmente o acesso à informação ou à produção de sentido decorrente das informações e o que eram consideradas como habilidades e competências jornalísticas são reque-

1 Por exemplo: <http://www.wan-ifra.org/reports/2009/03/12/outsourcing-revisited>; <http://www.wan-ifra.org/microsites/research-shaping-the-future-of-news-publishing>.

ridas a todos os cidadãos: eles precisam saber como coletar e processar grandes quantidades de informações, pesar e peneirar as informações em mãos, e serem capazes de fazer algo efetivo e criativo com essa informação (Gauntlett, 2011). Nessa era digital, todo mundo, em alguma medida, pratica “atos de jornalismo” (Stearns, 2013, p. 2), usando o que são consideradas técnicas jornalísticas e tendo responsabilidade por suas consequências.

A última tendência que enquadra o trabalho jornalístico em termos do indivíduo é o papel penetrante e ubíquo que as tecnologias (sempre em desenvolvimento) desempenham na natureza mutável do trabalho jornalístico e da organização jornalística. A imprensa de hoje está no computador de mesa ou no notebook equipado com acesso à internet banda larga e com ferramentas de publicação fáceis de usar, aplicativos *open source* e *hardware* convergentes (câmera, microfone, teclado). Essas tecnologias resultaram em um jornalismo convergente tanto dentro das redações, facilitando a produção em todos os aspectos jornalísticos fora das redações. Isto caracteriza centralmente o jornalista multitarefas que realiza uma maior variedade de tarefas – incluindo aquelas que são tradicionalmente realizadas por outras profissões (como designers, profissionais de marketing, publicitários ou editores) (Lee-Wright; Phillips, 2012).

### 3. ESTRUTURAS ALÉM DO INDIVIDUAL

No contexto precário individualizado do jornalismo contemporâneo, não é exagerado dizer que há sinais de estar ocorrendo um processo gradual de desprofissionalização (Witschge; Nygren, 2009), com a profissão estando sob enormes pressões devido a uma variedade de fatores, tais como: exigências de mercado e expectativas de mercado; uma divisão de trabalho precária e atípica que fragmenta a profissão; uma erosão contínua de seus valores e práticas por meio da intervenção da tecnologia (incluindo o advento de algoritmos, drones, robótica e softwares para selecionar, organizar, relatar e publicar as notícias); uma crença completamente instável e flutuante no setor público em geral (Van de Walle; Van Roosbroek; Bouckaert, 2008), e um declínio con-

comitante da crença no jornalismo especificamente (McNair, 2003).

Ao mesmo tempo, padrões e normas profissionais tradicionais ainda podem ser encontrados em toda a indústria, e nós vemos entre a maioria dos jornalistas, independentemente do arranjo contratual, um movimento no sentido de fazer bem o seu trabalho – um compromisso com a qualidade que sugere uma dedicação à profissão e ao “ofício” que é o jornalismo (Hanitzsch; Mellado, 2011; Willnat; Weaver; Choi, 2013; Witschge, 2013). Além disso, isso sugere como os valores intrínsecos continuam a dirigir práticas no campo, tanto dentro quanto fora das redações. O caminho para fazer bem o trabalho não é exclusivamente conectado aos arranjos organizacionais do trabalho jornalístico, mas encontra-se no nível individual e pessoal que indica um compromisso para além da instituição (Russo, 1998). Para aumentar a compreensão sobre a interação entre as normas profissionais e a autocompreensão dos jornalistas em uma era de desprofissionalização e precariedade, o jornalismo precisa ser compreendido para além de suas fronteiras tradicionais institucionais e organizacionais. O que o jornalismo é e o que é ser um jornalista pode ser entendido tanto em termos ideológicos quanto praxeológicos e não são mais dependentes do trabalho realizado dentro de instituições.

Assumindo a necessidade de um movimento para além da centralidade das redações (Wahl-Jorgensen, 2009) ou para “explodir” as redações (Anderson, 2011), não estamos sugerindo que a profissão e suas organizações não desempenham um papel ainda relevante. Argumentamos que não tem que ser necessariamente um trabalhador assalariado de uma organização jornalística para fazer parte do sistema jornalístico (na verdade, a maioria dos jornalistas trabalhando hoje não gozam mais desse emprego). É algo que depende da participação na comunicação dos elementos fundamentais (os blocos de construção) desse sistema. Entendendo o jornalismo dessa maneira, Scholl e Weischenberg (1998) propõem um modelo para a identificação sistemática de fatores que constituem um sistema jornalístico. Eles identificam diferentes níveis de análise por meio dos quais podemos acessar o que é o jornalismo, variando do

nível macro ao micro: sistemas, instituições, mensagens e atores. Acrescentando sistemas sociais e de crença como um quinto fator ao “modelo-de-cebola” de Weischenberg (1992), Shoemaker e Reese (2014) resumem esta abordagem como um modelo de hierarquia de influências do trabalho nas indústrias midiáticas e incluindo as seguintes dimensões:

- **Sistemas Sociais:** em que o conteúdo é influenciado por sistemas sociais ou ideologias das sociedades, geralmente admitido para ser mais ou menos coerente com os sistemas particulares de crença em relação aos grupos dominantes. Dentro do jornalismo como uma profissão, isso se relaciona à sua ideologia ocupacional consensualmente compartilhada por jornalistas, o que lhes permite auto-organizar e manter sua disciplina como uma profissão.
- **Influência social institucional no trabalho jornalístico:** onde o conteúdo é influenciado por fatores como mercados, audiências, anunciantes e grupos de interesse, referindo-se ao poder exercido sobre jornalistas por uma variedade de instituições e atores na sociedade, incluindo governo, fontes, clientes, grupos de interesses, audiências, empregadores e outras organizações midiáticas (tais como publicidade, relações públicas e comunicação mercadológica).
- **Nível organizacional:** as metas e políticas dos indivíduos como parte de uma ou mais estruturas sociais maiores (tais como organizações jornalísticas, empresas de clientes e *networks*) e como o poder é exercido dentro de tais estruturais.
- **Rotinas diárias na redação:** as influências inibidoras e permissivas das práticas de trabalho no contexto particular que Ulrich Beck (2000) chamou de “admirável mundo novo” do trabalho. As rotinas são práticas padronizadas que organizam como os profissionais de mídia percebem e funcionam em um mundo social de (competidores) – colegas e em um grupo profissional como um todo.
- **Nível individual dos trabalhadores do jor-**

**nalismo:** atitudes, formação e *background* do jornalista as diversas maneiras pelas quais ela ou ele participa (e configura) o processo de jornalismo.

Abaixo, exploramos como, em cada um dos níveis acima, os desenvolvimentos encontrados no trabalho estão rompendo significativamente com a maneira como conceituamos o jornalismo.

### 4. COMPREENDENDO O JORNALISMO COMO INDIVÍDUOS E INSTITUIÇÕES EM SEUS CONTEXTOS

No ambiente midiático atual, precisamos de uma compreensão não só de como ocorrem as funções disruptivas de cada nível de influência sobre os jornalistas no trabalho, mas também – e talvez mais importante – como os jornalistas enquanto indivíduos e grupos agem dentro desse sistema. Enquanto a questão institucional era dominante na organização do trabalho jornalístico, facilitando (e limitando) a comunicação sobre jornalismo, isso já não é mais suficiente para compreender o jornalismo como ele é praticado em muitos diferentes lugares por muito mais atores em circunstâncias muito diferentes. Nós colocamos a pesquisa em jornalismo no contexto do que Susan Keith (2011) chama de “ambiente midiático” em que os jornalistas trabalham, ou seja, em alguma medida, isso tem que ser entendido como uma indústria em transição – de fato, uma pós-indústria.

A teoria do jornalismo tem que ser aferida por uma avaliação crítica do papel, do trabalho e do ambiente/meio dos jornalistas individuais, embora reconhecendo o objeto de estudo – jornalismo – como um objeto dinâmico, requerendo mais uma ontologia do “tornar-se” em vez do “ser” (Chia, 1995). Como Robert Chia, nós propomos uma perspectiva sobre o jornalismo que privilegia “a realidade como uma configuração de relações processual, heterogênea e emergente” (Chia, 1995, p. 594). Nós discutimos abaixo como em cada um dos níveis de análises identificados acima – sistemas sociais, instituições sociais, organizações, rotinas e jornalistas individuais – as mudanças e os desafios no campo do

jornalismo pedem por considerações específicas em nossa metodologia e teoria.

#### 4.1. Sistema Social

No nível do sistema social, precisamos examinar criticamente a ideologia ocupacional dos jornalistas, que é a conceituação da profissão e do papel que é compartilhado consensualmente pelos jornalistas, levando-os a se auto-organizarem e manterem a disciplina como uma profissão sem fronteiras formais. Na autocompreensão sobre o jornalismo, bem como na conceituação da profissão nas sociedades, a função do jornalismo na sociedade é muito ligada à sua importância para a democracia, o que levou a uma compreensão altamente consensual sobre o jornalismo (Hallin, 1992). Da mesma forma, pesquisadores e jornalistas geralmente usam uma noção normativa de jornalismo como proporcionando o “cimento social” das democracias como um ponto de partida de seu trabalho (Joseph, 2013).

12 Mesmo que o contexto profissional do jornalismo contemporâneo e o estado da indústria das notícias estejam profundamente precários, a definição e a compreensão consensual de jornalismo prevalecem, afetando nossa capacidade acadêmica de analisar e criticar o jornalismo (Zelizer, 2013). Neste estado de fluxo, é importante considerar a forma como os estudos em jornalismo enxergam o papel do jornalismo na sociedade e na democracia, e particularmente, se ele ainda está apto para tal tarefa. Uma chave para reorientar os estudos em jornalismo no sentido de compreender a condição humana em rápida mudança pode ser encontrada no projeto do fim do século XX de re-teorizar a própria modernidade, aferido pela sugestão de que a modernidade entrou em uma nova fase, formulada como uma modernidade segunda, em rede ou líquida. O trabalho de Bauman sobre todos os aspectos da vida em tempos líquido-modernos merece atenção específica. Bauman define uma sociedade líquido-moderna como uma “sociedade em que as condições sob as quais agem seus membros mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação de hábitos e rotinas, das formas de agir. A liquidez da vida e da sociedade se alimentam e se revigoram mutuamente” (Bauman, 2005, p. 1).

Se considerarmos a compreensão de Bauman sobre a modernidade, é importante notar que o jornalismo não somente ocorre nela, mas também ajuda a constituir essa “sociedade líquido-moderna”, onde incerteza, fluxo, mudança, conflito e revolução são condições permanentes da vida cotidiana. Nesse sentido, o trabalho jornalístico não somente contribui para, mas também é suscetível às qualidades da vida líquida. Neste contexto, o trabalho tem um caráter geralmente temporário, experienciado como uma ruptura diferente da rotina tradicional trabalho-vida (tendo como premissas o longo prazo, contratos com prazo de validade indeterminado com um único empregado que compartilha responsabilidades como benefícios sociais e de saúde). A natureza atípica do trabalho jornalístico alimenta diretamente a experiência vivida da modernidade líquida em termos de sua condição estrutural de temporalidade.

A mídia e, especificamente, a mídia jornalística desempenham um importante papel na exposição e amplificação deste estado líquido da modernidade. A velocidade e as multidões deste sistema social ganham forma em fenômenos como as notícias 24 horas por dia nos sete dias de semana, acontecimentos online em qualquer tempo e lugar, com a cobertura realizada por milhões de usuários nas mídias sociais, organizações noticiosas de *live blogging*, e uma série de correspondentes *freelancers* ao redor do mundo. Ao mesmo tempo, podemos identificar contramovimentos, como a emergência de *slow news* (Le Masurier, 2015), novos formatos de jornalismo *longform* e jornalismo transmídia (Moloney, 2012) e numerosas *startups* de notícias ao redor do mundo defendendo um tipo de jornalismo que é baseado mais na qualidade e na profundidade que na velocidade ou no *breaking news* (como o *De Correspondent*, na Holanda, o *The Conversation*, na Austrália e em outros lugares, e o *Mediapart*, na França). Nesse sentido, vemos que o jornalismo é tanto parte quanto constituinte do contexto social: a aceleração e a desaceleração da produção jornalística são sintomas de e uma resposta a uma profissão em tempos líquido-modernos.

Tais acontecimentos não acontecem em um vácuo, e precisamos entender o jornalismo tanto

enquanto um produto quanto como uma resposta ao seu ambiente. Dado o seu papel central na sociedade, muitos atores tentam exercer influência na reportagem jornalística (McQuail, 2013) e tendo em conta as forças econômicas e mercadológicas, o jornalismo está sempre sob pressão. Como *gatekeepers* autoprotelamados, os jornalistas dependem de sua ideologia ocupacional e da cultura noticiosa como uma defesa contra esses atores e forças. Ao mesmo tempo, elementos dessa ideologia são usados para introduzir inovação disruptiva e transformação no campo. Por meio dos debates de definição, o que não acontece em somente um nível da profissão, mas também muito no nível do discurso público sobre o jornalismo, e por meio dos processos de legitimação e exclusão de participantes particulares nessas discussões, os jornalistas criaram barreiras de entrada (em grande parte, informais) para a profissão.

Na interação com os atores em torno do jornalismo, sejam eles o público, as fontes ou os poderes econômicos e políticos, cinco valores típico-ideais dão legitimidade e credibilidade ao que jornalistas fazem: serviço público, objetividade, autonomia, imediatismo e ética (Deuze, 2005). Neste discurso, jornalistas prestam um serviço público como cães de guarda ou “caçadores de notícias”, coletores ativos e disseminadores de informação. Argumenta-se que o diferencial do jornalista é o seu esforço de ser imparcial, neutro, objetivo, justo e, assim, crível. Relata-se a necessidade de ser autônomo, livre e independente para fazer seu trabalho de forma eficaz. Inerente ao conceito de notícia para os jornalistas está um senso de imediatismo, atualidade e velocidade. E, por último, argumenta-se que uma outra característica identitária é um senso de ético, validade e legitimidade.

Olhando estes valores, que podemos considerar da “alta modernidade” contra o acelerado contexto “líquido-moderno” em geral, podemos ver um claro contraste. Esta tensão vem ainda mais à tona em debates correntes sobre a natureza dos valores seculares como objetividade, verdade e autonomia. A amplificação e a aceleração de mais ou menos novos gêneros, formatos, produtos e serviços jornalísticos hoje apontam para o fato que a ideologia ocupacio-

nal do jornalismo permite que muitos “jornalismos” diferentes possam florescer.

Para os estudos em jornalismo, é importante compreender o desafio representado pela diferença entre a consistência da ideologia profissional e a proliferação de uma gama diversificada de jornalismos, muitas vezes valorizada por questões ideológicas. Questões sobre o que é o jornalismo são de extrema importância, o “trabalho de fronteiras” é abundante em toda a profissão e na academia, mas quem está dentro e fora da definição de jornalismo não o é de forma incontestável. Cada uma das definições é legitimada por meio de posições ideológicas, promovendo o que o jornalismo deveria ser, ou deveria fazer. Com tais práticas divergentes, fundamentadas em uma posição ideológica consensual sobre o jornalismo, o próprio jornalismo parece encapsular práticas possivelmente opostas.

O desafio para os estudos em jornalismo é compreender a ontologia do “tornar-se” no contexto de uma ideologia do “ser”: entendendo que o jornalismo não é algo que “é”, mas, sim, algo que “se torna”, “que vem a ser”, “que está se tornando”, por meio de uma diversificação de práticas e um subsequente trabalho de fronteiras. Como tal, é importante se livrar do desejo de fazer afirmações sobre “a” profissão, o que ela é (ou o que deveria ser), e o que significa trabalhar como jornalista, e sim desenvolver uma maior sensibilidade com relação ao mapeamento e à articulação de práticas e definições divergentes bem como interpretações ideológicas que, por sua vez, produzem muitos “jornalismos” diferentes sobre um nível social sistêmico.

#### 4.2. Instituição Social

Vendo como o jornalismo é constituído ou moldado por fatores e atores institucionais, precisamos considerar como a profissionalização do jornalismo, em certa medida, contribuiu para as dificuldades enfrentadas atualmente quando olhamos para os novos modelos de negócio (tanto os industriais quanto os que sustentam carreiras individuais). A compreensão profissional sobre autonomia molda a interação com e a resistência à uma releitura fundamental da prática, e particularmente do quadro

institucional onde tal prática ocorre. Atualmente, confrontados com desafios disruptivos em muitas frentes, o negócio das notícias exige que seus trabalhadores assumam, cada vez mais, a responsabilidade da empresa (ou empresas, no caso de pessoas com carreiras *patchwork*, carregando um portfólio de múltiplos clientes), alterando o papel dos jornalistas em suas instituições. Neste contexto, Witschge e Nygren questionam se o desenvolvimento do jornalismo em nível institucional está, de fato, “indo em direção a uma desprofissionalização, onde os jornalistas se tornam ‘trabalhadores da mídia’ ou ‘produtores de conteúdo’ em empresas de mídia” (Witschge; Nygren, 2009, p. 42).

A conceituação tradicional do jornalismo como uma instituição que está cercada por todos os lados por forças que tentam exercer alguma influência não nos ajuda a compreender as práticas atuais do jornalismo, que inclui narrativas crossmídia e transmídia, trabalhos por projetos e carreiras de portfólio, convergência editorial e de negócios, empreendedorismo<sup>2</sup> e o que Henry Jenkins (2004) chama de “cultura da convergência”, onde as culturas de produção e consumo, cada vez mais, convergem em novos processos criativos (exemplificados no jornalismo por tendências de design mais centrado no usuário, interatividade da audiência e reportagens dos cidadãos).

Considerando a variedade de instituições e atores sociais que impactam na produção, no conteúdo e no consumo de jornalismo, é preciso reconhecer a ampla gama de atores envolvidos, rompendo com a prática de jornalismo profissional que já foi considerada mais ou menos coerente. No atual ecossistema midiático digital e em rede, os papéis desempenhados por disciplinas profissionais diferentes na produção de notícias – produtores, executivos financeiros, criativos publicitários, gerentes de comunicação, incluindo profissionais de venda e marketing – estão cada vez mais interligados.

No jornalismo, os papéis de conteúdo, vendas e marketing estão convergindo. Algo emblemático

<sup>2</sup> Nota da tradução: os autores utilizam os termos *entrepreneurship* e *entrepreneurialism* neste trecho. Optamos por traduzir somente como “empreendedorismo”, mas pode-se definir melhor *entrepreneurship* como aquele que empreende e *entrepreneurialism* como o espírito empreendedor.

disso é a emergência do “profissional-empresa” no jornalismo – desde editores cujas descrições de trabalho incluem gerenciamento de recursos humanos e análise de políticas (mais do que o trabalho estritamente editorial) até repórteres iniciantes tentando viver a vida como jornalistas “empreendedores” (Briggs, 2010). O empreendedorismo é um fenômeno relativamente recente, e no jornalismo isso coincide com queda gradual da parede entre os lados comerciais e editoriais das organizações jornalísticas. A quebra dessa parede que separa estes dois lados é importante na compreensão do que o jornalismo está se tornando. Como sugere Robert Picard (2010), a construção do muro foi central no processo de profissionalização do jornalismo. Este foi um processo que simultaneamente separou jornalistas das decisões de negócio e removeu dele qualquer responsabilidade sobre as ações das organizações e sua sustentabilidade, e levou os jornalistas a apreciarem, em geral, a autonomia editorial em seu trabalho. Com a crescente importância do empreendedorismo como um valor para os jornalistas que trabalham tanto dentro quanto fora das organizações jornalísticas, é seguro assumir que, em um nível institucional, o jornalismo está muito mais entrelaçado com uma série de outros atores, valores e prioridades do que geralmente já tinha sido feito (tanto em termos de sua autopercepção quanto na conceituação acadêmica do campo). Por sua vez, isso amplia a conversa sobre o jornalismo – o que é e o que deveria ser.

Estes desenvolvimentos nos obrigam a repensar o jornalismo como uma instituição estável, em que os jornalistas são vistos como “peças de máquinas” ou, negativamente, como agentes ativos que resistem a mudanças. Em vez disso, faz mais sentido focar no jornalismo e no trabalho dos jornalistas como *práxis*, de uma vez só condicionadas pelos arranjos sociais existentes e facilitando a transformação e a emergência de arranjos. Tal perspectiva sobre a mudança institucional “ênfata a habilidade dos agentes de mobilizar artisticamente diferentes lógicas e recursos institucionais, apropriadas pelos ambientes institucionais contraditórios até enquadrar e servir aos seus interesses” (Seo; Creed, 2002, p. 240). Por meio da *práxis*, as distinções dentro-fora das redações

se tornam menos relevantes, como se estivéssemos olhando para o que os jornalistas fazem e quando (e como) o trabalho jornalístico é feito, e como seus praticantes dão sentido àquilo que eles fazem individual e coletivamente.

### 4.3. Organizações Jornalísticas

A compreensão acadêmica do jornalismo como uma prática institucional de fronteiras pode ser pensada para o entendimento do jornalismo localizado em um quadrado na redação. A relativa estabilidade dos valores típicos-ideais da ideologia do jornalismo e o consenso sobre sua validade tem legitimado a estrutura dominante da indústria jornalística, que firmou os jornalistas (e, portanto, os debates sobre o que é o jornalismo) dentro das redações. Mas a redação de hoje é um excelente exemplo do conceito líquido-moderno: de muitas maneiras, esse conceito se parece exatamente como eram as redações de jornais e veículos de rádio e televisão na metade do século XX, com a importante diferença de que a maioria das redações hoje ou estão praticamente vazias (por causa das demissões em massa e das práticas de terceirização) ou estão se transformando em operações integradas onde convergem conteúdo, vendas, marketing e uma série de outras funções.

Além da redação estar se tornando um objeto cada vez mais fluido, é importante notar que a maioria do trabalho jornalístico atualmente é realizado em outros lugares. Com o crescimento do jornalismo “pós-industrial” (tal como encarnado na crescente força de trabalho de jornalistas empreendedores individuais, coletivos editoriais *freelancers* e a emergência de *startups* de notícias por todo o mundo), a “nova” redação é fragmentada, dispersa, em rede e, portanto, qualquer coisa menos estável. Para os pesquisadores em jornalismo, isso significa que é preciso reconsiderar o objeto de estudo: de um espaço facilmente localizável e bem organizado para uma rede dispersa e fragmentada de trabalhadores, trabalhadores sem carteira de trabalho, cidadãos voluntários e qualquer coisa nesse sentido. Isso que pode se revelar um desafio se torna claro quando pensamos como, ao longo da História, pesquisadores da área de jornalismo tem apoiado o domínio de determi-

nadas interpretações sobre (o papel do) jornalismo concentrando-se em arranjos organizacionais específicos dentro de configurações particulares privilegiadas. Como coloca Karin Wahl-Jorgensen (2009), pensar a “centralidade das redações” nos estudos de jornalismo significa dizer que:

os pesquisadores tem tendência a enfatizar a cultura dos jornalistas como algo que emerge de áreas limitadas das redações e outros lugares centralizados de produções de notícias, geralmente prestando pouca atenção a lugares, espaços, práticas e pessoas nas margens deste universo de produção de notícias espacialmente delimitado (Wahl-Jorgensen, 2009, p. 23).

O que define as consequências do trabalho jornalístico em seu arranjo contemporâneo deve ser baseado em uma compreensão crítico-realista de uma constante mudança nos membros e nas filiações a organizações jornalísticas. A filiação, em jornalismo, não é somente determinada pelo estar “dentro” das redações, ou ficar em pé do lado de fora (com a esperança de entrar). Quando consideramos as rupturas e os desenvolvimentos do campo no nível das organizações jornalísticas, torna-se aparente que, na era digital, não se trata tanto de um lugar, mas de um processo que envolve rede de pessoas, tecnologias e espaços. Há um intenso grau de fluxo, borrando dentro e fora as fronteiras das redações e seus ambientes. Na verdade, as novas maneiras como as redações são organizadas nos pedem para nos movermos para além da oposição binária de “dentro” e “fora” das redações, e como esta noção se torna cada vez mais obsoleta, e como conceito, pode mais ofuscar em vez de iluminar.

### 4.4. Rotinas

Outro mecanismo de organização do trabalho jornalístico é através das rotinas diárias: práticas padronizadas que organizam o modo como os profissionais de mídia veem e operam. Estes também estão cada vez mais desafiados, impactando nos modos como o jornalismo é praticado. E aqui, também, vemos um desafio importante para os estudos em jornalismo chegarem a um acordo e tomarem o controle sobre a natureza e o impacto das mudanças. Isso está longe de ser simples, pois a compreensão

acadêmica sobre as rotinas profissionais das redações tem sido consolidada na formação jornalística onde tais rotinas são componentes fixados em disciplinas sucessivas para jornal impresso, rádio, televisão e online.

Tal compreensão acadêmica sobre a profissão se alimenta diretamente da prática jornalística. Cottle (2007, p. 10) nota como a ênfase no “funcionalismo organizacional” que ainda domina a formação em jornalismo privilegia rotinas e formas padronizadas de fazer o trabalho jornalístico acima da diferenciação e da divergência. Estudar as práticas padronizadas que organizam o modo como profissionais de mídia dão sentido ao seu trabalho, dada a natureza pré-agendada de muitas das notícias (como coletivas de imprensa, *press-releases*, datas no ciclo parlamentar, calendário esportivo, abertura e fechamento de mercados, etc.), não é mais suficiente. Grande parte das matérias hoje não é necessariamente feita desta forma (nem em tais lugares), e, em muitos casos, a matéria é feita virtualmente (usando os dados como fontes) ou completamente online – por exemplo, as organizações jornalísticas sociais nativas da internet como a *Reported.ly* nos Estados Unidos e a *Bellingcat* na Inglaterra. Concentrar-se nas rotinas de produção jornalística estabilizadas ao longo do tempo já não é suficiente no sentido de mapear e explicar a diversidade do trabalho jornalístico.

Além do caráter online, móvel e virtual de grande parte das matérias e narrativas de hoje em dia, a natureza da organização jornalística contemporânea está mudando tão rápido que parece seguro assumir que as rotinas podem ser tudo menos estáveis nesses ambientes. Considerando que as redações estão convergindo e integrando pessoas, unidades e departamentos, uma série de novas formas organizacionais emerge ao redor do mundo, consistindo em coletivos editoriais (online e offline), *startups* de notícias e redações *pop-up*, incluindo inovações gerenciais. Um exemplo específico de formas organizacionais emergentes no jornalismo é a introdução de sucessivos desenvolvimentos “ágeis” em empresas jornalísticas renomadas como Washington Post, NPR, Politiken e BBC. O “ágil” se refere a um conjunto de princípios de gestão comumente usados no desen-

volvimento de softwares, e no contexto da produção jornalística, estipula projetos em ritmo acelerado com ciclos curtos de projetos, com equipes de trabalho temporárias e baseados na integração de pessoas de diferentes partes da empresa – repórteres, editores, designers, desenvolvedores, pesquisadores de mercado e executivos.

Estas novas formas de organização jornalística desafiam não somente a produção, mas também exigem novas rotinas a serem desenvolvidas. Além do fato de que o foco nas rotinas desmente uma prática diária que talvez não seja tão estável ou sólida como costumava ser, as mudanças contemporâneas provocadas pela disrupção e pela inovação nos forçam a reavaliar a conceituação de “rotina” como uma função organizacional. Este é, então, um último desafio para os pesquisadores da área de jornalismo: sem jogar o bebê fora junto com a água do banho, como conceituar o trabalho jornalístico fazendo justiça tanto às práticas de trabalho rotinizadas quanto as fluxionais, bem como a convergência entre tais práticas?

#### 4.5. Jornalistas Individuais

Nossa discussão sobre as redações contemporâneas indicou que, no nível dos jornalistas individuais que trabalham com jornalismo, uma importante observação precisa ser feita: a quantidade de jornalistas assalariados e contratados trabalhando no ambiente da redação é cada vez menor. O número de demissões no jornalismo não foi nada surpreendente na última década. Os valores informados pelos sindicatos de jornalismo e pelas associações comerciais nos países desenvolvidos nos últimos anos sugerem que seus membros veem seus colegas sendo demitidos (e não substituídos), a escassez de pessoal está em ascensão, e mais e mais jornalistas trabalham em bases contingentes (Ilo, 2006). Os profissionais têm, hoje em dia, no jornalismo, cada vez mais contratos, não carreiras, e o estresse e o *burnout* estão em ascensão (Reinardy, 2011; O'Donnell; Zion; Sherwood, 2015). Como é evidente em todos os diferentes níveis de análise, a precariedade tem se tornado parte da experiência vivida no jornalismo.

Das pessoas que foram deixadas na profissão,

algumas ainda desfrutam de um contrato permanente (incluindo benefícios e proteções) em uma organização jornalística formal. Estas pessoas são geralmente mais velhas, funcionários que trabalham lado-a-lado com uma série de concorrentes-colegas em papéis que podem ser qualquer coisa menos estáveis ou estruturais: estagiários (não-pagos ou mal pagos), trabalhadores temporários, trabalhadores de tempo parcial, contratantes independentes. Em um desenvolvimento semelhante ao de outras profissões – particularmente aquelas entre as indústrias criativas – os empregos permanentes estão desaparecendo do jornalismo e geralmente os estágios não-remunerados e outras formas de trabalho gratuito agora determinam o acesso ao que um dia pode ser algum tipo de arranjo de trabalho formal.

Tudo isso está acompanhado por um aumento do custo de entrada no jornalismo: um diploma de uma *trade school* é o mínimo: para empregos em mídias jornalísticas nacionais de qualidade, na prática, a formação em ensino superior é requerida. Os estudantes. As bolsas de estudos na maior parte do mundo desenvolvido têm sido cortadas, suas durações têm sido encurtadas, e elas têm sido convertidas em empréstimos. A maioria dos recém-chegados à profissão começa como um jornalista *freelancer* ou outra forma independente (e a maioria dos jornalistas continua trabalhando dessa forma). Para os jornalistas *freelancers*, as tarifas caíram estruturalmente ao longo da última década. Na verdade, um número crescente de profissionais de tempo parcial, *freelancers* e outros agentes “livres” no negócio midiático não ganha a maioria do seu salário com trabalho jornalístico, optando alternativamente por uma prática híbrida e subvencionada (Weischenberg; Malik; Scholl, 2006, p. 350; Vinken; Ijdens, 2013, p. 4).

Para a pesquisa em jornalismo, isso traz um desafio de captar a diversidade das práticas de trabalho e da gama de trabalhadores na indústria: os jornalistas atípicos mencionados acima tendem a ser ignorados pelas pesquisas acadêmicas sobre jornalistas ao redor do mundo. O mesmo vale para o trabalho que eles fazem, como eles fazem o que fazem, e o que significa ser um jornalista para eles. A população do jornalismo está mudando. Com a dinâmica

acelerada das reorganizações e rearranjos, aquisições e demissões, novos proprietários e executivos, novos arranjos de trabalho e cortes de orçamento, o jornalismo tornou-se menos acessível a todos. Na verdade, o jornalismo parece cada vez mais ser o campo de ação de uma classe rica, apenas aqueles que podem se dar ao luxo de trabalhar durante anos ou até mesmo a maioria de suas carreiras ganhando menos ou em torno do salário mínimo nas cidades maiores e, portanto, mais caras, onde as principais organizações midiáticas estão, em geral, localizadas. Portanto, é mais importante do que nunca apreender quem está trabalhando no jornalismo, sob que circunstâncias o trabalho é feito, que tipo de trabalho é produzido, e, em última instância, qual o impacto na sociedade e na autogestão dos cidadãos.

Claramente, a composição da profissão está mudando: por um lado, a profissão está envelhecendo, como aqueles contratados de organizações midiáticas que, muitas vezes, tiveram o benefício de uma longa carreira. Os jovens jornalistas entram na profissão em grande número (os cursos de jornalismo são muito populares entre os estudantes, tanto na graduação quanto na pós-graduação), mas eles deixam a profissão relativamente rápido, como mostra uma comparação de questionários aplicados entre 1996 e 2011 entre jornalistas de 31 países (Willnat; Weaver; Choi, 2013, p. 4). Este processo é um espelho do efeito de “porta giratória” (*revolving door*) que afeta longamente as carreiras de mulheres (e minorias étnicas) em profissões dominadas por trabalhadores homens e brancos (Jacobs, 1989). Isso levanta a questão sobre quais tipos de pessoas – em termos demográficos, nível socioeconômico e tipo de personalidade – podem sobreviver e prosperar além da “porta giratória”. Para entender o jornalismo, é importante apreender quem o povoa (e também quem não), para obter uma visão sobre as condições em que eles trabalham, e, finalmente, como isso informa o tipo de jornalismo que é produzido.

## 5. DISCUSSÕES E CONCLUSÃO

Neste artigo, analisamos como os modos pós-industriais de jornalismo enfrentaram rupturas diferentes e argumentamos que essas rupturas desafiam fundamentalmente as formas dominantes de conceituar, teorizar e analisar as práticas jornalísticas. A teoria do jornalismo predominantemente tem tratado o jornalismo como um objeto instável, o que significa dizer que ela é incapaz de lidar com a complexidade e a mudança contínua e o estado de “tornar-se” no campo. Em última análise, a nossa exploração dos desenvolvimentos disruptivos sugere que nós precisamos ver o jornalismo como um objeto em movimento. Em outras palavras: precisamos perguntar o que está se tornando o jornalismo, em vez de se perguntar o que é o jornalismo (Deuze, 2005). Consideramos como o “tornar-se” do jornalismo está evoluindo atualmente nos níveis de sistema social, instituições sociais, organizações jornalísticas e o jornalista individual. Enxergando o desenvolvimento do jornalismo por meio desses pontos de acesso, torna-se claro como o contexto, as instituições, as práticas e a população do jornalismo estão mudando significativamente.

Para os pesquisadores desse campo, é de importância crítica não apenas apreender uma “fotografia instantânea” do jornalismo em um determinado momento, congelando certos fenômenos como se estivessem estáveis, mas focalizando o “tornar-se” do jornalismo: mostrar o processo através do qual o jornalismo é constituído dentro de seu contexto social, reconhecer a variedade dos atores envolvidos no processo e delinear as definições mutantes de quem é de quem não é jornalista, bem como a natureza precária e inconstante da notícia. O objetivo final de uma pesquisa e de suas teorias resultantes não é “fixar” o jornalismo e seu papel na sociedade, mas refletir e abrir espaço para a multidão de práticas sempre incertas e seu impacto variável na sociedade. Uma pesquisa tem que se basear não apenas em uma variedade de pontos-de-vista, como discutimos aqui, mas também em uma variedade de perspectivas teóricas e metodológicas para considerar o “tornar-se” do jornalismo. Além disso, para fazer justiça à sua complexidade, tal triangulação precisa permitir que

várias definições coexistam, para permitir vários *insights*, mesmo (ou especialmente) quando eles contradizem uns aos outros. É neste espaço de dúvida e insegurança que pode surgir uma compreensão mais profunda e mais complexa do jornalismo na era digital (Costera-Meijer, 2016).

Tais explorações, como aqui pretendemos inspirar, mostrarão que o que acontece nos níveis do indivíduo, da organização, da instituição e do sistema social nem sempre pintam uma imagem coerente e clara de uma profissão estável e claramente delimitada. Uma das tensões que uma pesquisa pode trazer, e que gostaríamos de destacar no parágrafo final, é que ser um jornalista profissional e trabalhar com jornalismo no século XXI significa, para a maioria, ter que ir além do jornalismo. Ao focarmos, como aqui sugerimos, sobre o “tornar-se” do jornalismo, traçando a experiência vivida por jornalistas individuais em seu contexto organizacional, institucional e social, vemos que muitos (se não a maioria) dos jornalistas hoje estão envolvidos muito além do que qualquer profissão poderia pedir. Normalmente, a profissão pede por um determinado tipo de compromisso, mas os jornalistas na era digital têm de se comprometer, além de tudo, porque o seu trabalho é inseguro, o seu salário limitado, a confiança do público precária e o seu tempo de trabalho se estende além do *deadline* e do cronograma previsto. Com as proteções institucionais e os privilégios da profissão limitados, isso significa que seu caminho se torna cada vez mais pessoal. Esse envolvimento pessoal, afetivo e emotivo com o trabalho jornalístico, que no período de “alta modernismo” (Hallin, 1992) poderia ser relacionado com o “viver e respirar as notícias” dos jornalistas, precisa ser reconsiderado com as definições mutáveis sobre o que é o jornalismo, em sentidos institucionais, organizacionais e sociais. Uma das questões principais que os pesquisadores em jornalismo precisam considerar é o que o jornalismo está se tornando em um contexto profundamente precário no que se refere ao ambiente de trabalho, à carreira e à indústria, contexto este onde os jornalistas individuais atualmente operam.

## REFERÊNCIAS

- ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C. *Post-Industrial Journalism: adapting to the present*, 2012.
- ANDERSON, C.W. Blowing up the newsroom: Ethnography in an Age of Distributed Journalism. In: DOMINGO, D.; PATERSON, C. (org.). *Making Online News*. New York: Peter Lang, 2012.
- BAUMAN, Z. *Liquid modernity*, Cambridge: Polity Press, 2000
- BAUMAN, Z. *Liquid Life*. Cambridge: Polity Press, 2005.
- BECK, Ulrich. *The brave new world of work*. Cambridge: Polity, 2000.
- BRIGGS M. *Entrepreneurial journalism*. New York, CQ Press, 2001.
- CASTELLS, M. *The Rise of the Network Society*. 3<sup>rd</sup> edition. Cambridge, MA and Oxford: Blackwell, 2010
- CHIA, R. From modern to postmodern organizational analysis. *Organization Studies* 16(4), 579-604, 1995.
- COSTERA-MEIJER, I. Practicing audience-centred journalism research. In: WITSCHGE, T.; ANDERSON, C.W; DOMINGO, D.; HERMIDA, A. (eds), *Sage Handbook of Digital Journalism*. London: Sage, 2016.
- COTTLE, S. Ethnography and news production: new(s) developments in the field. *Sociology Compass* 1, 1-16, 2007.
- DEUZE, M. What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism* 6(4): 443-465, 2005.
- DEUZE, M. Journalism in Liquid Modern Times: an Interview with Zygmunt Bauman. *Journalism Studies* 8(4), 671-679, 2007.
- DEUZE, M. The Professional Identity of Journalists in the Context of Convergence Culture [online]. In: *Observatorio* 2(4), 2008.

DEUZE, M. Journalism, Media Life, and the Entrepreneurial Society. *Australian Journalism Review* 36(2), 119-130, 2014.

GALL, G. New technology, the labour process and employment relations in the provincial newspaper industry. *New Technology, Work and Employment* 15(2), 94-107, 2000.

GAUNTLETT, D. *Making is connecting*. Cambridge: Polity Press, 2011.

GRABHER, G. The project ecology of advertising: tasks, talents and teams. *Regional Studies* 36(3): 245-262, 2002.

HALLIN, D. The passing of the “high modernism” of American journalism. *Journal of Communication* 42 (3), 14-25, 1992.

HANITZSCH, T.; MELLADO, C. What Shapes the News around the World? How journalists in 18 countries perceive influences on their work. *International Journal of Press/Politics*, 16, 404-426, 2011.

HARTLEY, J. Communicational democracy in a redactional society. *Journalism* 1(1), 39-47, 2000.

INTERNATIONAL Labour Organization *The changing nature of work: a global survey and case study of atypical work in the media industry*. Research report, 2006.

JACOBS, J. *Revolving Doors: Sex Segregation and Women's Careers*. Palo Alto: Stanford University Press, 1989.

JENKINS, H. The cultural logic of media convergence. *International Journal of Cultural Studies* 7(1), 33-43, 2004.

JOSEPHY, B. De-Coupling Journalism and Democracy: Or How Much Democracy Does Journalism Need? *Journalism* 14(4): 441-445, 2013.

KEITH, S. Shifting Circles: Reconceptualizing Shoemaker and Reese's Theory of a Hierarchy of Influences on Media Content for a Newer Media Era. *Web Journal of Mass Communication Research* 29, 2011.

LE MASURIER, Megan. What is Slow Journalism? *Journalism Practice* 9(2), 138-152, 2015.

LEE-WRIGHT, P.; PHILLIPS, A. Doing it all in the multi-skilled universe. In: LEE-WRIGHT, P.; PHILLIPS, A.; WITSCHGE, T. (Eds.), *Changing Journalism*. London: Routledge, 2012, p. 63-80

LEWIS, S.; USHER, N. (2014). Code, collaboration, and the future of journalism. *Digital Journalism*, 2:3, 383-393, 2014.

LOWREY, W.; ANDERSON, W. W. The Journalist Behind the Curtain: Participatory Functions on the Internet and their Impact on Perceptions of the Work of Journalism. *Journal of Computer-Mediated Communication* 10(3), 2005.

McNAIR, B. *Sociology of journalism*. London: Routledge, 2003.

McQUAIL, D. *Journalism and Society*. London: Sage, 2013.

20 MOLONEY, K. *Transmedia Journalism as a Post-Digital Narrative*. ATLAS-2012-11-02. Denevr: University of Colorado, 2012.

MOSCO, V. The future of journalism. *Journalism* 10(3): 350-352, 2009.

O'DONNELL, P.; ZION, L.; SHERWOOD, M. Where do journalists go after newsroom job cuts? *Journalism Practice*, 2015.

REESE, S. Understanding the global journalist: a hierarchy-of-influences approach. *Journalism Studies* 2 (2), 173-187, 2001.

REINARDY, S. Newspaper journalism in crisis: Burnout on the rise, eroding young journalists' career commitment. *Journalism* 12(1), 33-50, 2011.

PICARD, R. The biggest mistake of journalism professionalism. *The Media Business* 1/2/10, 2010.. URL: <http://themediabusiness.blogspot.nl/2010/01/biggest-mistake-of-journalism.html>.

RUSSO, T.C. Organizational and professional identification: a case of newspaper journalists. *Management*

*Communication Quarterly* 12(1), 72-111, 1998.

RYAN, K.M. The performative journalist : Job satisfaction, temporary workers and American television news. *Journalism* 10(5): 647-664, 2009.

SCHOLL, A., WEISCHENBERG, S. *Journalismus in der Gesellschaft: Theorie, Methodologie und Empirie*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998.

SCHUDSON, M. *The power of news*. Cambridge: Harvard University Press, 1995.

SENNETT, R. *The culture of the new capitalism*. New Haven: Yale University Press, 2006.

SEO, M.G., CREED, D. W.E. Institutional Contradictions, Praxis, and Institutional Change: A Dialectical Perspective. *The Academy of Management Review* 27(2), pp. 222-247, 2002.

SHOEMAKER, P.J., REESE, S.D. *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. New York: Longman, 2014.

STEARNS, J. *Acts of Journalism: Defining Press Freedom in the Digital Age*. New York: Free Press, 2013.

STOREY, J., SALAMAN, G.; PLATMAN, K. Living with enterprise in an enterprise economy: freelance and contract workers in the media. *Human Relations* 58(8): 1033-1054, 2005.

TUCHMAN, G. Making news by doing work: routinizing the unexpected. *American Journal of Sociology* 78(1): 110-131, 1973.

VAN DE WALLE, S.; VAN ROOSBROEK, S.; BOUCKAERT, G. Trust in the public sector: Is there any evidence for a long-term decline? *International Review of Administrative Sciences* 74(1): 45-62, 2008.

VINKEN, H.; IJDENS, T. *Freelance Journalisten, Schrijvers en Fotografen*. Tilburg: Pyrrhula, 2013.

WAHL-JORGENSEN, K. News production, ethnography, and power: on the challenges of newsroom-centricity. Bird, E. (Ed.), *Journalism and Antropology*, 21-35. Bloomington: IU Press, 2009.

WEISCHENBERG, S. *Journalistik: Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1992.

WEISCHENBERG, S., Malik, M., Scholl, A. Journalismus in Deutschland 2005. *Media Perspektiven* 7, 346-361, 2006.

WILLNAT, L.; WEAVER, D.; CHOI, J. The global journalist in the twenty-first century. *Journalism Practice*, 7(2), 163-183, 2013.

WITSCHGE, T. Transforming Journalistic Practice: A profession caught between change and tradition. In: PETERS, C.; BROERSMA (eds.). *Rethinking Journalism: Trust and participaton in a transformed news landscape*. London: Routledge, 2013, p. 160-172.

WITSCHGE, T.; NYGREN, G. Journalism: A profession under pressure? *Journal of Media Business Studies*, 6(1), 37-59, 2009.

ZELIZER, B. On the Shelf Life of Democracy in Journalism Scholarship. *Journalism* 14(4): 459-473, 2013.

**Enviado em 15 de maio de 2016.  
Aprovado em 05 de agosto de 2016.**

Michael Schudson



Entrevistando o fantasma de Walter Lippmann

Professor de Jornalismo e professor adjunto de Sociologia na Universidade de Columbia. Doutor pela Universidade de Harvard (1976), é autor de diversos livros, como "Descobrimo as notícias" e "The Sociology of News".

DOSSIÊ

PRÁTICAS JORNALÍSTICAS

Tradução Daniel Yamaguti
"Walter Lippmann's Ghost: an interview with Michael Schudson", publicado pela Mass Communication and Society, 19 (3), p. 221-229, 2016, com autorização da Association for Education in Journalism & Mass Communication e da Taylor & Francis.

Resumo

O autor simula, neste texto, uma entrevista fictícia com Walter Lippmann, enfocando nas relações entre jornalismo e democracia, a profissionalização do jornalismo, as escolas de jornalismo, o liberalismo e a ciência.
Palavras-chave: jornalismo; democracia; Lippmann.

Abstract

The author simulates in this text, a fictitious interview with Walter Lippmann, focusing on the relationship between journalism and democracy, the professionalization of journalism, journalism schools, liberalism and science.
Keywords: journalism; democracy; Lippmann.

Um reconhecido pesquisador realiza um exame esclarecedor de questões duradouras: a imprensa como uma instituição democrática, a profissionalização do jornalismo, as escolas de jornalismo, o liberalismo, e a ciência. Esta inimaginável conversa cara-a-cara com Walter Lippmann é ligeiramente humorística e ainda oferece perspectivas importantes sobre a responsabilidade do governo pela imprensa no passado e sobre a prestação de contas da imprensa ao público em nossa era digital.

**Michael:** Walter, que surpresa maravilhosa ver você aqui em Seattle para o congresso da Associação Internacional de Comunicação! Mas eu pensei que você tinha morrido em 1974!

**Walter:** Você não acredita em fantasmas? Bem, nem eu. E nós não temos permissão para viajar de volta entre os civis com frequência, mas eu ouvi tanto sobre a Microsoft e o Starbucks que eu tinha que conferir. (Além disso, tendo passado algumas décadas, eu aprendi muito sobre a banda Nirvana).

**Michael:** Bem, é simplesmente maravilhoso que você esteja aqui. Eu adoraria saber suas impressões a respeito do jornalismo e da democracia nesses tempos, particularmente à luz do programa que você esperava que os jornalistas adotassem na época que você escreveu *A Liberdade e as Notícias* (1920) e, em seguida, *Opinião Pública* (1922). Então, me deixe começar com o triste fato de que o número de jornalistas nas redações americanas diminuiu de 67.000 em 1992 para 59.000 em 2002 e para aproximadamente 40.000 hoje em dia. Neste contexto, há alguma esperança de obter o tipo de cobertura noticiosa que uma democracia necessita?

**Walter:** Bom, como você provavelmente já sabe, um estudo feito em 1971 encontrou 39.000 jornalistas trabalhando em jornais também, número essencialmente idêntico ao que temos hoje. Sim, tenho consciência que há cerca de 50% pessoas a mais no país em relação àqueles tempos. Mas graças a computadores, websites, coletores de dados, fontes brilhantes de informação como a Wikipédia ou o YouTube, boas ferramentas de busca como o Google, e até mesmo graças a um jornal com notícias online antigas, os repórteres atuais são simplesmente mais efi-

cientes em pesquisar uma matéria do que antes. Sim, 20.000 empregos nas redações foram perdidos desde 2002, mas a questão é: quantos repórteres você precisa recontratar para atingir o mesmo nível de qualidade nas redações? Com certeza inferior a 20.000. É menos que 15.000? Eu acho que sim. É menos que 10.000? Talvez. Até o momento, que eu saiba, ninguém ainda tentou mensurar a “produtividade noticiosa” dos jornalistas de qualidade – não o número de matérias, mas a qualidade do trabalho produzido.

**Michael:** Você parece muito familiarizado com as novas tecnologias. Estou impressionado.

**Walter:** Bem, é claro. Nós temos *Wi-fi* onde eu estou.

**Michael:** Em *A Liberdade e as Notícias* (1920), você escreveu que duas coisas podem ajudar o jornalismo a alimentar a democracia. Em primeiro lugar, você tinha grandes esperanças de que as escolas de jornalismo poderiam inspirar nos alunos um espírito profissional. Segundo, você incentivou que houvesse uma expansão de especialistas na coleta de dados e análise política no que você chamou de “observatórios políticos”. Como nós temos feito isso considerando a profissionalização do jornalismo e o desenvolvimento de observatórios políticos?

**Walter:** Deixe-me responder uma coisa de cada vez. Em primeiro lugar, na profissionalização. Você é muito jovem para saber o quão irremediavelmente pouco profissional foi o jornalismo em 1920. Houve um forte preconceito nas redações contra a formação universitária. Houve, de fato, uma antipatia generalizada com qualquer coisa que sequer se aproximasse disso.

E o que você e Katherine Fink escreveram no início deste ano em *Journalism: Theory, Practice and Criticism* sobre a “ascensão do jornalismo contextual” conta a história do jeito certo (Fink & Schudson, 2014). (Não se surpreenda que eu acompanhe as revistas acadêmicas. A comunicação digital facilita tudo). Quase tudo o que foi impresso na primeira página na década de 1950 e até mesmo no início dos anos 1960 era deferente ao poder, deficiente em energia, e simplesmente maçante. Dizer que isso seguiu os “5 Q” em um esforço de objetividade é piada. Foram os 4Q’s – quem, o quê, quando, onde. Dificilmente havia qual-

quer esforço para examinar o “porquê” do tópico em questão. O que Newton Minow diria na televisão na década de 1960, poderíamos muito bem ter dito nos jornais de 1920 – é que era um vasto deserto.

No final dos anos 1960 e nos anos 1970, isso tinha mudado dramaticamente, de modo que metade dos artigos de primeira página tornou-se acentuadamente e decisivamente analítica ou interpretativa, oferecendo um contexto para a reportagem que ajudava a enquadrar as notícias de última hora. E depois da guerra do Vietnã, a maioria dos jornalistas passou a acreditar que eles não estavam fazendo seu trabalho se não oferecessem o contexto.

**Michael:** Mas por que? Isso se deve ao fato de que temos mais ou melhores escolas de jornalismo?

**Walter:** As escolas de jornalismo têm melhorado. Eu alertei em *A Liberdade e as Notícias* que as escolas de jornalismo não serão boas se os alunos forem ensinados por “mentes pouco empreendedoras viciadas nas tradições de um jornalismo sempre dez anos atrasado” (p.73). O que importa é “um reconhecimento público da dignidade” da carreira em jornalismo (p.73) e uma formação “em que o ideal de testemunho objetivo seja primordial” (p.74). O que é fundamental é que os estudantes de jornalismo se tornem “homens pacientes e destemidos da ciência que têm trabalhado para ver o que o mundo realmente é” (p. 74). Isso foi mais difícil de alcançar até 1920 do que tinha sido antes, simplesmente porque o mundo cresceu de maneira muito complicada. E, como eu pontuei antes, cresceu de forma mais complicada na esfera governamental, porque o centro do governo mudou-se do Congresso para as agências executivas. “É mais fácil denunciar o Congresso do que informar sobre os departamentos, porque o trabalho do Congresso cristaliza grosseiramente com frequência em uma votação nominal. Mas a administração, embora tenha se tornado mais importante do que a legislação, é difícil de seguir, porque seus resultados são espalhados durante um longo período de tempo e os seus efeitos são sentidos de formas que nenhum repórter consegue realmente medir” (p.81).

**Michael:** Ok. Nós voltaremos a isso. Mas voltemos à solução para o problema da imprensa. Em primeiro

lugar, você sugeriu melhorar a formação jornalística. E o segundo ponto – escritórios externos de inteligência ou observatórios políticos?

**Walter:** “Teoricamente”, eu escrevi, “o Congresso tem competência para agir com olhar crítico sobre a administração.” Mas isso não aconteceu. As investigações no congresso foram invariavelmente inadequadas para os seus propósitos – “quase sempre incursões não-planejadas”. Mas duas coisas começaram a acontecer no momento em que eu escrevia. Havia “institutos mais ou menos semioficiais de pesquisa do governo” estabilizados dentro do governo e havia “o crescimento de agências privadas especializadas que tentam dar resumos técnicos do trabalho de várias áreas do governo” (p.81). Ambas as coisas feitas por “repórteres peritos organizados” (*expert organized reporters*) (p.81). Essas várias organizações coletivas – esses observatórios políticos – fornecem uma análise que jornalistas consistentes podem absorver e retraduzir para o público.

Em *Opinião Pública*, eu sugeri que o jornalismo e os jornalistas são incapazes de fornecerem informações adequadas às necessidades da democracia se eles operarem sozinhos, sem uma “máquina de registro” que seja confiável. Os observatórios políticos são um intermediário com um foco contínuo e único para analisar e explicar assuntos políticos complexos de forma mais acessível aos jornalistas.

**Michael:** Muito bem, mas se passaram 90 anos. Há observatórios políticos bem-sucedidos?

**Walter:** Tudo o que posso dizer é que os observatórios políticos têm de ter sucesso. O jornalismo não é capaz agora e nunca será capaz de servir a democracia sem esses observatórios. Na longa extensão da História desde a democracia na antiga Atenas até o século XXI, o governo popular mudou de uma democracia direta ou de um governo de “assembleia” para um governo “representativo” ou “republicano” e para uma “democracia monitorada”. Naquilo que se tornou os Estados Unidos, “o governo de assembleia” foi enormemente limitado ao governo local da Nova Inglaterra; o modelo de sessão da cidade nunca se tornou um modelo para o governo estadual ou federal do país. Em nível federal, a representação foi

a forma governamental primária, mesmo que, nos primórdios, o público em geral votasse diretamente apenas para a Câmara, não para o Senado.

Mas no século XX, algo inesperado aconteceu. O centro de gravidade do governo mudou-se do Legislativo para o Executivo. Isso foi o que alguns pensadores têm chamado de “a ascensão do Estado administrativo”.

Mas como é que o público ou seus representantes mantêm um Estado administrativo responsável? A resposta curta é: “com grandes dificuldades”. A resposta longa é que um novo conjunto de mecanismos tem surgido com um propósito – tanto é que podemos até dizer, assim como disse o teórico político australiano John Keane, que temos uma nova forma de democracia, a “democracia monitorada”. A “democracia monitorada” direciona a atenção para a variedade de novas formas que o poder, particularmente o poder governamental, é monitorado por instituições dentro e fora do governo, chegando ao que Keane (2009) chamou de “contínua correção pública daqueles que exercem o poder” (p. 817). O contraste em relação à democracia representativa consiste particularmente no termo “contínuo”. As eleições oferecem a correção pública ocasional – e a democracia monitorada na poderia funcionar sem isso – mas a democracia monitorada amplia o repertório de mecanismos de supervisão que operam dia após dia.

A democracia monitorada surgiu, curiosamente, tanto dentro como fora do próprio governo. Eu vi isso começar a acontecer em 1919. Do lado de fora, muitos *think tanks*. E, tanto quanto eu esperava, as universidades criaram dezenas de institutos de primeira linha e escolas de políticas públicas, que produzem pesquisas e análises importantes. Além disso, empresas de pesquisas de opinião pública independentes ou com fins lucrativos adicionam uma dimensão poderosa a tudo isso.

E o governo começou a monitorar a si próprio. A Lei de Procedimentos Administrativos de 1946, como o juiz Richard Posner (1966) colocou, “significava a aceitação do Estado administrativo como um componente legítimo do sistema legislativo federal, mas impôs restrições processuais que fizeram do processo administrativo um bom negócio como o judicial” (p. 954). Uma emenda à Lei de Procedimentos Administrativos foi aprovada em 1966 e que nós

conhecemos como a Lei de Liberdade à Informação. Na era pós-Watergate, a Lei de Ética no Governo, de 1978, começou o processo que levou em poucos anos à nomeação, em todas as agências em nível de gabinete e na maioria das outras agências federais, de um gabinete próprio de inspetor-geral com para auditar o departamento em uma base contínua. Os inspetores gerais [IGs], por meio de relatórios semestrais, tornam de forma pública uma avaliação do desperdício, da fraude e do abuso dos bens públicos. No ano fiscal de 2008, os IGs, coletivamente, fizeram recomendações para economizar mais de 14 bilhões de dólares; conduziram investigações que identificaram mais de 4 bilhões de dólares, que os IGs recuperaram; e produziram mais de 6 mil acusações, mais de 6 mil processos bem-sucedidos, e cerca de 5 mil suspensões (Conselho dos inspetores gerais sobre integridade e eficiência, 2009). A propósito, eu gosto do modo você incorpora o conceito de democracia monitorada em seu novo livro. E o seu capítulo sobre as origens da Lei de Liberdade de Informação é esclarecedor! (Schudson, 2015).

**Michael:** Obrigado, mas quão importantes essas coisas podem ser? Nós tivemos inspetores gerais por cerca de 40 anos e ninguém sabia nada sobre eles!

**Walter:** É verdade, pouca coisa alterou na educação cívica. Os americanos ainda pensam que são governados pelos três poderes na mesma condição do governo. Mesmo os jornalistas atuam a partir dessa suposição. Para os jornalistas, fazendo coberturas de eleições, da presidência e do congresso, parecia um prato cheio à medida que a complexidade aumentou. As eleições primárias para presidente e a “campanha permanente” substituíram as convenções partidárias para nomeações, o peso presidencial aumentou assim como expandiu o governo e como a política externa tornou-se, de forma permanente, uma grande característica da responsabilidade presidencial em uma potência mundial. A operação do Congresso, a partir da década de 1960, tornou-se mais visível publicamente e mais democrática internamente, menos controlada pelos costumes e pela antiguidade, sendo mais uma plataforma para membros mais novos e mais jovens, portanto,

uma história muito mais difícil de contar.

A burocracia, ao contrário, era uma espécie de caixa preta, ainda relacionada às preocupações com os mecanismos de implementação de leis originárias do Congresso e da Casa Branca. Certamente as agências operaram com um grau de discricção, mas no modelo conceitual de democracia com o qual, infelizmente, os americanos ainda trabalham, a discriminação administrativa é mais um ruído no sistema do que um planejamento de governo.

A mídia faz a cobertura dos relatórios dos escritórios dos inspetores gerais com bastante frequência – mas quase nunca mencionam o que é um inspetor geral. O que faz um inspetor geral? Como é que um inspetor geral vem para o trabalho? Há quanto tempo trabalha para o escritório? Quais poderes tem um inspetor geral? A quem reporta o inspetor geral? Os relatórios dos inspetores gerais são públicos? Eu li pelo menos duas dúzias de reportagens no *New York Times* ao longo dos últimos anos – eu tenho muito tempo livre para ler jornais – com os relatórios dos inspetores-gerais sempre devidamente creditados, mas em nenhum caso a natureza do escritório dos IGs foi explicada, e muito menos qualquer menção com relação à origem relativamente recente do escritório. O que um IG faz é tomado como autoevidente tanto quanto o que fazem um senador, um vice presidente, o presidente da Câmara ou um secretário de gabinete. Ainda todos esses postos tenham existido no espectro político desde 1789, o posto de inspetor-geral surgiu somente a partir da reforma de Watergate, de 1978. Os jornalistas não informam os seus leitores sobre isso, nem pesquisadores da área de mídia tem escrito mais de duas páginas sobre estes e outros auditores e investigadores interno do governo. Sim, eu sei, essas duas páginas são suas. Mas que vergonha, Michael, elas apareceram em seu artigo em *Daedalus* (2010) e não em um periódico que qualquer um dos seus colegas gostariam de ler. E, frente a isso, você não tem muita presença online.

**Michael:** Bem, agora você pode descobrir o jornal *Daedalus* na minha página *Academica.edu* e você pode fazer o download de lá ou da minha página no site da Escola de Jornalismo de Columbia.

**Walter:** Fico feliz em ouvir isso. Você realmente tem

que se mostrar.

**Michael:** Você não é a primeira pessoa a me dar este conselho, mas você é o mais velho! Uma última questão: um monte de críticos contemporâneos colocam você como um elitista e um antidemocrata. No prefácio de Ronald Steel's no livro *Opinião Pública*, ele defendeu você como um democrata fervoroso: “Ele não só manteve um democrata convicto, como também dedicou o resto de sua longa vida a explicar assuntos de Estado para o público em geral”. Ainda assim, muitos enxergam você e John Dewey como adversários, estão mais ao lado dele do que do seu.

**Walter:** Bem, eu não tenho nenhuma responsabilidade sobre os acadêmicos que são leitores desleixados. John Dewey lia de perto, é claro. Eu e ele compartilhamos muita coisa - o liberalismo por um lado, e a fé na ciência por outro. Tanto o liberalismo quanto a ciência tiveram tempos difíceis nas últimas décadas. E os dois tem um lado insensível. O liberalismo tem uma fé obstinada nos direitos individuais, nos processos justos e no Estado de Direito, mesmo quando ele protege canalhas, e certamente quando protege indivíduos e minorias das majorias que iriam usar sua grande maioria para pisar nos outros. Do mesmo modo, na ciência não se insiste naquilo que é sempre certo. Com efeito, seu *ethos* é insistir que qualquer saber convencional deve ser passível de revisão e é provável que deva ser revisto. Verdades científicas não são escritas em pedras. Mas a ciência, no entanto, tem regras rígidas e implacáveis. Então, sim, o professor Dewey era afetuoso e – com todo o seu brilhantismo – uma mente confusa. Pelo menos alguns poucos críticos têm lido atentamente o suficiente para reconhecer as minhas credenciais democráticas – você (Schudson 2008) e Sue Curry Janses (2012), entre eles.

**Michael:** Uma pergunta final: em *A Liberdade e Notícias*, você deu grande importância aos observatórios políticos. Aquilo foi em 1919 e 1920. Em *Opinião Pública*, publicado em 1922, a expressão “observatórios políticos” não aparece. Você nota, como antes, as falhas da imprensa em fazer o mundo invisível visível, exceto naqueles casos onde outras instituições, por sua natureza, fornecem uma máquina de regis-

tros útil – placares esportivos e cotações do mercado de ações. O que aconteceu com os observatórios políticos?

**Walter:** Bem, eu não gosto de me repetir. E eu estava cada vez mais preocupado com o papel crescente do sujeito de relações públicas naqueles anos. Essas pessoas vendiam propagandas baratas para promover interesses especiais. Eles podem ter tido formação em jornalismo, um verniz de cognoscibilidade, mas faziam falsificações na circulação de informações para a democracia.

Mas a minha ansiedade sobre a influência das relações públicas no jornalismo não foi toda a minha análise. Quase todo mundo tem ignorado o penúltimo parágrafo que escrevi sobre a imprensa em *Opinião Pública*. A segunda frase desse parágrafo foi muito citada. “Ela [a imprensa] é como um holofote que se move sem descanso, para trazer à luz episódios que estão nas sombras” (p. 229) Mas esta frase faz sentido apenas em relação à frase que a precede: “A imprensa não substitui as instituições”. É por isso que, algumas frases adiante, eu escrevi, “o problema é mais profundo do que a imprensa, que pode ser um remédio. O problema encontra-se na organização social baseada em um sistema de análise e registro... Então... a notícia é revelada para a imprensa por um sistema de inteligência que é também uma checagem sobre a imprensa” (p.229) Bem, perdoe-me por citar a mim mesmo. Mas, sem ser muito presunçoso, eu não vejo uma só palavra que eu mudaria.

**Michael:** Então, nós temos hoje um “sistema de inteligência que é também uma checagem sobre a imprensa “?

**Walter:** O tempo vai dizer. Mas eu acho que há razão para otimismo. A internet permitiu uma espécie de checagem colaborativa sobre a imprensa, apontando suas omissões e seus erros. As novas organizações de *fast-checking* focam particularmente nas distorções de políticos e candidatos a políticos, mas também fazem checagem dos principais meios de comunicação. As pessoas se perguntam quão fácil é atualmente para os cidadãos viverem em bairros informacionais partidários e ideologicamente separados e polarizados. Mas eu estou bastante

impressionado com o peso total da circulação de informações. E, lembre-se, é muito mais fácil para as pessoas fazerem a checagem por elas mesmas! Você acha que leu o bastante no jornal há poucos dias, mas alguém pode duvidar da sua interpretação sobre o assunto.. Bom, mesmo se você tiver lido na versão impressa e a impressão tiver sido jogada na lixeira e ido diretamente para a reciclagem, você simplesmente encontrará a versão online. As informações perduram muito mais tempo do que costumavam perdurar. Até mesmo alguns velhos fantasmas perduram mais do que se esperava.

**Michael:** Fico feliz que isso seja verdade! Obrigado por conceder essa entrevista hoje.

**Walter:** Fico feliz também.

**Recebido em 10 de fevereiro de 2016.**

**Aprovado em 27 de abril de 2016.**

**John V. Pavlik**

Professor do departamento de Jornalismo e Estudos de Mídia da Rutgers University.

**Antonio Brasil**

Professor doutor do departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).



## Big Data, Código Computacional e Arquivos de Notícias Televisivas: implicações dos avanços nos métodos de investigação audiovisual para a qualidade do jornalismo

**Resumo**

Organizações produtoras de notícias ao redor do mundo estão entrando na era do *Big Data*, dos algoritmos e dos códigos computacionais. Isso é mais do que uma reestruturação técnica das redações e dos métodos de reportagem. Essa confluência está inaugurando uma nova geração de métodos de pesquisa visual que traz implicações para valores e princípios, éticas e práticas que definem o jornalismo e seu papel na sociedade. Neste cenário de conexão e evolução da mídia digital, a televisão continua a ser fonte preeminente de informação para a maioria das pessoas. Filmes e vídeos de notícias televisivas, incluindo notícias em vídeo gravadas por cidadãos, estão entre os mais pervasivos e fundamentais registros da vida humana. Eles se apresentam como uma fonte primária, documentando eventos históricos específicos e cotidianos. Apesar do valor histórico, materiais noticiosos estão entre os mais ameaçados de extinção, são altamente subestimados e menos procurados em coleções de imagens em movimento. Arquivos de notícias têm sido fontes difíceis e caras de informações essenciais e de conhecimento para pesquisadores, historiadores ou mesmo para os próprios jornalistas. Além das questões financeiras e de direitos autorais, as ferramentas de pesquisa mais eficientes ainda estão em evolução e o acesso direto a grandes coleções *online* ainda é difícil e raro. Este artigo discute, portanto, o atual estado do jornalismo de dados e o potencial do código computacional para permitir que jornalistas investiguem grandes bases audiovisuais de dados pertencentes a arquivos televisivos noticiosos em diferentes países. **Palavras-chave:** Jornalismo; Big Data, Código Computacional; Algoritmos; Arquivos de Notícias Televisivas.

**Abstract**

News organizations around the world are entering an age of *Big Data*, algorithms and computer code. This is more than a technical restructuring of the newsroom and reporting methods. This confluence is ushering in a new generation of visual research methods that bring implications for the values and principles, ethics and practices that define journalism and its role in society. In this evolving and connected digital media landscape, television remains the world's pre-eminent information source for most people. Television news film and videotape, including citizen-recorded video of news events, are among the most pervasive and fundamental records of human life. They stand as primary source materials documenting specific historical and current events. Despite their historical value, news materials are among the most endangered, highly underestimated and less researched of moving image collections. News archives have been a difficult and expensive source of essential information and knowledge for researchers, historians, and journalists themselves. Financial questions, copyright issues, efficient research tools are still evolving and direct Internet access to large online collections is difficult and rare. This paper discusses the current state of data-driven journalism and the potential of computer code to enable journalists to investigate large audiovisual databases held in television news archives in different countries.

**Keywords:** Journalism; Big Data; Computer code; Algorithms; TV News Archives

Tradução\_Daniel Melo Ribeiro e Leticia Xavier de Lemos Capanema.

DOSSIÊ  
PRÁTICAS JORNALÍSTICAS



## 1. INTRODUÇÃO

O jornalismo sempre esteve em constante e intensa evolução. Superar desafios, dificuldades e crises com inovação e novas tecnologias está na natureza do negócio das notícias. Hoje em dia, empresas de jornalismo em diversas partes do mundo estão entrando em uma nova era digital. Os códigos computacionais e os algoritmos – essências do *Big Data* – apresentam novos desafios para a profissão do jornalista. O *Big Data* surge do grande conjunto de dados publicamente acessível em um momento de conectividade quase universal e disponível para análise e uso na cobertura jornalística. Códigos de computador referem-se a instruções computacionais que podem realizar tarefas no *Big Data*, incluindo a identificação de informações noticiosas relevantes, tais como fontes e tendências. Algoritmos são fórmulas matemáticas que jornalistas e programadores desenvolvem para usar em códigos computacionais a fim de extrair significado e identificar padrões no *Big Data*.

Apesar dos avanços em novas tecnologias digitais, da quase universal conectividade com a internet e do crescimento das mídias sociais, a televisão ainda é a fonte preeminente de informação para a maioria das pessoas. Noticiários são a principal, e algumas vezes a única, fonte de informação para a maioria das pessoas no mundo.

Cenas televisivas são também um importante registro de nossa própria cultura e nossa memória social. Em especial, as notícias locais retratam elaboradas imagens visuais e representam uma documentação histórica. Imagens em movimento possuem grande valor na educação e formação de nossas comunidades, capturando momentos representativos de nossa vida e de nossa sociedade e seus arquivos estão armazenados com informações valiosas e inexploradas.

Este estudo propõe o uso dos arquivos televisivos como uma nova e abundante fonte de *Big Data* para o jornalismo investigativo na era digital. Há poucos projetos extensivos e profundos de investigação jornalística audiovisual que exploram os arquivos de notícias televisivas como principal fonte de conte-

údo. Isso se justifica quando se considera as dificuldades legais de acesso a essas coleções e a carência de ferramentas de busca eficientes e especializadas em audiovisual. Ainda é bastante árduo, complicado e demorado obter autorizações para consultar boletins de notícias televisivas do passado. Esses programas de TV deveriam ser considerados como “documentos históricos primários” e deveriam portar um status especial de *copyright*, tendo em vista sua disponibilidade para investigação por jornalistas, pesquisadores ou cidadãos engajados.

É importante reiterar que telejornais são mais do que meros programas de televisão. Eles são também registros audiovisuais subestimados não-oficiais da nossa história recente e deveriam estar disponíveis em instituições públicas como bibliotecas ou arquivos, pelo menos para consulta e sem contratempos, para pesquisadores interessados. Eles deveriam estar acessíveis ao público em geral da mesma maneira que outras fontes importantes de informação, como livros ou jornais estão disponíveis. Não há motivo para considerar os telejornais de maneira diferente de qualquer outra fonte primária de informação histórica para futuros pesquisadores.

## 2. PESQUISA E ARQUIVOS DE NOTÍCIAS TELEVISIVAS

No passado, as restrições tecnológicas, a limitada disponibilidade de equipe técnica para auxiliar pesquisadores e os custos financeiros eram justificativas razoáveis para o acesso restrito aos arquivos de televisão em geral e aos noticiários em particular. Atualmente, com projetos extensivos de digitalização e a possibilidade de acesso direto *online* a vastas coleções de vídeos, tais justificativas não são mais relevantes ou aceitáveis. Pesquisas extensivas em amplos repositórios audiovisuais se tornaram muito mais frequentes, eficientes e descomplicadas em vários países como a França, os Estados Unidos e o Reino Unido.

Não obstante, em outros países, principalmente nos países em desenvolvimento, redes privadas de *broadcast* permanecem como os únicos proprietários de arquivos de televisão e eles tendem a negar

ou impor sérias restrições para acessar suas coleções de notícias televisivas. Essas restrições variam desde a necessidade de apresentar intenções explícitas de investigação por jornalistas, ou amplos projetos de pesquisa por acadêmicos, a condições técnicas e limitações de tempo. Essas justificativas para restringir, negar ou simplesmente não fornecer qualquer resposta oficial às requisições de acesso aos arquivos televisivos por pesquisadores geralmente fazem referência à falta de recursos técnicos ou financeiros, escassez de equipe especializada e outras sutis e inconclusivas alegações de ‘dificuldades’ para localizar o material requisitado.

De acordo com estudos recentes conduzidos por pesquisadores europeus, “pesquisar a história da televisão tem se tornado uma odisséia, o arquivo, uma caixa de Pandora e o arquivista, um porteiro kafkiano que nega ao pesquisador o acesso a tesouros escondidos da história da mídia - de maneira onipotente e intransigente<sup>1</sup>”. Ao longo dos anos, os arquivos de televisão têm ganhado a reputação de serem fortalezas invulneráveis (cf. Oldenhege, 2000; Hecht, 2005; Ubois, 2005).

Apesar dessas dificuldades, há também amplas pesquisas tecnológicas sendo feitas em países como Estados Unidos e Japão para desenvolver ferramentas de pesquisa audiovisual mais eficientes, como *thesauri* especializados e programas de reconhecimento automático de rostos e cenas.

Isso representa um significativo auxílio, especialmente para investigações jornalísticas sensíveis ao tempo. Um dos principais desafios do jornalismo na era digital é conduzir pesquisas mais eficientes, especializadas, extensivas e profundas num curto período de tempo. E isso se torna ainda mais difícil para jornalistas que concentram suas investigações em fontes audiovisuais.

Nosso principal argumento é que os arquivos de televisão não devem restringir seu propósito a servir apenas suas próprias operações de *broadcast*

<sup>1</sup> Texto original: “researching the history of television becomes an odyssey, the archive a Pandora’s box and the archivist a Kafkaesque doorkeeper who denies the researcher access to hidden treasures of media history - almightily and uncompromisingly”. Fonte: [http://www.researchingcommunication.eu/book9chapters/C17\\_Kramp1314.pdf](http://www.researchingcommunication.eu/book9chapters/C17_Kramp1314.pdf)

(Kramp, 2011b). Eles são importantes fontes de *Big Data* para o jornalismo investigativo, mas também são repositórios de documentos primários históricos para pesquisas acadêmicas e devem ter um status legal diferenciado e específico que considere o acesso a seus conteúdos.

Esta pesquisa pretende convencer jornalistas a usar os arquivos do noticiário televisivo de maneira mais regular, empregando de modo extensivo e eficiente as novas tecnologias digitais e ferramentas de pesquisa especializada, mas também pretende convencer instituições governamentais e redes de *broadcast* a garantir o acesso livre e gratuito aos arquivos televisivos. Arquivos esses que deveriam ter um status especial de *copyright* para garantir a jornalistas, pesquisadores e ao público em geral pelo menos a visualização (se não a cópia) desse conteúdo noticioso sem qualquer restrição.

## 3. QUADRO TEÓRICO DE REFERÊNCIA

Como referencial teórico para este estudo, adotamos a teoria *sense-making* de Dervin (1992), que afirma que a experiência é caracterizada pela descontinuidade. Esse conceito também pode ser visto como uma metáfora para o atual estado dos arquivos audiovisuais no qual múltiplos sistemas estão em uso e jornalistas e pesquisadores acadêmicos são obrigados a adotar novas estratégias e processos para garantir o acesso a eles. Além disso, o foco da teoria *sense-making* está mais no processo de resolução de problemas do que no sistema, fornecendo uma alternativa útil para interpretar a experiência de jornalistas e pesquisadores e para melhor compreender os passos que eles empreendem para cobrir as lacunas encontradas em suas atividades de processamento, pesquisa, descoberta e uso da informação. A teoria *sense-making* é apropriada pois concentra-se na importância da perspectiva, do conhecimento e das ações daquele que busca informações ao definir e potencialmente resolver problemas: “a maneira pela qual as pessoas veem suas lacunas estarão relacionadas com a maneira como elas tentam cobri-las e não com suas caracte-

terísticas pessoais e independentes das lacunas<sup>2</sup>” (Dervin, 1992).

Neste estudo, adotamos métodos qualitativos de pesquisa que incluem revisão da literatura, observação, monitoramento, exame, análise e interpretação de dados empíricos *online* e práticas correntes de pesquisa em arquivos audiovisuais em geral e arquivos de notícias televisivas em particular. O objetivo é apresentar, examinar e avaliar as práticas de pesquisa audiovisual, os padrões e as potenciais descobertas para jornalistas de investigações orientadas a dados. Enfatizamos a importância do acesso e compreensão dessas investigações como um fenômeno social que também requer observação, experiência e análise a fim de obter, para um jornalismo de qualidade, maior precisão e exatidão em detrimento de generalismos.

#### 4. ARQUIVOS JORNALÍSTICOS E *BIG DATA*: UM EXAME CRÍTICO

Neste cenário em evolução, é fundamental compreender as origens, a importância e a relevância dos “arquivos” a fim de apreender seu potencial como uma nova fonte de *Big Data* para o jornalismo investigativo de televisão na sociedade contemporânea. De acordo com o historiador Jean Favier, “arquivos são um conjunto de documentos mantidos em ordem para provar direitos ou evidências de algumas atividades. Por metonímia, eles também designam o lugar (ou prédio ou instituição encarregada da conservação ou gestão) onde os documentos estão preservados” (Favier, 1959). A invenção do arquivo moderno enquanto lugar físico de coleta e também rastreamento da produção social de documentos de conhecimento histórico data da Revolução Francesa (Ricoeur, 2000).

Para o renomado historiador e filósofo francês Michel Foucault, “arquivos” significam práticas discursivas que envolvem sistemas, permitindo que declarações possam emergir como “eventos” e possam ser usadas ou ignoradas como “coisas”. Nesse

2 Texto original: “the ways in which people see their gaps will be related to the ways in which they try to bridge them and not to characteristics of persons independent of the gaps” (Dervin, 1992).

contexto, Foucault propõe chamar esses sistemas de declarações, coletivamente, de “arquivo”. Portanto, o arquivo não é somente uma coleção de textos que definem uma cultura, tampouco um conjunto de instituições que preservam textos. O arquivo é a “lei do que pode ser dito” e a lei de como o que é dito é transformado, usado, preservado etc. Assim, o arquivo pode ser definido como “um sistema geral de formulação e transformação de declarações<sup>3</sup>”. Ao invés de considerar o arquivo como um repositório de evidências não-mediadas sobre o passado, Foucault o vê como uma estrutura particular de poder na qual tipos particulares de documentos são mantidos em uma ordem particular, delimitando, assim, as possibilidades do que possa ser dito sobre os documentos e, portanto, sobre o próprio conhecimento.

O estudo pervasivo de arquivos modernos tem mostrado que a responsabilidade em manter seu conteúdo também traz um grande poder sobre uma parte significativa da herança cultural. Em seu ensaio *Mal d'Archive*, Jacques Derrida aponta a importância constitutiva dos arquivos para as atuais sociedades democráticas considerando as questões de poder e empoderamento. “Não há poder político sem controle do arquivo, se não da memória. A democratização efetiva pode sempre ser medida por um critério essencial: a participação e o acesso ao arquivo, sua constituição e sua interpretação” (Derrida, 1995).

Derrida está preocupado com a condição da verdade, e os arquivos se colocam exclusivamente pela verdade e pela evidência. Gestores de registros estão provavelmente cientes dos sistemas sócio-jurídicos que atribuem a “verdade” aos registros que eles gerenciam, assim como os arquivistas estão cientes das condições sob as quais seus objetos conservados podem ser considerados autênticos e devidamente comprobatórios. Cabe então a consideração dos pressupostos teóricos e epistemológicos por trás desses sistemas.

Arquivos e documentos, como registros de informação, também configuram nossa “memória coletiva”

3 “Um arquivo audiovisual é uma organização ou departamento de uma organização que possui uma permissão legal ou mandato para fornecer acesso a uma coleção de documentos audiovisuais e um patrimônio audiovisual através de coleta, gestão, preservação ou promoção” (Edmondson, 2004)

que é muito mais do que um agregado de memórias pessoais de indivíduos. Esses documentos, ou mapas de relevo, não são capazes de capturar o que uma nação inteira, por exemplo, coletivamente considera historicamente extraordinário ou banal. Para observar as “marcas” sociais do passado, precisamos, portanto, examinar o histórico social construído por todas as comunidades mnemônicas. Por isso devemos nos voltar aos locais inequivocamente sociais da memória (Zerubavel, 2003).

Documentam-se formatos de qualquer natureza (fotografia, jornais, vídeos, livros, mapas etc.) que assim constituem um sistema de suporte que concedem aos indivíduos o conhecimento, mesmo que através de elementos superficiais e subjetivos de sua história. Porém, apesar da importância do resgate de notas, esses documentos carregam um significado dotado de memória discursiva. Eles são montados em arquivos baseados em seleções aleatórias e, em alguns casos, em escolhas ideológicas. Ou seja, alguns são e devem ser lembrados enquanto outros são omitidos, censurados por aqueles que mantêm o poder de acumulá-los (Ferranezi & Romão, 2007).

Ademais, Henry Jenkins também denuncia os limites e controles impostos aos jornalistas investigativos e aos pesquisadores acadêmicos por aqueles responsáveis pela gestão dos arquivos televisivos. Sua crítica pode ser ainda mais relevante para aqueles dedicados às investigações “políticas” em coleções de notícias televisivas: “...isso determina o que é pesquisado e o que é relembado em diferentes períodos históricos. Isso reforça um preconceito particular do que foi a televisão em um momento e espaço particulares. E é muito difícil quebrar esse modelo realizando uma pesquisa arquivística, uma vez que a maioria das coisas que você talvez queira pesquisar pode não estar disponível<sup>4</sup>” (citado em Kamp, 2011).

Assim, a preservação e a disseminação de documentos históricos é necessária para recuperar e repensar o passado e para construir ou mesmo pre-

4 Texto original: “...it determines what is researched and what gets remembered from different historical periods. It reinforces a particular preconception of what television was at a particular time and place. And it is very difficult to break out that model by doing archiving research, because most of the stuff you might want to look at might not be available” (cited in Kamp, 2011).

ver o futuro. É essencial tornar tais registros disponíveis para os indivíduos, para que eles possam analisar seus conteúdos historicamente como parte da construção dos fatos, o que também sinaliza uma maneira de preservar a história contínua (Foucault, 2008). A partir disso, a acumulação dos documentos e das declarações geradas no tempo cria a necessidade de se organizar documentos em arquivos num fluxo histórico contínuo. Isso é fundamental para o jornalismo, no assim conhecido primeiro rascunho da história. Isso assume uma importância ainda mais especial na era do 24/7 e das notícias globalmente conectadas (Abramson, 2014)

#### 5. ARQUIVOS AUDIOVISUAIS

A história do século XX foi escrita em imagens em movimento. Portanto, é importante considerar que os arquivos de larga escala preservam documentos audiovisuais que tem significado histórico e deveriam ser avaliados como projeções da nossa memória coletiva. Além disso, a emergência do arquivamento audiovisual como um campo especializado, separado dos arquivos gerais, é um desenvolvimento relativamente recente devido, em parte, à novidade das tecnologias das imagens em movimento. Porém, o valor ou a falta de valor atribuído aos documentos audiovisuais (Turner, 2009) também desempenha um papel no desenvolvimento de uma cultura de arquivamento do audiovisual. Ao longo dos últimos vinte anos, os arquivos audiovisuais estão passando por transformações significativas com a introdução da tecnologia digital (Lauwers, 2004; Ng, Rubin, & Van Malssen, 2010). Isso tem sido ainda mais relevante dentro das organizações televisivas de *broadcast*, que têm substituído sua infraestrutura pelo digital (Caldera-Serrano, 2008), permitindo que o conteúdo audiovisual seja copiado, armazenado ou mesmo em alguns casos específicos, tornando-os disponíveis *online*.

Arquivos audiovisuais tendem a se tornar mais versáteis, atendendo múltiplos usuários que podem acessar conteúdos simultaneamente e reutilizá-los em variadas situações. Essa nova configuração tecnológica cria uma excelente oportunidade para jornalistas produzirem histórias investigativas de maior

profundidade e garantirem o acesso geral para um público geral. Atualmente, no começo do século XXI, é possível dizer que os arquivos audiovisuais emergem como um importante campo de pesquisa.

A resolução 3442 da 18a. Conferência Geral da UNESCO, ocorrida em Paris em 1974, foi criada a fim de encorajar os estados membros a tomar medidas técnicas e legais para garantir a recuperação e o resgate de imagens em movimento de filmes e da televisão. Pelas mesmas razões, a Federação Internacional de Arquivos de Televisão (FIAT) foi fundada em 1977, contando com mais de 250 membros pelo mundo. Na comunidade em geral, há um reconhecimento crescente de que a televisão é um importante espelho e fonte da cultura. O documento da UNESCO “Recommendation for the Safeguarding and Preserving Moving Images”, publicado em 1980, afirma que “imagens em movimento são uma expressão da identidade cultural dos povos e, devido ao seu valor educacional, cultural, artístico, científico e histórico, formam uma parte integral da herança cultural de uma nação<sup>5</sup>” (idem).

Além disso, considerando essa herança cultural, François Jost reivindica que “os arquivos de televisão têm o potencial de escrever nossa história cultural e a comunicação ou as ciências da informação cometem um engano quando se limitam à atualidade. É hora de dar uma dimensão histórica aos arquivos de televisão. Sobretudo se quisermos que essas ciências desempenhem um papel na educação de nossos cidadãos” (Jost, 2005).

## 6. ARQUIVOS JORNALÍSTICOS COMO BIG DATA

Decifrar o *Big Data* e os algoritmos computacionais e permitir um maior acesso aos arquivos de notícias televisivas são um dos desafios mais recentes e importantes para o jornalismo de dados. Tais desenvolvimentos desafiam jornalistas e empresas do ramo a reconsiderar e reinventar a maneira como

5 Texto original: “moving images are an expression of the cultural identity of peoples, and because of their educational, cultural, artistic, scientific and historical value, form an integral part of a nation's cultural heritage”

eles coletam e produzem notícias, levando em conta, em especial, o crescimento massivo de arquivos de vídeo digital. Além disso, a evolução desses novos sistemas de produção de notícias permitirá mudanças na narrativa e na maneira de se envolver mais plenamente e de forma interativa os cidadãos em assuntos de importância pública. Fundamentalmente, essas forças estão conduzindo a uma transformação na qualidade do jornalismo na era *online* e digital. O contexto emerge como uma característica cada vez mais comum nas reportagens, conduzindo mídias inovadoras.

O *Big Data*<sup>6</sup> levanta questões sobre privacidade, política, além de outros temas. Para o jornalismo e a mídia, o *Big Data* pode desempenhar papel-chave em narrativas (por exemplo, visualizações orientadas a dados), revelando padrões em eventos relacionados a notícias, dentre outros. Ferramentas para acessar e analisar o *Big Data* estão rapidamente se tornando essenciais para lidar com a qualidade das reportagens investigativas. Oportunidades de emprego em jornalismo e na mídia cada vez mais demandam habilidades em *storytelling* e reportagens baseadas em dados.

Obviamente, é importante posicionar o crescimento do *Big Data* em um contexto histórico. Por quase meio século, jornalistas se engajaram na mineração de dados (*data mining*) para criar reportagens sobre histórias. Já em 1968, Philip Meyer aplicou a análise de dados para criar uma reportagem sobre as revoltas contra o racismo em Detroit, ajudando o *Detroit Free Press* a ganhar o prêmio Pulitzer por seu jornalismo pioneiro. Isso alimentou uma era de reportagens investigativas baseadas em mineração de dados, conhecidas então por “Jornalismo de Precisão”, termo cunhado por Dr. Everette E. Dennis, reitor e CEO da Universidade Northwestern no Catar (NU-Q). No entanto, foi o relativamente recente e drástico crescimento da internet, da Web, das mídias sociais e móveis que inaugurou o fenômeno conhe-

6 O termo “*Big Data*” se refere ao conjunto massivo de dados que tem sido gerado pela sociedade digital e em rede, onde as informações sobre as pessoas, o planeta e muito mais estão sendo coletadas, analisadas e utilizadas em vastas quantidades e para efeitos de longo alcance. O *Big Data* frequentemente tem origem nas informações públicas disponíveis via mídias sociais, e suas implicações para a pesquisa e a educação são significativas.

cido como *Big Data* no século XXI. Suas consequências tocam quase todo aspecto da vida moderna.

Guiados pela convergência da computação, das redes e das tecnologias de coleta ubíqua de dados, o assim chamado *Big Data* está transformando um amplo espectro de atividades humanas. Dos esportes à ciência, do governo às mídias, as consequências do *Big Data* são muito diversificadas e intensas. Enquanto ainda não há uma concordância universal sobre o que seria o significado do *Big Data*, a noção de que grandes volumes de dados estão se tornando disponíveis de maneira crescente está sendo amplamente discutida e debatida, e suas implicações são profundas. Ferramentas de análises estão sendo empregadas para criar previsões baseadas no *Big Data* em um amplo espectro de campos, como a mídia, a política, os esportes e a saúde.

O movimento da codificação está criando incursões dramáticas no jornalismo contemporâneo, um setor que vem atravessando uma mudança radical em todo EUA e globalmente. Como os computadores, a informatização e os dados se tornaram fundamentais em praticamente todo aspecto da vida cotidiana, jornalistas e instituições jornalísticas começaram a reconhecer o papel central que a programação, ou codificação, na forma de algoritmos computadorizados ou instruções digitais, irá desempenhar nas reportagens e nas narrativas.

A urgência é particularmente aguda nesse domínio que acabou conhecido como *Big Data*, ou conjunto de dados que frequentemente são medidos em bilhões (ou mais) de bits de informação, muitas vezes coletados não somente das mídias sociais, mas também do governo e dos registros transacionais dos grandes negócios. Este último tem sido um pilar para o jornalismo investigativo desde, pelo menos, os anos 1980, embora as reportagens auxiliadas por computador tenham nascido nos anos 1960. Frequentemente, o *Big Data* emerge do mundo das mídias sociais, onde milhões ou mesmo bilhões de cidadãos da comunidade, da nação ou do mundo publicam mensagens para o consumo, consideração e comentário público. Muitas vezes, pesquisadores e repórteres percebem o *Big Data* como fontes de histórias, referências e tendências.

A confluência dos dados e algoritmos executados pelos códigos computacionais e a conectividade global em rede apresentam implicações transformadoras para o jornalismo na era da tecnologia digital e *online*. Para criar suas reportagens, os jornalistas confiaram, durante a maior parte do século passado, em entrevistas, conferências de imprensa e observações em primeira mão de eventos noticiosos, suplementados por informações coletadas em documentos e outros registros de agências governamentais, grandes empresas e outras instituições.

O crescimento da internet e, especialmente, da conectividade de praticamente todos e tudo à internet começou a mudar os fundamentos de como os jornalistas coletam as notícias, sem mencionar como eles contam histórias e as entregam ao público. Por sua vez, o público se torna altamente engajado na arena das mídias sociais, especialmente estimulada pela esmagadora adoção pública dos dispositivos móveis tais como os *smartphones* e *tablets* conectados à internet. Jornalistas têm sido confrontados por pelo menos duas novas realidades.

A primeira é que o público não é mais caracterizado pela passividade, quando se considera o mundo da mídia, especialmente as notícias. Ao invés disso, o público é, muitas vezes, ativamente engajado em ajudar nas notícias de última hora, também as retransmitindo ou “retuitando”. Os então chamados jornalistas ou repórteres cidadãos atuam como um quinto estado, complementar ao quarto estado dos jornalistas profissionais.

A dificuldade para o jornalismo é que o volume de dados é tão massivo e potencialmente dinâmico que uma ação humana individual ou mesmo um time de duas ou três pessoas (o *modus operandi* padrão do antigo jornalismo) não consegue, de maneira prática ou eficiente, em qualquer período estreito de tempo, como o *deadline* de um repórter, esperar destilar padrões nesses bilhões de *Big Data*. Consequentemente, para utilizar o *Big Data*, jornalistas precisam criar e usar códigos computacionais que implementam algoritmos de resolução de problemas para classificar os dados. O código frequentemente toma a forma de instruções nas quais, se uma certa condição é atendida, instruções adicionais

dirão ao computador o que fazer com os dados, possivelmente contando ou executando outros cálculos matemáticos que revelam padrões nos dados ou exceções gerais em padrões ou tendências.

No final dos anos 1960 e início dos anos 1970, uma versão mais antiga de reportagens criadas por computador e orientadas por dados foi classificada como “Jornalismo de Precisão” (Meyer, 1971). Uma razão para essa classificação foi que, no passado, os métodos jornalísticos, embora reveladores, eram muitas vezes anedóticos e sujeitos a caprichos sobre os eventos correntes. As notícias eram interrompidas e moviam-se de um tópico a outro sem que os jornalistas criassem conexões com tendências mais amplas ou situassem eventos noticiosos em um contexto histórico, sociológico ou econômico mais amplo. As reportagens não eram sistematizadas e careciam de precisão. Os dados que seriam analisados pelos repórteres em planilhas ou em outras ferramentas estatísticas adaptadas para as ciências sociais, permitiram aos jornalistas situarem questões em desenvolvimento de maneira mais contextualizada, ajudando a fornecer explicações e a criar maior sentido para as notícias.

O surgimento do *Big Data* e o uso correspondente dos algoritmos implementados através de códigos computacionais para interpretar os conjuntos massivos de números começaram a transformar não somente as reportagens investigativas ocasionais mas o jornalismo diário. Como exemplo dessa tendência para o mercado de notícias, a Associated Press anunciou que irá expandir seus programas de histórias automatizadas. Lou Ferrara, vice-presidente da AP e editor-chefe que orienta notícias de mercado, explica que “parte do sucesso dos 170 anos de história da AP tem sido a adaptação e a inovação em novos formatos de mídia como parte de nossa própria história”<sup>7</sup>.

7 Texto original: “part of the success of the 170-year history of AP has been adapting and innovating in new media formats as part of their own history”. Fonte: <https://www.washingtonpost.com/news/innovations/wp/2015/01/29/associated-press-looks-to-expand-its-automated-stories-program-following-successful-launch/>

## 7. ARQUIVOS DE NOTÍCIAS TELEVISIVAS<sup>8</sup> COMO UMA IMPORTANTE FONTE DE *BIG DATA* PARA O JORNALISMO: CENÁRIO ATUAL

A televisão existe há aproximadamente 60 anos. A longevidade da televisão despertou um reconhecimento de sua importância para a herança cultural das nações, provocando o estabelecimento de instituições de arquivos. O fornecimento do acesso a esses arquivos é uma justificativa política para o financiamento público destinado ao arquivamento da herança audiovisual e também tem sido um objetivo compartilhado na comunidade ligada aos arquivos. (Yakel and Kim 2005).

É importante enfatizar que os arquivos de notícias televisivas e o jornalismo investigativo na era digital se apresentam como oportunidades de reinvenção dos métodos de produção investigativa que demandam busca e edição de arquivos de notícias em vídeo e em outras fontes. Durante a última década, os arquivos audiovisuais de televisão sofreram mudanças significativas em resposta à introdução das mídias digitais e dos sistemas de produção digital, particularmente em relação às notícias televisivas. Há pesquisas significativas sobre como o uso da tecnologia digital afeta outros grupos de usuários no setor de difusão televisiva, mas há poucas pesquisas que focalizam o trabalho dos jornalistas<sup>9</sup>.

Dezenas de milhares de horas de material de difusão televisiva juntamente com os registros do catálogo de muitos dos principais arquivos de televisão estão, agora, disponíveis *online*, mas as ferramentas de pesquisa ainda estão em evolução e o acesso direto pela internet a grandes coleções é raro. Arquivos de notícias têm sido uma fonte difícil e cara de conheci-

8 Arquivos de notícias televisivas - é uma área especializada de uma biblioteca audiovisual mais ampla. É geralmente responsável por coletar, organizar e fornecer acesso ao conteúdo gerado pelo departamento de notícias. Os arquivos de notícia fornecem serviços, em primeiro lugar, mas não exclusivamente, para o departamento de notícias e, devido à sua natureza única, possuem demandas que diferem de outros arquivos audiovisuais. Fonte: <http://researcharchive.vuw.ac.nz/xmlui/bitstream/handle/10063/2235/thesis.pdf?sequence=2>

9 <[http://besser.tsoa.nyu.edu/howard/Papers/tv\\_archive.pdf](http://besser.tsoa.nyu.edu/howard/Papers/tv_archive.pdf)>, <<http://researcharchive.vuw.ac.nz/xmlui/bitstream/handle/10063/2235/thesis.pdf?sequence=2>>

mento e de informação essencial para pesquisadores, historiadores e para os próprios jornalistas.

## 8. ARQUIVOS DE NOTÍCIAS DE TELEVISÃO: TENDÊNCIAS ATUAIS

Sendo importante não somente para retratar eventos atuais, as notícias são muito versáteis e muitas vezes são usadas numa variedade de outros gêneros: “notícias e programação de atualidades possuem o mais alto potencial de significação em relação a qualquer outro tipo de produção televisiva. Difusões de notícias televisivas incluem reportagens sobre *hard news* tais como (...) política e condições econômicas. Elas também tratam de histórias sobre personalidades proeminentes, eventos culturais e estilo de vida<sup>10</sup>” (Bergeron, 1986). Mais do que qualquer outro gênero, as notícias reúnem a dupla necessidade de documentar fenômenos históricos e culturais, bem como fornecer uma fonte confiável para ser usada em outras produções. Portanto, a seleção de valores e os processos adotados por arquivistas de audiovisual que trabalham em bibliotecas de notícias devem refletir as necessidades da organização, como também a comunidade mais ampla, como descrito por um bibliotecário de notícias: “(...) muitos de nós estão sempre cientes da responsabilidade em manter tanto um registro histórico do emissor como também um registro histórico público mais amplo da vida nacional tal como ela é refletida na televisão<sup>11</sup>” (Muller, 1994).

O jornalismo de dados quebra as barreiras das notícias e estimula jornalistas a desenvolverem novas ferramentas investigativas. Enquanto isso, repórteres estão voltando suas atenções para o uso de novos e poderosos bancos de dados. Um desses imensos repositórios de informação são os arquivos de notícias televisivas. Mas, de acordo com Davidson S. e

10 Texto original: “News and current affairs programming have the highest potential significance of any type of television production. Television news broadcasts contain reports on ‘hard’ news such as (...) politics and economic conditions. They also feature stories on prominent personalities, cultural events, and lifestyles” (Bergeron, 1986).

11 “(...) many of us are always aware of a responsibility to maintain an historical record of the broadcaster as well as maintaining a wider historical public record of national life as reflected by television” (Muller, 1994).

Lukow G.: “Filmes e vídeos de notícias televisivas estão entre os registros mais pervasivos e fundamentais da vida norte-americana. Eles se apresentam como uma fonte primária, documentando eventos históricos específicos e que, ao mesmo tempo, revelam os ânimos, crenças, modas e atitudes mais intangíveis de nosso tempo<sup>12</sup>.” Eddie Richmond, Presidente da Associação dos Arquivistas das Imagens em Movimento, acrescenta: “Apesar do seu valor histórico, as notícias estão entre as mais ameaçadas, altamente subestimadas e menos pesquisadas das imagens em movimento.<sup>13</sup>”

## 9. CARACTERÍSTICAS DO MÉTODO DO JORNALISMO INVESTIGATIVO AUDIOVISUAL

O século XXI não é somente uma “era da informação”. É um século visual. De acordo com o professor Mitchell Stephens, “o vídeo não somente preserva a memória, mas também organiza fatos<sup>14</sup>”. Nesse contexto, é também possível afirmar que a comunicação requer pensamento visual para o jornalismo visual e uma narrativa também visual.

Neste ponto, é essencial enfatizar que a investigação jornalística requer não somente “precisão”. É também “sensível ao tempo”. Ela requer velocidade e acesso amigável a fontes vastas e complexas como os arquivos de notícias televisivas. Porém, quase todos os aspectos da televisão e do vídeo hoje estão em transição, criando novos paradigmas tanto no *Big Data* quanto nos arquivos de notícias televisivas.

A convergência do jornalismo de dados e dos arquivos de notícias de televisão possui um imenso

12 Texto original: “Television news film and videotape are among the most pervasive and fundamental records of American life. They stand as primary source materials documenting specific historical events while at the same time revealing the more intangible moods, beliefs, fashions and attitudes of our times”. Fonte: <http://www.loc.gov/film/tvstudy.html>

13 Texto original: “Despite their historical value, news materials are among the most endangered, highly underestimated and less researched of our moving images”. Fonte: <http://www.amianet.org/sites/all/files/Awards%20-%20Leab.pdf>

14 Texto original: “Video not only preserves memory but organizes facts”. Fonte: Stephens, M., *The Rise of the Image, The Fall of the Word*, Oxford University Press, N.Y. 1998.

potencial de investigação de histórias de notícias audiovisuais. Mas essa convergência depende de muitos fatores, incluindo o desenvolvimento de ferramentas inovadoras para melhorar a possibilidade de desenvolvimento de novos e específicos recursos audiovisuais para análise comparativa da cobertura de notícias no âmbito nacional e internacional.

## 10. ESTUDOS DE CASO

Para explorar o emergente impacto do *Big Data*, dos algoritmos e da codificação na investigação jornalística usando arquivos de notícias televisivas junto a métodos de pesquisa audiovisual, escolhemos três das maiores e mais importantes instituições de arquivos de notícias no mundo. São elas a *News Archive* da Universidade Vanderbilt, nos Estados Unidos, os arquivos da BBC, no Reino Unido, e o *Institut National de l'Audiovisuel* (INA), na França. Cada uma dessas instituições foram consideradas proeminentes e essenciais, uma vez que contêm extensas coleções digitais, empregam práticas comuns para avaliar, registrar e catalogar material noticioso. Porém, adotam diferentes estratégias em relação ao acesso aos seus conteúdos. Estes estudos de caso certamente oferecem uma visão geral sobre os potenciais problemas e expectativas para futuros jornalistas orientados a dados e pesquisadores que decidirem pelo uso de arquivos de notícias televisivas.

A Universidade Vanderbilt, uma instituição educacional privada localizada em Nashville, no estado do Tennessee nos Estados Unidos, mantém o amplamente utilizado *Vanderbilt Television News Archive*. É considerado o arquivo mais extenso e completo de notícias televisivas no mundo<sup>15</sup>. Transmissões datadas desde 5 de Agosto de 1968 até os dias atuais<sup>16</sup> são registradas e disponibilizadas. Os arquivos completos de vídeo dos Estados Unidos consistem, primordialmente, de noticiários e programas especiais de notícias das principais redes norte-americanas. O arquivo Vanderbilt possui mais de 850.000 trechos de notícias e cerca de 30 mil horas de conteúdo registrado e suas respectivas informações complementares.

15 <http://tvnews.vanderbilt.edu/?SID=20140813343933105>

16 18 de Agosto de 2014.

Em termos do acesso digital, é fácil navegar em sua plataforma disponível na internet, assumindo um conhecimento prévio da língua inglesa. Todos os documentos estão disponíveis ao público. Interessados podem requisitar cópias do material em DVD ou VHS. Porém, o material é entregue como um empréstimo. Isso ocorre em razão do respeito aos direitos de propriedade intelectual, ou *copyright*, dos documentos. Para fazer uma demanda de empréstimo, é necessário somente que o solicitante registre-se no site. Qualquer pessoa, não importando sua área profissional, pode realizar um pedido.

Outro sistema de arquivamento audiovisual pertence à *British Broadcasting Corporation* (BBC), que atualmente é a maior empresa de difusão no mundo. Formada em 1927, a BBC iniciou as transmissões de televisão em 1932, durante a era experimental do *broadcast*. Os primeiros programas produzidos pela BBC ainda são muito importantes e relevantes para a pesquisa do desenvolvimento da televisão britânica.

Estabelecido em 1948, o arquivo da BBC foi um dos primeiros a conservar o *broadcast*. Embora ele tenha existido primordialmente para reutilização dos programas, o arquivo da BBC teve um departamento interno de preservação que assegurou que os itens estivessem adequados para reuso e ativamente digitalizou os materiais para o fácil acesso e para a preservação a longo prazo das matrizes. Dentre materiais de televisão e de rádio, o arquivo atualmente contém aproximadamente 4 milhões de itens físicos. Desses 4 milhões de itens, há 600.000 horas de conteúdo televisivo<sup>17</sup>.

Registros anteriores a essa data estão, de maneira geral, menos preservados; o processo de gravação em fita magnética foi originalmente inventado em 1947, enquanto que a gravação em fitas de vídeo foi gradualmente introduzida a partir do final dos anos 1950. Mas, devido ao custo das fitas, as gravações eram consideradas somente para produções, tendo seus registros apagados subsequentemente.

Atualmente, a maioria dos programas são mantidos, incluindo notícias, entretenimento, dramati-

17 Lee, Adam. "The BBC Television Archive." BBC Archive. <[http://www.bbc.co.uk/archive/tv\\_archive.shtml?chapter=6](http://www.bbc.co.uk/archive/tv_archive.shtml?chapter=6)>.

ções e uma seleção de outros programas de longa duração, como os *quiz shows*. O material restante do arquivo televisivo é oferecido ao *British Film Institute* antes de ser descartado. Nos arquivos da *British Broadcasting Corporation*, há cerca de 4 milhões de itens físicos para a TV e para o rádio. Isso equivale a 600.000 horas de conteúdo de TV e cerca de 350.000 horas de rádio. Há também um arquivo de novas mídias, que mantém o registro do conteúdo que vai para os sites da BBC. A emissora dedicou muito tempo e esforço na preservação de seu arquivo que, recentemente, está sendo digitalizado. O conteúdo tem sido preservado em grandes arquivos digitais, tal como as pessoas mantêm suas próprias fotos ou arquivos de Word, que são guardados em vastos "armazéns de dados" (*data warehouses*). A questão mais fantástica sobre a digitalização é permitir que os arquivos se tornem muito mais flexíveis.

Atualmente, o projeto *BBC Genome* está criando um catálogo online completo de todos os programas da BBC para que as pessoas possam descobri-los em suas coleções. Eles estão trabalhando sob o princípio de que "o acesso público completo ou quase completo aos arquivos é não somente possível, como também é o objetivo final<sup>18</sup>". Situado no coração do reprojeto BBC online, o *BBC Genome* é o primeiro passo em direção a esse objetivo. Ele fornece uma linha do tempo desde a fundação da BBC em 1922 e também disponibiliza detalhes dos programas, canais e serviços que são mapeados nessa *timeline*, trazendo a história da BBC à vida.

O *BBC Genome* armazena informações sobre os programas de diferentes maneiras, cada uma designada a apoiar uma tarefa específica ou função. Mas nenhuma dessas tarefas é abrangente, tanto no acesso público quanto na pesquisa. O objetivo é assegurar que o histórico de transmissões *broadcast* da empresa, desde 1922, torne-se e permaneça ativo para o público.

O arquivo da BBC de Londres inclui principalmente trechos e programas completos desde notícias, atualidades e outros programas regionais. Materiais de direitos autorais foram incluídos em

18 Texto original: "full or near-full public access to archives is both achievable and the right ultimate goal".

um programa de exceção de acordo com a seção 30 do *Designs & Patents Act*, de 1988, que diz respeito ao acesso legal a propriedade intelectual, afirmando que há "proibidade para o propósito de reportar eventos atuais: parte do conteúdo do programa considerado para uso em um arquivo *online* irá conter material não esclarecido que foi originalmente incluído no programa com o propósito de reportar eventos atuais sob a proibidade das disposições da Lei de Direitos Autorais. Porém, o uso subsequente desse conteúdo, como por exemplo, torná-lo disponível em um arquivo *online*, não será considerado uso para o propósito de 'reportar eventos atuais'<sup>19</sup>". Consequentemente, há um risco de reclamação dos detentores dos direitos sob o uso do conteúdo em um arquivo *online* sem maiores esclarecimentos sobre o que está sendo empreendido. Para manter o risco em um nível baixo e administrável, é importante que o material disponível não possa ser baixado ou usado de outra forma (que não seja para pesquisa pessoal) e que o material permaneça dentro do contexto de uso original. Adicionalmente, o guia da BBC para pesquisadores deixa claro que o conteúdo de suas coleções de jornalismo é um registro de reportagens em um dado período e tal abordagem ressalta a necessidade de que o contexto em torno do uso permaneça<sup>20</sup>.

A BBC está também conduzindo um projeto piloto utilizando boletins de notícias que começou no outono de 2011, examinando as questões que envolvem a publicação de notícias *online*. De uma perspectiva dos direitos de quem contribui, essas questões contemplam: a) a inclusão de cenas de esportes registradas por terceiros, b) o uso de exceção de proibidade na lei de direitos autorais para o propósito de reportar eventos atuais ou para crítica e comentários, restrições legais em torno do conteúdo, c) uso de material sensível e restrito, como obituários.

19 Texto original: "Fair dealing for the purposes of reporting current events: some of the program content considered for use in an online archive will contain uncleared material that was originally included in the program for the purpose of reporting current events, under the fair dealing provisions of the Copyright Act. However, the subsequent use of this content, for example making it available within an online archive collection, is unlikely to be considered use 'for the purpose of reporting current events'".

20 Guide To The BBC's Archives 2012 [https://dl.dropboxusercontent.com/content\\_link/K63YHoyHV0woUkLxaXyKb8v97FEmKDr-BWBEPQd0e3a5JczbmOcyzPTerZlpkURAJ?dl=1](https://dl.dropboxusercontent.com/content_link/K63YHoyHV0woUkLxaXyKb8v97FEmKDr-BWBEPQd0e3a5JczbmOcyzPTerZlpkURAJ?dl=1)

O terceiro exemplo é o *Institut National de l'Audiovisuel (INA)*, na França, que é o repositório central dos arquivos audiovisuais da televisão e do rádio franceses. Fundado em 1975 e aberto ao público desde 1998, a coleção se caracteriza por mais de centenas de milhares de documentos audiovisuais (incluindo programas históricos e de cunho jornalístico), totalizando 25 mil horas. Desde 2006, o INA abriu versões digitais para acesso gratuito, com arquivos escaneados e pesquisas *online*. O arquivo coleta e mantém o conteúdo de 17 estações de rádio e de 45 estações locais de televisão, incluindo programação de outros países (Hoog, 2006).

O INA coleta um total de aproximadamente 300.000 horas de televisão e rádio anualmente e a coleção é composta de mais de 2.5 milhões de horas de televisão e de rádio. A coleção data de mais de 60 anos e mantém algumas das primeiras e experimentais transmissões francesas. Através do apoio do governo e de seu próprio sucesso comercial, o INA se desenvolveu como um dos arquivos mais avançados no mundo. O Instituto tem trabalhado com materiais digitais há algum tempo e possui uma política local para a captura de sons e imagens em movimento para preservação digital de longo prazo. Em 2002, como parte de sua operação mandatária de depósito, o INA começou a capturar o sinal de 12 canais a cabo e por satélite para preservação.

Talvez a iniciativa digital mais conhecida do INA seja seu massivo projeto de “proteção e digitalização”. Iniciado em 1999, esse projeto resultou na digitalização de mais de 200.000 horas de materiais, principalmente conteúdo radiofônico e televisivo, bem como um *website* através do qual o conteúdo pode ser acessado. O website fornece a maior parte do conteúdo de graça como um serviço para o público. Aproximadamente 20% do conteúdo foi considerado pelo Estado como sendo um conteúdo criativo único por meio do qual o INA precisa remunerar seu criador. A taxa para esse conteúdo, porém, permanece razoavelmente baixa. O INA espera que “todo o arquivo ameaçado possa ser processado e salvo” até 2015<sup>21</sup>.

21 <http://www.institut-national-audiovisuel.fr/nous-connaitre/entreprise/chiffres-cles.html>

Centenas de programas televisivos, incluindo boletins de notícias, são adicionados diariamente como parte dos arquivos audiovisuais do INA. Desse total, 80% do conteúdo está disponível *online* gratuitamente. O pesquisador ou o público em geral pode simplesmente digitar no campo de busca o termo desejado para começar a assistir. Os outros 20% podem também ser acessados *online*, mas somente os primeiros minutos. Nesse último caso, para acessar o conteúdo completo, o usuário precisa adquirí-lo na loja do arquivo. Lá, o usuário poderá encontrar todos os vídeos e áudios disponíveis em diferentes mídias tais como CD ou DVD. De acordo com informações do próprio site, as taxas são aplicadas a fim de remunerar os detentores dos direitos autorais do arquivo, bem como para financiar a própria coleção. Para acessar o conteúdo disponível na loja do arquivo é também necessário completar um cadastro no *site*. Assim que o cadastro for completado, um *e-mail* é enviado ao usuário que, após confirmar seu endereço eletrônico, pode aproveitar o conteúdo livre de encargos.

Além disso, os arquivos de televisão podem também ampliar e enriquecer seu escopo coletando conteúdo “social” ligado aos programas transmitidos. O novo projeto digital do INA é denominado “Arquivo de Broadcast Aumentado” e consiste em registrar, indexar e catalogar não somente transmissões de rádio e de televisão mas também 12.519 websites, 5000 contas do Twitter, 26 rádios *online* no formato *streaming* e 8M de vídeos hospedados exclusivamente *online*. Esse é um grande passo em direção a um sistema mais completo de arquivamento digital de um dos acervos digitais mais relevantes, preparando a instituição francesa para os próximos desafios da comunicação na internet. Isso irá, certamente, acrescentar novas perspectivas de busca para jornalistas investigativos ou pesquisadores acadêmicos.

Tal como nos casos americano e inglês, o *site* francês é também intuitivo, com fácil navegação, demandando um conhecimento básico da língua francesa. Na página de ajuda, há instruções passo-a-passo sobre como completar o cadastro, conduzir buscas e acessar outras informações para o uso dos arquivos. Usuários são também informados sobre os

requisitos técnicos para assistir o conteúdo *online* e *offline*, caso haja interesse na aquisição de conteúdo para uso em documentários ou em outros projetos.

Após essa breve descrição e análise sobre as três instituições estudadas, é possível, agora, listar e enfatizar alguns pontos semelhantes de desempenho que são essenciais para o jornalismo investigativo orientado a dados e para pesquisadores acadêmicos que usam arquivos de notícias televisivas: a disponibilidade do arquivo *online*; a garantia do acesso aos usuários interessados; a oferta gratuita de documentos desejados ou a partir do pagamento de taxas.

Os estudos de caso também revelam os diferentes status em relação aos recursos disponíveis, a extensão do conteúdo e as estratégias de acesso às coleções audiovisuais em geral e ao material de notícias, em particular. Ainda há muita dificuldade para tornar esses conteúdos disponíveis para jornalistas, para pesquisadores ou para o público em geral. Mas, de acordo com estudos mais específicos, já é possível notar e avaliar a contribuição do material de arquivo não somente para jornalistas ou pesquisas, mas também para produtores de notícia de televisão: “a documentação audiovisual enriquece e completa as notícias, facilitando a compreensão da audiência<sup>22</sup>” (Agirreazaldegí, 2008). Nesse mesmo contexto, é também notável uma pressão crescente sobre as empresas de *broadcast* para oferecer programação para variadas plataformas digitais, bem como a importância dos benefícios econômicos de se capturar e preservar material para reuso, mudando a percepção das empresas de audiovisual que passam a considerar esse material como um ativo e não um passivo (Murphy, 1997).

## 11. PESQUISA E RECUPERAÇÃO: NOTÍCIAS E ATUALIDADES

O principal grupo de usuários que confia plenamente nos arquivos de televisão são os jornalistas e produtores. Mas, como usar arquivos de notícia televisivas como uma importante e relevante fonte de *Big*

22 Texto original: “audiovisual documentation [library content] enriches and completes the news, facilitating the audiences understanding” (Agirreazaldegí, 2008).

*Data* no jornalismo investigativo? Como encontrar a imagem adequada em arquivos de notícias de TV?

É importante enfatizar que a busca nos arquivos de notícias televisivas demandam: a) planejamento, b) observação, c) indexação/classificação, d) registro, e) edição e f) análise do conteúdo. A elaboração de ferramentas automatizadas ou amigáveis de recuperação e busca de vídeos para o jornalismo investigativo orientado a dados pode, algumas vezes, ser um processo demorado e caro nos arquivos de notícias televisivas. Jornalistas investigativos tendem a demandar a localização de imagens específicas em curto prazo, e isso significa que eles confiam plenamente nas descrições detalhadas dos catálogos. Além do mais, a introdução da tecnologia digital na produção de notícias alterou o papel do jornalista, que agora assume tarefas de edição, incluindo a localização de material bibliográfico e a produção de material para uma crescente variedade de canais e plataformas.

Espera-se que os usuários possam melhor explorar as ferramentas de pesquisa. Argumentamos aqui que o processo poderá ser aprimorado com a inclusão de imagens nos registros dos catálogos. Ainda há uma compreensão limitada entre usuários sobre as estratégias de busca avançada. Cada vez mais, a falta de conhecimento sobre uma coleção em particular ou convenções de catalogação podem impactar negativamente no sucesso da busca entre os usuários.

Mecanismos de busca manuais ou automáticos são essenciais para o jornalismo sensível ao tempo. O processo demanda um acesso rápido, amigável e eficiente aos imensos arquivos de notícias televisivas como parte das atuais estratégias investigativas que podem criar novas histórias, mais fáceis de entender e de serem lembradas. Portanto, a fim de aprimorar as investigações jornalísticas, arquivos audiovisuais devem incluir não somente o material tradicional das transmissões de TV e as histórias fechadas mas também a cobertura ao-vivo, o material bruto e uma ampla escala de documentos descritivos. Metadados apropriados asseguram que jornalistas ou pesquisadores possam encontrar identificações mais eficientes e confiáveis de notícias relevantes em vídeo.

Outra importante ferramenta de busca digital para ser usada nos arquivos de notícias televisivas como uma fonte relevante de *Big Data* são os sistemas de reconhecimento facial. Eles consistem de uma aplicação computacional de identificação e verificação automática de uma pessoa em uma imagem digital ou em um *frame* do vídeo em um grande banco de dados audiovisual. Uma das maneiras de se encontrar pessoas não-indexadas, por exemplo, é comparando características faciais de uma imagem selecionada com banco de dados faciais. Esse recurso é tipicamente utilizado em sistemas de segurança e pode ser comparado a outras características biométricas como impressões digitais ou sistemas de reconhecimento de iris. As câmeras televisivas ou de vigilância capturam uma imagem e o sistema a converte em uma matriz de características faciais. A partir dessa matriz, a imagem original não será necessariamente observada ou identificada por uma pessoa. Assim que a câmera captura um rosto, por exemplo, ela imediatamente converte a imagem em um conjunto de algoritmos ou códigos computacionais, representando as características faciais de uma pessoa em particular. O rosto de cada um de nós é diferente, então 6 bilhões de pessoas no mundo possuem 6 bilhões de tipos de matrizes. Haveria, portanto, diferentes combinações para diferentes pessoas. O algoritmo leva somente 125 milissegundos para realizar a pesquisa nas matrizes. É possível também ter múltiplas imagens da mesma cena ao mesmo tempo<sup>23</sup>.

Isso é uma ferramenta investigativa extraordinária, desafiadora e bastante útil para o jornalismo de dados na era digital. No passado recente, a pesquisa por rostos não-indexados em grandes bancos de dados visuais, como os arquivos de notícias televisivas, eram procedimentos custosos, trabalhosos e demorados. Além disso, jornalistas podem agora utilizar ferramentas de pesquisa audiovisuais mais específicas, tais como vocabulário controlado, *visual thesauri*, miniaturas em vídeo e *skimming* videos, que se tornaram recursos comuns em grandes bancos de dados audiovisuais.

A vantagem de um processo automático confiá-

vel é a sua capacidade de fornecer maneiras menos subjetivas de acesso à informação visual. Tais sistemas podem também ser utilizados quando o usuário quiser recuperar objetos que não foram originalmente indexados, e isso praticamente em tempo real. O processamento de imagens, o reconhecimento de imagens e a indexação em produção pode aprimorar e acelerar esse processo. A indexação com novas descrições, tais como palavras-chave, imagens e sons comprovaram ser cruciais para o jornalismo.

Apesar dos potenciais problemas e dificuldades técnicas e legais, a pesquisa por metadados audiovisuais específicos, com tecnologia multimídia em grandes arquivos audiovisuais, tende a produzir investigações de notícias ainda mais relevantes e profundas.

A tabela 1 apresenta uma descrição dos tipos de conteúdo audiovisual que estão disponíveis nos arquivos de notícias televisivas:

	Programas	Notícias	Material de estoque	Material bruto
Descrição	Boletins de notícias completos gravados tal como foram ao ar.	Notícias únicas ou componentes pré-editados de boletins de notícias.	Sequências selecionadas do material bruto e editadas em sequências reutilizáveis.	Sequências que foram gravadas para uma reportagem particular, possivelmente gravadas em fita ou no formato digital.
Estilo de catalogação	Muito sucintas ou inexistentes.	Detalhadas, incluem descrições de imagens e contexto.	Descrição detalhada de imagens e do contexto, se relevante.	Geralmente não catalogadas. Podem ser mantidas em sua integridade se estiverem relacionadas com um evento histórico maior.
Usos	Fornecer um registro histórico e exemplo de estilos de produção e de técnicas. Não é adequado para o reuso genérico.	Pode ser reutilizado em relação à história original ou em outros contextos, mas pode ser limitado devido à curta duração.	Muito versátil, pode ser utilizado em uma variedade de gêneros. Fornece cenas de maior duração e variedade do que as notícias.	Formatos longos de documentários e programas.

Fonte: <http://researcharchive.vuw.ac.nz/xmlui/bitstream/handle/10063/2235/thesis.pdf?sequence=2>

A fim de reforçar a importância e a relevância do jornalismo de dados nos arquivos de notícias televisivas é de suma importância recuperar eventos históricos recentes e paradigmáticos que confirmam a importância do uso de grandes bancos de dados como uma fonte adequada de jornalismo investigativo:

## Presidente Clinton e a estagiária Monica Lewinski



Foto 1: nessa imagem arquivada, retirada de um vídeo, Monica Lewinsky abraça o presidente Clinton no momento em que ele é saudado por simpatizantes em uma comemoração na Casa Branca em Washington, em 6 de novembro de 1996. Um relatório do advogado Robert Ray concluiu, em 2002, que promotores tinham amplas evidências de acusações criminais contra o presidente Clinton no escândalo envolvendo a então estagiária da Casa Branca Monica Lewinsky (AP Photo/APTN, arquivo).

O então chamado escândalo Lewinsky foi uma notícia sobre sexo e política que surgiu em 1998, a partir de uma suposta relação privada entre o presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton, e uma estagiária de 22 anos da Casa Branca, Monica Lewinsky. Naquele período, uma extensiva investigação jornalística em arquivos audiovisuais de notícias usando ferramentas automatizadas de reconhecimento facial levaram à descoberta das primeiras imagens de ambos – o presidente Clinton e Monica Lewinsky – encontrando-se e conversando juntos durante um evento nos jardins da Casa Branca.

Esse foi considerado um exemplo do potencial uso de imensos arquivos de notícias televisivas juntamente com ferramentas automáticas de busca a fim de esclarecer estágios iniciais de investigações jornalísticas e judiciais. Monica Lewinsky, como era uma estagiária que trabalhava na Casa Branca, não tinha uma indexação nominal específica (seu nome não havia sido adicionado em qualquer descrição visual) em arquivos de notícias de televisão e, dessa maneira, ela não poderia ser encontrada usando tradicionais ferramentas de busca nominal. A referência cruzada visual com o “indexado” presidente Clinton demonstra o potencial dos arquivos de notícias televisivas como uma fonte de *Big Data* para futuras investigações.

<sup>23</sup> <http://animetrics.com/technology/frapplications.html/>

## Identificação dos sequestradores do atentado de 11 de setembro



Foto 2: Os terroristas do atentado de 11 de Setembro foram identificados por câmeras de vigilância em várias cidades nos dias que sucederam os ataques. O sequestrador Hani Hanjour, que pilotou o voo 77 da American Airlines até o Pentágono, é mostrado num vídeo produzido por uma câmera de vigilância passando pela segurança no aeroporto internacional de Dulles, na manhã dos ataques. (AP Photo/Portland Police Department). Fonte: NewsComAu

Os ataques de 11 de Setembro foram uma série de atentados terroristas coordenados pelo grupo islâmico al-Qaeda contra os Estados Unidos nas cidades de Nova Iorque e na região metropolitana de Washington, em uma terça-feira, 11 de Setembro de 2001. No total, 2.996 pessoas morreram nos ataques, incluindo os 227 civis e os 19 sequestradores a bordo de quatro aviões. Foi também o incidente mais fatal envolvendo bombeiros e policiais na história dos Estados Unidos, respectivamente, com 343 e 72 mortes.

Os sequestradores Mohammed Atta e Abdulaziz al-Omari passaram pela segurança no Aeroporto Internacional de Portland, no Maine. Eles embarcaram em um voo para o Aeroporto Internacional de Logan, em Boston, onde pegaram a conexão para Los Angeles no voo 11 da American Airlines. Durante 90 minutos seguintes, 17 outros sequestradores passaram pelos controles de segurança nos aeroportos de Logan, Newark e Dulles. Todos, presumidamente, portanto facas, estiletes ou outras armas ocultas no próprio corpo ou na bagagem de mão. Embora oito tenham sido aleatoriamente selecionados para inspeção adicional e um agente no portão tenha sinalizado dois como suspeitos, nenhum deles foi barrado ao embarcar nos voos.

Em poucos minutos após os ataques, o FBI (*Federal Bureau of Investigation*) abriu a maior inves-

tigação na história dos Estados Unidos. Os suspeitos foram identificados em 72 horas. Em 27 de setembro de 2001, o FBI liberou as fotos de 19 sequestradores, junto com informações sobre suas possíveis nacionalidades e apelidos.

## Bombas em Londres, 2005.



Foto 3: Os quatro terroristas capturados em CCTV na estação Luton às 07:21 da manhã no dia 07 de julho de 2005. Da esquerda para a direita: Hasib Hussain, Germaine Lindsay, Mohammad Sidique Khan e Shehzad Tanweer.

As explosões por bomba de 7 de julho de 2005 em Londres (também chamadas de 7/7) foram uma série de ataques suicidas coordenados na região central de Londres, que teve civis como alvo, usando o sistema de transporte público durante o horário de pico da manhã. Os quatro terroristas e 52 civis foram mortos e mais de 700 outros foram feridos no pior incidente terrorista do Reino Unido desde o atentado de 1988 de Lockerbie, bem como o primeiro ataque suicida ocorrido até então.

Uma imagem de câmera de vigilância mostrou três dos quatro homens supostamente responsáveis pelas explosões de 7 de julho em Londres - Mohammad Sidique Khan, Germaine Lindsay e Shehzad Tanweer - entrando na estação Luton, quando, acredita-se, faziam uma viagem de reconhecimento. Esse também é um importante exemplo de como as ferramentas automáticas de pesquisa e reconhecimento de rostos podem aprimorar o jornalismo de dados em grandes bancos de imagem de vigilância. Nesse caso em particular, o *software* trabalhou capturando um quadro de uma transmissão ao vivo para então focalizar no rosto, utilizando a distância entre os olhos como referência. Em seguida, um algoritmo utilizou as texturas e padrões únicos de cada rosto, cruzando a referência do quadro capturado, a uma taxa de milhões de comparações por segundo, com

um relevante banco de dados visual que também foi processado pelo *software*.

Esse tipo de ferramenta de pesquisa é especialmente projetada para garantir que o sistema possa trabalhar mais rapidamente e de maneira mais confiável. Quando pesquisadores orientados a dados usam sistemas e aplicações específicas, eles tendem a realizar uma tarefa com máxima eficiência e velocidade. Isso é um recurso essencial em muitas investigações jornalísticas e tais sistemas de pesquisa podem ser usados não somente em investigações de longo prazo mas também em boletins diários de notícias. Em alguns dos *softwares* mais atuais e específicos de busca automatizada, o *output* visual pode ser obtido em frações de milissegundos<sup>24</sup>.

Outro recurso de uso dos arquivos de notícias televisivas para o jornalismo de dados que pode estar acessível a jornalistas durante os deslocamentos do trabalho diário é o envio de trechos de imagens em movimento para o repórter, que pode ocorrer via e-mail ou mensagens instantâneas, eventualmente disponibilizados por telefones celulares equipados com conexão de internet de banda larga, iPods ou *smartphones*.

Portanto, a internet se torna uma plataforma nova e desafiadora para a pesquisa e investigação de arquivos de notícias televisivas *online* não somente para jornalistas investigativos ou pesquisadores, mas também para repórteres ativos. Além disso, o desenvolvimento de interfaces para sistemas multimídia pode também ampliar o papel dos arquivos digitais de notícias ao endereçar questões como eficiência, credibilidade, transparência e ética no jornalismo.

## 12. QUESTÕES SOBRE DIREITOS AUTORAIS

Um dos problemas mais delicados sobre o uso dos arquivos de TV para jornalismo de dados está relacionado aos direitos autorais. Apesar de sua importância como fonte de informação histórica, os noticiários em muitos países, tais como os Estados Unidos, são produzidos por empresas privadas de

24 <http://animetrics.com/technology/frapplications.html/>

televisão. Ao contrário do acesso a documentos armazenados em bibliotecas públicas, por exemplo, o acesso a conteúdos em arquivos de notícias é restrito a usos comerciais.

Mas o principal desafio consiste em criar um arquivo de notícias televisivas amplo, legal e acessível. Isso requer a avaliação de potencialidades e fraquezas dos atuais e futuros modos de acesso. Questões como os modelos administrativos atuais (público *versus* privado), leis de direitos autorais, custos financeiros, arquivos não-lucrativos ou informações de “gravações em off” precisam ser considerados e desenvolvidos.

Há também a necessidade de se considerar as notícias televisivas como parte de uma “exceção” aos parâmetros de direitos autorais de acesso para pesquisas acadêmicas. De acordo com as políticas de propriedade de direitos autorais da Universidade da Califórnia, “a criação de trabalhos autorais é uma das maneiras da universidade cumprir sua missão para contribuir para o conhecimento público. A universidade encoraja a criação de trabalhos originais de autoria e a expressão livre e a troca de ideias<sup>25</sup>”. Em termos de notícias televisivas, “deve haver uma exceção para permitir bibliotecas e arquivos transmitirem, eletronicamente, cópias em vídeo de noticiários por *streaming* e tecnologias similares para outras bibliotecas e arquivos elegíveis para propósitos de estudo privado, bolsas de estudo ou pesquisa sob certas condições e após um período razoável que a transmissão original tenha ocorrido.<sup>26</sup>”

Sob condições legais de uso dos direitos autorais, instituições como o arquivo de notícias *Vanderbilt* e arquivos similares no mundo poderiam legalmente gravar transmissões e emprestar cópias para pesqui-

25 Texto original: “The creation of copyrighted works is one of the ways the University fulfills its mission of contributing to the body of knowledge for the public good. The University encourages the creation of original works of authorship and the free expression and exchange of ideas.” Fonte: <http://www.universityofcalifornia.edu/copyright/systemwide/pcoi.html>

26 Texto original: “there should be an exemption to allow libraries and archives to transmit view-only copies of television news programs electronically by streaming and similar technologies to other eligible libraries and archives for purposes of private study, scholarship, or research under certain conditions, and after a reasonable period has passed since the original transmission”. Fonte: idem

sas externas, mas não deveriam fornecer aos usuários permissões para fazer qualquer coisa além de ver a cópia. Isso é considerado um uso legal e, ao mesmo tempo, um tópico crucial, considerando os programas televisivos como documentos históricos. Nesse contexto, a Universidade da Califórnia de Los Angeles promove uma abordagem nova e criativa às questões de direitos autorais. Eles a chamam de “Fair Use” ou “transformabilidade” (*transformativeness*)<sup>27</sup>. O propósito e a característica do uso, a natureza do trabalho autoral, a quantidade e a substancialidade do trecho utilizado e o efeito do uso no mercado ou o valor do trabalho autoral pode ser negociado entre as partes interessadas. Mas, a questão mais importante, é a garantia do acesso aberto geral para visualização de arquivos televisivos para jornalistas e pesquisadores acadêmicos.

### 13. REFLEXÕES CONCLUSIVAS

Praticamente cada aspecto do jornalismo atual está enfrentando uma difícil transição e, ao mesmo tempo, sendo constantemente desafiado pela crítica contundente e, algumas vezes, feroz. Exige-se que o jornalismo seja mais eficiente, relevante e transparente nos seus objetivos e métodos investigativos. Novas promessas e demandas emergem da crescente disponibilidade de fontes alternativas de investigação e técnicas como o *Big Data*, os códigos computacionais, os algoritmos e os grandes repositórios audiovisuais *online*.

Mas a pressão para produzir e difundir notícias rapidamente, de maneira barata e eficiente não deve levar ao sacrifício da busca pela verdade, excelência e independência. A checagem dos fatos foi, um dia, uma função crítica que garantia a precisão das reportagens. Ela sofreu na era dos cortes e reduções de equipes. É vital restaurar a checagem rigorosa dos fatos e, desse modo, a qualidade das notícias em vídeo e em todos os formatos. Isso pode significar o revigoramento dos processos de coleta de notícias usando *crowdsourcing* e outras abordagens criativas para ampliar o engajamento

27 [http://www.crl.edu/sites/default/files/follow\\_up\\_material/2013%20RT%20News%20-%20UCLA%20Broadcast%20News%20-%20Farb%20Grappone.pdf](http://www.crl.edu/sites/default/files/follow_up_material/2013%20RT%20News%20-%20UCLA%20Broadcast%20News%20-%20Farb%20Grappone.pdf)

do público e diversificar as fontes de notícias, incluindo tanto o arquivamento formal gerenciado por instituições quanto os repositórios quase-públicos como o YouTube, que hoje abriga coleções massivas de vídeos produzidos por “repórteres-cidadãos” bem como contribuições substanciais de jornalistas profissionais e órgãos de notícias.

Este estudo tentou mostrar o potencial e estimular o jornalismo de dados destacando um dos mais importantes, mas, infelizmente, um dos mais subestimados e subutilizados de seus recursos: os arquivos de notícias televisivas. Mas, a fim de alcançar essa potencialidade, é imperativo garantir o acesso livre, transparente e direto a essas coleções, combinado-as com o desenvolvimento de novos e mais eficientes códigos computacionais, algoritmos e ferramentas digitais de pesquisa. A expansão dos direitos de acesso a esses documentos de notícias em vídeo é essencial para o uso de coleções de notícias televisivas enquanto relevante repositório de *Big Data*. Como foi indicado neste estudo, os arquivos de televisão são uma fonte principal e primária de documentos históricos que devem permitir o acesso a jornalistas, educadores, pesquisadores, estudantes e ao público em geral.

Como parte de nossa avaliação final, recomendamos algumas estratégias que devem melhorar o acesso aos arquivos de notícias televisivas para jornalistas, pesquisadores e para o público em geral. É fundamental disponibilizar instituições públicas conectadas em rede para arquivamento de bancos de dados. Para facilitar a visualização, é também importante criar possibilidades de acesso remoto a coleções digitais. Considerando a reprodução de noticiários, deve haver uma disposição para se alcançar um acordo entre as empresas de TV, a ciência, as instituições culturais privadas e públicas para aprimorar a disponibilidade de arquivos de boletins de notícias televisivas. Para o usuário final, é necessário aumentar a segurança jurídica no uso para a investigação jornalística, a pesquisa acadêmica, a educação e outros trabalhos sociais e culturais sem fins lucrativos.

Dentre as alternativas disponíveis para superar os problemas atuais sobre os arquivos de notícias televi-

sivas em várias partes do mundo, podemos considerar o uso de redes de vídeos digitais. Num futuro próximo, podemos vislumbrar que a construção de uma rede global de múltiplas fontes de arquivos de notícias em vídeo pode também se tornar um importante recurso para garantir investigações jornalísticas mais profundas em diferentes países. Novas tecnologias digitais sob o controle internacional podem garantir armazenamento em vídeo gratuito e acesso livre aos noticiários televisivos. Essas medidas podem garantir mais autenticidade, precisão e valor para o aprofundamento do jornalismo investigativo audiovisual.

Há também uma tendência em direção a um consenso social sobre a importância do arquivamento de notícias televisivas em coleções *online* de vídeos para diferentes propósitos jornalísticos, históricos e educacionais. Mas, à medida que essas novas práticas e técnicas evoluem, é essencial manter um comprometimento vigoroso com o papel central do jornalismo para a democracia. Arquivos de notícias televisivas como uma fonte de *Big Data* são ainda subexplorados e subutilizados e eles não devem ser obstruídos, ter acesso limitado ou mesmo serem “secretos”. Eles são importantes recursos para produzir histórias jornalísticas que irão engajar cidadãos a esclarecer, analisar e interpretar seu passado.

É importante garantir o livre acesso aos arquivos de notícias televisivas não somente como uma nova e importante fonte de *Big Data* para o jornalismo investigativo. Mas, esse acesso é também relevante para o cidadão engajado, a fim de que ele compreenda o mundo contemporâneo, os meandros da governança democrática e a produção de notícias pela mídia.

Essas implicações são atrativas não somente para os repórteres profissionais ou historiadores, mas para educadores do jornalismo televisivo que podem incorporar essas novas abordagens em seus treinamentos para a nova geração de jornalistas. Além disso, a colaboração próxima entre jornalistas, arquivistas de informações e dados e pesquisadores irá ajudar no avanço de uma nova geração de arquivos de notícias em vídeo com uma qualidade e acessibilidade mais intensa na era digital.

Pesquisas futuras são necessárias para determinar a extensão na qual esses desenvolvimentos caracterizam as organizações e empresas de notícias ao redor do mundo. Com o apoio de políticas públicas, bibliotecas digitais nacionais e internacionais, sob a coordenação de instituições acadêmicas como as universidades, podem patrocinar um site semelhante ao YouTube para o armazenamento e a disseminação de noticiários e outros programas relevantes de diferentes países. A internet e as novas tecnologias digitais oferecem a oportunidade de reforçar a tradição de liberdade de expressão e de informação que são vitais para o desenvolvimento social, econômico, cultural e político. Novas tecnologias podem e devem ser usadas para ampliar o direito de todos de se expressar, procurar, receber ou transmitir informações e ideias para o benefício tanto do indivíduo quanto da sociedade.

Para preservar e garantir o livre acesso aos arquivos de notícias televisivas no mundo, é necessário um grande compromisso por parte das instituições internacionais, governos, redes de televisão, jornalistas e especialmente do público em geral. Como afirma Robert Leigh, “bibliotecas de todos os tipos durante os séculos de sua existência tiveram um objetivo comum – tão normalmente aceito que raramente se torna explícito. A conservação e a organização dos recursos mundiais do pensamento registrado e o fato de os tornarem disponíveis para usuários presentes e futuros.”<sup>28</sup> (Leigh, 1950)

Não cuidar dos telejornais e demais boletins de notícias televisivas, esses documentos históricos extraordinários e comuns, é abandonar nossa obrigação como cidadãos engajados que os valoriza como uma parte significativa da herança cultural e social do mundo. O que você ou nós venhamos a fazer, será julgado pela posteridade. As dificuldades ou a total falta de acesso geral e livre aos arquivos de notícias de televisão não é somente um risco ou uma limitação para os jornalistas investigativos ou pesquisadores acadêmicos do presente. Trata-se de uma

28 Texto original: “Libraries of all kinds during the centuries of their existence have had a common objective—one so generally accepted that it is seldom made explicit. It is the conservation and organization of the world’s resources of recorded thought and fact so as to make them available for present and future users”

barreira séria para aqueles responsáveis por escrever a história do futuro.

## REFERÊNCIAS

ABRAMSON, Jill. Journalism in a 24/7, Mobile, Twitter World.” Keynote address at the 2014 annual convention of the Association for Journalism and Mass Communication Education, Montreal, Canada, 2014.

AGIRREAZALDEGI, Teresa. Audiovisual documentation in the preparation of news for television news programs, *Aslib Proceedings*, Vol. 60, No. 1. pp. 47-54, 2008

AULETTA, Ken. <http://www.newyorker.com/online/blogs/currency/2014/05/why-jill-abramson-was-fired-part-three.html> Retrieved 21 May 2014.

BARONE, Antonio Fernando C. Memória. In: MARCONDES FILHO, Ciro. (ed.). *Dicionário de Comunicação* Sao Paulo: Paulus, 2009.

BRASIL, Antonio. For free access to the archives of news. Press information, n. . 695, May 22, 2012 Available in: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed695\\_pelo\\_livre\\_acesso\\_aos\\_arquivos\\_de\\_telejornais](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed695_pelo_livre_acesso_aos_arquivos_de_telejornais)>. Access: 2 July 2012.

BRASIL, Antonio; FRAZÃO, Samira. Reflexões sobre o Acesso aos Arquivos de telejornais brasileiros. *Famecos*. V. 17, n. 28. 2012.

CALDERA-SERRANO, J. Changes in the management of information in audio-visual archives following digitization: Current and future outlook. *Journal of Librarianship and Information Science*, 40(1), 13–20, 2008.

CENTRE Documentation of TV Globo (CEDOC) ‘guard’ Brazilian history. . Globo, May 22, 2012 Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/globo-cidadania/balanco-social-2011/noticia/2012/05/centro-de-documentacao-da-globo-cedoc-guarda-historia-brasileira.html>>. Accessed on 16 June 2012.

CODE. <http://code.org/> Retrieved 21 May 2014.

CODEACADEMY. [codeacademy.com](http://codeacademy.com) Retrieved 22 May 2014.

DERRIDA, Jacques. *Mal d’Archive*. Paris: Galillé, 1995

DERVIN, B. From the mind’s eye of the user: The sense-making qualitative-quantitative methodology. In: GLAZIER, J.D; POWELL, R. R. (org.). *Qualitative Research Information Management*. Englewood, CO: Libraries Unlimited, 1992.

DUTTON, William H. *The Fifth Estate Emerging through the Network of Networks*. Prometheus 27: 1-15, 2009.

EAGLE, Kathleen. “Digital Archiving Practices in Audiovisual Archives: An Exploration of the Use of Media Asset Management Systems in Television Broadcasting Organizations.”, 2012. <http://researcharchive.vuw.ac.nz/xmlui/handle/10063/2235> Retrieved August 18, 2014.

EDMONDSON, R. *Audiovisual Archiving: Philosophy and Principles*, 2004.

FAVIER, Jean. *Les archives*. Paris, PUF, 1959, In-16, Collection Qui Sai Je? N.805

FERRAREZI, Ludmila; ROMÃO, Lucilia Maria Sousa. File, document and memory in the discursive conception. A. *Elect. Bibliotecon. Ci Inf*, Florianópolis, n. 24, p. 152-171, 2nd sem.2007.

FOUCAULT, Michel. *L’Archéologie du savoir*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des Sciences humaines » , 1969

FULLER, Jack. *News Values: Ideas for an Information Age*. The University of Chicago Press, 1996.

GALLUP. <http://www.gallup.com/poll/164459/trust-media-recovers-slightly-time-low.aspx> Retrieved 21 May 2014.

GREENWALD, Glenn. The Guardian. <http://www.theguardian.com/commentisfree/series/glenn-greenwald-security-liberty+world/the-nsa-files> Retrieved 21 May 2014.

HECHT, A. Verborgene Schätze? Fernseharchive und ihre Zugänglichkeit im europäischen Vergleich’(Hidden treasures”) Television archives and their accessibility in a European comparison), *Medien & Zeit* 20(3):17-21, 2005

HOOG, Emmanuel. L’INA, PUF, Paris, 2006.

L’Institut National de l’audiovisuel: Free Content and Rights Licensing the Complementary-tary Strategies. Strategic Content Alliance. Available at: <[http://sca.jiscinvolve.org/wp/files/2009/07/sca\\_bms\\_casestudy\\_ina.pdf](http://sca.jiscinvolve.org/wp/files/2009/07/sca_bms_casestudy_ina.pdf)>. Access: 4 July 2012

LEIGH, Robert D. *The Public Library in the United States*, 1950.

JOST, François. “Écrire l’histoire culturelle avec les archives télévisuelles”, in *Archives: les enjeux de la mémoire audiovisuelle*. Les nouveaux dossiers de l’audiovisuel n. 6, Paris, INA, 2005.

KOVACH, Bill; ROSENTIEL, Tom. *The Elements of Journalism*. Crown Publishers, 2013.

KRAMP, L. Gedächtnismachine Fernsehen. Band 2: Problem unPotenziale der Fernseherbe-Verwaltung in Deutschland und Nordamerika (Television, the memory machine Vol 2: Problems and potentials of television heritage management). Berlin: Akademie, 2011

KRAMP, L. Media Studies without Memory? Institutional, Economic and Legal Issues of Accessing Television Heritage in the Digital Age, retrieved from Media Practice and Everyday Agency in Europe, retrieved in Oct. 13, 2014.

LAUWERS, M. (Ed.). *Changing Roles: Media Management in the Digital Era*, 2004.

LAPOWSKI, Issie (22 May 2014). “The Startup That’s Bringing Coding to the World’s Classrooms.” *Wired*. <http://www.wired.com/2014/05/codecademy/> Retrieved 22 May 2014.

MCGUIRE, Kathleen, “History of Television Archive”, [http://besser.tsoa.nyu.edu/howard/Papers/tv\\_archive.pdf](http://besser.tsoa.nyu.edu/howard/Papers/tv_archive.pdf), 2008, retrieved , 15 Oct, 2014.

MANZINI, EJ semi-structured interview: analysis objectives and roadmaps. In: International Seminar on Qualitative Research and Studies, 2, Qualitative research in debate. A-tional ... Bauru: SIPEQ 2004

MONTEIRO, Silvana Drumond; CARELLI, Ana Esmeralda. Cyberspace, memory and forgot ment. ENANCIB VIII - National Meeting on Research in Information Science, may. . Available in 2007.

MEYER, Philip. *Precision Journalism: A Reporter’s Guide to Social Science Methods*. Rowman & Littlefield, 1971.

NG, Y.; RUBIN, N.; VAN MALSSSEN, K. , Strategies for Sustainable Preservation of Born Digital Public Television. 2010.

NYTimes. <http://www.nytimes.com/2014/05/22/upshot/more-hispanics-declaring-themselves-white.html?rref=upshot> Retrieved 21 May 2014.

OLDENHAGEN, K. in Media Practice and Everyday Agency in Europe [http://www.researchingcommunication.eu/book9chapters/C17\\_Kramp1314.pdf](http://www.researchingcommunication.eu/book9chapters/C17_Kramp1314.pdf)

PAVLIK, John. *Journalism and New Media*. Columbia University Press, 2001.

PAVLIK, John. *Media in the Digital Era*, Columbia University Press, 2008.

PEW. <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/05/05/millions-of-americans-changed-their-racial-or-ethnic-identity-from-one-census-to-the-next/> Retrieved 21 May 2014.

RICOEUR, Paul, *La mémoire, l’histoire, l’oubli*, Paris, Seuil, 2000.

Society of Professional Journalists. <http://www.spj.org/shieldlaw.asp> Retrieved 22 May 2014.

TURNER, J. M. From ABC to http: The Effervescent Evolution of Indexing for Audiovisual Materials, *Cataloging & Classification Quarterly*, 48(1), 83–93, 2009.

THE GUARDIAN. <http://www.theguardian.com/uk/2011/aug/06/tottenham-riots-protesters-police>

Retrieved 21 May 2014.

UBOIS, J. 'Finding Murphy Brown: How Accessible are Historic Television Broadcasts?'

*Journal of Digital Information* 7(2),2005

UNESCO Recommendation concerning education for international understanding, co-operation and peace and education relating to human rights and fundamental freedoms adopted by the General Conference at its eighteenth session, Paris, 1974; [http://www.unesco.org/education/nfsunesco/pdf/Peace\\_e.pdf](http://www.unesco.org/education/nfsunesco/pdf/Peace_e.pdf) Retrieved 12 Oct 2014

WIGGINS. <http://engineering.columbia.edu/ny-times-taps-prof-wiggins-chief-data-scientist> Retrieved 21 May 2014.

YAKEL, E.; KIM, Jihyun. "Adoption and Diffusion of Encoded Archival Description (EAD)," *Journal of the American Society for Information Science and Technology* (56/13), 2005.

- 52 YEE, M. M. *Moving Image Cataloging: How to Create and How to Use a Moving Image Catalog. Third millennium cataloguing.* Westport, Conn: Libraries Unlimited, 2007.

**Recebido em 02 de dezembro de 2015.**

**Aprovado em 12 de março de 2016.**



## Seth C. Lewis

Professor da Escola de Jornalismo e Comunicação da Universidade de Oregon – Estados Unidos.

## Oscar Westlund

Professor do Departamento de Jornalismo, Mídia e Comunicação da Universidade de Gothenburg, Suécia.



# Atores, Actantes, Audiências e Atividades no Trabalho Jornalístico Crossmídia

## Resumo

No jornalismo contemporâneo, há uma necessidade de conceituar melhor a mudança na natureza de atores humanos, actantes não-humanos tecnológicos e as diversas representações das audiências – e as atividades de produção, distribuição e interpretação das notícias nas quais atores, actantes e públicos estão inter-relacionadas. Este artigo explica cada um desses elementos no contexto do trabalho jornalístico crossmídia, com uma perspectiva de dar igual ênfase ao editorial, ao mercado e à tecnologia como locais-chave para estudar as influências organizacionais que moldam o jornalismo. Argumentamos pelo desenvolvimento de uma ênfase sociotécnica para o estudo da produção institucional de notícias: uma estrutura holística no sentido de conduzir pesquisas sobre todos o espectro de atores, actantes e audiências envolvidos em atividades jornalísticas crossmídia. Esta ênfase aborda duas lacunas na literatura sobre jornalismo: uma relativa negligência sobre a interação entre os humanos e a tecnologia, ou dos modos manuais e computacionais de orientação e operação, e a interação entre editorial, mercado e tecnologias nas organizações jornalísticas. A contribuição última do artigo é uma matriz do trabalho jornalístico crossmídia que ilustre as interligações entre os quatro principais elementos e revelar onde permanecem as oportunidades para estudos empíricos.

**Palavras-chave:** trabalho jornalístico crossmídia; mídias digitais; estudos de jornalismo; instituições midiáticas; ênfase sociotécnica; tecnologia.

## Abstract

In contemporary journalism, there is a need for better conceptualizing the changing nature of human actors, nonhuman technological actants, and diverse representations of audiences— and the activities of news production, distribution, and interpretation through which actors, actants, and audiences are inter-related. This article explicates each of these elements—the Four A's—in the context of cross-media news work, a perspective that lends equal emphasis to editorial, business, and technology as key sites for studying the organizational influences shaping journalism. We argue for developing a sociotechnical emphasis for the study of institutional news production: a holistic framework through which to make sense of and conduct research about the full range of actors, actants, and audiences engaged in cross-media news work activities. This emphasis addresses two shortcomings in the journalism studies literature: a relative neglect about (1) the interplay of humans and technology, or manual and computational modes of orientation and operation, and (2) the interplay of editorial, business, and technology in news organizations. This article's ultimate contribution is a cross-media news work matrix that illustrates the interconnections among the Four A's and reveals where opportunities remain for empirical study.

**Keywords:** cross-media news work; digital media; journalism studies; news institutions; sociotechnical emphasis; technology.

Versão de artigo originalmente publicado na revista Digital Journalism, V. 3, N. 1, p. 19-37, 2015, com autorização da editora.

Tradução\_Brenda Moraes

DOSSIÊ  
PRÁTICAS JORNALÍSTICAS

## 1. INTRODUÇÃO

Em meio a difusão das tecnologias de informação digital, o *mediascape* está mudando de diversas maneiras. Talvez a mais visível entre essas mudanças são novas configurações envolvendo atores sociais, actantes tecnológicos, atividades laborais e diferentes tipos de públicos que estão se interligando de modo a confundir os limites entre produção e consumo, domínios profissionais e amadores, de esferas intra ou extraorganizacionais. Assim, a natureza de quem ou o que – sendo um ator humano ou um actante tecnológico – dita a formação e circulação da mensagem e como a formação de opinião acontece em relação a quem (determinados tipos de audiências) pode vir a exigir alguma reflexão.

Particularmente, para o estudo da produção de notícias, e em geral, para o trabalho jornalístico, há uma necessidade acadêmica de enquadramentos teóricos que suportem e representem o caráter de mudança desses elementos e suas interconexões: atores humanos (jornalistas, especialistas em tecnologia e empresários); actantes tecnológicos (algoritmos, redes e sistemas de gerenciamento de conteúdos); e as audiências (associações de diferentes audiências para determinadas plataformas, dispositivos ou aplicativos) – todos potencialmente interligados em atividades que constituem o trabalho jornalístico crossmidiático. O termo *crossmídia* se refere à interação entre múltiplas plataformas de mídia. Quando conjugado com o trabalho jornalístico, este conceito engloba as várias formas de jornalismo dentro de uma estrutura holística – incluindo o lado editorial, assim como atividades tecnológicas e de negócios, o que leve a um quadro mais completo da publicação de notícias em um nível organizacional (Westlund, 2011).

Ao revisar a literatura sobre atores, actantes, audiências e atividades, argumentamos que há falta de uma teoria abrangente que englobe estas dimensões e suas interrelações, no que se diz respeito ao trabalho jornalístico *crossmídia* atualmente. A contribuição deste artigo é explicar estes quatro conceitos, apresentar uma matriz para a visualização dessas relações e propor uma agenda de pesquisa para estudá-los de uma maneira mais holística. Nosso obje-

tivo principal é desenvolver um método heurístico para conceituar a produção e distribuição de notícias – e ainda, a matriz que propomos, também pode ser aplicada nos contextos de criação e circulação midiática, de forma mais geral.

## 2. RUMO A UMA ÊNFASE SOCIOTÉCNICA NOS ESTUDOS DE JORNALISMO

Nas duas últimas décadas, os pesquisadores da área de jornalismo voltaram suas atenções para o papel da tecnologia no trabalho jornalístico (Domingo; Paterson, 2011; Mitchelstein; Boczkowski, 2009; Steensen, 2011). Esta pesquisa basicamente se embasa em teorias e conceitos estabelecidos para explicar de que maneira vários elementos tecnológicos têm sido incorporados (ou são resistidos) pelas culturas profissionais e contextos organizacionais do jornalismo (Lewis, 2012). Estas abordagens ajudam no entendimento do cenário de mudança em relação às características da produção jornalística digital, envolvendo a relação que estes jornalistas têm com as audiências (por exemplo, Singer et al., 2011). Contudo, esta linha de pesquisa tem dado grande ênfase às considerações centradas no elemento humano – tais como concepções em relação ao papel do indivíduo, restrições organizacionais, normas profissionais, cultura ou ideologia nacional, entre outros fatores sócio-culturais – sem reconhecer de forma correta o papel distinto da tecnologia e a tensão inerente entre as abordagens humanas e maquinicas (exceções incluem Anderson, 2013; Boczkowski, 2004). A tensão entre o homem e a tecnologia é melhor entendida como um *continuum* entre modos de orientação manuais e computacionais no trabalho jornalístico *crossmídia* – uma forma de perceber a relativa força gravitacional de cada dimensão em definir a publicação de notícias (Westlund, 2013).

Além disso, esta linha de estudos jornalísticos tem focado bastante, se não exclusivamente, nas faces editoriais das organizações jornalísticas. Com isso, há uma negligência pela literatura relacionada a objetos sociotécnicos e especialistas em tecnologia da informação (exceções são: Ananny, 2013; Nielsen, 2012), especialmente quando estas tecnologias e tec-

nólogos atuam além das fronteiras da organização. Mesmo em estudos recentes realizados por programadores e especialistas tecnológicos, os estudiosos priorizaram a pesquisa relacionada à repercussão editorial, quando comparado a uma leitura mais ampla sobre mudança organizacional (por exemplo, Karlsen; Stavelin, 2014; Lee-Wright, 2008; Parasie; Dagiral, 2013). Esta ênfase é compreensível: os atores editoriais são mais associados à organização do conteúdo midiático e seus impactos sobre as audiências. Entretanto, argumentamos em conjunto com os pesquisadores da área de gestão de mídia que os elementos ligados aos negócios não são menos importantes para o quadro geral da produção institucional de notícias.

É por causa destes pontos-cegos na literatura – que, por um lado, falha em dar respostas mais completas à dinâmica homem-tecnologia, por outro, falha na interrelação organizacional entre o lado editorial, a face dos negócios e a questão tecnológica – que há uma oportunidade para o desenvolvimento da ênfase sociotécnica nos estudos de jornalismo. Esta ênfase não é uma visão determinista que considera que a tecnologia esteja “mudando” o jornalismo; pelo contrário, ao tratar as tecnologias como uma questão-chave de pesquisa, esta abordagem acrescenta um foco sociotécnico à pesquisa socio-cultural na área de jornalismo, ajudando a revelar nuances nas relações entre atores humanos dentro da organização, audiências humanas fora da organização e os actantes não-humanos que intermediam suas relações. Além disso, esta ênfase sociotécnica reconhece a extensão que o jornalismo contemporâneo está tomando, se interligando com ferramentas e processos tecnológicos, assim como maneiras de pensar, conforme as novas lógicas de organização do trabalho nas indústrias de mídia (Deuze, 2007; Lewis, 2012)<sup>1</sup>.

Nosso ponto de partida é esclarecer um conjunto maior de dinâmicas que operam nas intersecções homem-tecnologia e editorial-negócios-tecnologia, de modo a facilitar uma matriz e uma agenda

<sup>1</sup> Notavelmente, ao escolher o enquadramento sociotécnico, reconhecemos e ainda partimos a partir da perspectiva de sistemas sociotécnicos, que é mais apropriado para estudar dinâmicas ao nível de campo (Fortunati; Sarrica, 2010).

de pesquisa sobre o trabalho jornalístico *crossmídia*. Apresentaremos isso por meio da explicação dos conceitos de atores, actantes, audiências e atividades, explicando em cada caso o que sabemos sobre a bibliografia existente, e depois disso, a maneira como a ênfase sociotécnica pode trazer um novo foco a estes elementos e suas relações.

## 3. ATORES, ACTANTES, AUDIÊNCIAS E ATIVIDADES

### 3.1. Atores

Os seres humanos têm um papel fundamental para a configuração da mídia. Sociólogos têm enfatizado a construção social da tecnologia e a agência do usuário ao avaliar o “impacto” de ferramentas (Boczkowski, 2004; Pinch; Bijker, 1984). No entanto, pesquisadores da área de comunicação e tecnologia concluíram que, fora o determinismo tecnológico que “podemos ter ‘sobrecorrigido’” (Neff et al., 2012, p. 300) completamente, privilegia-se o poder humano, a ponto de não conseguir explicar o óbvio da vida midiática contemporânea: “há momentos e lugares quando e onde não estamos totalmente no controle de nossas *machinescapes*” (Neff et al., 2012, p. 312). Neff e seus colegas sugerem que o resultado é reconhecer a “agência técnica,” não na atribuição de consciência à tecnologia, mas reconhecendo as limitações que os seres humanos podem enfrentar em trabalhar dentro de sistemas técnicos de crescente complexidade e ubiquidade.

Como isso pode se aplicar a um estudo dos seres humanos que trabalham com notícias *crossmídia*? Por um lado, os jornalistas há muito têm trabalhado tanto com as máquinas (tecnologia) quanto com os operadores de máquinas (técnicas) para fazer jornalismo: de litografias à tipografia para diagramação do jornal, dos primórdios do jornalismo on-line aos sistemas de gerenciamento de conteúdo. Não há nada inerentemente novo sobre o que o Powers (2012, p. 25) chama de “formas tecnologicamente específicas de trabalho” – formas de noticiar que estão intimamente ligadas às tecnologias que lhes são associadas. O que é importante reconhecer, no entanto, é que tais formas de trabalho, desde o fotojornalismo de

58 outrora ao “jornalismo de programação” de hoje em dia, realizam-se certas suposições sobre suas legitimidades jornalísticas. Na medida em que uma prática noticiosa está nitidamente ligada a um *affordance* técnico, ela pode lutar, pelo menos numa fase inicial, para ser reconhecida como jornalismo (Powers, 2012) “real”, ou simplesmente “normal”. Talvez os jornalistas criem formas tecnicamente capacitadas de jornalismo por causa de sua convicção de que reportar – um esforço mais humano – é central para seu ofício profissional (Anderson, 2013). De fato, historicamente, o amplo trabalho de publicar notícias – o trabalho editorial centrado no conteúdo – tem uma orientação manual: jornalistas e editores manipularam ferramentas comparativamente “estúpidas” na fabricação de informações jornalísticas. A digitalização, no entanto, trouxe consigo uma variedade de formas de trabalho tecnicamente específicas, tais como curadoria de mídia social e agregação de conteúdo on-line, bem como algoritmos “inteligentes” e processos automatizados que, em alguns casos, podem substituir atividades anteriormente desempenhadas por seres humanos, resultando na emergência do “jornalismo robô” e suas formas de notícias escritas por máquinas (van Dalen, 2012). Enquanto muitos pesquisadores da área de comunicação dirigiram sua atenção para as condições cada vez mais precárias dos trabalhadores das notícias por causa de pressões institucionais e organizacionais, um menor número de pesquisa tem se concentrado diretamente sobre a dimensão homem-tecnologia. Pesquisas futuras poderiam, portanto, investigar como os trabalhadores editoriais estão negociando questões de autoridade, identidade e especialização em relação não só às formas de trabalho tecnologicamente específicas como o “jornalismo de programação” (Lewis; Usher, 2013; Parasie; Dagiral, 2013), mas também com os processos conduzidos por máquinas, assumindo mais responsabilidade pelas funções tradicionalmente associadas ao controle profissional (Bakker de, 2012; Lewis, 2012; Westlund de, 2011).

Além de simplesmente reconhecer a interação entre jornalistas e tecnologia no lado editorial, no entanto, uma ênfase sociotécnica também abordaria os papéis dos outros atores, dentro e fora da organização de notícias. Externos à empresa, existem

vários agentes que desempenham um papel razoavelmente central – de fontes e anunciantes até formuladores de políticas e fornecedores de hardware e software. Aqui queremos nos concentrar em dois grupos sociais situados internamente que, historicamente, têm sido menos visível para os pesquisadores de mídia, mas não menos relevantes nas organizações midiáticas: tecnólogos e pessoas de negócios. É extremamente importante reconhecer esses atores, na teoria e na prática, se quisermos compreender as mudanças contemporâneas na mídia jornalística a partir de uma perspectiva organizacional.

O primeiro grupo de atores são os que incluem especialistas em tecnologia da informação (TI), designers de sistemas, gerentes de projeto, arquitetos da informação, desenvolvedores de produto, e outros técnicos de programação – alguns trabalhando em aplicativos jornalísticos-editoriais, alguns trabalhando em produtos e serviços voltados para negócios e outros que trabalham em departamentos de suporte a sistemas globais de produção e distribuição digital. Olhando para o ângulo editorial em particular, os pesquisadores estão apenas começando a explicar o aumento do jornalismo computacional (Anderson, 2012) e suas diversas manifestações na forma e no conteúdo (Gynnild, 2013), como programadores, hackers e desenvolvedores web desempenham um papel cada vez mais central em novas organizações midiáticas (Lewis; Usher, 2013; Parasie; Dagiral, 2013).

O segundo grupo de atores – as pessoas de negócios – incluiria pessoas ligadas ao marketing, vendedores, gerentes de relacionamento com clientes, analistas especializados em *Big Data* e em comportamento do *target*, e outros relacionados ao ponto-de-partida da empresa crossmídia. Da mesma forma, poderia incluir arranjos híbridos entre negócios e tecnologia, tais como equipes de ciência de dados que analisam padrões de tráfego para ajudar a otimizar o potencial de receita de *paywalls* e aplicativos para celular. Nem os tecnólogos nem as pessoas de negócios têm recebido a devida atenção na literatura sobre adoção e apropriação tecnológica e inovação no jornalismo. Os pesquisadores da área de jornalismo geralmente têm se concentrado nos jornalis-

tas, suas normas e práticas (por exemplo, Domingo e Paterson, 2011). Enquanto isso, os estudiosos de gestão e economia de mídia têm se concentrado nos gestores comerciais (por exemplo, Kung 2008). Os tecnólogos, em ambas as correntes de pesquisa, têm sido quase sempre uma caixa-preta (Latour, 1987) – desconsiderados como objetos-chave de estudo porque estão completamente em segundo plano. Uma oportunidade de pesquisa consiste na costura destes domínios juntos em um estudo mais holístico do trabalho jornalístico crossmídia, reconhecendo a construção social da tecnologia por meio da interação de interesses editoriais, tecnológicos e comerciais, como Nielsen (2012) fez em seu estudo sobre blogs em organizações jornalísticas e Westlund (2011, 2012) demonstrou em suas análises sobre o desenvolvimento de notícias para celular.

Finalmente, esta ênfase sociotécnica também reconheceria as maneiras pelos quais os tecnólogos estão mediando formas crescentes de transversalidade e coordenação entre os lados editoriais e empresariais, por meio do codesenvolvimento de produtos e serviços de informação para múltiplas plataformas. Por exemplo, em que sentido os tecnólogos têm facilitado, se não direcionado, diferentes projetos e resultados, dadas as suas distintas comunidades de práticas, normas culturais e percepções do público como participantes ativos e não como mercadorias ou destinatários relativamente passivos? (Lewis; Usher, 2013; Nielsen, 2012). Além disso, na intersecção desses atores, o que a pesquisas contemporânea poderia revelar sobre formação social da publicidade nativa, *branded content*, e outras experiências em novos fluxos de receita para subscrever o trabalho jornalístico tradicional? Situar os atores humanos em relação aos actantes tecnológicos pode ajudar a fundamentar essa abordagem de pesquisa.

### 3.2. Actantes

O termos “actantes”, por definição, refere-se geralmente a objetos materiais que são reconhecidos por sua associação com atores humanos e as atividades que eles exercem em conjunção com tais objetos. Nós usamos o termo de forma cautelosa, porém proposital. Reconhecemos que, no contexto da Teoria Ator-Rede, uma abordagem sociológica e metodo-

lógica envolvendo associações de rastros (“seguindo os atores para onde eles levem os pesquisadores”, no jargão comum), o termo “actante” pode referir-se a qualquer ator, humano ou não-humano, que esteja envolvido em um sistema em rede sob avaliação. De fato, os adeptos da Teoria Ator-Rede geralmente evitam a maior parte das categorias *a priori*, permitindo que a determinação dos atores/actantes e sua influência relativa na rede surja orgânica e situacionalmente (Couldry, 2008; Plesner, 2009). A Teoria Ator-Rede não elimina distinções entre humanos e não humanos, mas também não privilegia nenhum dos dois ao avaliar a “força” relativa por meio do qual o social ou o tecnológico determina os resultados. Como observa Latour (2005, 71), “nossas perguntas em relação a um actante são simplesmente estas: ele faz diferença no curso da ação ou não?” Assim, nesta discussão sobre actantes tecnológicos em atividades crossmídia no trabalho jornalística, a pergunta seria: um objeto tecnológico, uma interface de programação de aplicativos (API) ou um conjunto de códigos de software faz diferença no curso das atividades de alguns atores ou não?

59 A Teoria Ator-Rede (TAR), então, tem um papel-chave ao destacar a relevância e o papel de atores não humanos. Ainda assim, mesmo quando nos baseamos na TAR, também nos distanciamos dela, articulando uma ênfase sócio-técnica que: 1) reconhece a existência de uma variedade cada vez mais significativa de actantes não-humanos distintos de atores humanos, e aqui definidos como actantes tecnológicos; 2) trata certas categorizações – como jornalismo, tecnologia e negócios, bem como os “Quatro As” – como analiticamente úteis e evidentemente necessárias para o estudo da produção jornalística. Tomamos como ponto de partida o fato de que actantes tecnológicos aqui descritos são inscritos e instruídos por humanos, socialmente construídos de acordo com propósitos jornalísticos, comerciais e tecnológicos dentro de uma organização jornalística. É nesse processo de enquadramento social, por exemplo, que a tecnologia CMS é codificada com valores-notícia em seu DNA, determinando como determinados tipos de conteúdo são selecionados para publicação em plataformas específicas; e a exploração computacional no jornalismo – com o

uso multifacetado de dados, ciências sociais e narrativa — depende mais de um direcionamento humano distinto do que da tecnologia em si (Gynnild, 2013). Tal perspectiva, que toma emprestado mas não se limita à TAR, pode trazer à tona os actantes tecnológicos subjacentes e suas relações em rede com atores humanos — coisas que há muito estavam ausentes na literatura sobre jornalismo e mídia, geralmente mais concentrada em explicações socioculturais (Schmitz Weiss; Domingo, 2010). Esse olhar, por exemplo, traz para o primeiro plano um apreço por novas configurações de *newsware* (Ananny, 2013): redes de actantes tecnológicos como interfaces e algoritmos, bem como as normas e práticas culturais ligadas a elas.

Poucos estudos tentaram compreender o motivo de alguns recursos tecnológicos serem abraçados pelo jornalismo enquanto outros não são (Steensen, 2011). Para compreender o “potencial” e a aplicação de tais recursos no jornalismo, é preciso uma perspectiva mais focada no que os actantes tecnológicos podem facilitar. Colocando isso de outra forma: responder à pergunta de Latour — “Faz alguma diferença?” — torna-se mais difícil quando os estudos de jornalismo ainda não identificaram o “que” (actante) em questão, nem o quadro completo de influências contextuais conectadas à tal suposta diferença. Ainda que exista todo um subconjunto de estudos que se valem da Teoria Ator-Rede para estudar as mudanças jornalísticas (por exemplo, Hemmingway, 2008; Mico’, Masip e Domingo, 2013; Plesner, 2009; Schmitz, Weiss e Domingo 2010; Primo e Sago 2014 e Domingo, Masip, e Costera Meijer, 2014), ainda resta uma oportunidade para melhor explicar o lugar particular dos actantes tecnológicos em todo o conjunto organizacional de jornalistas, pessoas de negócios e tecnólogos.

Além disso, uma perspectiva de pesquisa que coloque os actantes tecnológicos a par dos atores no trabalho jornalístico cross-media aprofundaria nossa compreensão sobre a relativa influência da tecnologia frente aos humanos (Westlund, 2013), seja ela endógena ou exógena à organização jornalística. A dimensão interna é simples de se imaginar: o e-mail (Plesner, 2009), o CMS (Schmitz Weiss e Domingo, 2010) e tecnologias relacionadas que são actantes tec-

nológicos voltando para dentro da perspectiva dos trabalhadores de notícias cross-media. A dimensão externa pode ser compreendida pela crescente variedade de programas de computador projetados para captar e reconfigurar fluxos de informação produzidos por organizações jornalísticas, reapresentando-as para as audiências. Exemplos disso incluem aplicativos para celulares e tablets como Flipboard, Zite e Facebook Paper, executados por formas automatizadas empacotamento personalizado de conteúdo — além de sites especializados em agregação digital, incorporando um híbrido de filtragem e publicação por humanos e actantes, em sites como Techmeme e Mediagazer. Situadas no entremeio da dinâmica interna-externa estão as APIs, que funcionam como interfaces intermediárias que, com a devida permissão, permitem que programadores externos acessem e compilem bases em cima dos recursos de informação de um provedor. No contexto do trabalho jornalístico, os pesquisadores estão apenas começando a descobrir como as APIs podem funcionar como actantes tecnológicos intersticiais, facilitando o gosto pela inovação dos modelos de negócio (Aitamurto e Lewis, 2013) ou pelas relações reconfiguradas com a esfera pública (Ananny 2013). Em última análise, as pesquisas futuras devem reconhecer o significado dos actantes e suas funcionalidades, suas implicações organizacionais e as consequências de seus propósitos e atribuições, internos e externos.

### 3.3. Audiências

A simples noção de “audiência” e a passividade associada ao termo tem sido, desde longa data, um conceito contestado, com “audiências” amplamente imaginadas como receptores mercantilizados ou responsáveis ativos no processo de consumo midiático (Bolin, 2012; Hagen and Wasko, 2000). Napoli (2010) argumenta que nós não estamos vendo o fim das audiências, mas uma evolução de como elas são compreendidas pelas instituições midiáticas. Em um “mercado de audiência pós-exposição”, onde as métricas de exposição da audiência vêm sendo substituídas por estudos mais refinados de preferências, cliques e engajamento de público, as audiências estão sendo racionalizadas por meio de um gigantesco monitoramento de dados (Napoli, 2010) — e, ao

mesmo tempo, reconhecidas por sua crescente autonomia e potencial criativo (Anderson, 2011). Assim, surgem certas tensões sobre como as audiências são concebidas, segundo o ponto de vista das organizações midiáticas: como receptores relativamente passivos no sentido dos meios de comunicação tradicionais, como mercadorias estatisticamente agregadas para os anunciantes, ou como participantes ativos da produção cultural. Dentro das organizações midiáticas, essas percepções sobre as audiências podem ser representadas de formas distintas: os jornalistas, conhecidos por pouco se importarem com a compreensão da audiência (Gans, 1979), podem ser inclinados a enxergá-la como recipientes (majoritariamente passivos) de informações profissionalmente controladas por eles. As pessoas de negócios podem ter, predominantemente, uma visão da audiência como mercadoria, que anda de mãos dadas com o monitoramento e a capitalização da “pegada digital”, ainda que reconhecendo a utilidade das audiências em viralizar e “espalhar” conteúdo midiático (Jenkins; Ford; Green, 2013) — e consequentemente, algo mais comercializável. Os tecnólogos, enquanto isso, podem ver as audiências principalmente como potenciais participantes ativos no espírito do *open source* (Lewis; Usher, 2013). Essas conceituações concorrentes sobre as audiências, como tentamos aqui mostrar, podem começar a ilustrar não somente como as audiências são enquadradas por diferentes atores institucionais, mas também como certos enquadramentos podem exercer influência sobre outros. Por exemplo, se jornalistas passarem a minimizar sua visão das audiências como algo passivo, eles podem fazê-lo em direção a uma lógica de mercado (ou seja, das audiências como mercadorias) e/ou participativa (ou seja, das audiências como participantes ativos)<sup>2</sup>.

A primeira destas perspectivas — a audiência como recipiente — é, ao mesmo tempo, intuitivamente reconhecível dentro dos modelos tradicionais de comunicação de massa (por exemplo, Westley e MacLean, 1957), mas também amplamente contestada como uma “falácia histórica” (por exemplo, van Dijck, 2009). Embora a relativa atividade ou passivi-

<sup>2</sup> Nós agradecemos a Matt Powers por nos ajudar a articular este ponto.

dade deste papel de receptor seja objeto de grandes debates (Bolin, 2012), o cerne dessa discussão reside em representar as audiências como públicos que pretendem se informar por meio de notícias. Tal conceituação serve bem à função normativa do jornalismo como uma espécie de monitor público. Assim sendo, mesmo que estejam cada vez mais cientes do público e suas expressivas capacidades online, os jornalistas ainda encontram a maior parte de seu propósito profissional em imaginar a audiência como um recipiente que depende deles para para saber as notícias (Anderson, 2013). Assim, “[as audiências], de forma geral, ainda são receptores de informações criadas e controladas pelo jornalista” (Singer et al., 2011, p. 189).

Enxergar as audiências como recipientes, contudo, não é o mesmo que vê-las como mercadorias, a segunda das perspectivas citadas acima. Os economistas políticos foram os primeiros a argumentarem que as audiências das mídias de massa eram embalados como produtos a serem vendidos para anunciantes (Smythe, 1977). Estas discussões ganharam força novamente no século XXI (Turow, 2011), à medida que as medições mais brutas de exposição midiática dão lugar a sistemas de informação mais sofisticados, baseados na coleta de dados de audiências, o que permite a anunciantes e empresas de mídia determinarem não somente quem consumiu qual parte do conteúdo, mas também preverem futuras preferências de conteúdo, adaptarem conteúdos para indivíduos específicos e reunirem respostas comportamentais em relação à exposição de conteúdo (Napoli, 2010). Essas perspectivas tem suscitado preocupações sobre privacidade, particularmente após revelações sobre espionagem institucionalizada dos rastros digitais dos indivíduos. Evidentemente, o modelo de negócios por trás de mídias depende da mercadorização do público, e no caso dos jornais impressos, também envolve cobrar pelo conteúdo consumido por essas audiências. Picard e Westlund (2012) sugerem que os jornais tradicionais tomaram uma abordagem centralizada no produtor, o que significa que seus atores predominantemente se basearam em valores profissionais para julgamentos, dificilmente se importando com a compreensão do público. Essa confiança nos sentimentos intestinais sobre o que as

audiências precisariam – ao invés do que eles realmente querem – tem sido um tema constante na literatura sobre a relação dos jornalistas com as audiências (Boczkowski e Mitchelstein, 2013). No entanto, e em conjunção com as tendências relacionadas às métricas de audiência digital acima mencionadas, a mídia jornalística tem desenvolvido uma abordagem focada no consumidor (Picard and Westlund, 2012), o que lhes permite, mais prontamente, tentar compreender e agradar às audiências e aos anunciantes, e por isso trata as audiências como mercadorias. Os atores nas organizações midiáticas têm mobilizado cada vez mais recursos, incluindo actantes tecnológicos que permitam a contínua medição, análise e comercialização da audiência.

Voltando à pesquisa para as audiências como participantes ativas, o surgimento de mídias sociais, interativas e direcionadas pelo usuário trouxe uma mudança de paradigma com relação à atenção da academia em relação às audiências (Jenkins, Ford, e Green, 2013; Loosen e Schmidt, 2012). Crucial nessa mudança, Bruns (2008, 2012) introduziu o conceito de “produsuário” para refletir como as audiências desempenham uma dupla função como produtores e usuários de mídia. Explorando a relação entre jornalistas e audiências ativas, a maioria das pesquisas sugerem que a mídia tradicional resiste ao invés de abraçar tal participação. Os jornalistas geralmente enxergam os usuários como “receptores ativos” são incentivados a reagir ao trabalho dos jornalistas, mas sem contribuir com o processo real de sua criação (Singer et al., 2011). No entanto, alguns meios de comunicação tomaram uma abordagem centrada na participação, tentando envolver suas audiências nas atividades jornalísticas, bem como nas inovações de negócio e tecnológicas (Picard e Westlund, 2012). À medida que tecnólogos tomam um papel mais ativo nas organizações midiáticas, uma parte dessa abertura pode ser associada à lógica participativa da mídia digital (Lewis, 2012) que é mais facilmente aceita pelos tecnólogos que pelos jornalistas (Parasie e Dagiral, 2013).

As audiências, então, podem ser tratadas simultaneamente como recipiente, mercadorias e participantes ativos pela mídia, servindo assim igualmente

em funções normativas, comerciais e culturais. Ao desenhar uma perspectiva multifacetada sobre as audiências, Anderson (2011) argumenta que a distinção entre “ignorância das audiências” e “capacidade de resposta da audiência” por parte dos jornalistas é falsa, complicada pelo crescente papel do algoritmo – um actante que exerce uma função de mediador entre jornalistas, produtos jornalísticos e audiências. O “jornalismo algorítmico”, comenta Anderson (2011), diminui as distinções entre formas humanas e não-humanas de dados e julgamentos, apropriando-se de enormes volumes de sinais das audiências para direcionar a criação e a circulação de conteúdo a serviço da preferência do consumidor. A natureza precisa dos algoritmos envolvidos, bem como o que eles implicam ao jornalismo e ao conhecimento público, ainda não foram examinados.

De forma mais ampla, o papel do actante na intersecção entre atores e audiências no trabalho jornalístico crossmídia merece maior escrutínio. Sejam eles visíveis ou invisíveis ao usuário final, os actantes tecnológicos fazem a intermediação entre as relações de produção, distribuição e consumo – via sistemas de autenticação, monitoramento comportamental, personalização algorítmica, APIs para fluxos de conteúdo, plataformas de mídia social, e assim por diante. Há questões cruciais de práticas editoriais, de negócios e tecnologias conectadas à busca das audiências por meio dos vários actantes tecnológicos: no lado jornalístico, o crescimento nas funções de trabalho focadas na otimização de mecanismos de busca (*search engine optimization*, SEO) e de redes sociais (SMO); no lado dos negócios, o crescimento na captura e interpretação das métricas de *bid data* com relação a visitas em *sites*, tempo de permanência em páginas, taxas de evasão de páginas – tanto para aumentar a musculatura da publicidade e melhorar o retorno sobre o investimento, como também para melhor prever futuras preferências de notícias em públicos distintos; e no lado tecnológico, o crescimento de aplicativos interativos que dão início à mudança da orientação, do público-como-receptor para o público-como-participante, coerente com a preferência dos tecnólogos (Nielsen, 2012). Embora tenham uma vantagem competitiva relativa no acesso a dados sobre as pessoas no mundo

*offline*, as mídias jornalísticas ainda estão muito atrás no monitoramento de visitas se comparadas ao poder do Google e do Facebook, mas a tendência aparentemente inexorável nessa direção exige um escrutínio de pesquisa que considere a totalidade de atores e actantes tecnológicos engajados na representação das audiências em um contexto crossmídia.

### 3.4. Atividades

As atividades de mídia são sinônimas de práticas rotineiras que, conectadas aos recursos e contextos sociais e materiais, dão forma a mensagens midiáticas e sua construção e subsequente circulação e recepção (Couldry, 2012). No contexto das organizações de mídia, tais atividades representam o padrão de ação por meio do qual a lógica institucional de uma organização se manifesta na mídia. Além disso, as atividades também incluem esforços emergentes e formativos direcionados à inovação midiática (Westlund; Lewis, 2014). Nesse sentido, este artigo encoraja acadêmicos a adotarem uma ênfase mais holística e sócio-técnica nas atividades relacionadas ao trabalho jornalístico cross-media.

Passando agora às atividades específicas por onde os atores, actantes e audiência estão mutuamente engajados, o modelo jornalístico de Westlund (2013) traz um enquadramento muito útil. Ele ilustra como as variadas atividades de mídia – sejam elas editoriais ou não, manuais ou computadorizadas, em orientação – caem em um *continuum* entre recriação e customização (criação e/ou adaptação). Ao tentar, aqui, contribuir para a literatura de estudos do jornalismo, nós damos prioridade à exemplificação das interrelações de atores, actantes e audiências em atividades predominantemente jornalísticas.

O jornalismo tem sido amplamente considerado uma prática rotineira de mídia, com padrões institucionais de papéis profissionais, regras de trabalho e princípios compartilhados. Ainda que o jornalismo tenha uma ideologia ocupacional (Deuze, 2005) e lógica profissional (Lewis, 2012) distinta, seus processos de informação são similares às práticas de comunicação que existem há muito tempo em sociedades complexas, onde a necessidade de se comunicar através do tempo e do espaço, seja de

forma massificada ou de maneira interpessoal, sempre foi algo exigido para sua função social (Domingo et al., 2008). Nem as rotinas jornalísticas são inteiramente estáticas, pois elas evoluem para acomodar novos arranjos com atores e actantes tecnológicos. Domingo et al. (2008) conceituaram essas funções institucionalizadas da comunicação em cinco estágios de produção de notícias: acesso e observação, seleção/filtragem, processamento/edição, distribuição e interpretação. Eles usam esse quadro analítico para avaliar a relativa abertura de jornais impressos à participação do cidadão. Posicionando suas conclusões no contexto desse artigo, os atores jornalísticos se mostraram relutantes a abandonar seu controle profissional sobre audiências, enquanto os actantes tecnológicos – neste caso, os componentes estruturais de sites de notícias – ofereceram pouca oportunidade para o público contribuir. Os jornalistas se mantiveram no comando da tomada de decisões por todos os cinco estágios, e aparentemente só convidavam o público a participar na interpretação. Isso foi facilitado por actantes tecnológicos oferecendo apoio a comentários online e fóruns de discussão. Domingo et al. (2008) reconhecem que isso provavelmente já mudou desde a publicação de seu estudo, em 2007.

## 4. A MATRIZ DO TRABALHO JORNALÍSTICO CROSSMÍDIA: JUNTANDO ATORES, ACTANTES E AUDIÊNCIAS

As atividades realizadas em cada um desses cinco estágios têm uma influência na medida em que as notícias são personalizadas ou reaproveitadas. Na tentativa de explicar isso melhor com base em agentes, actantes e audiências, propomos uma matriz do trabalho jornalístico crossmídia (ver Tabela 1), que sintetiza essas cinco fases da atividade jornalística em relação a atores, actantes, e audiências. Seguindo nossas discussões anteriores, os atores estão agrupados em jornalistas, tecnólogos e pessoas de negócios; os actantes são distinguidos pela sua colocação interna ou externa em relação à empresa de mídia; e as audiências são classificadas como receptores, participantes ativos e mercadorias. Por uma questão de clareza, as atividades são

aqui representadas pela cinco fases do processo de produção de notícias.

Os atores jornalísticos têm, naturalmente, uma importância primordial, pois esta classificação concentra-se em atividades que se presume serem principalmente jornalísticas. Deste modo, as nossas discussões enfatizarão aqui como e por que outros atores, assim como actantes e audiências, podem estar envolvidos nessas atividades. Três critérios foram utilizados para a avaliação do potencial envolvimento de cada parte em cada estágio: 1) sua capacidade (competências e *affordances*); 2) sua disposição (valores e interesses), e 3) a sua frequência de envolvimento (recorrente em vez de esporádico).

Tabela 1: Matriz do Trabalho Jornalístico Crossmídia.

ATORES			
	Jornalistas	Tecnólogos	Pessoas de negócios
Acesso/observação	Sim	Sim	Não
Seleção/filtragem	Sim	Sim	Não
Processamento/edição	Sim	Sim	Não
Distribuição	Sim	Sim	Sim
Interpretação	Sim	Sim	Não

64

#### 4.1. Acesso e observação

Os tecnólogos e os actantes podem, razoavelmente, acompanhar jornalistas e fazer observações de eventos e informações. Os tecnólogos ajudam os jornalistas adaptando e modificando ferramentas tecnológicas (actantes) que servem para assegurar material de fontes ou na detecção de modelos. Por exemplo, os scripts de computador podem ajudar os jornalistas a raspar informações on-line para o jornalismo de dados e ferramentas cada vez mais precisas facilitam a análise em tempo real do sentimento da audiência por toda a web, inclusive mídias sociais (Godbole et al., 2007). Os dados recuperados e apresentados por actantes tecnológicos para os jornalistas podem ajudar a identificar temas potencialmente valiosos para histórias futuras, levando ao jornalismo algorítmico, descrito por Anderson (2011). Mesmo em um sentido menos quantitativo, plataformas de mídia sociais, como actantes tecnológicos fundamentais no trabalho jornalístico, servem como sistemas de percepção “ambiente” (Hermida, 2010), permitindo às audiências a observação mais fácil do *Zeitgeist* de um determinado momento ou evento em particular, além de permitir formas mais recíprocas de intercâmbio de informações entre jornalistas e audiências (Lewis; Holton; Coddington, 2014). Por seu quadro sociotécnico e sociocultural, o Twitter é visto como um meio que facilita o potencial para novos padrões de fontes de notícias, assim, jornalistas o utilizam para observar e agir de acordo com as opiniões, não só das elites, mas também de atores alternativos envolvidos na discussão pública (Hermida; Lewis; Zamith, 2014). A mídia noticiosa pode desenvolver arquiteturas que permitam medidas sofisticadas de rastreamento de audiência que alimentem a fase de acesso e observação do jornalismo. Além destes actantes tecnológicos orientados para a medição dentro da mídia, provedores externos, como o Google Analytics ou dados globais e consultorias como Kantar também fornecem actantes tecnológicos relevantes.

Até agora, no entanto, a maioria da atenção acadêmica tem sido dada a fim de delinear o papel de audiências como participantes ativos no estágio de acesso e observação: na forma de relatos de testemu-

ACTANTES		
	Interno	Externo
Acesso/observação	Sim	Sim
Seleção/filtragem	Sim	Sim
Processamento/edição	Sim	Sim
Distribuição	Sim	Sim
Interpretação	Sim	Sim

AUDIÊNCIAS			
	Receptores	Participantes ativos	Mercadorias
Acesso/observação	Não	Sim	Não
Seleção/filtragem	Não	Sim	Não
Processamento/edição	Não	Não	Não
Distribuição	Não	Sim	Sim
Interpretação	Sim	Sim	Não

nhas oculares, fotos e vídeos, material de fontes, e assim por diante (por exemplo, Singer et al., 2011). O desenvolvimento dos actantes tecnológicos tem facilitado muito as interações jornalísticas com as audiências nesta fase de coleta de dados. Para citar apenas um exemplo, o Aftonbladet, maior jornal noturno na Suécia, lançou novas funcionalidades em 2012 para sua interface de jornalismo participativo de base móvel. Os cidadãos foram recrutados em um painel, permitindo que o Aftonbladet rastresse seus GPS em torno do relógio, o que também facilita o contato com eles sempre que necessário. Quando os jornalistas são notificados sobre um evento em curso por seus actantes após notícias e comunicação da polícia, tal como um roubo em andamento em um subúrbio, eles podem pedir ao actante para identificarem quais membros do seu público ativo estão em estreita proximidade do evento. Além disso, os atores jornalísticos podem trocar mensagens interpessoais com seu público ativo, que, por sua vez, pode utilizar o seu dispositivo móvel para tirar fotos, gravar vídeos e imediatamente transmitir esses dados para os jornalistas. Com origens nas telecomunicações e na computação, os smartphones contemporâneos fornecer a possibilidade para participação, aparentemente sem limitações espaciais e temporais (Westlund, 2013).

#### 4.2. Seleção e filtragem

Domingo et al. (2008) concluíram que os jornalistas estavam no controle exclusivo deste estágio. Pesquisas documentaram como redações, com hierarquias inerentes, têm assegurado o controle profissional de seleção e filtragem (Tuchman, 1978). Os tecnólogos e as pessoas de negócios, historicamente, não têm exercido muita influência sobre as atividades que ocorrem nesta fase. No entanto, como o muto entre o lado editorial e o lado dos negócios se torna cada vez mais poroso em um ambiente dirigido por métricas, as pessoas de negócios, presumivelmente, poderiam ter voz nos temas e tópicos em suas redações para atrair o público (como mercadoria) – embora não haja provas suficientes de que isso ainda esteja acontecendo. O mais provável é a influência dos tecnólogos podem ter quando trabalham em equipe com os jornalistas, propondo oportu-

nidades para o desenvolvimento de temas e pautas para notícias através de tecnologias e interfaces digitais como o recurso interativo *Snow Fall*, co-desenvolvido por jornalistas e técnicos no The New York Times. Os tecnólogos que contribuem para o jornalismo de dados podem ter acesso e aprender a visualizar os dados sobre um tópico específico. Depois disso, os jornalistas podem ir atrás de narrativas que complementem a visualização de dados.

Os actantes tecnológicos, tanto os internos quanto os externos, têm importância para a seleção e filtragem das notícias. Além disso, os actantes tecnológicos também podem ser programados para permitir às audiências a postagem ativa de itens próprios. A maioria das pesquisas sugere que a mídia noticiosa tem feito pouco para permitir que o público crie artigos por si próprios (Singer et al., 2011). Um estudo sueco sobre a formação social de um aplicativo móvel de notícias constatou que os jornalistas, apoiados por tecnólogos, ganharam terreno por uma abordagem tradicional e centrada no produtor onde os actantes tecnológicos serviram principalmente para a finalidade de reorientação e personalização baseado na tecnologia. A proposta, por parte das pessoas de negócios, de um aplicativo centrado na participação, em que o actante permitiria que o público ative selecionasse/ filtrasse histórias para publicar, foi rejeitado (Westlund, 2012).

#### 4.3. Processo e edição

Os modos manuais de edição por jornalistas têm dominado as rotinas na mídia jornalística, contribuindo para a prática dependente de um caminho institucionalizado de re-mediação manual no jornalismo digital. Esta é uma etapa fundamental do processo de produção de notícias em que os jornalistas normalmente não permitem que as audiências participem. Além disso, pouca atenção tem sido dada ao fato de que a tecnologia tornou-se parte presente das atividades de processamento e edição nesta área. Isso talvez aconteça porque os actantes tecnológicos que facilitam o processamento e edição tornaram-se institucionalizados, naturalizados, e até mesmo considerados como garantidos. Da mesma forma que a eletricidade, o tempo e os celulares, tais actantes são invisíveis desde que eles funcionem como esperado

65

(Ling, 2012). Os actantes internamente situados facilitam a interação entre humanos e máquinas, através dos quais os jornalistas se alimentam de conteúdo noticioso para publicação. Muitas empresas de mídia, donas de numerosos títulos de jornais, nos últimos anos investiram em tecnólogos e sistemas tecnológicos para facilitar o processamento e a edição do jornalismo digital por meio de *templates*, reduzindo a necessidade de trabalho humano. É importante ressaltar que tais actantes tecnológicos também estão sendo oferecidos por provedores externos. Além disso, os chamados webdesigns responsivos (HTML5) ganharam força, segundo o qual actantes tecnológicos podem adaptar conteúdo e elementos visuais para caber nas diversas telas de dispositivos móveis e desktops. Tais estratégias para atividades dirigidas pela tecnologia que facilitam a personalização vêm com pouca necessidade de intervenção por parte de atores humanos (Westlund, 2013).

#### 4.4. Distribuição

Diferentes grupos de públicos digitais são reunidos de acordo com determinações humanas e algorítmicas: julgamentos, sejam manuais ou computacionais, sobre quem recebe que tipo de informação e por meio de quais meios de entrega. A questão da distribuição de mídia tem sido, muitas vezes, perdida em meio às ênfases acadêmicas na produção ou no consumo (Braun, 2013). A literatura sobre jornalismo, no entanto, reconhece a primazia de que os editores têm em dirigir padrões de distribuição de notícias. No entanto, como as plataformas de distribuição são uma questão gerencial estratégica, as pessoas de negócios participam razoavelmente na definição das condições para distribuição de notícias.

Com isso, também argumentamos que tecnólogos e actantes desempenham um papel nesta fase do trabalho jornalístico crossmídia. Actantes tecnológicos situados externamente, como Flipboard, Digg, Google News e Facebook, facilitam a redistribuição ou republicação de notícias. As mídias sociais também ganharam um papel importante na distribuição e redistribuição de notícias, abrindo novas formas de tráfego dentro e fora das plataformas de notícias digitais.

Isso significou uma perda do controle profissional sobre o conteúdo editorial (Lewis, 2012), como informações jornalísticas e algumas das discussões em torno deste conteúdo, se desprende do seu criador. Também significa uma perda comercial, já que outras partes se beneficiam do tráfego de audiência e das receitas publicitárias, além dos meios de comunicação que investiram na sua produção. Os tecnólogos podem participar da fase de distribuição, traduzindo valores jornalísticos em código de programação – em certo sentido, direcionando os actantes tecnológicos a se comportarem, na medida do possível, como se fossem jornalistas humanos. Westlund (2011) descobriu que tais processos ocorrem quando tecnólogos e jornalistas no Göteborgs-Posten determinaram como os actantes tecnológicos deveriam ser empregados para publicar em plataformas digitais e móveis. A embalagem e a apresentação (por exemplo, publicação de notícias sensíveis à localização ou personalizadas) foram vistas como facilitadoras de experiências de valor agregado e personalizadas para as audiências. Finalmente, olhando para o aspecto público de distribuição, as métricas permitem rastrear as audiências para diferentes propósitos. Ao utilizar sistemas de autenticação (login pessoal), os meios de comunicação podem tirar vantagem de uma maior consciência sobre os indivíduos, suas conexões sociais on-line e a audiência pensada coletivamente a fim de redirecionar para indivíduos distintos uma série de recomendações de notícias. Tais actantes de customização e personalização de distribuição de notícias têm o potencial para fazer das notícias uma experiência mais agradável, além de levantar preocupações sobre a perda de conhecimento compartilhado.

#### 4.5. Interpretação

A interpretação é a única fase em que Domingo et al. (2008) constataram que os meios de comunicação foram significativamente permitindo que o público participasse por meio de comentários em notícias ou discutindo questões públicas em fóruns. A ênfase neste estágio na relação entre os jornalistas que produzem notícias e as suas audiências que respondem ativamente ao conteúdo (Singer et al., 2011). No entanto, o público como receptor também

pode participar nesta fase, por meio da produção de sentido (Bolin, 2012) e da socialização sobre as notícias, mesmo quando tal engajamento ocorre por meio de conversas não-mediadas.

Na literatura, as pessoas de negócios e os tecnólogos não parecem desempenhar um papel significativo nesta fase, embora talvez seja porque o seu papel potencial na negociação da interpretação das notícias não tenha sido esclarecido nem estudado adequadamente. Por exemplo, um concurso de inovação em jornalismo recentemente encorajou tecnólogos a desenvolverem ideias para reimaginar espaços dinâmicos para discussão de notícias online; os resultados sugeriram o potencial de novas ferramentas (actantes) que podem facilitar um discurso mais civil, coeso e diverso (Zamith; Lewis, 2014). Embora a natureza da interpretação pelos actantes tecnológicos tenha recebido pouca atenção na literatura, nossa matriz sugere que estes actantes, internos e externos, ajudam a moldar a recepção de conteúdo midiático simplesmente pela forma como eles moldam formas iniciais e subsequentes de (re)distribuição para as audiências, através de uma proliferação de aplicativos móveis, sites de agregação e alertas de e-mail personalizados. Pesquisas futuras, no entanto, serão necessárias para avaliar o grau em que os actantes tecnológicos e seus canais/plataformas/algoritmos específicos estão conectados a interpretações particulares de notícias por audiências específicas.

### 5. CONCLUSÃO

O estudo acadêmico sobre o jornalismo contemporâneo, e especificamente sobre o trabalho jornalístico crossmídia, é um esforço complicado. Os papéis, limites e processos do trabalho jornalístico tornam-se cada vez mais difíceis de detectar, além de outros componentes no mesmo sistema. As teorias e os conceitos tradicionais para “desencaixotar” o jornalismo podem ir longe, mas o que ainda é necessário é um quadro mais abrangente através do qual se contabilize toda a gama de atores, actantes, audiências e atividades no trabalho jornalístico crossmídia. Ao acrescentar um elemento sociotécnico à perspectiva sociocultural – principal linha de pesquisa nos estudos em jornalismo, esta abordagem pode ajudar a

revelar novos *insights* sobre as relações entre atores humanos dentro da organização, atores humanos e audiências para além da organização, e os actantes não-humanos que intermediam sua interação. Esta abordagem reconhece melhor como o jornalismo está se interconectando com ferramentas, formas de pensar e processos tecnológicos.

Ao articular como uma ênfase sociotécnica pode aparecer em pesquisas futuras, a nossa principal intervenção foi oferecer não só uma conceitualização dos quatro As (atores, actantes, audiências e atividades), mas também uma matriz por meio da qual possamos visualizar suas associações. Esta matriz conceitual pode orientar pesquisas empíricas futuras que, por sua vez, podem reconfigurar e/ou reforçar a avaliação de como atores, actantes e audiências participam das atividades jornalísticas. De preferência, isso seria feito longitudinalmente, para avaliar não só as práticas distintas dos atores, mas também suas percepções mútuas, bem como suas percepções complexas de actantes e audiências (como receptores, mercadorias e participantes ativos). Embora reconhecendo que tal ambição pode ser difícil de realizar em um único estudo, argumentamos que a simples consciência dessa visão mais ampla sobre o trabalho jornalístico crossmídia poderá desenvolver questões e projetos de pesquisa e, finalmente, contribuir para a literatura sobre jornalismo e tecnologia. Em relação a isso, propomos que pesquisas futuras devem conceituar e estudar uma sexta etapa na produção de notícias chamada análise, além das cinco propostas por Domingo et al. (2008). Essa análise representaria formas de *feedback* e aprendizado organizacional que se relaciona com a primeira fase, e envolve atores, actantes e audiências em combinação.

Pesquisas futuras podem rever, sintetizar e desenvolver modelos de jornalismo, já que há relativamente poucos enfatizando a interação e tensão distintas entre ser humano e tecnologia, entre modos manuais e computacionais. (Westlund, 2013). Finalmente, existem oportunidades para informar sobre gerenciamento de notícias e a formação jornalística por meio de uma abordagem mais compreensiva sobre o trabalho jornalístico crossmídia como um sistema de atores, actantes e audiências envolvidos em um

conjunto complexo de atividades midiáticas – cada atividade e grupo de atores, actantes e audiências carregando consigo implicações e preocupações importantes com relação a interesses comerciais/ de negócios e profissionais/normativos.

## REFERÊNCIAS

AITAMURTO, Tanja; LEWIS, Seth. Open Innovation in Digital Journalism: Examining the Impact of Open APIs at Four News Organizations. *New Media & Society* 15 (2): 314–331, 2013.

ANANNY, Mike. Press-public Collaboration as Infrastructure: Tracing News Organizations and Programming Publics in Application Programming Interfaces. *American Behavioral Scientist* 57 (5): 623–642, 2013.

ANDERSON, C. W. “Deliberative, Agonistic, and Algorithmic Audiences: Journalism’s Vision of Its Public in an Age of Audience Transparency.” *International Journal of Communication* 5: 529–547, 2011.

ANDERSON, C. W. “Towards a Sociology of Computational and Algorithmic Journalism.” *New Media & Society* 15 (7): 1005–1021, 2012.

ANDERSON, C. W. *Rebuilding the News: Metropolitan Journalism in the Digital Age*. Philadelphia, PA: Temple University Press, 2013.

BAKKER, Piet. “Aggregation, Content Farms and Huffinization: The Rise of Low-pay and No-pay Journalism.” *Journalism Practice* 6 (5–6): 627–637, 2012.

BOCZKOWSKI, Pablo J. *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. Cambridge, MA: MIT Press, 2004.

BOCZKOWSKI, Pablo J.; MITCHELSTEIN, Eugenia. *The News Gap: When the Information Preferences of the Media and the Public Diverge*. Cambridge: The MIT Press, 2013.

BOLIN, Göran. The Labour of Media Use: The Two Active Audiences.” *Information, Communication &*

*Society* 15 (6): 796–814, 2012.

BRAUN, Joshua. “Going over the Top: Online Television Distribution as Sociotechnical System.” *Communication, Culture & Critique* 6 (3): 432–458, 2013.

BRUNS, Axel. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From Production to Producers*. New York: Peter Lang, 2008.

BRUNS, Axel. “Reconciling Community and Commerce? Collaboration between Producers Communities and Commercial Operators.” *Information, Communication & Society* 15 (6): 815–835, 2012.

COULDRY, Nick. 2008. “Actor Network Theory and Media: Do They Connect and on What Terms?”. In: HEPP, Andreas et alli (org.). *Connectivity, Networks and Flows*. Cresskill, NJ: Hampton Press, p. 93–109.

COULDRY, Nick. *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity, 2012.

DALEN, Arjen van. “The Algorithms behind the Headlines: How Machine-written News Redefines the Core Skills of Human Journalists.” *Journalism Practice* 6 (5–6): 648–658, 2012.

DEUZE, Mark. “What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered.” *Journalism* 6 (4): 442–464, 2005.

DEUZE, Mark. *Media Work*. London: Polity Press, 2007.

DIJCK, Jose van “Users like You? Theorizing Agency in User-generated Content.” *Media Culture Society* 31 (1): 41–58, 2009.

DOMINGO, David; PATERSON, Chris (org.). *Making Online News: Newsroom Ethnographies in the Second Decade of Internet Journalism*. 2nd ed. New York: Peter Lang, 2011.

DOMINGO, David et alli. “Participatory Journalism Practices in the Media and beyond: An International Comparative Study of Initiatives in Online Newspapers.” *Journalism Practice* 2 (3): 326–342. 2008.

DOMINGO, David et alli. “Tracing Digital News Networks: Towards an Integrated Framework of the Dynamics of News Production, Circulation and Use.” *Digital Journalism*, 2014.

FORTUNATI, Leopoldina; SARRICA, Mauro “The Future of the Press: Insights from the Sociotechnical Approach.” *The Information Society: An International Journal* 26 (4): 247–255, 2009.

GANS, Herbert J. *Deciding What’s News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and TIME*. New York: Pantheon Books, 1979.

GODBOLE, Namrata et alli. “Large-scale Sentiment Analysis for News and Blogs.” *ICWSM*, 7., 2007.

GYNNILD, Astrid.. “Journalism Innovation Leads to Innovation Journalism: The Impact of Computational Exploration on Changing Mindsets.” *Journalism*, 2013.

HAGEN, Ingunn; WASKO, Janet. *Consuming Audiences? Production and Reception in Media Research*. New York: Hampton Press, 2000.

HEMMINGWAY, Emma. *Into the Newsroom: Exploring the Digital Production of Regional Television News*. London: Routledge, 2008.

HERMIDA, Alfred. “Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism.” *Journalism Practice* 4 (3): 297–308, 2010.

HERMIDA, Alfred et alli. “Sourcing the Arab Spring: A Case Study of Andy Carvin’s Sources on Twitter during the Tunisian and Egyptian Revolutions.” *Journal of Computer-mediated Communication* 19 (3): 479–499, 2014.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: NYU Press, 2013.

KARLSEN, Joakim; STAVELIN, Erik. 2014. “Computational Journalism in Norwegian Newsrooms.” *Journalism Practice* 8 (1): 34–48, 2014.

KÜNG, Lucy. *Strategic Management in the Media*. London: Sage, 2008.

LATOUR, Bruno. *Science in Action*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1987.

LATOUR, Bruno. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press, 2005.

LEE-WRIGHT, Peter.. “Virtual News: BBC News at a ‘Future Media and Technology’ Crossroads.” *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 14 (3): 249–260, 2008.

LEWIS, Seth C. “The Tension between Professional Control and Open Participation: Journalism and Its Boundaries.” *Information, Communication & Society* 15 (6): 836–866, 2012.

LEWIS, Seth C.; USHER, Nicky. “Open Source and Journalism: Toward New Frameworks for Imagining News Innovation.” *Media, Culture & Society* 35 (5): 602–619, 2013.

LEWIS, Seth C. et alli “Reciprocal Journalism: A Concept of Mutual Exchange between Journalists and Audiences.” *Journalism Practice* 8 (2): 229–241, 2014.

LING, Richard. *Taken for Grantedness: The Embedding of Mobile Communication into Society*. Cambridge: MIT Press, 2012.

LOOSEN, Wiebke; SCHMIDT, Jan-Hinrik. “(Re-) Discovering the Audience: The Relationship between Journalism and Audience in Networked Digital Media.” *Information, Communication & Society* 15 (6): 867–887, 2012.

MICÓ, Josep L. et alli. “To Wish Impossible Things: Convergence as a Process of Diffusion of Innovations in an Actor-network.” *International Communication Gazette* 75 (1): 118–137, 2013.

MITCHELSTEIN, Eugenia; BOCZKOWSKI, Pablo. “Between Tradition and Change: A Review of Recent Research on Online News Production.” *Journalism* 10 (5): 562–586, 2009.

NAPOLI, Philip M. *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. New York: Columbia University Press, 2010.

NEFF, Gina et alii. "Affordances, Technical Agency, and the Politics of Technologies of Cultural Production." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56 (2): 299–313, 2012.

NIELSEN, Ramus K. "How Newspapers Began to Blog: Recognizing the Role of Technologists in Old Media Organizations' Development of New Media Technologies." *Information, Communication & Society* 15 (6): 959–978, 2012.

PARASIE, Sylvain; DAGIRAL, Eric. "Data-driven Journalism and the Public Good: 'Computer-assisted-Reporters' and 'Programmer-Journalists' in Chicago." *New Media & Society* 15 (6): 853–871, 2013.

PICARD, Robert G.; WESTLUND, Oscar. "The Dynamic Innovation Learning Model: A Conceptualization of Media Innovation." Paper presented at the 10th World Media Economics and Management Conference, Thessaloniki, Greece, May 23–27, 2012.

PINCH, Trevor J.; BIJKER, Wiebe. "The Social Construction of Facts and Artefacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other." *Social Studies of Science* 14 (3): 399–441, 1984.

PLESNER, Ursula. "An Actor-network Perspective on Changing Work Practices: Communication Technologies as Actants in Newswork." *Journalism* 10 (5): 604–626, 2009.

POWERS, Matthew. "In Forms That Are Familiar and Yet-to-be Invented: American Journalism and the Discourse of Technologically Specific Work." *Journal of Communication Inquiry* 36 (1): 24–43, 2012.

PRIMO, Alex; ZAGO, Gabriela "Who and What Do Journalism? An Actor-network Perspective." *Digital Journalism*, 2014.

SCHMITZ WEISS, Amy; DOMINGO, David. "Innovation Processes in Online Newsrooms as Actor-networks and Communities of Practice." *New Media & Society* 12 (7): 1156–1171, 2010.

SINGER, Jane B. et alii. *Participatory Journalism:*

*Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2011.

SMYTHE, Dallas W. "Communications: Blindspot of Western Marxism." *Canadian Journal of Political and Society Theory* 1 (3): 1–28, 1977.

STEENSEN, Steen. "Online Journalism and the Promises of New Technology: A Critical Review and Look Ahead." *Journalism Studies* 12 (3): 311–327, 2011.

TUCHMAN, Gaye. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press, 1978

TUROW, Joseph.. *The Daily You: How the New Advertising Industry is Defining Your Identity and Your Worth*. New Haven, CT: Yale University Press, 2011.

WESTLEY, Bruce; MacLEAN, Malcolm "A Conceptual Model for Communications Research." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 34 (1): 31–38, 1957.

WESTLUND, Oscar. *Cross-media News Work: Sensemaking of the Mobile Media (R)Evolution*. Gothenburg: University of Gothenburg, 2011.

WESTLUND, Oscar.. "Producer-centric Vs. Participation-centric: On the Shaping of Mobile Media." *Northern Lights* 10 (1): 107–121, 2012.

WESTLUND, Oscar. "Mobile News: A Review and Model of Journalism in an Age of Mobile Media." *Digital Journalism* 1 (1): 6–26, 2013.

WESTLUND, Oscar; LEWIS, Seth. Forthcoming. "The Agents of Media Innovation Activities: Actors, Actants, and Audiences." *Journal of Media Innovations* 1 (2), 2014.

ZAMITH, Rodrigo; LEWIS, Seth "From Public Spaces to Public Sphere: Rethinking Systems for Reader Comments on Online News Sites." *Digital Journalism*. doi:10.1080/21670811.2014.882066, 2014.

**Recebido em 03 de março de 2016.**

**Aprovado em 30 de maio de 2016.**

## Elizabeth Saad



# Inovação e empresas informativas: aliados, inimigos ou em permanente estado de “discussão da relação”?

Professora Titular da Escola de Comunicações e Artes da USP; coordenadora do grupo de pesquisa COM+ e do curso de especialização *lato sensu* DIGICORP.

### RESUMO

Inovação e jornalismo formam um binômio importante na contemporaneidade. Discutimos quais as implicações desta relação para empresas informativas e também o que vem sendo feito na práxis do campo. Apresentamos uma proposta de espectro de inovação como quadro de referência para atuação e discutimos brevemente o cenário brasileiro das empresas informativas nesta temática.

**Palavras-chave:** inovação, jornalismo, sociedade digitalizada, estratégia, ecossistema

### ABSTRACT

Journalism and innovation are two essential elements for these contemporary times. This paper discusses their importance to the media businesses and what are the current practices used by major media brands. We propose an innovation spectrum as a reference for innovative media activities. We discuss also how Brazilian newspapers and media companies are operating in this field.

**Keywords:** innovation, journalism, digital society, strategy, ecosystem

## 1. INTRODUÇÃO

A discussão sobre as diferentes visões que inovação (tecnológica ou estratégica) assume no cenário das indústrias midiáticas, e considerando o jornalismo, em particular, ganha o foco das atenções sempre que a sociedade vivencia algum tipo de ruptura.

Temos claro que o advento da digitalização nos processos sociais e econômicos e, atualmente, sua consolidação como condição contemporânea, tem provocado alterações e até mesmo abalos nas convicções do Jornalismo seja enquanto poder legitimado formador de opinião, seja como indústria inserida nos processos empresariais de lógica capitalista.

Nosso objeto neste texto centra-se no aprofundamento e avaliação do cenário de inovação das empresas informativas contemporâneas, tema que repercute cada vez mais entre pesquisadores da academia.

Nos propomos a discutir a inovação como objeto das empresas informativas ao apresentar uma extensiva revisão da literatura recente; analisar a mesma à luz de ações efetivadas por empresas informativas; e delinear uma proposta que denominamos espectro de inovação para empresas informativas, como quadro orientador para posicionamento no tema.

A revisão de literatura aponta para a apropriação de técnicas de planejamento estratégico e de mudanças culturais nas organizações como fundantes para a perenização de organizações na contemporaneidade. Assim, partimos de duas questões:

- **Q1:** Inovação, em seu sentido amplo, deve se constituir num paradigma para as empresas informativas em suas atividades editoriais e de gestão?
- **Q2:** A adoção de procedimentos de planejamento estratégico é válida para negócios informativos no atual cenário de digitalização?

O desenvolvimento de eventuais respostas foi estruturado, inicialmente, com uma revisão sobre os conceitos recentes de inovação em ambientes organizacionais e sobre o que já está em prática no ecossistema midiático; caracterizamos o conceito de “inovação 3.0” neste ecossistema; indicamos uma práxis

necessária para o status 3.0 das empresas informativas com a proposição de um espectro de inovação; e buscamos consolidar a visão de que inovação e jornalismo são aliados no processo de perenização deste campo como um espaço de legitimação social.

Evidente que o processo de inovação e suas implicações ao planejamento estratégico no mundo das empresas informativas contemporâneas não é uniforme, e nem deveria ser. Importante considerar todas as diferenças de contexto – cultura, economia, sociedade para cada ambiência jornalística.

## 2. 1. SOBRE INOVAÇÃO, OS FATOS

A literatura de diferentes áreas do conhecimento, não importando o período e os contextos, tem considerado inovação<sup>1</sup> como uma atividade inerente à evolução e ao desenvolvimento humanos; a capacidade do homem em transformar-se a si mesmo e ao mundo ao seu redor. Renovação, mudança, transformação, melhoria, criatividade, experimentação, estratégia, gestão, investimentos e criação de competências são alguns dos termos que surgem ao tratarmos de inovação. Na mesma linha e com destaque, o termo tecnologia<sup>2</sup> tem uma relação intrínseca com inovação, sendo “inovação tecnológica” o binômio amplamente difundido para refletir a criação e o desenvolvimento de algum dispositivo<sup>3</sup>, a partir de conhecimentos anteriores, de melhoria ou de utilidade, para um determinado grupo social que, por sua vez, atribui valor a este resultado. A amplitude das inovações tecnológicas envolve produtos, processos, organizações, indivíduos, grupos sociais, enfim, todo o tecido social vivenciado a cada época.

1 Numa conceituação genérica, a palavra inovação é derivada do termo latino *innovatio* e se refere a uma ideia, método ou objeto que é criado e que pouco se parece com padrões anteriores.

2 Numa conceituação genérica, tecnologia deriva do grego *techne* (artefato) e *logos* (pensamento, razão), significando, portanto, o conhecimento sistemático transformado ou manifestado em ferramentas.

3 Adotamos aqui o conceito e a visão de Giorgio Agamben (2005) sobre dispositivos: um conjunto heterogêneo, que inclui virtualmente qualquer coisa, linguístico e não-linguístico no mesmo título: discursos, instituições, edifícios, leis, medidas de segurança proposições filosóficas etc. O dispositivo em si mesmo é a rede que se estabelece entre esses elementos.

Um salto no tempo e na evolução do processo de inovação tecnológica na sociedade nos coloca diante do advento da chamada era da informação (e de seus termos correlatos: sociedade do conhecimento, digitalização da sociedade, entre outros) caracterizada pelo predomínio das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação<sup>4</sup> – as TICs e, por consequência, pelo caráter de centralidade da comunicação e da informação, gerando um processo de ruptura no modo de realizarmos ações de sociabilidade e de transações de todos os tipos.

O caráter dinâmico das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação – a velocidade incremental de seus ciclos de vida desde o surgimento, difusão, absorção, uso e substituição/renovação, traz a ruptura de tempo, espaço e uso para produtos, processos, serviços e organizações envolvidos. Como resultado, vivenciamos um claro encolhimento do ciclo de vida das TICs que altera a clássica lógica linear de evolução, exigindo de atores e agentes envolvidos flexibilidade e resiliência de ações, atuando numa lógica reticular. (Saad, 2015)

É neste ponto que enfatizamos a discussão e a pertinência da ideia de inovação no campo das Ciências da Comunicação e, mais especificamente do Jornalismo.

Desde os primórdios das TICs de amplo uso, a partir da década de 1990, a preocupação tecnológica tem sido foco de discussões acadêmicas e empresariais exatamente pelo seu potencial de ruptura sobre processos industriais consolidados nos campos jornalístico e das mídias em geral. Linearidade narrativa, periodicidade marcada, distribuição delimitada e sustentação financeira claramente vinculada à venda de espaços de visibilidades (publicidade e assinaturas) são as marcas do que se entendia por consolidação do negócio informativo.

A visão de inovação tecnológica nestes primórdios esteve, geralmente, relacionada aos aspectos de

4 Entendida como o conjunto de recursos tecnológicos e computacionais utilizados para geração e uso da informação. É, também, o conjunto de recursos não humanos dedicados ao armazenamento, processamento e comunicação da informação, bem como o modo como esses recursos estão organizados em um sistema capaz de executar um conjunto de tarefas. (Pinto, 2012)

aquisição de novas tecnologias e à busca de modelos de negócio que abarcassem a onda digital sem alterar os pilares já consolidados do *business* informativo. Nesses primeiros tempos, as proposições para o cenário jornalístico em ambiências de digitalização não tinham a preocupação de focar nos processos de absorção de TICs voláteis e mutantes, e muito menos nos processos de geração de produtos e serviços adequados à mutação.

Alteração na estrutura das redações, por exemplo, com a “convergência”<sup>5</sup>; proposta para modelos de receitas com os *paywalls*; indicações para o desenvolvimento dos recursos humanos visando um perfil multitarefa, foram a tônica e uma diversidade de autores e especialistas apresentaram visões ora otimistas ora pessimistas para este cenário dos primórdios.

Bockzowski (2004), Bruns (2012), Deuze (2000), Garcia Avilés e León (2002), Hermida (2013) e Pavlik (2001) são referências para este período que aqui denominamos de primórdios da inovação tecnológica no jornalismo. O trabalho de Chadha & Wells (2016) resume o processo com historicidade e justifica as preocupações destes primórdios:

[...] embora as primeiras discussões sobre o impacto das inovações tecnológicas sobre o jornalismo tendiam a analisá-las em termos de sua capacidade em alavancar a viabilidade financeira e a comunicação participativa, as pesquisas subsequentes caracterizaram-se por uma atenção crescente de que as mudanças tecnológicas apresentam consequências complexas sobre o ambiente do trabalho jornalístico que afetam tanto as práticas que sustentam o processo noticioso, quanto as hierarquias e relacionamentos existentes nas redações de um modo profundo e inesperado. (Chada; Wells, 2016, p. 1.)

Podemos identificar um segundo momento das discussões sobre inovação no jornalismo e nas mídias em geral a partir da percepção por parte de alguns *publishers* e também de muitos pesquisadores de que a empresa informativa tem como objeto central a captação e a disseminação de informações (e notícias) por meio de uma multiplicidade de dispo-

5 Conceito entendido e aplicado pelas empresas informativas de forma difusa.

sitivos explorando a transversalidade de seus conteúdos; tem como requisito para o cenário de digitalização a busca de formas de relacionamento e interação com sua audiência (que tornou-se ativa, autônoma e opinativa); e que o negócio informativo é parte de um sistema integrado (para muitos autores, o ecossistema) de atores e agentes que possibilitam a centralidade da comunicação e da informação na sociedade. Ocorre, portanto, ruptura e reconfiguração da cadeia de valor do negócio de informação, posicionando o jornalismo enquanto negócio num processo extramuros.

Evidenciam-se neste período a agregação ao negócio jornalístico de atividades (e preocupações em muitos casos) como pesquisa e desenvolvimento, planejamento estratégico, uso de técnicas como *business design* e *design thinking*, visão sistêmica do negócio, parcerias para aporte de tecnologias ou de outros recursos gerenciais, aquisição de empresas, entre outras.

O relatório *Post Industrial Journalism: adapting to the present* (2014) coordenado pelos pesquisadores Clay Shirky, Emily Bell e C.W. Anderson e publicado pelo *Tow Center for Digital Journalism* da Universidade de Columbia, NY pode ser considerado a principal referência deste segundo período. O documento enfatiza a função jornalística na sociedade digitalizada e destaca que o bom jornalismo será sempre subsidiado, além de não existirem modelos de negócio únicos para toda a indústria.

Um dos autores do relatório, o pesquisador Clay Shirky faz uma breve revisão daquilo que a indústria informativa sempre vivenciou em termos de mudança tecnológica e, portanto, o respectivo posicionamento diante da inovação:

[...] Todos apresentam o passado como um período de ordem e o presente como caótico. Mas os mesmos debates ocorreram quando da introdução do rádio, e depois da televisão: a morte pré-cambriana dos jornais ocorreu quando a TV inovou com o noticiário noturno e as pessoas corriam para suas casas para assisti-lo, mas não faziam o mesmo para comprar a edição noturna do jornal impresso. Portanto, as pessoas q hoje estão confusas com a multiplicidade de plataformas são aquelas que não utilizam tais plataformas. Aqueles que acreditam erroneamente que

o mundo deveria ser algo diferente da realidade estão incomodados. De toda forma é um grupo que sempre está incomodado; são conservadores. Os jovens não estão nem um pouco confusos. (Shirky, 2013, online)

As afirmações de Shirky, embora contundentes, refletem de modo realista o período. Em artigo, Saad (2014) pontua na mesma direção sobre o processo de inovação no mundo informativo: persistência das empresas jornalísticas na busca de um modelo de negócios único e de solução definitiva, resistência ao processo de absorção das novas tecnologias, foco em inovações na infraestrutura ou em questões gerenciais. São poucas as indicações de ações caracterizadas como inovação vinculadas a aspectos de produto, processo e interação com a audiência.

Mesmo com posicionamentos de resistência por parte da indústria, uma característica evidenciada no ambiente brasileiro, vemos que em torno da temática do relatório é possível encontrar referências na literatura que propõem a atividade de inovação numa perspectiva ecossistêmica, utilizando técnicas de planejamento estratégico e gestão de *social business*<sup>6</sup> afinadas às circunstâncias de uma sociedade digitalizada.

Spyridou et al. (2013), Saad Correa (2012), Luoma-aho & Ari (2010), Plesner (2009), Langlois et al. (2009), Domingo (2008), Deuze (2008), Bradshaw (2010), Bustos (2011), Domingo (2008), Christensen & Skok (2012), Piccard (2013), Malmelin & Villi (2014) são alguns dos autores com tais proposições. Poderíamos considerar que são proposições não-convencionais para o clássico ambiente informativo, das quais destacamos:

- adoção da visão de que audiência-economia-tecnologia devem ser considerados como um campo interconectado inovador para as empresas jornalísticas;
- uso de narrativas em formato multi e hiper-mídia baseadas em modelos que envolvem o trinômio dados-metadados-formatos;

6 Termo que designa processos organizacionais contemporâneos que privilegiam o posicionamento num cenário de plataformas sociais de relacionamento, marketing e inovação.

- percepção de uma mudança cultural e sistêmica do campo jornalístico: da mídia clássica linear para uma mídia *social business* focada na tradução ou representação das necessidades e questões do público;
- adoção da visão TAR – Teoria Ator-Rede (Latour, 2005) como base para estratégias focadas em *social business*;
- uso de técnicas de alavancagem do processo de inovação tecnológica tais como: *Open Innovation*, *Design Thinking*, *Canvas* e *Creative Co-collaboration*.

Não podemos afirmar, ainda, que já adentramos ao terceiro período das práticas de inovação para o jornalismo, já que é fundamental considerar as características de cada ambiente social, econômico e cultural do empreendimento midiático. Tais características determinam predisposições e posicionamentos face à inovação.

Já são conhecidos diversos exemplos de práticas não-convencionais a serem discutidas no item que segue neste artigo. Mas, ressaltamos que nossa discussão não implica na valoração de tal ou qual prática, ou ainda, de tal ou qual empresa informativa que as utiliza.

### 3. MÍDIAS INFORMATIVAS NA ERA DA “INOVAÇÃO 3.0”

Conforme apontado anteriormente, pudemos detectar na literatura acadêmica e na práxis de mercado uma diversidade de iniciativas já em curso no ecossistema midiático global que podem ser caracterizadas como de “inovação 3.0”. São iniciativas que possuem em suas essências algum tipo de ação por parte da empresa jornalística se adequando à uma visão ecossistêmica, focada em inovações para além das já conhecidas em torno de modelos de negócio ou introdução de novos dispositivos.

Antes de conhecer alguns exemplos destas iniciativas é importante a discussão de como tem sido a relação das empresas informativas e respectivos processos de gestão com o processo de inovação.

Falamos de ações inovadoras direcionadas dentro de uma categorização que propomos: gestão e estratégia do negócio, gestão dos processos e recursos redacionais, criação de formatos narrativos, absorção e aplicação de tecnologias, gestão da audiência e do consumo, ou ações combinadas entre categorias. Poderíamos indicar, a partir das categorizações, a configuração de um espectro de inovação para os negócios informativos conforme a Figura 1 a seguir, considerando que a ação inovadora pode ocorrer em quaisquer etapas/atividades do mesmo.

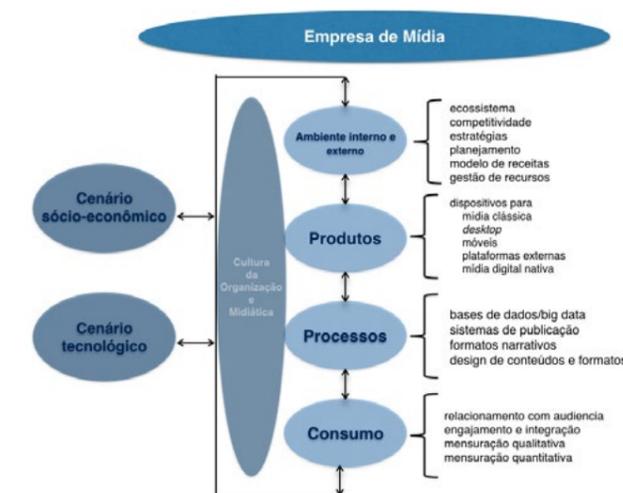


Figura 1 – Espectro de inovação em empresas informativas. Fonte: elaborado pela autora

Para a configuração deste espectro de inovação partimos das afirmações de Axel Bruns (2014) para quem a) as inovações na indústria midiática não são apenas inovações tecnológicas, mas em sua grande maioria, são inovações na práxis do jornalismo; b) a crescente midiaticização da sociedade e a transformação dos leitores em ativos participantes inovadores obriga a discussão da inovação no contexto estratégico das empresas informativas; c) inovação na mídia e para a mídia exige uma visão ecossistêmica do ambiente, incluindo a participação ativa da sociedade.

Assim, não existe um processo de inovação tecnológica específico para o jornalismo, pois Bruns (2014) considera que a relação intrínseca entre mídia e sociedade leva esta indústria a inovar a partir das estruturas socioeconômicas vigentes:

A mídia reflete a sociedade não apenas por seu conteúdo, mas também por suas estruturas organizacionais e tecnológicas. A mídia é parte da sociedade, embora alguns profissionais e organizações de mídia preferem cunhar seu status como instituições independentes, não comprometidas e imparciais; elas são intermediárias de mediadoras entre os diferentes grupos sociais, e na medida em que a sociedade muda, também a mídia deve mudar, uma vez que ela se situa entre seus elementos constituintes. Assim, de uma forma bem direta, quando pesquisamos sobre inovações na mídia estamos, na verdade, investigando uma faceta dos processos de mudança social. (Bruns: 2014, p. 14).

A partir da visão de Bruns (2014), poderíamos propor a seguinte questão: inovação, em seu sentido amplo, deve se constituir num paradigma<sup>7</sup> para as empresas informativas em suas atividades editoriais e de gestão?

Antes da busca da sustentação (ou não) para a questão temos a considerar que o *core business* das empresas jornalísticas não é desenvolvimento de tecnologias digitais, portanto, ao falarmos de inovação o foco volta-se para os aspectos de absorção e uso de tecnologias inovadoras em seus produtos, processos e relacionamentos; e que se aceitarmos que as empresas jornalísticas são reflexo e pulso da sociedade onde se insere, então, inovar neste tipo de organização refere-se a um estado de “estar em dia” com as necessidades informativas desta sociedade e, também, com as formas de acesso, consumo e informações por ela utilizadas.

Assim, ainda dentro do caráter de legitimação social do jornalismo, temos a considerar que o processo de inovação – seja tecnológico ou econômico-social, não é uniforme e nem globalizante. A inovação sempre ocorreu, historicamente, em ondas ou ciclos. Um processo fartamente discutido na literatura com os nomes de Joseph Schumpeter<sup>8</sup> e Nicolai

7 Partimos da definição dicionarizada do termo – paradigma refere-se a um modelo ou padrão a ser seguido em uma determinada situação. Aprofundando, paradigmas resultam da combinação entre surgimento concreto de tecnologias (ou modos de operar) e a assunção de pressupostos ou percepções diante de determinada situação.

8 [https://pt.wikipedia.org/wiki/Joseph\\_Schumpeter](https://pt.wikipedia.org/wiki/Joseph_Schumpeter)

Kronratiev<sup>9</sup> como precursores estudiosos do tema ao vincularem ciclos de inovação a fatores econômicos, científicos e sociais e não apenas a um processo cronologicamente evolutivo. Com isso, é possível afirmar que nem sempre todos os segmentos econômicos posicionam-se no mesmo estágio evolutivo de um ciclo. Tal comportamento indica uma espécie de embate entre mudanças e inovações ocorrendo em períodos de tempo cada vez mais exíguos e os impactos destas em diferentes economias, indústrias ou regiões. No caso da indústria de informação e mídia temos tal fenômeno bastante claro se examinarmos as diferenças de ações, por exemplo, entre empresas informativas do hemisfério Norte e as da América Latina.

Recorremos à didática explicação do professor Silvio Meira para posicionar a multiplicidade de ocorrências que temos acompanhado nos últimos 15 anos na indústria informativa. A não uniformidade e não equidade das ondas de inovação leva diferentes indústrias e economias e respectivas organizações a produzirem diferentes reações dependendo da proximidade, acompanhamento e conhecimento que possuem do processo como um todo. No dizer de Meira (2013, online):

[...]pra quem está longe, cada onda se torna cada vez mais alta [e seu conhecimento e impacto mais profundo]; pra quem está perto, uma nova onda não passa de uma consequência quase natural do que já estava acontecendo. [...] Porque por mais que um de nós esteja dentro da onda atual e capaz de olhar o futuro e possíveis novas ondas, o futuro vem do futuro. E quem paga as contas, ainda, é o presente. Nossa ligação com o que estamos fazendo agora, e a melhoria de nossa capacidade de fazê-lo de forma mais eficaz, eficiente e econômica liga, de mais de uma forma, as pessoas ao presente [e as instituições também] e isso nos faz não só ignorar o futuro, mas ao mesmo tempo querer que ele não aconteça e, nos casos radicais, investir para que ele não role de jeito nenhum. Mas o futuro nunca se engana. E sempre vem. Seja lá quanto tempo demore, um dia ele chega, na sua casa, local de trabalho, sociedade. [...] Consequências? Cada onda de inovação destrói empregos e, mesmo com a próxima onda sempre criando outros, raramente pessoas que perderam empregos da

9 [https://en.wikipedia.org/wiki/Kondratiev\\_wave](https://en.wikipedia.org/wiki/Kondratiev_wave)

onda passada [por desaparecimento de suas ocupações] têm habilidades e competências exigidas pela onda atual, inclusive porque o sistema educacional está preparado para repetir o passado e não para construir o futuro.

Variáveis como tempo, fluxos comunicacionais, sistemas sociais, intensidade da concorrência no mercado, competências de previsão e planejamento tecnológico, atitudes culturais perante o novo, entre outras, são fundamentais para a compreensão do que seja inovação para a indústria de informação e mídia na contemporaneidade.

Portanto, a sustentação de nosso questionamento sobre o status paradigmático da inovação no campo jornalístico necessita, ainda, da discussão dos múltiplos aspectos vinculados à cultura organizacional.

Tomamos por base nesta temática a tese da pesquisadora finlandesa Maisa Lehtovuori (2016) que discutiu como os empreendimentos de mídia se comportam diante do processo de inovação. Para a autora:

a cultura organizacional tem um grande impacto na capacidade de inovação, seja da organização seja dos indivíduos. Ao que parece, burocracia, controle e formalidade reduzem a inovatividade, enquanto que resiliência e flexibilidade a alavancam. A cooperação entre unidades de negócio ou departamentos sustenta a cultura favorável à inovação. A habilidade de cooperação relaciona-se à confiança e a comunicações abertas; a inovação na organização é precedida por um grau elevado de trabalho em equipe. Em nível individual, aqueles que consideram seu trabalho como positivo ao crescimento pessoal, à aquisição de competências e ao reconhecimento tendem a participar de ações inovadoras do que aqueles que consideram o ambiente de trabalho não satisfatório. (Lehtovuori, 2016, p. 14).

Empresas informativas possuem peculiaridades em suas culturas que devem ser consideradas ao falarmos de inovação: caracterizam-se como negócios que retratam a ação social, vivenciam mudanças muito rápidas, dificultando a previsão de sucesso (ou não) de produtos e serviços; tem como principal ativo a competência e o conhecimento criativo, cuja gestão requer a percepção de convenções, culturas e políticas; trabalham com profissionais tipicamente criativos, independentes e auto-motivados; possuem

foco na imagem de marca e sua preservação para a geração de resultados de desempenho, para além do jornalismo; vivenciam mudanças nos processos editoriais, saindo de identidades profissionais focadas na criação e trabalho individual, para processos identitários que envolvem rotinas e padrões (Deuze, 2008).

Tais peculiaridades tornam-se elementos de embate em qualquer processo de mudança que envolva um ou mais destes aspectos. Se considerarmos o conceito mais amplo de inovação, onde uma organização empreende ações para manter-se competitiva no mercado, adaptando-se às rápidas alterações, necessidades e tecnologias, é de se esperar que as empresas informativas enfrentem tal processo de um modo complexo e não-uniforme.

Reforçando as propostas de Maisa Lehtovuori (2016), é importante ressaltar o fator de aceitação da condição digital pelas empresas. No caso das empresas informativas, tal aceitação deveria ser uma premissa para a reconfiguração de valores e missão, pois, a condição digital reflete um compromisso amplo da empresa, de toda sua estrutura, de suas lideranças, de sua cultura e das pessoas envolvidas.

Exemplificando de um modo simples, a criação/adoção de um *app* para um produto de uma dada empresa não significa que ela abraçou o conjunto de crenças e valores vinculados à digitalização. A mudança requer uma completa inversão de valores e comportamentos que, geralmente, conflitam com os credos tradicionais de uma dada indústria. (Libert et alii, 2016).

A discussão sobre aceitação da condição digital e decorrentes tecnologias pelas empresas de mídia e informação é complexa, ultrapassando os limites deste texto. Mas, gostaríamos de indicar o tema ainda que rapidamente, pois é importante para a compreensão do cenário que neste item é denominado como inovação 3.0.

Os *technology acceptance models* – TAM são oriundos do campo dos sistemas de informação e objetivam parametrizar aceitação e uso de tecnologias de informação por indivíduos ou empresas. Embora alvo de críticas, a ideia (e não uma teoria)

dos TAM vem, desde sua disseminação em meados de 1980, se adequando ao impacto e à importância que a informação assume no cotidiano.

No caso das empresas midiáticas, informação é matéria prima e, ao mesmo tempo, recurso-meio para o desenvolvimento das atividades em ambientes digitais. Posto isso, consideramos recomendável que, como ação inovadora, estas empresas se utilizem de conceitos tipo TAM para avaliar, primeiramente, a aderência da equipe de redação às tecnologias e aplicativos em uso ou a serem utilizados em seus produtos informativos; e também avaliem a aderência de seu público no mesmo quesito.

Finalizando o apontamento das variáveis necessárias às empresas informativas para assumirem um status de inovação 3.0, abordamos a ideia da *full service digital journalism organization*, ou seja, uma empresa informativa totalmente engajada aos parâmetros de uma sociedade digitalizada que acessa e discute conteúdos no ciberespaço. Evidente que sem deixar suas características básicas de marca jornalística, inclusive em meios impressos e eletrônicos.

O que percebemos nesta proposta, continuamente discutida pelo *Nieman Journalism Lab* da Universidade de Harvard – EUA, é a movimentação das empresas informativas na busca de soluções ou alternativas de ação para um engajamento mais coerente à audiência e às características da digitalização. As iniciativas vão desde a criação de marcas/produtos paralelos com um caráter *digital native*, até melhorias e adequações de produtos e serviços existentes, a exemplo de apps e outras soluções de mobilidade, visando uma melhor interação interface-máquina-redações-audiência.

Retomando a questão-chave deste item, podemos assumir que o processo de inovação – com o caráter amplo aqui discutido, pode constituir-se numa mudança paradigmática desde que também assumidas as especificidades do mundo midiático; desde que se absorva a ideia de que o jornalismo, enquanto instituição legitimada pela sociedade (hoje digitalizada), sobrevive não importa o cenário, mas notícias (ou informações sobre acontecimentos) de per si, estão disponíveis de múltiplas formas e fontes;

e, por fim, desde que se compreenda que qualquer processo de inovação só tem sentido e se completa se ocorrer um processo de sua difusão e, no caso do jornalismo, a difusão tem a ver com os hábitos de produção e consumo destes conteúdos hoje pautados pela mobilidade dos dispositivos e pela lógica da sociabilidade reticular.

#### 4. INOVAÇÃO 3.0, A PRÁXIS

Considerando o que já discutimos até este ponto, fica evidente que o processo de inovação dentro das organizações não emerge do nada; ele decorre de um conjunto de atitudes, posicionamentos, atenções, pesquisas e prospecções que poderíamos agregar no termo planejamento estratégico – uma atividade contínua e sistemática especialmente para organizações que atuam em ambientes em mutação constante.

Tal cenário indica para os negócios informativos dois conceitos que estão subjacentes na grande maioria das ações de inovação empreendidas por empresas informativas. Falamos sobre a impermanência e a plena atenção enquanto posicionamentos filosóficos para a sustentação de valores organizacionais, uma visão originária na filosofia budista; e sobre a percepção aos “pequenos sinais” ou pontos sensíveis que permeiam o ecossistema informativo parametrizando a estratégia, uma visão discutida pelo guru do planejamento estratégico dos anos 1970, Igor Ansoff.

Um jornalismo impermanente acolhe em seu caráter, sem restrições, uma sucessão de adjetivações – evolutivo, renovador (eco)sistêmico, encadeado, criativo e recriador; assim, nada (e ninguém) são permanentes ao longo do tempo já que causas e condições do ambiente variam sempre e, consequentemente, o que resulta delas também muda, numa contínua espiral de evolução.

A aceitação da condição de impermanência e sua vivência exige uma segunda condição essencial – aquela da plena atenção. Uma espécie de antena aos acontecimentos, fatos, alterações, emergência de dispositivos, enfim, atenção às transformações de tudo o que nos envolve cotidianamente. Um estado de plena atenção viabiliza a percepção dos pequenos sinais que o próprio ambiente emite, criando um

fluxo ativo de planejamento estratégico.

Igor Ansoff (apud Uskali, 2005, p. 4) caracteriza os pequenos sinais num ambiente organizacional “quando uma oportunidade ou ameaça aparecem pela primeira vez no horizonte, com informações ainda vagas, mas que poderão progressivamente de desenvolver e ampliar ao longo do tempo”. Ansoff preconiza atentar a sintomas, indicadores preliminares, informações de bastidores que normalmente passariam despercebidos no cotidiano das organizações e que podem, ao longo do tempo, transformar-se em indicativos consistentes.

Introduzimos neste ponto uma segunda questão: a adoção de procedimentos de planejamento estratégico é válida para negócios informativos no atual cenário de digitalização?

Consideramos que nos tempos recentes emergiram alguns marcos para o ambiente jornalístico global que representam ações de planejamento estratégico visando absorver uma cultura de inovação: o relatório do *Tow Center for Journalism*, da Universidade de Columbia, de 2013, que caracteriza o ambiente jornalístico contemporâneo como um jornalismo pós-industrial (já referenciado em item anterior); e o prolapado relatório *Innovation* publicado pelo jornal *The New York Times* (NYT) em 2014, uma peça exemplar de análise ambiental e proposição de estratégias e ações diante da inovação.

Deles inferimos que aceitar a impermanência (e não insistir na permanência) preconizada pelo jornalismo pós-industrial e construir estratégias que deem conta das inovações que emergem de um estado de “plena atenção” são posicionamentos determinantes para a sobrevivência dos negócios informativos na contemporaneidade.

Resumidamente, os profissionais do *The New York Times* diagnosticaram com frieza que sua credibilidade de marca é incontestável no mundo jornalístico, mas que não conseguem “emplacar” o jornalismo junto à audiência leitora por conta de novos *players* nativos digitais em sua maioria; e da mudança significativa no modo de consumir informação pela sociedade. O cenário de urgência à mudança detectado pelo jornal ocorre “por conta da expressiva

ampliação de empreendimentos de mídia digital, bastante estruturados por meio de investimentos e, indiscutivelmente mais inovadores”. (*The New York Times*, 2014, p. 3).

Evidentemente que o relatório não se constitui na solução definitiva para a inovação nos negócios informativos, pois, enfatizamos sempre que não existem modelos e soluções únicos para todo o ecossistema. Mas, o relatório é uma interessante referência para entender como o processo de estratégia visando inovação pode ser implementado em ambientes de extrema impermanência.

No quesito impermanência é fundamental que as empresas informativas estendam suas antenas para o que acontece em toda a cadeia de negócios que envolvem as Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação. Em recente evento focado em sistemas digitais para empreendedores, a gigante IBM<sup>10</sup> caracterizou este estado de transformação (e de inovação) por meio de claras rupturas em cada segmento: a maior empresa de táxis do mundo não possui veículos – Uber; o maior negócio de hospedagem não possui imóveis – Airbnb; as mais importantes empresas de telefonia não possuem infraestrutura de telecomunicação – Skype, WeChat, WhatsApp; o maior varejista global não possui estoque – Alibaba; o maior empreendimento de mídia do mundo não produz conteúdo – Facebook; o setor de bancos cresce com empreendimentos sem lastro – SocietyOne; a maior empresa cinematográfica não possui salas de exibição – Netflix; e as principais empresas de software não produzem apps – Apple e Google.

De tal cenário, seria plausível questionar se os maiores jornais do mundo não possuíssem notícias? Quais seriam os ativos *core assets* (ativos fundantes) das empresas informativas na ruptura de uma cadeia de valor linear?

Na impermanência, o relatório *Innovation* detecta que a principal ruptura no ambiente está no surgimento significativo de competidores de configuração oposta àquela da mídia clássica em termos de design noticioso, formato narrativo, impacto e conexão com a audiência, estrutura organizativa e modelo

<sup>10</sup> Disponível em <http://www.ibmforentrepreneurs.com>

de negócio. Em análise aprofundada sobre os doze principais competidores no ecossistema midiático considerado pelo NYT apenas o *The Guardian* poderia ser caracterizado como mídia clássica, empreendendo ações de inovação consistentes, a exemplo do sistema publicador integrado Ophan<sup>11</sup> que abrange um modelo de gestão de banco de dados e meta-dados para possibilitar, simultaneamente, a construção de narrativas e formatos adequados às necessidades da audiência, processos de oferta de conteúdo baseados em *microtargeting*<sup>12</sup>, processos de mensuração quantitativa e qualitativa da audiência e das discussões que ocorrem nas plataformas sociais. A publicação considera o Ophan como um sistema de “atenção analítica” das diferentes fontes de dados, informações e dispositivos que são colocados à disposição da redação.

Os demais competidores detectados pelo NYT são empreendimentos recentes, nativos digitais ou empresas de mídia que optaram por estratégias *full digital service*: BuzzFeed, Circa (operações encerradas em 2015), ESPN, First Look Media, Flipboard, The Huffington Post, LinkedIn, Medium, Quartz, Vox e Yahoo News.

Reforçando, mais uma vez, a inexistência de modelos fechados para a adoção de posicionamentos estratégicos focados para a inovação, existem diferentes referências na literatura sobre procedimentos, etapas e modos de agir dentro desta proposta. Não temos a intenção de detalhar este item, mas, indicamos a referência de Alguliyev et alii (2014, p. 120) que apresentam oito etapas para as organizações atuarem estrategicamente no cenário das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação. Adaptando as etapas às características do ambiente da informação digital, temos:

- análise comparativa dos estudos sobre inova-

11 Detalhamento em <http://www.niemanlab.org/2015/01/constantly-tweaking-how-the-guardian-continues-to-develop-its-in-house-analytics-system/>

12 Termo originário em campanhas eleitorais, especialmente na primeira eleição de Barak Obama, para analisar a audiência (ou eleitores) por meio de *clusters* e, a partir disso, direcionar conteúdos específicos para cada micro-nicho de público.

ção, teóricos clássicos e também os recentes;

- interpretação das características inovadoras dos produtos e processos detectados no ambiente;
- conhecimento e análise das funcionalidades dos dispositivos emergentes no ambiente digital;
- exploração das possibilidades de aplicação das inovações diante das especificidades do ambiente da organização;
- categorização das inovações face as análises realizadas;
- desenvolvimento do conceito de inovação para as características/ambientes da organização e indicar as formas de implementação e uso das mesmas.

Não possuímos dados concretos para discutir, numa visão sistêmica, se empresas informativas mundo afora possuem visão e estrutura para manter atividades de planejamento estratégico como fundamental para respectivas gestões. Mas, podemos constatar diferentes ações que refletem posições inovadoras e antenadas com a impermanente mudança.

Como já citamos anteriormente, o *The Guardian*, dentre outras atividades, criou o inovador Ophan como centro de suas operações editoriais contemporâneas. O *The New York Times* indicou no seu relatório *Innovation* como atividades pró-inovação: a criação de um cargo sênior na redação focado no desenvolvimento de relacionamentos com os públicos (*Audience Developpement*); a colaboração interdepartamental ou áreas da empresa que possuem competências sobre análise de mercado, marketing e outras para a geração de ofertas de conteúdo mais consistentes – o NYTimes Now<sup>13</sup> resulta disso; a instalação nos domínios da redação de um grupo de estratégia; a implementação de uma política de *digital-first* nos seus processos informativos; a identificação de lideranças dentre os jornalistas para promover o novo processo.

O conjunto de ações do *The Guardian* e do *The New York Times* compõem uma espécie de “cesta

13 Detalhamento em [www.nytimes.com/nytnow/](http://www.nytimes.com/nytnow/)

básica” da inovação para empresas informativas. Dele podemos ainda indicar mais outras ações pontuais que estão sendo implementadas das empresas midiáticas conforme lista que segue:

- a produção de conteúdos dentro de uma lógica ecossistêmica; neste tipo de estrutura o processo redacional ganha escalabilidade<sup>14</sup> no uso de recursos digitais, experimentações, estabelecimento de fluxos e nas competências da equipe possibilitando, por exemplo, que reportagens do tipo da inaugural *Snowfall* sejam rotina nas escolhas editoriais; tais procedimentos criam para a redação maior segurança na decisão de quais conteúdos merecem um tratamento de agregação de valor informativa;
- a presença no contexto do que hoje denomina-se “jornalismo de plataformas” que alimenta o triunvirato GAF – Google, Apple e Facebook; ainda que tais parcerias sejam questionadas por diversos publishers – Raju Nairiseti<sup>15</sup>, vice-presidente sênior da News Corp. considera prioritária a manutenção da credibilidade de marca ainda que Facebook, Twitter e outras plataformas funcionem como um canal de relacionamento diferenciado com a audiência;
- o questionamento da viabilidade do website da marca jornalística como principal porta de entrada da audiência para acesso aos conteúdos diante da força e poder dos GAF<sup>16</sup>;
- a implementação de parcerias entre empresas informativas e diferentes possibilidades de alavancagem dos processos de inovação e financiamento/investimento das mesmas; alguns exemplos: o *Information Society*

14 Declaração do jornalista Mark Lavalley, diretor de notícias interativas do The New York Times no congresso 17th International Journalism Congress – Perugia, Itália, de 5 a 9 de abril de 2016.

15 Declaração no congresso 17th International Journalism Congress – Perugia, Itália, de 5 a 9 de abril de 2016.

16 Proposição da jornalista e diretora do Tow Center for Journalism, Universidade de Columbia, Emily Bell no congresso 17th International Journalism Congress – Perugia, Itália, de 5 a 9 de abril de 2016.

*Project*<sup>17</sup>, na Yale Law School em conjunto com outras empresas e instituições vinculadas à liberdade de expressão e acesso à informação; o Google Digital News Initiative<sup>18</sup> focado em promover a inovação sustentável no mundo informativo; o financiamento de startups

- a implementação do conceito de design editorial<sup>19</sup> como ponte para a integração de versões impressas, eletrônicas e digitais das marcas informativas;
- a implementação de atividades/plataformas vinculadas à marca jornalística para cultivar e fidelizar futuras audiências (crianças e jovens) hoje nascidas já na lógica digital, uma espécie de “escola de jornalismo” para futuros leitores; exemplos como NYTimesEducation<sup>20</sup>; a The Condé-Nast Fashion & Design School<sup>21</sup> em Londres; o MIT – Massachusetts Institute of Technology e suas diversas iniciativas sobre o futuro das notícias, iniciadas ainda anos anos 1990;
- a implantação de atividades e plataformas de curadoria informativa que objetiva a ampliação do espectro de interesses da audiência digitalizada a exemplo do recente *rebranding* da Tribune Co. Com a criação do TRONCx – *Tribune Online Content*<sup>22</sup>, um empreendimento de curadoria e monetização de conteúdo premium distribuído em multi-canais;
- a produção de peças jornalísticas com visualização de dados, especialmente para cober-

17 <http://isp.yale.edu>

18 <https://www.digitalnewsinitiative.com/>

19 Maiores detalhamentos em QVDE – Quo Vadis Design Editorial <http://www.qved.de/en/schedule>; em <https://medium.com/@rodolfofranca/para-onde-vai-o-design-editorial-2ac931d6329c#80tlp9h8p>

20 <https://www.nytedu.com/pre-college/nyc-summer-academy/>

21 <http://fashionista.com/2015/08/conde-nast-fashion-colleges>

22 <http://www.niemanlab.org/2016/06/tribune-gets-tronced-a-readers-guide-to-the-tribunegannett-war/>

turas específicas<sup>23</sup>;

- a estratégia editorial investigativa hoje tão dependente da competência analítica sobre o *big data*, e hoje tratada como *longform journalism*, alavancada por iniciativas de uso de tecnologias de mineração de dados e outros recursos de inteligência de dados por parte das redações;
- o uso adequado de aplicativos-novidade a exemplo do Snapchat, podcasts, transmissão em tempo real com uso do Periscope/Twitter ou conteúdos resultantes de *drones*;
- a sustentação de atividades laboratoriais de experimentação no interior das redações, os chamados Lab's, desenvolvendo experimentações tanto para a própria marca quanto para clientes a exemplo do The Guardian Labs<sup>24</sup>, do NYTimesLab<sup>25</sup> e de iniciativas europeias detalhadamente descritas por Salaverria & Chábada (2016);
- a convivência com os mais diversos tipos de uso algorítmico para a produção de narrativas.



Figura 2: Espectro de Inovação Ampliado.  
Fonte: elaborado pela autora

Na tentativa de responder à questão central desenvolvida neste item, podemos afirmar que não se empreendem atividades de inovação sem uma postura de planejamento estratégico por parte de qualquer empresa e, no caso de empresas informativas, é algo que varia muito em função de uma cultura mais ampla onde a empresa atue. Em regiões ou países onde os valores comunitários, engajamento, liberdade de expressão, valorização da informação como fonte de conhecimento, por exemplo, estão arraigados desde primórdios agem de forma muito proativa em relação a mudanças, transformações e inovações – diante de nossa impermanência.

## 5. POR FIM, INOVAÇÃO E JORNALISMO SÃO ALIADOS (NO BRASIL TAMBÉM?)

Antes de tudo, inovação enquanto posicionamento estratégico decorrente dos valores e da cultura organizacionais é aliada em qualquer empreendimento. É instrumento de perenização.

Não cabe no escopo deste texto a discussão sobre os modelos de inovação teorizados e aplicados em diferentes indústrias. Já apresentamos algo disso ao referenciar o relatório *Innovation* do NYT e outras ações. Também enfatizamos que não existem modelos fechados, mas sim conceitos flexíveis e adaptáveis a diferentes ambiências.

Também já indicamos que no caso das organizações, a condição digital hoje vivenciada por significativas parcelas da sociedade depende de uma

transformação profunda nas crenças e valores, não se limitando a ações pontuais ou periféricas. Um recente artigo na *Harvard Business Review* enfatiza:

A transformação digital é bem-sucedida ou não por muitas razões – mas, em geral é por causa de pequenas mudanças feitas no nível superficial que não afetam as operações fundamentais de uma empresa. [...] sem orçamento e foco não ocorre uma transformação digital. Aumentar o orçamento do marketing para mídias sociais não é transformação digital. A implementação de um aplicativo também não é. Muitas empresas tradicionais acham que podem permanecer competitivas apenas com pequenas ações – enquanto que os novos representantes da ruptura chegam com abordagens diferenciadas em todos os sentidos. Uma transformação digital efetiva requer mudanças em níveis muito profundos – na liderança e nas crenças fundantes da equipe. Mudanças superficiais geram diferenças locais e mínimas. Mudanças nas crenças reverberam em toda a organização. Estes são os motivos que caracterizam a maioria das transformações digitais – muita conversa, poucas ações e efeitos mínimos. (Libert et alii, 2016, p. 2)

Assim, o mergulho das empresas informativas na realidade digitalizada é um processo denso, marcante e reconfigurador de suas estruturas interna e externa. Com isso, há que se discutir ou repensar um reposicionamento da legitimidade do tão propalado “quarto poder” que se mantém efetivo, mas convivendo com uma série de novos atores e agentes que se estabelecem no ecossistema.

E no Brasil, como ficamos?

São poucas as referências sobre a prática da inovação nas empresas informativas brasileiras vinculadas às marcas tradicionais do jornalismo. O que vemos é uma atenção maior aos recentes empreendimentos nativos digitais.

Uma pesquisa realizada em 2016 pelo blog *Interatores* do jornalista Sergio Lüdtke, apoiada pelo IICS – Instituto Internacional de Ciências Sociais, e realizada junto a 200 empreendimentos nativos digitais brasileiros, revela que as iniciativas em jornalismo digital no Brasil:

[...] são longevas; têm grande penetração nas redes sociais e dependem delas para divulgação; dois terços dos empreendimentos ativos não ela-

boraram plano de negócios antes do lançamento; e surgiram com pretensões de buscar recursos de múltiplas origens, mas não conseguem efetivar esse desejo. (Lüdtke, 2016, online)

Mesmo considerando que nossos empreendimentos nativos digitais já nascem dentro de uma lógica imbuída de inovação, a pesquisa revela que dois terços das iniciativas pesquisadas não elaboram um plano de negócios, decorrendo que estratégia é algo ainda distante para os jornalistas-empresendedores. Não podemos generalizar as inferências da citada pesquisa para todo o cenário do jornalismo no Brasil, mas são dados a considerar.

A escassez de dados no panorama brasileiro não deve desconsiderar o cenário mais amplo que ocorre em outras regiões e culturas. Uma pesquisa realizada por Cea (2016, p. 853) indica que as estratégias de inovação realizadas por empresas midiáticas tendem a ser do tipo *outside-in* (de fora para dentro), terceirizando tais atividades e com baixos investimentos apesar do papel crucial que a inovação assume nesta indústria.

Finalizando, fica evidenciado que inovação no escopo do ecossistema midiático contemporâneo é seu motor central. Também fica evidenciado que este processo não é uniforme, já que depende de fatores muito característicos desta indústria, a maioria deles não vinculados à inovação tecnológica de per si.

## REFERENCIAS

AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? *outra travessia*, nº 5, 2005. Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/Outra/article/view/12576>. Acesso em 5 jun. 2016.

ALGULIYEV, Rassim M.; ALIYEV, Alovsat G.; SHAHVERDIYEVA, Roza O. The content of innovations and structural analysis of their features in the formation of information economy. *Life Science Journal*, 2014; 11 (12), p. 119-123.

ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present. *Geopolitics, History, and International Relations*. 7(2):

As possibilidades que aqui apontamos não se esgotam, pois, esta é uma temática “em construção”, mas, podem ser denominadas como iniciativas focadas na inovação 3.0 para as empresas informativas na medida em que caracterizam-se como intervenções extra-padrão/rotina redacional ou de comercialização.

Também temos claro que nada se concretiza em termos de inovação sem investimentos, geralmente a fundo perdido, por parte da empresa, não importando a indústria; e sem parcerias com Universidades ou entidades focadas em desenvolvimentos específicos, como uma forma de absorção de conhecimentos e valorização das competências existentes na academia.

A discussão aqui proposta nos leva a ampliar o espectro de inovação já apresentado para a seguinte configuração:

23 <https://ijnet.org/pt-br/blog/formas-mais-inovadoras-como-redacoes-cobriram-o-brexit>

24 <http://guardianlabs.theguardian.com/projects>

25 <http://nytlabs.com>

BOCZKOWSKI, Pablo J. *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2004.

BRADSHAW, Paul. Online journalism and the promises of new technologies, Part 2: the assets. Online Journalism Blog, May 7, 2010. Retrieved from <http://onlinejournalismblog.com/2010/05/07/online-journalism-and-the-promises-of-new-technology-part-2-the-assets/>

BRUNS, Axel; BURGESS, Jean. Researching News Discussion on Twitter. *Journalism Studies*. 13 (5-6), 2012, p. 801-814.

BRUNS, Axel. Media Innovations, User Innovations, Societal Innovations. The Journal of Media Innovations 1.1, 2014: 13-27. Disponível em <http://www.journals.uio.no/index.php/TJMI>. Acessado em 05 de junho de 2016.

CEA, Nereida. El papel de la innovación y la tecnología en los medios de comunicación: revisión de la literatura académica y propuesta de clasificación. *Razon Y Palabra*. N. 93, p. 853-867, abr-jun 2016

CHADHA, Kalyani; WELLS, Rob. Journalistic Responses to Technological Innovation in Newsrooms. *Digital Journalism*, 2016.

CHRISTENSEN, C.M; SKOK, D. *Be the disruptor*: Nieman Reports. Boston: The Nieman Foundation For Journalism At Harvard University, 2012

DEUZE, Mark. Understanding journalism as a newswork: How it changes and how it remains the same. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(2), 4-23, 2008.

DEUZE, Mark; BARDOEL, Jo. Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. *Australian Journalism Review* 23 (2), 2001, 91-103.

DOMINGO, David. Interactivity in the daily routines of online newsrooms: Dealing with an uncomfortable myth. *Journal of Computer-Mediated*

*Communication*, 13(3), 2008, p. 680-704.

GARCIA AVILÉS, José Alberto; LEON, Bienvenido. Journalistic Practice in Digital Television Newsrooms: the case of Spain's Tele 5 and Antena 3. *Journalism*. 3 (3), p. 355-371, 2002.

HERMIDA, Alfred. 2013. "#Journalism." Digital Journalism 1 (3) June 21, 2013: 295-313. Innovation in Newsrooms, Digital Journalism, disponível em <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2015.1123100>

LANGLOIS, G., et alli. FCJ-095 mapping commercial Web 2.0 worlds: Towards a new critical ontogenesis. *The Fiberculture Journal*, October 2009, vol 14. Accessed on <http://fourteen.fibreculturejournal.org/fcj-095-mapping-commercial-web-2-0-worlds-towards-a-new-critical-ontogenesis/>

LATOUR, B. Reassembling the social: An introduction to Actor-Network Theory. Oxford: Oxford University Press, 2005.

LEHTOVUORI, Maisa. Innovation Paradigm in Media Management: Case STT. Master's Thesis in Communication Management. Haaga-Helia university of Applied Sciences. Finland: 2016, 77 p. Disponível em [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/104632/Lehtovuori\\_Maisa.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/104632/Lehtovuori_Maisa.pdf?sequence=1)

LIBERT, Barry et alli. To go digital, leaders have to change some core beliefs. Harvard Business Review, em 01 de junho de 2016. Disponível em <https://hbr.org/2016/06/to-go-digital-leaders-have-to-change-some-core-beliefs>. Acessado em 05 de junho de 2016.

LIBERT, Barry et alli. To go digital, leaders have to change some core beliefs. Harvard Business Review, 01 de junho de 2016. Disponível em <https://hbr.org/2016/06/to-go-digital-leaders-have-to-change-some-core-beliefs>.

LÜDTKE, Sergio. Empreendimentos de jornalismo digital no Brasil. Disponível em <http://interatores.com.br/como-surgem-e-crescem-os-novos-empreendimentos-digitais-do-jornalismo-no-brasil/>

LUOMA-AHO, V.; PALOVIITA, A. Actor-networking stakeholder theory for today's corporate communications. *Corporate Communications (An International Journal)*, 15(1), 2010, pp.49-67

MALMELIN, N.; VILLI, M. Managing co-creative collaboration in media work. Proceeding of 11th World Media Economics & Management Conference 2014, Brazil, Rio de Janeiro, 2014.

MEIRA, Silvio. As ondas de inovação e a destruição [e criação] de trabalho e emprego. Blog dia a dia, bit a bit. Disponível em <http://www.terra.com.br>. Acessado em 05 de junho de 2016.

PAVLIK, John V. 2001. *Journalism and New Media*. New York, NY: Columbia University Press.

PICARD, Robert. Can journalists learn to trust the public? Public interest journalism foundation, 2013. Retrieved from <http://www.pijf.com.au/can-journalists-learn-to-trust-the-public-are-we-open-to-collaborating-with-community-groups-this-q-and-a-with-professor-robert-picard-raises-plenty-of-questions-on-the-future-of-journalism/>

PINTO, Miriam de Magdala. *Tecnologia e inovação*. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília] : CAPES : UAB, 2012. 152p.

PLESNER, U. An actor-network perspective on changing work practice communication technologies as actants in newswork. *Journalism*, 10(5), 604-626, 2009.

SAAD CORRÊA, Elizabeth. Innovations in contemporary journalism: Characteristics, practices and typology. Proceeding of International Association For Media And Communication Research (IAMCR) 2012 Conference. Durban: JRE Session, 2012.

SAAD CORREA, Elizabeth. Innovations on Online Journalism: Discussing Social Business Design Models. *Journalism and Mass Communication*, ISSN 2160-6579 September 2014, Vol. 4, No. 9, 535-551.

SAAD, Elizabeth. Centralidade, transversalidade e resiliência: reflexões sobre as três condi-

ções da contemporaneidade digital e a epistemologia da Comunicação. Trabalho apresentado na Divisão Temática Ibercom Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação no XIV Congresso Internacional IBERCOM, na Universidade de São Paulo, de 29 de março a 02 de abril de 2015. Disponível em [http://www.academia.edu/11668397/Centralidade\\_transversalidade\\_e\\_resiliencia\\_reflexões\\_sobre\\_as\\_três\\_condições\\_da\\_contemporaneidade\\_digital\\_e\\_a\\_epistemologia\\_da\\_Comunicação](http://www.academia.edu/11668397/Centralidade_transversalidade_e_resiliencia_reflexões_sobre_as_três_condições_da_contemporaneidade_digital_e_a_epistemologia_da_Comunicação), e acessado em 02/06/2016.

SALAVERRÍA, Ramón; SÁBADA, Charo. Los labs de medios en España: modelos y tendencias, in Periodismo y democracia en el entorno digital, Andreu Cassero-Ripplés (coord.). Salamanca: Sociedad Periodística Española, 2016.

SHIRKY, Clay. There is no news industry. *The European*, Conversation by Martin Eiermann with Clay Shirky 08.04.2013. Disponível em <http://www.theeuropean-magazine.com/interviews>. Acessado em 05 de junho de 2016.

SPYRIDOU, L. P. et alli. Journalism in a state of flux : Journalists as agents of technology innovation and emerging news practices, 2013. Retrieved from <http://gaz.sagepub.com>

The New York Times. Innovation, March 2014. Disponível em <http://mashable.com/2014/05/16/full-new-york-times-innovation-report/#WVL0dT1CQOqo>.

USKALI, Turo. Paying Attention to Weak Signals – The Key Concept for Innovation Journalism. *Innovation Journalism* Vol.2 No.4 25 Apr 2005.

**Recebido em 10 de maio de 2016.  
Aprovado em 15 de julho de 2016.**


 [ DOSSIÊ  
PRÁTICAS JORNALÍSTICAS ]


## An Nguyen

Professor Adjunto de Jornalismo na Escola de Jornalismo, Inglês e Comunicação da Universidade de Bournemouth, na Inglaterra. Ele tem feito diversas e contínuas publicações em várias áreas de pesquisas, incluindo jornalismo digital, jornalismo cidadão, consumo de notícias e cidadania, engajamento do público com o noticiário científico, estatísticas no noticiário, e notícias e desenvolvimento em um mundo em globalização. Parte de seu trabalho está entre o mais citado nos dois jornais de referência, Journalism e Journalism Studies. Antes de ingressar na academia, ele foi um jornalista de ciências e saúde na Cidade de Ho Chi Minh, no Vietnã.

**Site:** <http://staffprofiles.bournemouth.ac.uk/display/anguyen>

**Email:** [anguyen@bournemouth.ac.uk](mailto:anguyen@bournemouth.ac.uk)

# O Julgamento das Notícias na Cultura “Caça-clique”: o impacto das métricas sobre o jornalismo e sobre os jornalistas

## Resumo

Este trabalho oferece uma análise crítica da ascensão das webmétricas (rastreamento de dados de audiência) e seu potencial de impacto sobre o jornalismo e sobre os jornalistas ao redor do mundo. O rastreamento da audiência online cria para a mídia uma oportunidade inigualável de coletar dados naturais e em tempo real sobre o que os usuários fazem – ou deixam de fazer – com as notícias, e pode servir como uma ferramenta útil de decisões editoriais e desenvolvimento de uma estratégia para a redação. No entanto, tais ferramentas trazem junto uma série de novos desafios que, se não abordados com cautela, podem aprofundar uma crise que já é grave no jornalismo – o emburrecimento do noticiário – e elevar as tensões e os conflitos na redação a novos níveis. Os jornalistas precisam cultivar uma cultura profissional forte que os ajude a ter confiança e orgulho de seu juízo autônomo das notícias e a resistir, sempre que necessário, ao sentimento de massa.

**Palavras-chave:** jornalismo; métricas; dados.

## Abstract

This paper offers a critical primer on the rise of web metrics (audience tracking data) and their potential impacts on journalism and journalists around the world. Online audience tracking creates an unprecedented opportunity for the media to collect natural, real-time data on what users do, and do not do, with the news and can serve as a helpful tool for editorial decisions and newsroom strategy development. However, they present a new set of challenges that, if not calmly addressed, could deepen an already critical crisis of journalism – the dumbing down of news – and bring newsroom tensions and conflicts to new heights. Journalists need to foster a strong professional culture that helps them to take confidence and pride in their autonomous news judgement and to resist, wherever necessary, the sentiment of the crowd.

**Keywords:** journalism; metrics; data.

## 1. INTRODUÇÃO

Desde a criação do jornalismo online na década de 1990, a habilidade de rastrear o movimento e o humor do público é celebrada como uma de suas maiores vantagens. Nos últimos anos, isto tomou a frente das culturas de redações e processos digitais na forma de métricas, o que gerou novos debates tanto entre pesquisadores do jornalismo como profissionais da notícias (Anderson, 2010; Boczkowski, 2010; Cherubini & Nielsen, 2016; MacGregor, 2007; Macmillan, 2010; Napoli, 2010; Petre, 2015; Peters, 2010a; Peters, 2010b; Tandoc, 2015; Tandoc & Thomas, 2014; Usher, 2010; Vu, 2014). À medida em que o endereço IP e clique do mouse de cada usuário podem ser fácil e constantemente rastreados, gravados, agregados e levados às redações, os jornalistas consideram cada vez mais difícil manter seu poder de definir a agenda pública por meio de um sistema consolidado e um tanto esotérico de valores profissionais. Neste novo mundo, para usar uma citação clássica, a notícia não é mais “o que os jornalistas fazem dela”; é também o que o público quer que ela seja.

Esta presença maior da “agenda do público”, embora traga alguma esperança de um jornalismo melhor, traz um novo conjunto de riscos profissionais e desafios. Este ensaio tenta discuti-los a fundo. Primeiramente, ele analisa a ascensão da “cultura caça-clique” nas redações ao redor do mundo, assim como os diferentes tipos de métricas por trás desta alta. Depois, com o pano de fundo do descolamento tradicional dos jornalistas do público e das estatísticas, o artigo debate os fatores-chave de risco profissional que as métricas colocam às redações e ao processo editorial. Como argumentaremos, tais riscos, se não abordados com cuidado, podem não só aprofundar uma crise já crítica do jornalismo – o emburrecimento do noticiário – como também elevar a tensão editorial e os conflitos a novos níveis. Se a razão de ser do jornalismo é de informar e educar o público, os jornalistas precisam cultivar uma cultura profissional rígida que os ajude a ter confiança e orgulho em seu juízo autônomo do noticiário e a resistir, sempre que necessário, ao sentimento de massa.

## 2. A EMERGÊNCIA DE UMA CULTURA JORNALÍSTICA “CAÇA-CLIQUE”

Ninguém precisa ser um *insider* da indústria para perceber a crescente prevalência das webmétricas no jornalismo que é feito hoje. Como um consumidor de notícias online, você deve ter notado isso nas muitas listas de “mais vistas”, “mais lidas” ou “mais populares” por aí. De fato, hoje é difícil encontrar um site que não ofereça listas assim. Nos bastidores, os dados que geram tais listas são, nas palavras dos editores britânicos entrevistados por MacGregor (2007), observadas “muito obsessivamente” com “um olho de águia”, e o julgamento das notícias é feito “em tempo real” o tempo todo. Em uma pesquisa com 318 editores americanos, Vu (2014) descobriu que a maioria monitora de perto e regularmente os números de tráfego, sendo que cerca de metade o faz todos os dias, embora sua percepção sobre qual a importância de uma história ainda tenha um papel importante. Hoje é parte da rotina de muitos editores começar uma reunião de pauta com um resumo dos números de acessos. Em algumas redações, e-mails são enviados diariamente a toda a equipe, com dúzias de números sobre o desempenho de cada e toda matéria publicada durante o dia. Alguns vão além e chegam a colocar painéis repletos de dados e gráficos nas paredes, para que os repórteres possam “mastigar os números” em tempo real e permanecer em cima de suas performances individuais e coletivas ao longo do dia. Pendurada na mesa da recepção do andar da redação do famoso *publisher* movido a dados Gawker Media, há dois grandes painéis de dados: o Grande Quadro que exibe os maiores posts (aqueles com maior número de visitas ao mesmo tempo) e o Quadro de Líderes, com os nomes dos maiores redatores (aqueles com maior número de visitantes únicos nos últimos 30 dias), com setas vermelhas/verdes mostrando mudanças em sua posição relativa neste período (Petre, 2015). Segundo Nick Denton, fundador do Gawker, os redatores às vezes são pegos em frente a estes grandes quadros “como os primeiros hominídeos diante de um monolito” (citado em Peters, 2010a).

Alguns veículos de imprensa, incluindo os mais tradicionais como o *Washington Post*, assumida-

mente diminuíram equipes que produzem pouco tráfego, de maneira a realocar recursos para outras áreas, de conteúdo mais popular. Um número crescente de empresas de mídia – Gawker Media, America Online, Bloomberg e Forbes entre elas – usa as métricas como critério para avaliar o desempenho da equipe, calcular os royalties de uma história, definir bônus e/ou estabelecer metas de melhorias<sup>1</sup>. O CEO da America Online, Tim Armstrong, chama isso de uso sensato de métricas, que ele vê como a chave para o sucesso do jornalismo no futuro. “Nós realmente queremos melhorar o jornalismo usando a tecnologia”, disse ele. “Nós sentimos que temos uma janela estratégica para investir em conteúdo de qualidade” (citado em MacMillan, 2010). Esta declaração encontra eco em uma pesquisa recente de Newman (2016), que apontou que três quartos dos CEOs, editores e estrategistas digitais de 25 países veem um melhor uso das métricas para entender e servir o público como um fator crítico de sucesso importante no futuro deles.

Na base desta tendência da indústria está, em grande parte, o poder das tecnologias de rastreamento da rede e o crescimento de softwares como Chartbeat, Omniture e Visual Revenue. Por um lado, estas tecnologias tornam fácil e simples coletar e entregar os números de audiência em tempo real com um volume relativamente alto de precisão. De fato, rastrear o comportamento do público não é algo completamente novo: é feito há décadas para gerar audiência, a moeda da indústria televisiva. Porém, a falta de métodos satisfatórios de medição combinada aos índices de audiência tem sido um fator-chave que tem levado os jornalistas tradicionais a dispensar estes dados e ignorar seu público (Schlesinger, 1987). Alguns graves inconvenientes dos métodos de medição de audiência usados pela televisão – por exemplo, o uso de amostras pouco representativas para extrapolar o público geral, ou a incapacidade do dispositivo de rastreamento de distinguir entre um aparelho de TV ligado ou desligado – não parecem mais

<sup>1</sup> Alguns “nativos digitais” cujo sucesso foi construído em grande parte no uso intensivo e extensivo de métricas, como o Huffington Post, contudo, não se baseiam em nenhum sistema de métricas para pagar ou avaliar suas equipes, porque, nas palavras de seu ex-editor-chefe, Jimmy Soni, “ligar alguém a um número... parece sugar a alma do processo criativo”.

ser um problema. Cada endereço IP de um usuário, assim como seu histórico de navegação e cliques em um site de notícias podem com facilidade ser armazenados em servidores e agregados em padrões de uso geral. Os dados resultantes – que sempre são coletados internamente ou por empresas terceirizadas de rastreamento – são bastante naturais e confiáveis. A Chartbeat, cujos clientes estão em mais de 35 países, inclusive 80% dos veículos mais acessados nos EUA (Petre, 2015), se vende como a ferramenta para as equipes que comandam redações “rastrearrem segundo a segundo, pixel a pixel, a atenção de seu público, onde quer que ela esteja” (desde maio de 2016).

As tecnologias de rastreamento também criam dados mais diversos que podem proporcionar insights ainda mais ricos sobre o comportamento do público. O software de rastreamento pode coletar os dados de centenas de atributos da audiência que servem tanto para decisões editoriais quanto comerciais. Em um sentido mais amplo, estas métricas podem ser classificadas em duas grandes categorias. A primeira – que podemos chamar de *métricas internas* – consiste em dados referentes ao comportamento antes, durante e depois de uma visita específica ao site. Esta categoria inclui uma grande (e, às vezes, confusa) lista de indicadores que pode mais adiante ser dividida em dois subgrupos:

- Dados indicando *tráfego para/do site*: acessos, visitantes únicos, origens geográficas (onde no mapa estão os usuários), número de visitas, fontes de referência (que sites levam os usuários aonde), se os usuários são novos ou visitantes frequentes, para onde eles vão depois (de concluída a sessão), e assim por diante.
- Dados indicando *comportamentos de uso de fato no site* (o que os usuários fazem quando estão no site): quantas pessoas leram/assistiram/ouviram um item (isto é, quantas vezes uma página foi vista); número de comentários que uma história teve; quantas vezes um item é compartilhado por e-mail, Twitter, Facebook e outras plataformas de mídias sociais; palavras-chave mais procuradas;

tempo médio gasto em um site ou história; e assim por diante.

Não é preciso dizer que editores e repórteres podem extrair destes dados uma noção de se, e quanto, uma história, um tópico, uma seção ou o site inteiro atrai o interesse e atenção do público. Vu (2014) descobriu que os editores ouvidos por ele em geral estão bastante preparados para usar métricas deste tipo como um fator-chave em diversas decisões editoriais – p.ex., se eles devem ajustar o posicionamento da história nas *home pages*, se devem continuar a acompanhar e atualizar histórias “pela tabela”, providenciar mais elementos multimídia ou desenvolver produtos editoriais para elas ou se publicam histórias semelhantes no futuro. Alguns softwares até mesmo permitem que os editores façam outras coisas, como experimentar e testar chamadas diferentes para uma mesma história. Para quem cuida de vendas, as métricas internas constituem a moeda das notícias online e são vendidas aos anunciantes, sejam como indicadores individuais ou índices compostos do desempenho geral (como “engajamento do público” ou “crescimento da audiência”). Alguns programas de rastreamento podem usar dados em tempo real para cravar até os centavos de renda com publicidade que uma história específica gera, a partir do número de cliques em anúncios na página.

O segundo grupo amplo de dados – *métricas externas* – envolve o que é assunto na rede em geral. Estas métricas ajudam os jornalistas a saber que tópicos tendem a atrair usuários e olhares e, como resultado, que histórias devem ser cobertas pelo site em que trabalham. Em última análise, estes dados servem como uma ferramenta para os jornalistas melhorarem e usarem ao máximo possível as métricas internas. A AOL, por exemplo, tem seu próprio software para acompanhar os assuntos do momento em mídias sociais – por exemplo, tópicos em alta no Facebook ou Twitter – e, com base nisto, oferece histórias “sob demanda” para seus usuários. Por algum tempo, o líder do “grande quadro” do Gawker era um “homem-máquina” chamado Neetzan Zimmerman, cujo trabalho era descobrir tópicos virais na web e produzir posts curtos sobre eles para o site (Phelps, 2012). Zimmerman, descrito certa vez como o “gênio

do noticiário viral” e “sobre-humano” (Moses, 2015), usou recentemente práticas semelhantes para gerar notáveis altas de tráfego para o veículo político de nicho de Washington DC *The Hill*, onde trabalha como editor sênior desde o começo de 2015.

As métricas externas também são usadas para orientar repórteres e subeditores a produzir chamadas e matérias “otimizadas para mecanismos de busca” – isto é, aquelas que contêm certas palavras-chave que as pessoas tendem a usar em sites de procura. Por exemplo, se os dados indicam que uma pessoa relacionada a um evento do noticiário é pesquisada com frequência no Google, é melhor usar o nome dela na chamada ou em algum lugar no início da história, de forma que ela tenha uma chance maior de aparecer nos primeiros resultados da busca no Google. No TheStreet.com, há um dedicado “cara do SEO” cujo trabalho é fazer só isso: *Search Engine Optimisation* (SEO) (Usher, 2010). Muitos cursos de treinamento jornalístico, inclusive aqueles de corpos de acreditação como o Conselho Nacional de Treinamento de Jornalistas no Reino Unido, integram o SEO como parte compulsória de seu ensino.

### 3. UM CASAMENTO FORÇADO?

De acordo com pelo menos duas métricas tradicionais, a onipresença e o fluxo implacável de métricas de audiência na redação pode sugerir algo como um “casamento forçado”. Em primeiro lugar, a redação é um lugar um tanto estranho para as métricas web, dada sua hostilidade costumeira a qualquer coisa numérica. Muitos jornalistas, vítimas de um “ponto cego” com relação a números, tendem a dispensar completamente dados e estatísticas. Ao confessar que odiavam matemática na escola e que dados lhes dão tontura, eles não hesitariam em admitir que escolheram uma carreira de jornalista para trabalhar com palavras, não números (Maier, 2002; Yarnall et al, 2008).

David Randall (2000, p. 73) observou que “um bocado” de jornalistas consideram o numeramento<sup>2</sup> “um tipo de vírus que, se pego, pode afetar o cére-

<sup>2</sup> Nota da tradução: em inglês, *numeracy*. Pode ser traduzido também como letramento matemático, “alfabetização” numérica ou numeracia.

bro literário, elevando a uma perda permanente do vocabulário e a um murchar da sensibilidade”. Na maioria das redações, “o letramento é considerado essencial para os repórteres – ou ao menos para os subeditores deles -, mas o numeramento não” (Wilby 2007). Enquanto isso, o numeramento é raramente ou muito pouco incluído como uma das habilidades essenciais na formação jornalística. Em uma entrevista recente a Howard (2014), Aron Pilhofer, Editor Executivo de Digital no *Guardian*, vê isso não apenas como uma questão de pouca apreciação, mas sim como “um problema cultural” no jornalismo. “O jornalismo é uma das poucas profissões que não só tolera a incompetência numérica, mas a celebra”, disse. “Eu ainda ouço jornalistas que se orgulham disso, até mesmo comemoram não saberem fazer contas”.

Em segundo lugar, o jornalismo como profissão é bem conhecido por fazer vistas grossas às necessidades e demandas de seus clientes. Na maior parte de sua respeitável história, os jornalistas escreveram para uma audiência imaginária de um – o editor – ou, na melhor das hipóteses, poucos: os editores deles, colegas de profissão, parentes e conhecidos e assim por diante. “Ah, estamos escrevendo para o editor, é claro”, afirmou um jornalista britânico a Heatherington (1985). “Minha mulher é a crítica”, disse outro. Em outras palavras, as pessoas que leem/veem/ouvem as notícias por aí – e que direta ou indiretamente pagam pelo jornalismo – são, digamos sem rodeios, insignificantes; elas têm pouca ou nenhuma voz nas decisões editoriais do jornalista (Allan, 2010; Green, 1999; Schlesinger, 1987). E os jornalistas não parecem ligar. “Sei que temos 20 milhões de espectadores, mas eu não sei quem eles são”, disse um jornalista americano a Gans (1980). “Não sei o que o público quer, e não ligo”. De maneira parecida, um jornalista francês disse a Guyot et al (2006) o seguinte: “O leitor não é quem nos diz o que escrever. O leitor pode nos dizer que temas são interessantes. Mas quanto ao que botamos no papel, por exemplo, a pena de morte, não damos a mínima se o leitor é a favor ou contra. Nós somos contra”.

Assim, embora a pesquisa de audiência seja frequente e cara, seus resultados, na maioria das

vezes, só afetam pessoas nos níveis administrativos, e não os jornalistas individuais, que simplesmente não ligam e “tendem a ser muito céticos quanto a afirmações baseadas em pesquisa de mercado” (Allan, 2010, p. 123). Enquanto isso, o feedback direto mínimo do público – na forma de cartas à redação – é em geral dispensado como lixo “delirante ou loucura” (Wahl-Jorgensen, 2007) “de gente chata, instável, histérica e doente” (Gans, 1980).

Como pano de fundo histórico e cultural desta “ignorância deliberada permitida pela tecnologia” (Anderson, 2011, p. 553), a mudança no julgamento editorial, do instinto para as métricas – ou a “compreensão racional da audiência”, na definição de Napoli (2010) – representa uma transformação bastante dramática e radical na maneira como os jornalistas percebem e se relacionam com seu público. Com a ajuda de novas tecnologias e compromissos com as webmétricas no topo da hierarquia, os jornalistas na base não podem mais tranquilamente ignorar e abandonar as audiências para seus chefes como faziam nos “velhos tempos”.

Para muita gente, esta presença maior do público nas redações é um avanço saudável em direção a um jornalismo mais preocupado e democrático que nunca. Nikki Usher (2010) – um ex-jornalista, hoje acadêmico – argumenta que o rastreamento da audiência “redireciona o jornalismo de escrever para si mesmo para escrever sobre o que as pessoas estão de fato procurando”. De modo semelhante, um jovem jornalista britânico que esteja nos EUA considera as métricas a principal razão para o jornalismo online ser melhor que os outros: “Ser um jornalista bem-sucedido significa prestar atenção a estes números e responder ao que as pessoas querem e precisam, em vez do que nós *achamos* que elas querem e precisam ou – pior – o que nós achamos que elas *deveriam* querer e precisar” (Henry, 2012). Para outros, a questão não é tão simples. Se os jornalistas abrirem mão de seu julgamento autônomo tradicional ao decidir o que é ou não notícia, eles podem acabar indo com o que quer que seja a vontade da massa. Isto pode levar o jornalismo a lidar com um declínio ainda maior em seus padrões e a outros problemas críticos, que são o foco da próxima seção.

#### 4. UMA NOVA CORRIDA AO FUNDO?

Quando Tim Armstrong declarou à *Business Week* que as métricas oferecem uma “janela estratégica (dentro) do conteúdo de qualidade” na AOL, ele despertou mais suspeitas que entusiasmo entre quem o ouviu. Um leitor chamou “a jogada da AOL” de “nova morte do jornalismo”, enquanto outro a definiu como uma dança entre editorial e comercial, perguntando: “Quanto mais seria preciso para amaciar seu público e fazê-lo aceitar um papo de café?” Ao mesmo tempo, um blogueiro foi citado dizendo: “Meu medo é que, uma vez que eles comecem a analisar de onde vem o tráfego deles e de onde vêm os dólares, eles decidam que talvez o jornalismo devesse ir atrás de celebridades de Hollywood e dos ícones do esporte que fumam maconha” (Macmillan, 2010).

Estas preocupações são legítimas. As métricas, internas ou externas, têm o objetivo final de atrair ao máximo possível a atenção do público a sites de notícias. Isto pode soar perfeitamente desejável: o que pode ser mais recompensador para jornalistas e veículos de notícias do que ter sua produção chegando à maior audiência? O problema é que este tipo de conteúdo que pode elevar a audiência em geral é assim chamado de “notícias que você usa” – notícias que apelam ao mínimo denominador comum de todos os gostos, focando no mais básico, menos sofisticado e menos sensível nível dos estilos de vida e atitudes. Na prática, geralmente se traduz em *soft news* de alto entretenimento e baixo valor informativo (McManus, 1992). As pessoas querem este conteúdo em grandes doses em parte porque ele é fácil de consumir. Ao mesmo tempo, *hard news* sobre temas públicos sérios – o que se acredita que o público deveria e precisaria consumir para um bom funcionamento das sociedades democráticas – nem sempre tem um apelo tão amplo: demanda, entre outras coisas, um sério esforço cognitivo e um contínuo interesse na vida pública que uma parcela significativa do público pode não ter ou sentir necessidade de adquirir. Há evidências de sobra disso. Nos séculos XIX e no início do XX, a imprensa popular prosperava na Inglaterra com uma ética de trabalho perfeitamente capturada na seguinte rima, que circulava bastante na rua Fleet:

Faça cócegas no público, faça-o rir.  
Quanto mais coçá-lo, mais irá se garantir.  
Ensine o público e perderá uma fábula.  
Viverá como mendigo e morrerá numa vala.

Hoje, tabloides como o *Sun* e o *Daily Mail* vendem milhões de cópias diariamente no Reino Unido, enquanto seu jornal que mais vende, o *Daily Telegraph*, tem uma circulação pouco acima dos 480 mil exemplares (aferida em maio de 2016). Uma tendência parecida acontece online: pesquisas recentes indicam que as listas de notícias mais lidas/vistas em sites de notícias têm principalmente histórias triviais, sensacionalistas e de entretenimento – isto é, sexo, crime, celebridades, dicas “como fazer”, interesse humano e afins (Bird, 2010; Boczkowski, 2010). À medida que os usuários são mais expostos a estas listas, esta tendência deve continuar no longo prazo.

É por isso que críticos alertam para um grande risco do aparente “casamento forçado” entre o trabalho noticioso e as métricas de audiência: na falta de competência estatística ou conhecimento consistente da dinâmica sociopsicológica do consumo de notícias, os jornalistas podem, com facilidade, cair na armadilha de ir religiosa e acriticamente com o sentimento de massa trazido pelas métricas. Se as métricas reinassem em nossas redações cada vez mais intensas e movidas a *deadlines*, os jornalistas poderiam cogitar a possibilidade de dar à população o que ela quer e pode consumir sem esforço, em lugar do que ela precisa e deve consumir com esforço para tornar seus cidadãos informados e autogovernados. Isso resultaria na intensificação de um problema que já é perene no jornalismo: o emburrecimento das notícias, ou a tendência a deixar o noticiário, nas palavras de um jornalista britânico, “brilhante, vulgar e reluzente” (citado em Franklin, 1997). Em outras palavras, se as métricas dominassem o jornalismo online, elas possivelmente estimulariam uma migração online maciça de muitas práticas tradicionais dos tabloides. Estas incluem, entre outras, “a sensacionalização do noticiário, a abreviação das histórias, a proliferação das fofocas de celebridades e o uso mais intenso de material visual como fotos e ilustrações enormes” (Rowe, 2010, p. 351).

De fato, uma visita a alguns dos sites de notícias

mais populares hoje, como o *BuzzFeed* e o *Daily Mail*, revelam com que tais práticas se parecem: histórias de celebridades recebem destaque proeminente; histórias são espremidas ao comprimento mínimo; o conteúdo é despedaçado em fragmentos de notícias; o material de áudio/vídeo é quebrado em grãos de notícias; álbuns de fotos divertidos são oferecidos em peso; chamadas recebem palavreado bizarro para responderem melhor aos algoritmos de mecanismos de buscas; e assim por diante.

Assim, em vez de servir como uma “janela estratégica (dentro) do conteúdo de qualidade”, as métricas de audiência podem piorar uma situação já ruim. Uma corrida de olho nas métricas e por audiência pode acelerar ainda mais a autodestruição do noticiário. É uma “corrida até o fundo” – nas palavras de Phu Nguyen (2010), um jornalista vietnamita respeitado que lamenta o uso do sexo e do sensacionalismo na disputa por receita no segmento de notícias online de seu país. Se a maioria das decisões editoriais fossem guiadas com base somente nos números de tráfego diários, o jornalismo arriscaria se tornar outro segmento de diversão, em vez de uma profissão que deveria existir primeiramente para informar, educar e, em última análise, instruir a população<sup>3</sup>. Como observam Tandoc e Thomas (2015, p. 249), as métricas onipresentes reforçam “um ecossistema de mídia que mima em vez de esclarecer e desafiar sua audiência”.

Seria ingênuo – acrescento desde já – pensar no futuro do jornalismo em termos de cenários tão catastróficos, por motivos que discutirei mais adiante. Vale dizer também que as *soft news* nem sempre são algo ruim: elas têm sua função social e atendem certas necessidades humanas – como o desejo de escapar da rotina cotidiana, de fofocar ou de discutir assuntos pessoais<sup>4</sup>. Porém, dado o triste passado recente do jornalismo, o risco de seus padrões e prá-

<sup>3</sup> Vale notar que, do ponto de vista econômico, as *soft news* têm outro apelo à indústria: em geral, elas são muito mais baratas de produzir que as *hard news*. Isso cria uma “combinação perfeita” para quem administra o negócio: melhora o resultado (atenção do público) ao mesmo tempo em que minimiza o custo de produção. Para uma indústria de notícias que ainda batalha por receita, uma combinação assim seria uma grande força motivacional.

<sup>4</sup> Confira Nguyen (2012) para um panorama do debate sobre a função das *soft news*.

ticas serem emburrecidas ainda mais a reboque das métricas é real e elevado. O risco é ainda maior em um contexto de uma indústria de notícias online que ainda briga para encontrar um modelo de negócios para si. Apesar do crescimento fenomenal no tamanho e substância das audiências, o jornalismo online ainda tem dificuldade para convencer seus usuários a pagar por seu conteúdo. Oferecidas de graça desde o princípio, as notícias online foram aparentemente subestimadas pelos usuários. Ao mesmo tempo, segundo pesquisas recentes, as notícias online ainda não convenceram os anunciantes, que direcionaram a maioria dos investimentos em propaganda online para plataformas que não são de notícias, em particular os sites de buscas.

Nesta corrida desigual pelos anúncios e sob pressão para sobreviver, muitos sites de notícias tiveram de recorrer à arma tradicional: *soft news*. Esta tendência é particularmente forte entre empresas multimídia situadas entre os fornecedores de notícias e não-notícias. Estas empresas, como aponta Currah (2009, p. 88), optam por melhorar seu apelo às audiências online de pouca atenção com uma estratégia de “biruta digital” – isto é, aumentando o tráfego e mantendo a atenção dos usuários tanto quanto possível, o que “por padrão<sup>5</sup>... privilegia uma orientação mais branda e populista ao noticiário”.

#### 5. TENSÃO, TENSÃO EM TODO LUGAR?

A questão não é só sobre o emburrecimento do conteúdo noticioso. O uso predominante de métricas traz outros desafios dramáticos ao trabalho editorial, com novos tipos de tensões e conflitos provavelmente acrescentados aos já caóticos e intensos processos da redação. Alguns destes apresentam perspectivas imprevisíveis, mas assustadoras. Por exemplo, se o supracitado sistema de pagamento e de bônus de equipe baseado em métricas – que é, em essência, um mecanismo de disciplina da redação – se tornar comum, aonde isso levaria o jornalismo? A ideia de jornalistas brigando e disputando audiência para ter ganhos monetários, em vez de atender a uma noção de dever público, é um tanto assustadora.

<sup>5</sup> Nota da tradução: no original, *default*.

Vamos torcer para que esse mecanismo não siga o caminho sombrio tomado por sistemas de incentivo em outros lugares - como o da indústria bancária, em que bônus lucrativos encorajam muitas práticas insalubres e ultrajantes que, em parte, causaram nossa crise econômica global atual.

Ainda que não dê para saber se isso acontecerá, muitos efeitos imediatos são facilmente notados hoje mesmo. Por um lado, é provável que os níveis de estresse trabalhista atinjam novos níveis e sejam mais permanentes. Independentemente de amarem ou odiarem métricas, os jornalistas terão de aceitar uma exposição implacável a estes dados em seu trabalho cotidiano e de desenvolver uma mentalidade caça-clique entre eles. “Em um jornal, seu único ponto de estresse verdadeiro é à tarde, quando você está sentado com um *deadline* e tentando escrever”, disse Jim VandeHei, editor-executivo do Politico.com. “Agora, a qualquer momento do dia, começando às cinco da manhã, pode haver aquele mesmo nível de intensidade e pressão para produzir algo” (citado em Peters, 2010a).

96 Enquanto isso,

Jovens jornalistas que um dia sonharam em cavalgar o globo atrás de uma história estão em vez disso algemados a seus computadores, de onde tentam escavar um pensamento fresco ou serem os primeiros a reportar até mesmo o menor dos grãos de notícia - qualquer coisa que impressione os algoritmos do Google e atraia leitores na direção deles (Peters, 2010a).

E sempre que indicadores-chave, especialmente aqueles números rudimentares de tráfego como *page views*, visitas e visitantes, não vão bem, a redação pode ser tomada por uma atmosfera um tanto sombria, frenética e até mesmo assustadora. Como mostrado no comunicado abaixo à equipe do *Philadelphia Inquirer* e de seu Philly.com em 2008:

estamos na queda de verão - e precisamos agressivamente acabar com ela. Vamos proteger nosso crescimento de *page views*! Todo mundo aqui deveria pensar “o que eu posso subir no Philly.com agora” em termos de conteúdo. E o que eu posso acrescentar à história que é bom para o site. Deve haver uma urgência na ideia de mandar coisas pra Philly.com (citado em Anderson, 2010, p. 560).

De fato, a “compreensão racional da audiência” se transformou em uma emocionalização da redação. Em certo sentido, a emoção em si é um alvo de certos softwares de rastreamento de audiência. Como disse um empregado do Chartbeat a Petre (2015): “Não é a identidade do número, (mas) a sensação que o número produz... ela é importante.” No Gawker Media, por exemplo, Petre observa que o trabalho editorial em meio a altos e baixos constantes de números do Chartbeat pode ser “uma montanha-russa emocional” e algo tão “viciante” quanto jogar ou apostar. Qualquer um que tente fugir à tirania destes grandes painéis de dados, nas palavras de um redator do Gawker, é como “um viciado em cocaína de férias na Colômbia”. Alguns redatores, ao lidar com a imprevisibilidade dos números de tráfego, tentam criar e postar histórias tão frequentemente quanto possível como estratégia para melhorar suas chances de aparecer em um destes quadros (igual a jogar na loteria). Competitividade é o nome do jogo: quase todos os funcionários do Gawker que Petre entrevistou viram isso como a característica pessoal mais importante para sobreviver e prosperar na empresa.

Para alguns jornalistas, no entanto, o impacto mais doloroso das métricas está na “crise de consciência” que eles experimentam. Pesquisas feitas por Anderson (2011) e Tandoc (2014) nos EUA, Boczkowski (2010) na América Latina e MacGregor (2007) no Reino Unido produziram farta evidência de que situações difíceis que surgem da tensão entre dar ao público as notícias que ele precisa e as que ele quer são lugar comum hoje. Um repórter do Philly.com, citando uma história extensamente pesquisada sobre uma empresa militar local que “simplesmente naufragou... e teve um desempenho terrível” no site, lamentou: “Quer causar medo no coração dos profissionais do jornalismo? Este é um jeito” (citado em Anderson, 2011, p. 559). Nas três redações estudadas por Tandoc (2014), conseguir um equilíbrio entre o que se considera o dever e orgulho profissional do jornalista e a necessidade constante de gerar tráfego com os assim chamados caça-cliques é algo complicado de se fazer. Um editor contou a Tandoc que se tornou um “luxo” para ele(a) sequer pensar sobre a dicotomia normativa entre produzir jorna-

lismo de qualidade e obter o maior volume de tráfego “porque, se a empresa não está fazendo dinheiro, eu posso ser dispensado... (e) é assim que é” (p. 12). “Às vezes você tem de tapar o nariz”, disse outro (Tandoc, 2014, p. 12).

Neste contexto, não é surpresa que jornalistas em redações guiadas por métricas relatem que deixaram seus empregos ou até mesmo mudaram de carreira por não conseguirem aguentar a pressão constante de produzir notícias para o quadro. No Politico, quase uma dúzia dos 70 repórteres e editores saiu na primeira metade de 2010, enquanto no Gawker, “não é incomum que os editores fiquem apenas um ano no cargo” (Peters, 2010a)<sup>6</sup>.

## 6. ALÉM DA CONTAGEM DE CABEÇAS: PROFISSIONALISMO JORNALÍSTICO COMO PANACEIA

Este artigo não é de modo algum um apelo pela dispensa das métricas no trabalho noticioso. Ele também não busca encorajar a continuidade da ignorância tradicional do público pelos jornalistas na era digital. Em vez disso, é um chamado urgente aos jornalistas para que assumam os desafios das métricas e os integrem a seus processos editoriais antes que seja tarde demais. Os jornalistas amando ou odiando-as, as métricas vão continuar a se inserir nas empresas de notícias como soluções tecnológicas, comerciais e editoriais, e a lentidão dos jornalistas neste processo poderia dar às áreas comerciais e tecnológicas uma vantagem sobre a editorial.

Um bom ponto de partida é ter em mente que, embora eu tenha me mostrado bastante negativo sobre seus potenciais impactos no jornalismo e nos jornalistas, as métricas *per se* não são um avanço negativo. Embora seu uso acrítico possa ser disruptivo e levar a desastres sociais e profissionais, um acesso direto e em tempo real a tais dados, naturalmente, acrescenta um elemento inédito e saudá-

<sup>6</sup> Petre (2015), contudo, nota que alguns redatores e editores do Gawker decidiram sair apenas para voltar depois - um padrão denominado “Bumerangue Gawker” pela Capital New York - porque eles também se acostumaram à maneira Gawker de trabalhar e não conseguiram se adaptar àquelas redações menos obcecadas com números de tráfego.

vel que pode trabalhar a favor do jornalismo, tanto como profissão quanto como negócio. Estes dados naturais proporcionam um volume considerável de informação precisa e confiável para que jornalistas e executivos editoriais entendam certos aspectos importantes da audiência e os usem para servir às pessoas de modo mais ponderado, talvez até mesmo mais científico.

Além disso, deve-se interpretar os problemas analisados acima como indicadores do que pode - e não necessariamente vai - acontecer em grande escala no futuro. A redação não é uma terra de ninguém para as métricas conquistarem sem resistência. Pesquisas apontaram que editores e repórteres mais tradicionais ainda tendem a ser inflexíveis e firmes quando se trata de padrões profissionais e não estão prontos a aceitar e internalizar a mentalidade caça-clique como aqueles citados ao longo deste artigo. (Anderson, 2011; Boczkowski, 2010; MacGregor, 2008; Petre, 2015; Usher, 2010; Vu, 2014). Por exemplo, o *New York Times*, considerado “preguiçoso” na adoção de métricas, proíbe seus repórteres de acessarem estes dados por receio de que eles sejam mal interpretados e usados erroneamente, além de isso interferir com o julgamento independente das notícias (Petre, 2015). Atitudes semelhantes são notáveis em outros veículos de notícias onde um *ethos* profissional integra profundamente a cultura e o tecido da operação no dia-a-dia. Para jornalistas nestas empresas, seu “instinto” para decidir o que é notícia, e o que deve ser notícia, sempre foi essencial para fazer e tornar o jornalismo uma parte indispensável da vida democrática. De fato, produtores de alguns softwares de rastreamento entendem isso muito bem. Para um maior apelo à indústria de notícias, por exemplo, o Chartbeat “gasta energia e esforços consideráveis” para desenvolver um painel que não só fornece dados rigorosos, mas também “deve demonstrar respeito pelo juízo e valores jornalísticos tradicionais, ... deve ser atraente... deve aliviar o impacto das más notícias, e finalmente... deve facilitar o otimismo e a celebração das boas notícias” (Petre, 2015). De fato, uma deferência à autoridade jornalística é também um princípio de trabalho para a equipe do Chartbeat nas interações diretas com clientes.

97

98 Isso leva ao meu ponto final: o papel crucial do profissionalismo jornalístico na prevenção dos aspectos negativos e promoção dos positivos das métricas. Se os jornalistas se considerassem gestores de um serviço público especializado e complicado para as ciências humanas, eles não seriam vulneráveis ao potencial e poder destrutivo das métricas. Na ausência deste *ethos* de “serviço público”, o público nada mais seria que um conjunto homogêneo de meros consumidores que podem se tornar uma *commodity* sem alma para ser vendida aos anunciantes. O que por sua vez daria uma margem ampla para os aspectos negativos das métricas entrarem em jogo em grande escala. Por outro lado, uma cultura profissional que cria, cultiva e protege a autonomia dos jornalistas para que eles exerçam seu conhecimento especializado, habilidades, valores e padrões os deixaria a uma distância segura do sentimento de massa que as métricas oferecem. Precisamos de uma cultura na qual os jornalistas sejam encorajados a ter confiança e orgulho em, entre outras coisas, seu próprio juízo editorial e em que são, se necessário, capazes de se levantar contra as forças do mercado e da gerência. Isto não é só um princípio idealista, mas uma questão bastante prática de gestão de marca. Afinal, é o juízo editorial que torna a marca única para a audiência. As pessoas vão e voltam a um site em parte porque confiam - ou menos esperam - que o conteúdo que veem seja produto de um julgamento sensato e confiável sobre o que é importante é relevante para elas.

O trabalho dos jornalistas, para concluir, é não dispensar de todo as métricas, mas, nas palavras de um editor-executivo de um site de notícias dos EUA, “sentar na mesa e ter uma conversa honesta sobre quais são os objetivos” e chegar a um equilíbrio entre “ter o dinheiro e ser uma empresa jornalística respeitada” (como citado em Tandoc 2014, p. 13). Desta perspectiva, não há “casamento forçado” algum aqui. Em vez disso, como sugerido por Cherubini e Nielsen (2016), os jornalistas precisam trabalhar duro para encontrar meios de transformar simples números de “análise editorial” – isto é, ir além dos dados brutos, genéricos e viciantes em tempo real, como cliques e visitas, e moldar a supracitada variedade de métricas em prioridades editoriais, objetivos e imperativos.

## REFERÊNCIAS

ALLAN, Stuart. *News Culture*. Third edition. Maidenhead: Open University Press, 2010.

ANDERSON, C.W. Between creative and quantified audiences: web metrics and changing patterns of newswork in local US newsrooms. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, 12 (5), p. 550-566, 2011.

BIRD, Elizabeth. News practices in everyday life: beyond audience response. In: ALLAN, Stuart. (org.), *The Routledge Companion to News and Journalism*. London: Routledge, 2010, p. 417-427.

BOCZKOWSKI, Pablo. *News at Work: Imitation in an Age of Information Abundance*. Chicago: University of Chicago Press, 2010.

CHERUBINI, F.; NEILSEN, R. *Editorial Analytics: How News Media Are Developing and Using Audience Data and Metrics*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2016 Retrieved April 30, 2016 from <http://tinyurl.com/jqrvsu2>.

CURRAH, Andrew. *What's Happened to our News?* Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2009. Retrieved April 18, 2010 from <http://tinyurl.com/helmm6t>.

DONSBACH, Wolfgang (2010). Journalists and their professional identities. In: ALLAN, Stuart (org.), *The Routledge Companion to News and Journalism*, London: Routledge, 2010, p. 38-48.

FRANKLIN, Bob. *Newszak and News Media*. London: Hodder Arnold, 1997.

GANS, Herbert. *Deciding What's News*. New York: Vintage Books, 1980.

GREEN, Kerry. How newsroom failures limit readership gain. *Australian Studies in Journalism*, 8, p. 18-36, 1999.

HENRY, Emily. Ten reasons why online journalists are better journalists (in theory). *The Online Journalism Review*, May 23, 2012. Retrieved June

23, 2010 from <http://tinyurl.com/6s2ha6p>.

HETHERINGTON, Alastair. *News, Newspapers & Television*. London: Macmillan, 1985.

HOWARD, A. *The Art and Science of Data-Driven Journalism*. Tow Centre for Digital Journalism, 2014. Retrieved February 12, 2015 from <http://tinyurl.com/jmxskoz>.

MACGREGOR, Phil. Tracking the online audience. *Journalism Studies*, 8 (2), p. 280-298, 2007.

MACMILLAN, Douglas. AOL moves to build tech newsroom of the future. *Business Week*, 2010. February 21. Retrieved July 23, 2012 from <http://tinyurl.com/ycpmjt9>.

MAIER, S, R. Numbers in the news: a mathematics audit of a daily newspaper. *Journalism Studies*. Vol. 3, No. 4, p. 507-519, 2002.

McMANUS, John. Serving the public and serving the market: A conflict of interest? *Journal of Mass Media Ethics*, 7 (4), p. 196-208, 1992.

MOSES, L. I am the social: Neezan Zimmerman brings a bit of Gawker to The Hill, 2015. Retrieved March 24, 2016 from <http://tinyurl.com/zl5h2lf>.

NAPOLI, Phillip. *Audience Evaluation: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. New York: Columbia University Press, 2009.

NEWMAN, N. Journalism, Media and Technology Predictions 2016. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2016. Retrieved April 30, 2016 from <http://tinyurl.com/h86ak9t>.

NGUYEN, An. The effect of soft news on public attachment to the news. *Journalism Studies*, 13 (5), 2012.

NGUYEN, Phu Van. “Cuộc đua xuống đáy” (The race to the bottom). NVP Blog, March 27, 2010. Retrieved July 23, 2010 from <http://tinyurl.com/cbvhwvj>.

PETERS, Jeremy. In a world of online news, burn-

out starts younger *New York Times*, July 18, 2010a. Retrieved July 23, 2012 from <http://tinyurl.com/cv2sl4n>.

PETERS, Jeremy. Some newspapers, tracking readers online, shift coverage. *New York Times*, September 5, 2010b. Retrieved July 23, 2012 from <http://tinyurl.com/24crrlp>.

PETRE, C. *The Traffic Factories: Metrics at Chartbeat, Gawker Media, and The New York Times*. New York City: The Tow Center for Digital Journalism, 2015. Retrieved December 23, 2015 from <http://tinyurl.com/h7pkblu>.

RANDALL, D. *The Universal Journalist*. London: Pluto Press, 2000.

ROWE, David. Tabloidisation of news. In: ALLAN, Stuart (org.). *The Routledge Companion to News and Journalism*. London: Routledge, 2010, p. 350-361.

SCHLESINGER, Philip. *Putting Reality Together: BBC News*. London: Methuen, 1987.

TANDOC, E. C. Journalism is twerking? How web analytics is changing the process of gatekeeping. *New Media & Society*, p. 1-17, 2014.

TANDOC, E. C., & Thomas, R. J. “The ethics of web analytics.” *Digital Journalism*, 3(2), p. 243-258, 2015.

USHER, Nikki. “Why SEO and audience tracking won’t kill journalism as we know it.” Nieman Journalism Lab Blog, September 14, 2010. Retrieved August 30, 2012 from <http://tinyurl.com/26fbbo9>.

VU, H. T. The online audience as gatekeeper: The influence of reader metrics on news editorial selection. *Journalism*, 15(8), p. 1094-1110, 2014.

WAHL-JORGENSEN, K. *Journalists and the Public: Newsroom Culture, Letters to the Editor, and Democracy*. Creskill, NJ: Hampton Press, 2007.

WILBY, P. “Damn journalists and statistics.” *The Guardian*, 2007. Retrieved February 12, 2015 from <http://tinyurl.com/gsoz2et>.

YARNALL, L. et alli. How post-secondary journalism educators teach advanced car data analysis skills in the digital age. *Journalism & Mass Communication Educator*, 63(2), p. 146-164, 2008.

**Recebido em 15 de maio de 2016.**  
**Aprovado em 29 de junho de 2016.**


 Antonio López Hidalgo


 María Ángeles  
Fernández Barrero

Professores da Universidade de Sevilla.

# Os Caminhos da Imersão na Era do Jornalismo Transmidiático: do papel à realidade virtual

## Resumo

Em um contexto caracterizado pela profunda crise que sofre a profissão, o jornalismo de imersão abre um panorama de luz neste contexto de sombras. O jornalista busca novos métodos para indagar as fontes informativas e adentrar no coração daquela realidade que pretende contar posteriormente. A imersão do profissional no lugar dos acontecimentos durante um tempo determinado se mostra como a fórmula mais factível. A própria escritura, aquilo que se convencionou chamar de jornalismo narrativo, oferece novidadeiros recursos de expressão, assim como novos formatos e gêneros, enquanto que os meios audiovisuais oferecem ao espectador, com a mediação da tela, uma vivência imaginada. A miniaturização dos dispositivos de gravação e a câmera oculta potencializaram os recursos audiovisuais nesse sentido. De fato, os caminhos do jornalismo de imersão seguem o rastro das inovações tecnológicas. As redes sociais potencializaram experiências de imersão parciais, que favorecem o contato do jornalista com grupos de risco, e completas, em que a infiltração se desenvolve de maneira integral na rede. Ainda assim, a realidade virtual e as técnicas dos videogames oferecem ao cidadão a possibilidade de viver as experiências transmitidas e vividas pelos jornalistas, naquilo que já se conhece como jornalismo imersivo.

**Palavras-chave:** Jornalismo de imersão; jornalismo de infiltração; redes sociais; jornalismo imersivo; realidade virtual; jornalismo de investigação.

## Resumen

En un contexto caracterizado por la profunda crisis que sufre la profesión, el periodismo de inmersión abre un panorama de luz hasta ahora lleno de sombras. El periodista busca nuevos métodos de indagar en las fuentes informativas y de adentrarse en el corazón de aquella realidad que pretende contar a posteriori. La inmersión del profesional en el lugar de los acontecimientos durante un tiempo determinado se muestra como la fórmula más factible. La propia escritura, en lo que se ha dado por denominar periodismo narrativo, ofrece novedosos recursos de expresión, así como nuevos formatos y géneros, mientras que los medios audiovisuales ofrecen al espectador, con la mediación de la pantalla, una vivencia imaginada. La miniaturización de los dispositivos de grabación y la cámara oculta han potenciado los recursos audiovisuales en este sentido. De hecho, los caminos del periodismo de inmersión siguen la estela de los adelantos tecnológicos. Las redes sociales han potenciado experiencias de inmersión parciales, que favorecen la toma de contacto del periodista con grupos de riesgo, y completas, en las que la infiltración se desarrolla de manera íntegra en la red. Asimismo, la realidad virtual y las técnicas de los videojuegos ofrecen al ciudadano la posibilidad de vivir las experiencias transmitidas y vividas por los periodistas, en lo que ya se conoce como periodismo inmersivo.

**Palabras clave:** Periodismo de inmersión; periodismo de infiltración; redes sociales; periodismo inmersivo; realidad virtual; periodismo de investigación


 DOSSIÊ  
PRÁTICAS JORNALÍSTICAS

## 1. INTRODUÇÃO

No jornalismo de imersão, o profissional adentra um ambiente, comunidade ou situação, durante um tempo determinado para experimentar em sua própria pele as vivências que um dia contará, interagir com os habitantes desse microespaço e depois narrar de uma perspectiva pessoal e empática aqueles recortes de vida. Como método de investigação, essa modalidade de jornalismo se propõe a compreender através da experimentação e, conseqüentemente, o redator narrará os acontecimentos com alto grau de ética e subjetividade.

O jornalismo de imersão não nasce no fim do século XX, mas um século antes. Como agora ocorre na América Latina, a denúncia social constituiu a base do jornalismo *muckraking*. São os jornalistas perseguidores de escândalos, o lixo da imprensa. O termo foi cunhado pelo próprio presidente Roosevelt. O contexto social, político e econômico assim o exigia: corrupção política e empresarial, pobreza, analfabetismo, péssimas condições de trabalho, imigrantes. A realidade impõe os temas. Os jornalistas, o método. O jornalismo *muckraking* deixou escrito com tinta indelével diversos nomes para a posteridade, entre os quais os cronistas latino-americanos de hoje puseram seus olhos: Jacob Riis desmascarou escândalos imobiliários em Nova Iorque; em 1904, Upton Sinclair se infiltrou durante seis semanas em um matadouro para denunciar as condições de insalubridade com que se trabalhava em um centro de processamento de carne. Seu livro *The Jungle* incentivou reformas legislativas. John Reed não foi observador indiferente em *Dez dias que abalaram o mundo* (1918), no qual narra os primeiros dias da revolução russa de 1917. Atualmente, a jornalista argentina Leila Guerriero soube plasmar muito bem o espírito do jornalismo de imersão na crônica *Los suicidas del fin del mundo*, em que narra uma onda de suicídios que comoveu a pequena localidade petrolífera de Las Heras. Martín Caparrós também é um jornalista argentino. Jornalista de imersão. Um dos melhores narradores da América Latina. E sem dúvida: o mais inovador.

O jornalismo encoberto ou de infiltração constituiu uma modalidade de jornalismo de imersão

baseado na ocultação da identidade. Aqui, o jornalista se põe no lugar dos outros experimentando situações dos outros. Este não é um fenômeno novo. Remonta às primeiras décadas do século 20 nos Estados Unidos. Jack London se vestiu de mendigo para passar despercebido pelo ambiente do East End de Londres, um dos bairros mais pobres, e contou sua experiência em *The People of the Abyss* (1903). Nellie Bly se infiltrou em um manicômio e contou a experiência em *Diez días en un manicomio*. Esse livro foi qualificado pelo diário *The Guardian* (2011) como uma das dez melhores produções da história do jornalismo. A jornalista mexicana Lydia Cacho é a profissional mais representativa hoje na América Latina desta modalidade de jornalismo. Para escrever *Esclavas del poder*, colocou em prática os ensinamentos do jornalista alemão Günter Grass. Com a colaboração de organizações não-governamentais, caminhou pelo bairro de La Merced disfarçada de noviça, com lenço branco e traje negro. Também se disfarçou de prostituta. Foi sequestrada, ameaçada e sofreu o exílio.

O jornalismo gonzo vai mais além. Constituiu uma modalidade de jornalismo de imersão no qual se prioriza o protagonismo do jornalista, cuja participação nos fatos investigados pode condicionar ou alterar o curso dos acontecimentos. Hunter S. Thompson (Estados Unidos, 1937-2005) cunhou o termo. Seu livro *Hell's Angels* o exaltou como um narrador excepcional. Ele gostava de viver, das armas e de ser o centro da atenção de todas suas crônicas. Essa modalidade de jornalismo teve, desde logo, outros pioneiros. O mesmo fez Nellie Bly em *La vuelta al mundo en 72 días* e, sobretudo, George Orwell em sua magnífica obra *Sin blanca en París y Londres*. Na América Latina, o mexicano Carlos Velázquez também praticou jornalismo de imersão em *El karma de vivir al Norte*, em que descreve o que significa viver em uma das cidades mais perigosas do mundo. Mas talvez seja a peruana Gabriela Wiener quem melhor soube entender e exercer o jornalismo gonzo na América Latina. Ela também praticou o jornalismo de imersão e encoberto, e já se infiltrou em prisões em Lima, se expôs a trocas sexuais em clubes de *swingers* e participou de um ritual de ingestão de ayahuasca na selva amazônica.

Muito próximo do jornalismo gonzo, o argentino Emilio Fernández Cicco cunhou um novo termo para definir uma maneira particular de abordar a profissão: jornalismo *border*<sup>1</sup>. Ou seja, jornalismo de bordas, fronteiro, louco. Ele abandonou o jornalismo para assistir autópsias forenses, se empregou como coveiro, como assistente de boxeador, foi uma espécie de michê e também anfitrião de tangos e nudista. Quando voltou ao jornalismo, era outra pessoa. Havia descoberto que a “realidade real” não tinha espaço nos meios de comunicação. Cicco conta o que o move a praticar tal tipo de jornalismo: “Se posso vivê-lo, por que querer que outros me contem?”. O jornalista *border* se inspira em Colombo, o detetive protagonizado por Meter Falk. Seu aspecto ingênuo o abria portas e confissões íntimas.

O chileno Juan Pablo Meneses cunha um novo termo: jornalismo *cash*. O próprio autor traduz a fórmula: “comprar e logo contar, consumo + escrita” (Meneses; 2013, p.; 9). O jornalismo *cash* vai além do jornalismo de imersão, e mais ainda do jornalismo gonzo e *border*. O jornalista *cash* é protagonista da história, mas ao mesmo tempo está envolvido diretamente no empreendimento que pretende narrar. Para Meneses (2013), trabalhar com a realidade poder ser um grande exercício de ficção. No jornalismo *cash*, essa contradição não é somente uma constante, mas a matéria-prima deste novo projeto de escritura + consumo. Em *Niños futbolistas*, o autor narra como atua para comprar um jogador de futebol e assim dar conta do negócio desses meninos que aspiram jogar no Barcelona ou Real Madri. Em *La vida de una vaca*, Meneses conta como comprou um vitela e como transcorre a vida do animal ao longo de três anos, até ele chegar à churrasqueira, com a finalidade de documentar o funcionamento da indústria de carnes na Argentina. O tom confessional, comprometido com a realidade, autobiográfico, é também sinal de identidade do jornalismo *cash*.

Em todo o caso, a imersão, em qualquer de suas modalidades, permite ao jornalismo contar a história em primeira pessoa, como testemunha que é dos fatos. Por essa razão, o profissional está longe da objetividade da reportagem, tão em voga na segunda

<sup>1</sup> Nota da tradução: sinônimo de margens, fronteiras.

metade do século XX, e adentra na crônica. Mas esta crônica de imersão é diametralmente diferente da crônica de atualidade. Não tem relação direta com a realidade precíval do dia, está escrita em primeira pessoa, opinião e informação se confundem, e o papel do narrador é tão relevante que, em muitas ocasiões, também é protagonista dos acontecimentos que narra. Nessa empatia com a realidade confluem ética, compromisso e subjetividade. O jornalista narra sem rechaçar suas emoções e seus pontos de vista. Foge da retórica de distanciamento imposta pelos manuais de estilo dos jornais e começa e começa a impor-se com a aparição do telégrafo e da constituição do jornalismo como empresa capitalista. A terceira pessoa do singular do narrador e a pretendida objetividade, obscuro objeto de desejo de um estribilho que atravessará todo o século XX, não são válidas para observar a realidade deste ângulo. A objetividade, como método de trabalho, sim: comparar e verificar. A objetividade como aspecto ético, não. Estes textos jornalísticos redundaram ainda mais na renovação da linguagem, em outros recursos menos usuais da profissão, assim como na hibridação dos gêneros, que dará lugar a mensagens nas quais confluem em uma mesma narração crônica, ensaio, entrevista, autobiografia ou perfil, entre outros. Uma diferença que nos permite falar da narrativa jornalística na América Latina como um novo boom da literatura latino-americana.

## 2. O JORNALISMO DE IMERSÃO NOS MEIOS AUDIOVISUAIS

O jornalismo de imersão encontrou também nos meios audiovisuais um importante nicho de audiência, especialmente na televisão, onde a tela oferece uma janela ao espectador de onde contemplar com seus próprios olhos as vivências experimentadas pelo jornalista durante o processo de imersão.

Pelo contrário, no rádio, essas técnicas jornalísticas têm ficado relegadas a experiências efêmeras em programas de humor. Na fugacidade e no imediatismo do discurso radiofônico, e em sua estrutura atual de programação informativa, o jornalismo de imersão não encontrou um suporte adequado e a simulação, quando realizada em programas informativos ou de

entretenimento, já causou mais de um desgosto. Não há como não lembrar o caso do Grupo Risa, que colabora no programa de Federico Jiménez Losantos na *Cope*, quando um dos seus integrantes, em 2005, se passou pelo então presidente espanhol Rodríguez Zapatero em telefonema ao presidente da Bolívia, Evo Morales. Pretendiam parabenizá-lo por sua vitória e convidá-lo para uma visita oficial à Espanha, mas a pegadinha virou um incidente diplomático. Ou mesmo a mentira relacionada ao secretário do presidente da *Generalitat*, Artur Mas, por parte de um jornalista da *Catalunya Radio*, que conseguiu falar com o rei Juan Carlos I, com o consequente mal-estar na Casa Real.

Alguns episódios, pela magnitude das consequências, se desdobraram em acalorados debates em torno da idoneidade deste tipo de programa, como a ousada piada de um casal de locutores da rádio australiana *2dayFM* à enfermeira que atendia Kate Middleton num hospital de Londres, onde se encontrava internada por complicações na gravidez. Os locutores se fizeram passar pela rainha Isabel II e o príncipe Carlos para perguntar para a enfermeira Jacintha Saldanha sobre o estado da duquesa. Três dias depois, Jacintha se suicidou, o que foi interpretado como uma resposta ao assédio e aos insultos dos meios de comunicação.

No que diz respeito à televisão, a imersão e o encobrimento ou infiltração com fins informativos também tem explorado ao máximo a espetacularização oferecida por este meio. De fato, muitas das experiências se traduzem em crônicas, documentários ou programas de televisão baseados no uso da câmera oculta, um recurso que, do ponto de vista legal e ético, conta tanto com detratores como defensores. Nas últimas décadas, seu uso se excedeu tanto que alguns autores o consideram já um gênero em si mesmo, o *infoshow* com câmera oculta. Para Mercado (2005, p. 107), se trata de um gênero de entretenimento e espetáculo próprio da nova televisão, que se generalizou na Espanha “em um contexto caracterizado pelo incremento do sensacionalismo, pela proliferação de mini câmeras e microfones invisíveis”. De sua parte, Mónica Gómez Martín (2005) destaca o uso que se faz de recursos audiovisuais como a participação do

público, programas de variedades, *games*, e inclusive ficção para criar “uma forma de informação convertida em grande espetáculo de horário nobre”.

Em sentido estrito, a câmera oculta possibilitou grandes investigações jornalísticas dirigidas especialmente para despertar a consciência social sobre as questões que geram inquietudes, alarmes ou prejuízos entre os cidadãos, como as tramas de corrupção política, exploração sexual de mulheres e maus tratos aos velhos nos asilos, entre outros muitos temas e trabalhos.

De fato, os avanços tecnológicos e a miniaturização dos dispositivos de gravação e escuta permitiram na última década um uso tão dissimulado que grandes artífices do jornalismo encoberto, como Günter Wallraff (na reportagem “Negro sobre branco”, publicada em *Con los perdedores del mejor de los mundo*, 2010) ou Antônio Salas (em *El Palestino*, por exemplo, publicado em 2011), se aventuraram a portar instrumentos deste tipo para conservar elementos probatórios, assim como a posterior elaboração de documentos baseados em suas imersões, além do relato escrito. Normalmente, tratam-se de documentários comercializados em circuitos de televisão minoritários, ainda que algumas vezes tenham feito acordos importantes que possibilitaram a difusão do trabalho em cadeias de grande audiência, como os documentários de Antônio Salas, que chegaram a ser exibidos, na Espanha, no *Antena 3* y *Telecinco* em horário nobre.

No entanto, o abuso da câmera oculta também gerou numerosas críticas, com sentenças como a do Tribunal Constitucional espanhol de 27 de fevereiro de 2012, que censurou o seu uso em uma reportagem de investigação que se infiltrou na consulta de uma esteticista. Mercado (2005, p. 106) afirma que na televisão espanhola se tem assistido à exibição de pseudo-reportagens de investigação baseadas no uso de câmeras ocultas”, uma tendência que, segundo a autora, foi favorecida por diversos fatores, como o paulatino crescimento do número de espectadores interessados em conteúdos sensacionalistas e a proliferação de mini câmeras e microfones invisíveis.

Essas situações, em qualquer caso, não devem impedir de valorar os numerosos trabalhos de imer-

são e ocultação que, com distintos formatos, se desenvolveram no âmbito das pequenas produções, em que, longe da espontaneidade que podem aparentar, há um intenso trabalho de documentação. De fato, recursos tão frequentes como a preponderância de planos subjetivos e a recorrência da câmera no ombro, como em programas de televisão como *Callejeros* ou *Comando Actualidad*, dão um aspecto mais caseiro ao produto audiovisual, mas, na verdade, são fórmulas para potencializar a subjetividade com a qual o espectador se envolve, junto à intervenção explícita ou participação ativa do jornalista.

Todos esses produtos pressupõem um minucioso trabalho de documentação, pré-produção, planejamento, realização e pós-produção, assim como a adequada preparação física e mental do jornalista, que frequentemente adentra ambientes hostis e arriscados.

Um exemplo representativo deste tipo de jornalismo de imersão é o programa de televisão *21 días*, do canal espanhol *Cuatro*, baseado em um modelo de programa desenvolvido por Morgan Spurlock para o canal americano FX, com o título *30 Days*. Com o formato de *docu-reality* e periodicidade mensal, *21 días* estrutura cada programa em torno de uma única reportagem na qual o jornalista narra sua imersão e sua experiência continuada durante 21 dias, nas 24 horas do dia, em comunidades e situações díspares, convivendo com seus habitantes. A jornalista Samanta Villar, encarregada de apresentar as imersões durante as duas primeiras temporadas do programa (2009 e 2010) esteve três semanas sem comer e conviveu com pessoas que padecem de enfermidades relacionadas a transtornos alimentícios; passou outras três semanas fumando maconha para comprovar os efeitos do consumo prolongado desta droga; outras três vivendo na intempérie; também três semanas em uma mina boliviana; foi até detida durante a imersão dedicada a ser vendedora ambulante, por suposto roubo de sucata. E em *Nueve meses con Samanta*, os telespectadores puderam conhecer a gravidez da jornalista e ao nascimento de seus gêmeos, narrado como uma experiência de imersão.

Em países onde a imprensa carece de escrúpulos para a utilização desses dispositivos, os canais de

televisão, públicos e privados, tampouco renunciam a seu uso. Na Grã-Bretanha, por exemplo, o prestigioso canal de televisão BBC realizou reportagens de investigação muito interessantes com este método: entraram nas minas de Marangue, no Zimbábue, para denunciar os abusos e as torturas no mercado de diamantes; na Bulgária, este mesmo canal denunciou em 2010 uma rede de tráfico de menores, dedicada a recrutar meninos, com o consentimento dos seus pais, para serem levados ao Reino Unido para venda; e em Bristol gravou as torturas que alguns empregados dispensavam a pacientes com disfunção motora severas em uma clínica psiquiátrica privada.

### 3. O USO DAS REDES SOCIAIS NA IMERSÃO

Além do uso de mini câmeras e microfones, as redes sociais também começaram a proporcionar um ambiente farto para o jornalismo de imersão e, concretamente, para a modalidade de anonimato e infiltração. Nesses casos, o jornalista geralmente cria uma falsa identidade para adentrar em coletivos perigosos e grupos com natureza criminal, nos quais resultaria muito difícil entrar sem a mediação da rede, pelo anonimato que os envolve, pela distância cultural e pela sua presença disseminada em distintos países, frequentemente hostis para o exercício informativo. Geralmente são grupos para quem as redes sociais também constituem um elemento de coesão e uma ferramenta para a captação de adeptos.

Na França, onde o terrorismo jihadista golpeou com força nos últimos anos, diferentes jornalistas se aproximaram de grupos terroristas por meio de experiências de imersão, como ocorre com Sahid Razim, pseudônimo do repórter que conseguiu adentrar em um grupo de treinamento de futuros terroristas do Estado Islâmico e que gravou com uma câmera oculta sua estada durante três meses neste centro. O resultado de sua imersão é o documentário *Soldats d'Ala*, (Os soldados de Alá), gravado com câmera oculta e exibido pelo Canal + França. Embora Razim tenha entrado fisicamente no acampamento dos terroristas, as redes sociais, concretamente o Facebook, tiveram um papel fundamental no seu trabalho na medida que facilitou o contato com o grupo.

Contudo, o caso mais emblemático foi o da jornalista francesa Anna Erelle. Pseudônimo de uma jornalista *freelancer*, de trinta e poucos anos, adotou a personalidade de Mélodie para adentrar no mundo dos jihadistas por meio das redes sociais. A jornalista verificou as confidências de quem aspira casar com o braço direito do califa do Estado Islâmico, Abu Bakr al-Baghdadi. Ele conta segredos à sua “futura esposa” e desvela os métodos que utilizam para convencer jovens e convertê-las em adeptas incondicionais da causa islâmica. Mélodie se converte ao islã quando conhece o chefe de uma brigada islamita através do Facebook. Em poucos dias, Abu Bilel fica atraído pela jornalista, chama-a dia e noite, e insiste para que viaje para a Síria e se reúna com ele para fazer sua jihad. O terrorista ainda pede que a jornalista se case com ele e promete uma vida paradisíaca. Desde então, a vida dessa jornalista corre perigo. Ela vive protegida pelo Ministério do Interior francês com identidade falsa. Naquele momento, o Estado Islâmico lançou uma *fatwa* contra ela pedindo sua morte. Os feitos que a jornalista francesa narra no livro *En la piel de una yihadista* ocorreram na primavera de 2014, dois meses antes da tomada de Mosul pelo Estado Islâmico, a segunda maior cidade do Iraque, e seu líder, Abu Bkr al-Baghdadi, se autoproclamou califa.

Ela queria entender como funciona a captação de jovens para a jihad nas redes sociais e queria contar como é possível que garotas de 20 anos abandonem cidades como Paris ou Bruxelas, sem nenhum equipamento, para viajarem mais de quatro mil quilômetros de distância, colocar a burca e empunhar um Kaláshnikov. A referida jornalista havia escrito reportagens sobre os subúrbios franceses e o jihadismo e tinha um perfil falso em uma rede social para investigar esses mundos virtuais, embora reais. Em uma noite de abril de 2015, ela vê um jihadista francês com óculos Ray-Ban espelhado em um carro 4x4. Exibe uma metralhadora Uzi e outra M16. Erelle compartilha o vídeo a partir do seu perfil falso e imediatamente recebe três mensagens privadas. São de Abu Bilel. É o começo. Ela não sabe o que fazer – confessa em seu livro. E se confunde no debate ético que todo jornalista incorre e deve incorrer: se é ético obter informação ocultando a própria identidade. A comunicação entre ambos se consolida pelo Skype

durante um mês em que Bilel chega a propor casamento para que a jornalista se mudasse para a Síria.

As comunicações foram intermediadas pelas autoridades francesas enquanto a jornalista redigia a reportagem e duas filiais da rede de recrutamento e capacitação jihadista foram desmanteladas. O medo não deixa de acompanhá-la. Suspeita que Bilel não esteja morto. Muitos de seus amigos se afastaram para se proteger. Pela internet e nas redes sociais circulam ameaças contra sua vida, e o governo a incluiu em um programa de proteção.

Com o título “Nas entranhas da jihad 2.0 com Abu Bilel”, o jornal *El País* informava da iminente publicação do livro de Erelle na Espanha. Os comentários à notícia demonstram o posicionamento do público a favor e contra esses trabalhos de imersão e encobrimento, que despertam tantas paixões e ódios.

Os detratores questionam a ética desses meios de comunicação; o perigo em que se colocam em outras formas de informar, pois todo o trabalho pode passar a estar no ponto de mira de um novo ataque; e a revelação de fontes em que se incorre a partir do momento que se facilita a intervenção policial.

A favor, se destaca a valentia da jornalista para adentrar em um ambiente hostil e perigoso, embora os mais críticos observem que a mediação das redes sociais minimiza o risco da experiência, enquanto os terroristas também podem rastrear e localizar infiltrados por meio das redes sociais. Os leitores também valorizam a capacidade de ter sido realizado um jornalismo não só de denúncia e mobilizador, mas também um jornalismo que consegue resultados de fato. Assim, a partir da intervenção das comunicações, a polícia consegue desarticular duas facções do IS na Europa. De igual modo, apreciam a capacidade de Erelle ter encontrado uma fissura e uma debilidade do grupo para acessar tal ambiente: ser mulher.

Precisamente, uma jornalista da BBC, infiltrada nas redes sociais com o nome falso de Zahra, idade fictícia de 25 anos, e vestida com burca, consegue chegar a um grupo radical do IS através dessa brecha. Um dos terroristas, com o pseudônimo de Mario, com ascendentes alemães e italianos, tenta sua cooptação e pede a jornalista em casamento em

somente meia hora de conversa. O vídeo pode ser visualizado no *Daily Mail on line*. Zahra garante ter passado muito medo.

A infiltração nas redes sociais está tão exposta ao risco quanto o disfarce físico nas experiências jornalísticas de imersão. De fato, como revelou o jornal *El Mundo*, o Estado Islâmico conta com sua própria equipe de hackers. Os atentados contra o semanário humorístico francês *Charlie Hebdo* em janeiro de 2015 deflagraram a atividade de ativismo hacker do grupo *Anonymus* contra o IS, evidenciando que estavam diante de um inimigo muito mais forte do que pensavam, sobretudo por conta da identificação de mais de 10.000 contas de Twitter, Facebook e e-mails de prováveis membros e simpatizantes do IS.

A enorme generalização do uso das redes sociais não pode nos levar a pensar em sua simplicidade. A facilidade de acesso e o manejo intuitivo são diretamente proporcionais à perda de privacidade e segurança, aspectos que o jornalista não pode esquecer na hora de planejar uma imersão.

#### 4. O JORNALISMO IMERSIVO

A utilização de tecnologias avançadas e audiovisuais e, concretamente, a criação da sensação de realidade virtual, também está revolucionando o universo da imersão jornalística, mas desta vez para que o cidadão viva também a experiência do jornalista. É o que se conhece como jornalismo imersivo, que faz com que o telespectador, em nova experiência empática, se mova, como um *avatar*, pelos cenários, recriados em 3D, e experimente as situações que se expõem. Trata-se, portanto, de levar o espectador à cena, como se fosse mais uma testemunha da ação. Do ponto de vista técnico, se recorre à gravação de vídeo em 360 graus, que permite ao usuário conhecer vários aspectos ou pontos de vista de uma história em um mesmo momento, assim como visitar lugares inacessíveis.

Segundo Miriam Garcimartin (2014), o *Tow Center For Digital Journalism* da Universidade de Columbia iniciou um projeto que pretende desenvolver protótipos de câmeras e de gravação de áudio que ofereçam uma experiência que se pareça mais

com documentário ou fotojornalismo do que com um videogame, pois “esta nova realidade virtual torna necessária a inovação técnica, mas também narrativa”, dado que “os acontecimentos vividos em primeira pessoa faz os jornalistas se verem obrigados a construir sua narração desafiando as noções clássicas de observação e objetividade”.

Na Espanha, dois grandes veículos, *El País* y *El Mundo*, se lançaram de maneira quase paralela na abertura de canais especializados a aplicativos para a visualização de reportagens imersivas que gravaram ainda de maneira experimental. O *El Mundo* apresentou sua primeira reportagem de jornalismo imersivo em 26 de fevereiro de 2016, um coprodução com *eldiario.es*, *La Sexta* y *Cadena Ser*. Com o título “Campo urbano/cidade rural”, oferece ao usuário a possibilidade de experimentar duas realidades opostas: a vida em uma cidade com mais de seis milhões de habitantes e a calma do mundo rural, expondo planos de 180 graus que se combinam com cenas em 360 graus. De sua parte, *El País* adentrou neste gênero jornalístico em 28 de abril de 2016 com a reportagem “Fukushima, vidas contaminadas”, na qual convidam o espectador a viajar para a “zona zero” do acidente nuclear de Fukushima após cinco anos da catástrofe. Esses trabalhos dão ideia da juventude deste formato, que na Espanha ainda está em fase de experimentação.

As possibilidades das tecnologias de realidade virtual e realidade aumentada, por um lado, e a forte influência do videogame como indústria cultural, por outro, não passam despercebidas por profissionais e investigadores do âmbito jornalístico, fundamentalmente nos Estados Unidos, que começam a interrogar, no final dos anos 1990 e princípios da década seguinte, sobre sua aplicação no ofício de contar o que se passa no mundo.

De fato, o primeiro jornal que realizou um trabalho de jornalismo imersivo, em 2014, foi o *Des Moines Register*, do grupo Gannett (Iowa, Estados Unidos). O projeto se chama *Harvest of change* (Colheita de mudança) e recria uma fazenda em que, por meio de fone de ouvido de realidade virtual *Oculus*, permite caminhar por um ambiente em que vão aparecendo informações, vídeos e fotografias reais que

contextualizam. No entanto, Garcimartín menciona um primeiro experimento anterior, de 2012, *Hunger in Los Angeles*, de Nonny de la Peña, pesquisadora da Annenberg School for Communication and Journalism, da Universidade da Califórnia do Sul. O projeto, apresentado no Sundance Festival, relata a morte de uma pessoa diabética enquanto aguardava na fila de um bando de alimentos da cidade de Los Angeles. O usuário podia situar-se em algum lugar das ações em um cenário virtual em 3D e ver os fatos tal e como ocorreram, com os sons reais, as vozes das pessoas presentes, a sirene da ambulância.... Destes projetos incipientes, a tecnologia avançou o suficiente para dotar as imagens de um maior realismo, embora outro dos grandes desafios seja a generalização e humanização dos sistemas de visualização.

O conceito de jornalismo imersivo aparece vinculado aos óculos de realidade virtual, como *Samsung Gear VR* ou *Oculus Rift* (do Facebook), que se conectam ao celular e ao computador, respectivamente. A Sony trabalha em algo parecido para seu console PS4 e empresas como Apple ou Microsoft embarcaram em projetos similares. De sua parte, Google criou o *Cardboard*, um visualizador de cartão de baixo custo. Outra opção de visualização são os aplicativos específicos. O *El País*, por exemplo, lançou um aplicativo EL PAÍS VR para telefone móvel, disponível nas lojas de iOS e Android. Além de exibir o vídeo como no YouTube, esse aplicativo permite usar uns óculos compatíveis com Google Cardboard para uma experiência mais real. O YouTube supõe uma terceira opção de visualização, em que utilizando o mouse e o computador, ou girando o dispositivo no caso de estar usando o aplicativo móvel do YouTube, é possível acessar a visão dos 360 graus de visão que permite este tipo de gravação. Os grandes meios de comunicação tratam de abrir caminho no âmbito do jornalismo imersivo. Nonny de la Peña deu os primeiros passos em congressos internacionais para mostrar para onde apontam as novas tendências, e grandes meios de comunicação, como o *The New York Times*, já dispõem de um canal de notícias especializado em jornalismo imersivo.

A realidade virtual que tornará visível o jornalismo imersivo é uma tecnologia que gera interfaces

informáticas sintéticas de dois tipos: imersiva e não-imersiva ou semi-imersiva. Na primeira, o usuário tem a sensação de estar envolvido pela representação por computador e que pode percorrer a mesma. Para isso, devem usar óculos, capacetes, luvas e outros dispositivos. O usuário recorre a este espaço digital quando, na verdade, está em um lugar vazio. A segunda modalidade, não-imersiva, se experimenta por meio de uma tela de computador ou de celular, pelos quais a tela física atua como barreira entre os dois mundos (Domínguez, 2013, p. 105). As imagens a 360 graus, a realidade virtual e a realidade aumentada são alguns dos formatos e tecnologias que perseguem estes objetivos. Em vez de ler uma história *on line*, o usuário tem que “fazer” algo para senti-la. Como consequência, as operações interativas servem para que o usuário viva o relato. Por este motivo, pontua Eva Domínguez, a interação não é meramente funcional, mas narrativa. As iniciativas profissionais como jogos e simulações, como consequência, supõem a construção e experimentação de formas narrativas jornalísticas emergentes (Domínguez, 2013, p. 106).

Em resumo, o usuário terá a possibilidade de mergulhar em qualquer acontecimento e presenciar e experimentar com a vista, o ouvido e, inclusive, com o tato e com o olfato, o que ocorre no lugar dos fatos. Assim mesmo, o espectador poderá encenar diferentes papéis: como visitante ou como um personagem presente na história. Mercedes Ortiz assinala, ademais, que o jornalismo imersivo permite romper a brecha entre o juízo moral abstrato e o comportamento humano real. Quer dizer, o usuário poderá chegar às suas próprias conclusões não se baseando somente em suas crenças e preconceitos, mas sendo uma testemunha a mais dos acontecimentos. Contudo, Ortiz encontra algumas limitações na hora de trabalhar com esses novos formatos. Em primeiro lugar, as cenas não podem ser recriadas fielmente pelo computador, pois é necessário material original gravado em situações reais. Em segundo lugar, o jornalismo imersivo é diferente dos videogames informativos ou da *gameficação* aplicada às notícias. Neles, o espectador-jogador toma decisões para alcançar um objetivo e seu avanço se mede por indicadores. Sem dúvida, o espectador de uma notícia

imersiva não pode modificar os acontecimentos. E em último lugar, o jornalismo imersivo está sujeitos às mesmas restrições éticas de todos os meios convencionais, ou seja, a apresentar fatos objetivos livres de preconceitos para que o público tire suas próprias conclusões (Ortiz, 2013).

## 5. CONCLUSÕES

A imersão não só tem transformado o jornalismo incipiente que busca na realidade virtual e nos videogames novos formatos para que o espectador viva em sua própria pele a realidade sofrida pelos profissionais da informação. É, sobretudo, no jornalismo narrativo onde suas pegadas são mais claras, contundentes e renovadoras. O jornalismo escrito em primeira pessoa se distancia dos diários para encontrar melhor acolhida em revistas e livros. São textos plurigenéricos que rompem com as normas dos manuais de redação. Também os meios audiovisuais são receptivos à imersão, sobretudo a televisão. Em suma, o jornalismo transmidiático, onde confluem diferentes tecnologias, formatos e gêneros, se distancia das mensagens tradicionais às quais costumam se adaptar ou parecem sucumbir a estes novos tempos ainda inexplorados.

## REFERÊNCIAS

DAILY Mail On Line, em: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3416203/ISIS-thug-takes-just-30-minutes-propose-undercover-reporter-researches-jihadis-online.html>.

DOMÍNGUEZ, Eva. *Periodismo inmersivo*. La influencia de la realidad virtual y del videojuego en los contenidos informativos. Editorial UOC, Barcelona, 2013.

ELOLA, Joseba. ‘En las entrañas de la ‘yihad 2.0’ con Abu Bilel’. *El País*, 22 de março, 2015.

ERELLE, Anna. *En la piel de una yihadista. Una joven occidental en el corazón del Estado Islámico*. Debate, Barcelona, 2015.

GARCIMARTÍN, Miriam “El periodismo inmersivo

revolucionará la forma de contar historias”. *Media-tics.com*, 2014, disponível em: <http://www.media-tics.com/noticia/5173/medios-de-comunicacion/el-periodismo-inmersivo-revolucionara-la-forma-de-contar-historias.html>.

GARCIMARTÍN, Miriam. “Oculus Rift: mucho más que un casco de videojuegos”. *Media-tics.com*, 2015, disponível em: <http://www.media-tics.com/noticia/5214/tecnologias-emergentes/oculus-rift:-mucho-mas-que-un-casco-de-videojuegos.html>.

GÓMEZ MARTÍN, Mónica “Los nuevos géneros de la neotelevisión”. *Área Abierta*, nº 12, noviembre 2005.

LÓPEZ HIDALGO, Antonio; FERNÁNDEZ BARRERO, M<sup>a</sup> Ángeles. *Periodismo de inmersión para desenmascarar la realidad*. Comunicación Social, Salamanca, 2013.

MENESES, Juan Pablo. *Niños futbolistas*. Blackie Books. Barcelona, 2013.

MERCADO, M<sup>a</sup> Teresa. “El infoshow con cámara oculta: ¿investigación periodística o espectáculo?”. Entrevista *Brújula*, nº 10, AEG-PUCP, Pontificia Universidad Católica del Perú, 2005, p. 105-113.

ORTIZ, Mercedes. “El periodismo inmersivo y otras maneras de contar lo que ocurre”, 2013. disponível em: <http://www.misapisportuscookies.com/2013/12/tendencias-periodismo-2014/>.

SALAS, Antonio. *El Palestino*. Temas de Hoy, Madrid, 2011.

WALLRAFF, Gunter. *Con los perdedores del mejor de los mundos*. Anagrama, Barcelona, 2010.

**Carlos Costa****Jornalismo,  
substantivo que dispensa adjetivos****RESUMO**

Esse artigo é uma reflexão crítica sobre a atual tendência entre os pesquisadores da comunicação em criar subdivisões ou novas categorias, adjetivando o jornalismo, atividade que é fundamentalmente substantiva. Há um excesso de “jornalismos” (público, cidadão, humano, ecológico, gastronômico), numa espécie de criação de franquias. O momento atual pede muito mais um resgate dos grandes valores do exercício da profissão, como a seriedade, o rigor com a informação, o uso do contraditório, a contextualização.

**Palavras-chave:** jornalismo; consciência crítica; formação do profissional; rigor na apuração.

**ABSTRACT**

This article is a critical reflection on the current trend of academic thinkers to create subdivision or new categories for the practice of journalism – an activity that is fundamentally substantive. There is an excess of “journalisms” in the academic studies (public, citizen, human, ecological, gastronomic), a kind of creation of franchises. The current situation of the journalism job demands a rescue of great values as professionalism, serious research and contextualization. The academy would provide more service adopting these rigors for its own production and its journals and conferences.

**Keywords:** journalism; critical awareness; professional training; rigorous research.

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), é diretor da Faculdade Cásper Líbero. Autor do livro *A revista no Brasil do século XIX: a história da formação das publicações, do leitor e da identidade do brasileiro* (Alameda 2012).

Foto\_Evandro Teixeira

O ideograma chinês para a palavra crise, costumava repetir Roberto Civita, então presidente da Editora Abril, seria a soma de dois outros caracteres: o de risco e de oportunidade. Usei muitas vezes essa citação até descobrir que há um equívoco na sua formulação. Não vem muito ao caso explicar aqui o equívoco. O certo é que, muito usada em palestras e livros motivacionais, essa referência teria origem num discurso pronunciado pelo presidente americano John Kennedy em 1959. Disse ele: “Quando escrita em chinês, a palavra crise é composta por dois caracteres; um representa crise; o outro, oportunidade”. Mesmo não sendo correta, a ideia é ótima.

É truísmo repetir que o jornalismo está em crise<sup>1</sup>. E é ainda mais óbvio que agora é a oportunidade de discutir o seu papel, seu futuro e as linhas de trabalho para quem tem como missão formar novos jornalistas e comunicadores. Que tipo de mediadores queremos preparar para a vida, para o exercício da cidadania e para o mercado? Como formador, essa questão tem permeado muitas das minhas leituras e reflexões. Tentarei aqui dar mais um passo nessa direção.

## 1. JORNALISMO SUBSTANTIVO

A pergunta fundadora dessa discussão é “o que é o jornalismo?”. Já abordei essa questão em um texto recente (Costa, 2015), mas vale voltar a ela. Ter clareza sobre o que é o jornalismo é fundamental para dar as respostas às tantas questões que se colocam nesse momento de crise e de transformações.

Há muitas definições sobre o que é o jornalismo. A mais repetida é a frase erroneamente atribuída ao jornalista e escritor inglês George Orwell (pseudônimo de Erik Arthur Blair, 1903-1950): “Jornalismo é publicar aquilo que alguém não quer que se publique. Todo o resto é publicidade”. A foto principal da comunidade “Por um Novo Jornalismo” no Facebook é uma reprodução, datilografada, dessa frase. Mas foi não exatamente com essas, mas com outras palavras,

1 Há uma ampla bibliografia sobre o tema: embora a crise do jornalismo tenha nascido com ele, a radical mudança de paradigma com a chegada das mídias digitais exacerbou o problema. *Questões para um jornalismo em crise*, obra organizada por Rogério Christofletti (Insular, 2015) aborda bem o que se está falando aqui.

a sentença cunhada por William Randolph Hearst (1863-1951), magnata americano da imprensa em quem o cineasta Orson Welles (1915-1985) se inspirou para criar o clássico filme *Cidadão Kane*, de 1941. A frase é dele, portanto.

Millôr Fernandes (1923-2012) também lapidou outra definição: “Imprensa é oposição. O resto é armazém de secos e molhados”. *A lista é grande. E poderia incluir a frase do diplomata e político americano Adlai Stevenson II (1900-1965): “Um editor de jornal é alguém que separa o joio do trigo. E publica o joio”. Uma citação que não chega a definir o que é o jornalismo, mas serve como brincadeira, como as muitas que se faz sobre médicos, juízes ou advogados. Ou seja, são frases de efeito. Prefiro a conceituação dada pelo jornalista Clóvis Rossi, logo no primeiro parágrafo da introdução do livrinho *O que é o jornalismo*, da Coleção Primeiros Passos, da Editora Brasiliense. Sem nenhuma pretensão acadêmica, Rossi escreve que o jornalismo é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos – leitores, telespectadores ou ouvintes.*

Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva – a palavra, acrescida, no caso da televisão, de imagens. Mas uma batalha nem por isso menos importante do ponto de vista político e social, o que justifica e explica as imensas verbas canalizadas por governos, partidos, empresários e entidades diversas para o que se convencionou chamar veículos de comunicação de massa (Rossi, 2005, p. 7).

A constatação seguinte é entender que nos dicionários a palavra jornalismo é classificada como um substantivo. Há nos últimos tempos uma perda substancial de tempo de alguns estudiosos em adjetivar o jornalismo. Coleciono algumas dessas “variedades”, que vão desde as tradicionais editorias como “esportes” (daí o “jornalismo esportivo”), “economia”, “política”, “saúde”, “gastronomia”, “moda”, entre tantas seções que os jornais criaram a partir da segunda metade do século XX, até preocupações mais recentes (infelizmente), como “cidadania”, “meio ambiente”, “informática”, “comunidade” e “catástrofes”, entre outras. São todas também palavras substantivas. Essa preocupação em demarcar

ou setorizar a cobertura jornalística em editorias foi consolidada com a revista *Life*, em sua fase a partir de 1936, sob a batuta do grande editor americano Henry Robinson Luce<sup>2</sup>.

Luce criou essa departamentização para imprimir credibilidade à sua revista. Uma equipe da editoria de saúde, por exemplo, podia contar com um repórter, um fotógrafo, um pesquisador, um consultor da área de medicina, para publicar textos relevantes e confiáveis.

Um bom exemplo desse modelo de jornalismo é mostrado no filme *Spotlight, Segredos Revelados*, lançado em novembro de 2015, em cartaz no Brasil no início de 2016. Escrito por Josh Singer e Tom McCarthy e dirigido por este, *Spotlight* é uma aula fundamental de jornalismo. Baseado em fatos reais, retrata a seriedade da apuração realizada para o jornal *The Boston Globe*, pela mais longeva equipe de investigação de um periódico americano. A cobertura realizada pela equipe Spotlight apurou os casos de abuso sistêmico de crianças por padres católicos da diocese de Boston, removidos de suas paróquias quando havia algum indício de escândalo. A equipe ganhou o prêmio Pulitzer em 2003 na categoria Serviço Público. O filme teve seis indicações para o Oscar. Ganhou dois: roteiro original e melhor filme. Fica clara, no filme, a importância do trabalho do pesquisador, que descobre nos porões do jornal os anuários da diocese, permitindo acompanhar ano a ano a movimentação dos padres pedófilos pelas diferentes paróquias da região de Boston, sem qualquer punição.

Essa criação de editorias teve um objetivo: a credibilidade. Afinal, um engenheiro químico que leia numa revista uma reportagem sobre uísque em que

2 Fundada em 1883 por John Ames Mitchell, a revista *Life* foi editada semanalmente até 1936, tendo algumas de suas capas ilustradas pelo legendário Norman Rockwell (que depois imprimiu seu estilo na *Saturday Evening Post*). A revista chegava à década de 1930 já meio decadente e teve seu título comprado (por um preço não tão camarada como se costuma dizer) pelo criador da revista *Time*, Henry Luce. Relançada em 23 de novembro de 1936 como uma revista de fotojornalismo, por meio século a publicação foi uma referência mundial, chegando a vender em algum momento 13 milhões de exemplares (a revista fechou com a edição de 29 de dezembro de 1972, detonada pela televisão, que trazia os fatos em imagens em movimento). O título continuou com diversas versões, com edições mensais, depois suplemento semanal de uma rede de jornais, até 2007. *Life* foi a revista ilustrada mais importante do século XX.

o processo de fermentação e destilação é explicado erroneamente pelo autor, poderá desconfiar das demais informações dessa publicação. A investida de Henry Luce foi justamente apostar na busca da consistência da informação e de sua credibilidade<sup>3</sup>. Quase todas as publicações semanais ilustradas, que tiveram o auge no período após a Segunda Guerra Mundial, seguiram esse modelo de setorização de suas coberturas.

## 2. JORNALISMO CÍVICO OU JORNALISMO PÚBLICO?

Mas o fato novo não é essa racionalização da cobertura, mas a invenção de grifes que ocorre hoje nos estudos sobre o jornalismo. E há para todos os gostos, como se verá a seguir. Não vem ao caso publicar a lista de “jornalisms” que colecionei nos últimos meses. Além das tradicionais denominações de político, esportivo, econômico, policial, há cada vez mais novas designações, como ambiental, colaborativo, cidadão, comunitário, compreensivo, público, cívico, e toda uma ladainha de “jornalisms”. Causa espanto ler a expressão “jornalismo de qualidade”, como ocorre quando se lê “educação de qualidade”. Como se fosse admissível jornalismo ou educação sem qualidade. Talvez o caso mais chocante – se coubesse ainda essa sensação nos tempos atuais, em que nada mais nos choca (“Vivo e não vejo tudo”, foi a frase costumeira do Vô Ivo, personagem de São Jerônimo da Serra, no Paraná, que cito com frequência) – seja a designação de “jornalismo humano”; afinal, haveria um jornalismo animal, vegetal ou mineral?

Há pouco menos de três anos, numa das mesas de que participei como moderador ao lado da colega e professora Simonetta Persichetti, no Interprogramas de Mestrado em Comunicação, promovido pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero, tropeçamos com essa designação afirmada com insistência por um pesquisador que tinha como

3 Ironicamente, um dos motivos da perda de credibilidade de *Life* foi ter apoiado em 1972 o escritor Clifford Irving, de quem comprara os direitos de serialização de uma autobiografia do mítico aviador, cineasta e milionário Howard Hughes (1905-1976), quando depois se descobriu que a biografia não passava de uma criação fraudulenta.

objeto de pesquisa as crônicas da premiada jornalista Eliane Brum. Todo o respeito pelo estilo despojado da jornalista, que ao longo de quase trinta anos de reportagem fez jus a mais de quarenta prêmios. Mas por que a necessidade de a qualificar como um ícone do “jornalismo humano”? Jornalismo é jornalismo. Ponto final.

O universo de estudiosos no campo da comunicação sofre de uma série de problemas. Destaco dois. Um é a necessidade e pressão por publicar, para engordar o currículo publicado na Plataforma Lattes, base virtual criada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI, que acaba de ser rebatizado com mais um C, o da Comunicação). Além da necessidade de publicar muito para turbinar a folha de serviços, o outro problema que destaco é o do melindre. Para boa parte dos pesquisadores na área da Comunicação (que é a que conheço), tudo parece ser uma ação entre amigos. Ninguém quer assumir o papel do menino que apontou que “o rei estava nu”.

Vamos nos deter no primeiro problema, a excessiva preocupação com escrever e publicar artigos para encorpar o Currículo Lattes. Dois trabalhos, entre muitos outros, já discorreram sobre isso. Um de pequeno fôlego, talvez mais irônico, é quase uma crônica. De autoria de Marcelo Spalding, faz a colocação “Quanto custa recheiar seu Currículo Lattes” e enumera os gastos com passagens, hospedagens em congressos e pagamento de taxas, para realizar uma apresentação de 10 minutos perante uma plateia de meia dúzia de pesquisadores (presentes ali para fazer sua apresentação). Não há debate, como regra, não há troca de bibliografias (Spalding, 2009). A quantidade de inscritos dificulta esse enriquecimento. Quem participou de alguns congressos sabe sobre o que escrevo. O segundo trabalho que destaco é “O produtivismo acadêmico e seus impactos na pós-graduação *stricto sensu*: uma ameaça à solidariedade entre pares?”, escrito pelos pesquisadores Roberto Patrus, Douglas Dantas e Helena Shigaki, dois doutores e uma mestra da PUC Minas. Esse alentado *paper* de 18 páginas mergulha fundo na política de mensuração quantitativa adotada pela

Capex e algumas de suas consequências. Uma dentre elas é a necessidade de criar conceitos novos<sup>4</sup> – como a febre de adjetivação do jornalismo, que é o tema que nos ocupa agora.

Essa supervalorização da produção acadêmica tem gerado um descaso com a qualidade do que é produzido e isso é refletido na falta de compromisso com o avanço e aprofundamento do conhecimento. Tal fato pode ser observado na quantidade de publicação de professores. Pesquisa a partir de dados publicados pela Capex nos permitiram encontrar um professor da área de Administração que chegou a publicar 52 trabalhos no período de um ano, divididos em artigos de periódicos, anais de eventos e capítulos de livros. [...] Um único professor produzir 52 trabalhos em um ano, ou 4,3 por mês, é um dado que merece ser objeto de análise. (Patrus, R; Dantes, D. Shigaki, H, 2015, p. 6).

Vamos ao problema do melindre: o corporativismo impede que se façam críticas. Tudo está ótimo. Quase ninguém ousa citar nomes em suas críticas, comportando-se como o Cândido de Voltaire no melhor dos mundos possíveis. Esse melindre faz lembrar um importante filme da diretora argentina María Luisa Bemberg (1922-1995), *De Eso No Se Habla*. O filme, lançado em 1993<sup>5</sup>, com Marcelo Mastroiani em papel protagonista, trata da vida de uma cidadezinha, San José de los Altares, no interior estancieiro argentino nos anos 1930 e de uma comerciante viúva e autoritária, que não aceita a realidade: sua filha é uma anã. E não admite nenhuma referência a esse fato que nega. Todo seu entorno se comporta como se não presenciasse o óbvio: afinal, sobre isso (a deformidade da filha da estancieira) não se fala. Adianto esse comentário para esclarecer que, na argumentação sobre essa busca de “ismos” desnecessários que compõe o tema desse artigo, citarei alguns trabalhos específicos, identificando as fontes, com todo o respeito de uma mirada crítica – que é o que esse texto propõe.

Vamos a dois exemplos, recolhidos numa busca por trabalhos acadêmicos que tratam de adjetivar o

4 Sobre esse tema, o editor dessa publicação, Rafael Grohmann, recomenda o livro *O fetichismo do conceito*, de Luís de Gusmão (2012).

5 O filme pode ser visto, numa cópia de muito má qualidade, no YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Fk-4snPox3w>.

jornalismo. Para chegar a esses dois exemplos, realizei uma pesquisa em acervos de teses, como o da Capex<sup>6</sup> e o de algumas universidades, além das buscas tradicionais no Google, uma prática incorporada ao trabalho como pesquisador. Não li todos os trabalhos, desnecessário dizer. Mas alternei consultas mais demoradas com outras rápidas olhadas. Finalmente, decidi escolher dois textos que trabalham a designação “jornalismo público”.

O primeiro é retirado de um artigo do especialista Paulo Celestino da Costa, filho, “Jornalismo público: por uma nova relação com os públicos”, publicado na *Organicom, Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas* (ano 3, número 4, 1º semestre de 2006, páginas 124 a 141). O segundo exemplo é o texto, “A importância do Jornalismo de Qualidade na redução de riscos e desastres”, da pesquisadora Juliana Frandalozo Alves dos Santos, bacharel e mestre em jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina, publicado na revista *Razón y Palabra*, vol. 17, nº 79, mayo-julio de 2012, do Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México. O primeiro ocupa 17 páginas, numa diagramação que inclui um desenho algo tosco na primeira e diversos espaços em branco com sinais gráficos “embelezando as páginas”; o segundo também ocupa 17 páginas, sem numeração, com uma diagramação que usa o recurso da “linha d’água” (imagens, no caso letras, em semitom, que decoram as páginas, atrapalhando a leitura, num grave erro de design. O que não é culpa da autora, mas dos editores da publicação mexicana). Conto com a compreensão dos dois pesquisadores citados, pelas citações que seguem:

Os últimos anos da década de 1980 trouxeram à cena, nos Estados Unidos, uma nova proposta para o jornalismo. Em um tom quase revolucionário, muitos dos novos procedimentos eram muito diferentes da tradicional prática. Esse “novo jornalismo” se baseava na reavaliação dos valores essenciais do jornalismo, contestando o *status quo* dos produtores de notícias. Para o professor Nelson Traquina, de Portugal, esse é um dos mais importantes movimentos do jornalismo nos últimos 30 anos. Essa nova proposta é conhecida por diferentes nomes: “jornalismo

6 O Banco de Teses & Dissertações da Capex (<http://bancodeteses.capes.gov.br/banco-teses/#/>) retorna 44.140 registros para o termo: Jornalismo Público, para ficar apenas num exemplo.

comunitário” (Craig, 1995), “jornalismo de serviço público” (Shepard, 1994); “jornalismo cívico” (Lambeth e Craig, 1995). Mas, para Traquina, a centralidade do termo “cidadão”, em sua proposta, o leva a preferir a designação “Jornalismo Cívico” (Traquina, 2001). Porém seus principais teóricos nos Estados Unidos utilizam Jornalismo Público (Rosen, 1994, Merrit, 1995), termo ao qual vamos nos ater daqui por diante (Costa, filho, 2006, p. 128-129).

Agora, reproduzo a citação de um trecho do segundo artigo, da pesquisadora Juliana Santos, sem correção das vírgulas utilizadas ou omitidas imprópriamente por ela:

No final dos anos 80, começou, nos Estados Unidos, um movimento que pretendia trazer mais cidadania para o jornalismo em um contexto de descrédito da imprensa e frustração em relação à superficialidade da cobertura das eleições presidenciais nos EUA naquele período (Traquina, 2003). Um dos precursores do movimento, David Merrit, propôs uma revitalização da vida pública como forma de revitalizar o próprio jornalismo (1977). Traquina (2003) reuniu em um livro vários artigos sobre o movimento, que recebe diferentes nomes: jornalismo comunitário (Craig, 1995); jornalismo de serviço público (Shepard, 1994); jornalismo público (Rosen, 1994; Merrit, 1995) e jornalismo cívico (Lambeth e Craig, 1995). Todos os nomes se referem, a princípio, ao mesmo conceito, diferindo na semiótica, o que favorece, portanto a adoção, neste artigo, de jornalismo cívico, tal qual Traquina. Para Rosen (1999) e Merritt (1997) o jornalismo tem papel fundamental no fortalecimento da democracia e o jornalismo cívico vem revitalizar essa função. A preocupação parte do princípio de que, o jornalismo depende de uma vida pública sadia e vice-versa, pois não importa o que fazemos como jornalistas, se as pessoas não estão atentas à vida pública e se preocupam apenas com seus interesses privados, não vão precisar de jornalistas ou de jornalismo (Merritt, 1997, tradução livre) (Santos, 2012, online).

São dois textos muito parecidos e certamente provindo da mesma fonte, talvez o próprio Nelson Traquina. Paulo Celestino Costa, filho, se refere a uma “reavaliação dos valores essenciais do jornalismo, contestando o *status quo* dos produtores de notícias”, sem contextualizar quais são os valores que considera essenciais, e qual o *status quo* na atual prática jornalística (a americana?, a brasileira?). Além disso, cita o comentário do professor Nelson Traquina

de que “esse é um dos mais importantes movimentos do jornalismo nos últimos 30 anos”, aceitando essa afirmação como fato já tramitado em julgado. Juliana Santos menciona o “descrédito da imprensa e a frustração em relação à superficialidade da cobertura das eleições presidenciais nos EUA naquele período”. Como o dado referido é a década de 1980, vejamos. Houve três eleições presidenciais “naquele período”. A de 1980, em que o enfraquecido presidente democrata Jimmy Carter perdeu o confronto com o ex-ator Ronald Reagan, o candidato republicano, por 49 contra 489 votos no Colégio Eleitoral<sup>7</sup>. Na eleição seguinte, a de 1984, Reagan derrotou o democrata Walter Mondale por 525 a 13 votos. Em 1988, George Bush (pai), vice-presidente de Reagan, bateu o democrata Michael Dukakis por 426 a 111 – a política liberal de Reagan e Margaret Thatcher, a “Dama de Ferro”, estavam em alta no mundo “naquele período”. Que problemas de superficialidade de cobertura teriam sido os nomeados?

E o que tem o jornalismo brasileiro a ver com isso? Está aí uma boa questão a ser respondida.

### 3. O RIGOR NA APURAÇÃO E FINALIZAÇÃO

Na bibliografia apresentada no final dos dois trabalhos analisados, não constam os livros de diversos autores mencionados em ambos textos, autores como Craig, Shepard e Lambeth ou Lamberth (o autor é nomeado com diferente grafia em cada artigo). Merritt e Rosen são citados por sites, sendo que no caso do primeiro, ao buscar o link há o alerta de que o site não está mais disponível. Deduz-se que os autores não leram os pesquisadores citados em seus textos publicados em livro ou em revistas. O primeiro trabalho abusa no uso de citar um autor mencionado por outro (o recurso do “apud”). Há oito ocorrências no primeiro artigo citado, como “Habermas apud Castellanos (1999)”, na página 134. Três das oito citações são emprestadas de Castellanos, as cinco restan-

<sup>7</sup> Carter foi vítima do desgaste com a operação Eagle Claw, em 24 de abril de 1980, quando o Exército americano tentou uma operação de resgate dos 53 americanos mantidos como reféns na Embaixada dos EUA no Irã, invadida por islâmicos em apoio à revolução do Aiatolá Khomeini. Os reféns permaneceram sequestrados 444 dias, de 4 de novembro de 1979 a 20 de janeiro de 1981.

tes são tiradas de Traquina. Enfim, algo até desculpável em jovens pesquisadores.

O recurso ao “apud” significa fonte de segunda mão. E é uma porta aberta para citações equivocadas ou fora de contexto. Ao elaborar um artigo sobre a análise visual da tela *Os Embaixadores*, de Hans Holbein, o Jovem (1497-1543), tela pintada em 1533 e hoje no acervo da National Gallery, em Londres, na pesquisa sobre o “estado da arte”<sup>8</sup>, encontrei uma dissertação de mestrado, aprovada numa universidade do Estado de São Paulo, em que identifiquei cinco graves erros de informação (entre eles o nome e o cargo de um dos embaixadores; uma confusão entre a reforma luterana e a separação da Igreja Anglicana, que não constituiu em si uma reforma como a de Martinho Lutero).

Juliana Santos, reitero a ela meu respeito, cita como último texto de sua referência bibliográfica um artigo online do professor Alfredo Vizeu, um dos notáveis que criaram a nova matriz curricular para o ensino do jornalismo: “O jornalismo e as ‘teorias intermediárias’: Cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da Análise do discurso (AD)”, de 2002. Novamente peço prévia desculpa ao professor Vizeu, mas me dei ao trabalho de buscar e ler seu trabalho e nele são citados diversos autores: Park (1972); McCombs, Shaw (1972); Schlesinger (1992); Thompson (1995); Moraes (1997). E nenhum desses autores nomeados no texto principal consta da relação das referências bibliográficas. Quem é Park? Quem é Moraes? Moraes é o Vinicius? Que livros eles publicaram em 1972<sup>9</sup> ou em 1997?

Está aqui outro dos “problemas” ou vícios de muitos estudiosos: a falsa familiaridade de citar apenas o sobrenome do autor no corpo do texto, esquecendo uma das regras clássicas do jornalismo, a de apresentar e qualificar a fonte. “Park (1972)”: o Google apre-

<sup>8</sup> Essa pesquisa inicial é um importante passo na produção de um trabalho acadêmico, pois realiza um levantamento do que já foi escrito sobre o tema, para evitar que o autor venha a repetir um trabalho já feito.

<sup>9</sup> Um dos ensaios (“A Notícia como Conhecimento”), do livro de Robert Park, *Essays in Sociology*, publicado em 1940 pela University of Toronto Press, foi incluído na coletânea *Meios de Comunicação de Massa*, editada por Charles S. Steinberg em 1966, publicada no Brasil pela Cultrix em 1970 e reeditada em 1972.

senta 142.000.000 de resultados para a consulta a essa informação. Seria diferente e mais didático escrever: “O jornalista e sociólogo americano Robert Ezra Park (1864-1944), um dos ícones da Escola de Chicago, afirma que [...]”. O leitor fica sabendo sobre a importância, o gênero e a nacionalidade do autor citado.

Investi algum tempo para pesquisar os dados anotados nas notas de rodapé e nas informações dos parágrafos acima. Esse rigor com a apuração da informação correta vem das décadas de trabalho nas redações da Editora Abril. Nos anos 1980, a revista *Playboy* publicou um texto de Gabriel García Márquez em que o jornalista e escritor colombiano citava um local: Cayo Hueso. O editor deu por entendido, o redator chefe também, mas o diretor, Mario Escobar de Andrade, quis saber: que raio era esse Cayo Hueso? Naquele começo da década de 1980, sem Google e internet, o recurso eram os dicionários enciclopédicos como o *Petit Larousse* ou a própria *Enciclopédia Abril*. Ou a consulta ao Departamento de Documentação da empresa, o Dedoc. Mais de dois dias de buscas e nada. Finalmente, o preparador de textos matou a charada: Cayo Hueso era a versão castelhana para Key West, uma ilha no extremo sul da Flórida, distante apenas 157 quilômetros de Cuba.

A revista tinha, como apresentação de cada nova edição, a página inicial “Entre Nós”. Quase sempre eu a escrevia (era um resumo da edição, comentando sobre seus colaboradores, cujas fotos apareciam ao lado direito da coluna). A página era assinada eventualmente por mim ou por Mario (neste caso quando eu era autor de alguma reportagem e minha foto aparecia na coluna). Mario Escobar de Andrade quis que o esforço de pesquisa do preparador, cujo nome não consigo lembrar (e as pesquisas foram infrutíferas, peço desculpas a ele)<sup>10</sup>, fosse homenageado na carta do editor. Em geral dispunham-se de três ou quatro linhas para anunciar a matéria e introduzir seus autores (em alguns casos a produção era creditada para o fotógrafo/ilustrador e para o repórter). Tentei

<sup>10</sup> Com esse artigo já entregue ao editor, uma troca de mensagens pelo Facebook com Ana Maria Moreno, com quem trabalhei em *Playboy*, levantou uma pista. Célio era o nome do preparador. Uma junção no Google das palavras Célio, *Playboy* e *Diário do ABC* (jornal em que trabalhara antes de *Playboy*) trouxe a notícia. Célio Franco de Godoy Júnior morreu aos 55 anos, em 2012. A ele, essa homenagem. Cf. <http://www.inconfidente.com.br/21726>.

o desafio: era quase impossível mencionar o artigo de Gabriel García Márquez e comentar que uma das palavras de seu texto ficara enalacrada (Cayo Hueso), mas que o criativo assistente fora capaz da descoberta. Fiz diversas tentativas de escrever o relato de modo tão telegráfico. Mario só se satisfaz com a oitava versão. Quem, entre os que leram esse relato até aqui, teve um professor ou um tutor de iniciação científica que exigiu oito reações de um trecho de artigo?

O que esse último relato tem a ver com o tema do artigo em andamento? É um reforço ao conceito de jornalismo substantivo. O rigor com a apuração, até de um simples detalhe (o que é Cayo Hueso?), é uma das grandes características do jornalismo substantivo. Ao escrever sobre o uso da turfa para produzir calor e germinar a cevada, um aprendiz decidiu que a palavra turfa estava errada e a substituiu por trufa. O equívoco se desfez em tempo, mas a omissão por procurar o significado de turfa foi explicada pelo aprendiz pela falta de tempo. “Falta de tempo é a desculpa daqueles que perdem tempo por falta de método”, sentenciou Albert Einstein.

Ainda um outro pequeno aparte, antes de voltar à trilha principal desse artigo, que é a adjetivação do substantivo masculino “Jornalismo”. Há nesta edição da *Parágrafo* uma entrevista com o professor José Manuel Pérez Tornero, da Universidade Autônoma de Barcelona, que ajudei a editar. Pérez Tornero emite um comentário com que concordo plenamente: “o pesquisador de comunicação que traz na bagagem anos de prática de campo, no exercício profissional como jornalista, produtor ou diretor de documentários para emissoras de televisão, tem uma visão enriquecida com as práticas, limitações e os códigos da profissão”. Entre nós, são poucos os acadêmicos que trazem essa bagagem. E discorrem sobre especificidades do exercício do campo profissional sem conhecimento de causa. Não viraram madrugadas com o estresse do fechamento de uma edição de revista ou passaram pela adrenalina de editar (cortar e emendar) trechos de falas de uma entrevista gravada em vídeo, minutos antes de ela ir para o ar.

A análise do currículo de boa parte de nossos pesquisadores revela preocupante ausência dessa

bagagem. Daí a comichão para abrir frentes de classificação e de tipologias. Mas voltemos ao tema da adjetivação do jornalismo, que é o que nos interessa: a constatação que a criação de grifes (seja o de “jornalismo cívico” ou “jornalismo público” ou ainda o citado “jornalismo humano”) não irá resolver os problemas que se colocam para professores e pesquisadores sobre a identidade, a missão e o futuro do exercício do jornalismo.

#### 4. FORMAÇÃO HUMANA PARA EXERCÍCIO DA CIDADANIA

Num curso que ministrei há mais de meia década na Universidade Federal do Mato Grosso<sup>11</sup>, a convite do amigo e ex-aluno Paulo Dias da Rocha, iniciei a discussão problematizando a conhecida frase de Gabriel García Márquez: “Todo jornalismo tem que ser investigativo, por definição”. Também disse então que essa era uma frase de efeito, que a investigação exigia preparo, planejamento, tempo, investimento (umas práxis que o já citado filme *Spotlight* mostrou tão bem). E que todos esses cuidados não são e nem deveriam ficar restritos ao jornalismo “investigativo”, por ser uma exigência do jornalismo em si. Se ele se quiser “substantivo”.

Dois exemplos recentes, de leituras ao acaso nesses dias prévios aos controvertidos jogos olímpicos que terão se realizado no Rio de Janeiro quando este artigo estiver online: a Rio 2016, e do tumultuado processo de desalojamento da presidente Dilma Rousseff, eleita no final de 2014.

Um desses exemplos é a designação “jornalismo fofo”, um belo achado do jornalista Maurício Stycer em seu comentário publicado em 24 de julho: “Série olímpica do JN expõe cinco pecados do jornalismo esportivo ‘fofo’”<sup>12</sup>.

Às vésperas dos Jogos Olímpicos do Rio, a Globo está exibindo uma série de 16 reportagens no

11 Universidade Federal de Mato Grosso - Secretaria de Comunicação e Múltiplos. Curso sobre Jornalismo Científico - Módulo Reportagem Investigativa.

12 Acessado em 24 de julho de 2016. Disponível em <http://mauriciosstycer.blogosfera.uol.com.br/2016/07/24/serie-olimpica-do-jn-expoe-cinco-pecados-do-jornalismo-esportivo-fofo/>

“Jornal Nacional” dedicada a atletas olímpicos. Apresentada pelo repórter Pedro Bassan desde o último dia 11, é um exemplo do que chamo de jornalismo esportivo “fofo”, destinado a fazer o espectador se emocionar a qualquer custo. Escrevi a respeito no último domingo (17) na “Folha”, criticando a ênfase nas passagens poéticas das reportagens e na encenação teatral de algumas situações, além da omissão em relação à realidade das modalidades esportivas no Brasil. Comentando a reportagem de Bassan com [o atleta] Artur Zanetti, concluí [meu texto](#) assim: “Como a grande maioria das modalidades esportivas olímpicas, a ginástica olímpica brasileira padece de enormes e graves problemas, de todas as ordens. A trajetória de Zanetti, como se sabe, é um caso excepcional, que está longe de configurar regra. Nada contra louvar o desempenho do atleta, mas fazer isso com poesia e teatro, e não com bom jornalismo, pode até provocar lágrimas e angariar pontinhos no ibope, mas nada além disso” (Stycer, 2016, online).

E quais são os 5 pecados anunciados no título? Resumo o texto, que Stycer credita a um jornalista amigo, que enviou o semidecalogo pedindo anonimato. 1) **O primado da forma sobre o conteúdo**, com excesso de inserções de arte em 3D sem necessidade, uso de filtros para colorir artificialmente imagens, “embelezando”, além do excesso de importância atribuído à “passagem” (trecho em que o repórter põe a carinha no vídeo). 2) **A duração das reportagens**. Nove minutos só se explicam pelo fato de estarmos em julho, mês de noticiário fraco. Mas no dia do atentado de Nice, em 14 de julho, não derrubaram a reportagem de Bassan de 9 minutos, que ocupou quase o mesmo tempo da cobertura do atentado, um evidente erro editorial. 3) **A mania das “séries”**. Em televisão, onde é preciso encher muita linguça, a série é uma solução para as chefias<sup>13</sup>. Preenche “tempo de produção” e exige pouco raciocínio para criar, pois basta seguir o molde. 4) Falta de originalidade. Toda Olimpíada é a mesma coisa. Resulta em “perfilhões” que permitem a todo mundo “brilhar”: o repórter, que faz passagens bonitas; o produtor, que

13 Essa lição é antiga e foi usada à exaustão pela revista *O Cruzeiro*, que serializava histórias como a da Índia Diacuí, da tribo mato-grossense dos Kalapalos, que se casou em 1952 com o sertanista Aires Câmara Cunha, numa cerimônia apoteótica na igreja da Candelária, no Rio (tudo patrocinado pela revista *O Cruzeiro*). Diacuí acabou morrendo de parto. Ou, outro exemplo, o julgamento dos suspeitos pela morte da adolescente Aida Jacob Curi (1958). A revista de Assis Chateaubriand ganhou muito dinheiro com a serialização dessas histórias, muitas delas incrementadas pela imaginação de sua equipe.

viaja para entrevistar pai, mãe, cachorro, papagaio; o editor de imagem, que realiza uma edição caprichada e com tempo; o cinegrafista, que produz imagens top. 5) E o jornalismo? Em meio a tudo isso, o que menos importa é se a reportagem é relevante. E tome choro de pai e mãe, muita emoção (“TV é emoção”). Tocar em assuntos espinhosos, como doping, assédio sexual, fraude nas obras olímpicas, dinheiro malgasto no esporte? Jamais. Isso, sim, daria trabalho, comenta Stycer.

O outro exemplo é um veemente texto publicado pela professora Cilene Victor (“Declarações absurdas do ministro da Educação sobre o programa Ciência sem Fronteira”), no portal NCST – Nova Central, no dia 26 de julho. A professora comenta a fala do ministro da Educação publicada na mídia sem o contraponto, como se a fala da autoridade criasse a realidade. Escreve ela<sup>14</sup>: “Fala-se o que quer e a imprensa brasileira, por preguiça, desinformação ou desejo de promover o conflito, reproduz essas falas e garante a elas o eco necessário para entortar de vez a opinião pública”. E pontua que as declarações do ministro da Educação sobre o programa Ciência sem Fronteiras não só foram absurdas, como caluniosas e difamatórias.

“O ministro afirmou que os alunos de graduação eram enviados para o exterior, mas para universidades/cursos de terceira linha e que, com o valor dessas bolsas, o país conseguiria formar mais alunos em universidades privadas brasileiras”. Jornalismo declaratório é isso, pontua Victor, a fonte fala, você faz olho de surpresa (como personagem de novela), achando o máximo o que a fonte revelou, e simplesmente transcreve esses discursos, sem nenhuma apuração. “Afim de contas, neste caso, era uma autoridade – jornalista se sente seguro diante de fontes oficiais, de autoridades”, comenta. Ela continua:

Jornalismo não-declaratório, ou simplesmente jornalismo e não brincadeira de casinha, é aquele em que o jornalista divulga o nome dessas universidades de terceira linha e mostra que elas estão entre as melhores do mundo, com os seus

14 Acessado em 28/7/2016, disponível em [http://www.ncst.org.br/subpage.php?id=19385\\_26-07-2016\\_declara-es-absurdas-do-ministro-da-educacao-sobre-o-programa-ciencia-sem-fronteiras#debates-e-opini-es](http://www.ncst.org.br/subpage.php?id=19385_26-07-2016_declara-es-absurdas-do-ministro-da-educacao-sobre-o-programa-ciencia-sem-fronteiras#debates-e-opini-es).

laureados com o Prêmio Nobel, com reconhecimentos no campo da ciência, com laboratórios funcionando a todo vapor porque dispõem do mínimo que um pesquisador necessita para desenvolver seus projetos. Jornalismo não-declaratório é aquele que investiga quanto de dinheiro público foi repassado nos últimos governos para a iniciativa privada produzir diplomas que não são reconhecidos ou respeitados nem mesmo no Brasil. Raras exceções, muitas universidades privadas do país venderam sonhos do diploma para estudantes das classes C e D, sustentadas no discurso vazio de empoderamento pelo ensino superior. Isso demanda investigação sobre o ciclo de vida do dinheiro público nessas máquinas de produção de diploma instaladas de Norte a Sul. [...] O jornalismo declaratório não é apenas pobre em informação, ele é perigoso porque esconde da sociedade as envergaduras dos fatos e a dimensão da realidade (Victor, 2016, online).

Jornalismo fofo, declaratório – sobretudo esse último – são designativos críticos diante de postura muitas vezes ingênua de repórteres mal preparados por nossas instituições de ensino. A formação cultural aprofundada e multidisciplinar é o legado que os egressos de nossas escolas têm de levar para sua atividade profissional. Essa formação cultural dará ao formando as ferramentas básicas para entender, decifrar e explicar para seus leitores, espectadores ou ouvintes o livro do mundo.

O pensamento crítico que deve ser cultivado nas escolas de jornalismo capacita o estudante para saber ler os grandes temas da atualidade em perspectiva. Isso faz lembrar o que, em sala de aula, o saudoso professor Octavio Ianni (com que tive o privilégio de fazer um curso durante o mestrado) comentava utilizando a expressão “taquigrafar a realidade”. Ou seja, trazê-la para perto e interpretá-la, num olhar em perspectiva. Esse é o pulo do gato nesses tempos ociosos de *selfies* e de auto-exposição online. O que se persegue é o jornalismo substantivo, não as grifes já enumeradas acima.

Mas não é isso o que acontece. Em vez de estimular a busca de um olhar que privilegie a diversidade cultural, o que se privilegia é a popularização, a simplificação do que é em si complexo, o mínimo divisor comum, como já escrevi (Costa, 2015, p. 31). Nivelar por baixo é mais importante do que estimular a diversidade e a valorização da diferença cultural. Por

isso é indispensável valorizar a atividade do jornalista. Quanto maior o volume de informação disponível, mais necessidade teremos de jornalistas para interpretar e criar essas narrativas que deem conta do que acontece no mundo. Mas o que o modelo econômico prega hoje é justamente o contrário: que basta dominar algumas técnicas e ferramentas digitais e está tudo feito (Costa, 2015, p. 31).

Ao entrevistar o sociólogo francês Dominique Wolton, em julho de 2013, um dos melhores momentos da longa conversa foi quando falamos sobre a formação e a atuação do jornalista. “Essa é uma pergunta muito ampla”, respondeu. E numa panorâmica citou quatro pontos importantes a levar em conta ao pensar na formação desse profissional: 1) grande ênfase em estudos gerais, história, política, cultura, antropologia, sociologia, teorias da comunicação, disciplinas obrigatórias, muitas, muitas; 2) o pensamento crítico. Crítico, mas radical no sonho e contra o pesadelo das novas tecnologias; 3) pensamento econômico, sobre que novos modelos de negócio criar para os jornais, o rádio, a televisão e a internet, porque não existe esse modelo econômico no momento de hoje; e 4) sair, ver o mundo, ou seja, qual é o problema político que se impõe para os meios de comunicação na atualidade?

Nunca houve tantos atalhos, nunca houve tanta técnica como agora, nunca houve tanto volume de informação e o campo da informação vai se abrindo cada vez mais amplamente e ao mesmo tempo há o movimento contrário [gesto de contração]. Quer dizer, todo mundo diz cada vez mais as mesmas coisas. Eu, como tantos outros pesquisadores, imaginava há vinte anos que, quanto mais canais houvesse, mais diversidade teríamos, maior seria o leque de possibilidades. E o que ocorre é justamente o fenômeno contrário. Quanto mais canais novos aparecem, menor é a abrangência, mais restrito o que é noticiado. Há um afinilamento, todos copiam o que o vizinho faz. É sempre mais do mesmo. Isso é o fracasso. Por isso, é preciso que os jornalistas reajam contra esse estado de coisas. Foi exatamente por isso que reforcei, há pouco, colocando em primeiro lugar uma formação com ampla cultura geral. O jornalista irá precisar muito dela, para criar uma narrativa crítica sobre a realidade (Costa, Oliveira e Chapel, 2013, p. 20).

Ao finalizar aquela conversa, Wolton reforçou o

papel do jornalismo como salvaguarda da democracia: “Vocês são o fundamento dela”. Utilizando um referencial bélico, acrescentou: “Vocês são indispensáveis na revolução da informação; mais do que nunca, vocês são os soldados da democracia. Mas devem se rebelar contra a ideologia da técnica, contra a vulgarização”. Me atrevo a acrescentar: devem também evitar a perda de tempo em classificar e adjetivar o que é em si substantivo. Essa busca de “ismos”, de compartimentar ou criar tanta adjetivação para o jornalismo, é um caminho que, definitivamente, não trará as respostas que o exercício da profissão exige hoje com urgência. Para isso, a proposta é resgatar a seriedade da investigação, da correção da informação, usar o recurso do contraditório (ouvir a outra parte), cultivar a credibilidade. “Se as pessoas nunca perderem a confiança no jornalista, tudo será possível”, finaliza Wolton (Costa, Oliveira e Chapel, 2013, p. 21).

## 5. CLASSIFICAR PARA CAMUFLAR

Há certa ingenuidade no afã de segmentar o jornalismo, como se a cobertura de fatos culturais, para ficar apenas num exemplo, não envolvesse fortes interesses econômicos e políticos – a realidade é muito mais complexa. O debate sobre os desvios ocorridos com os recursos possibilitados pela Lei Federal de Incentivo à Cultura (a desmoralizada “Lei Rouanet”) demonstra isso à exaustão<sup>15</sup>. Além do casamento nababesco de um tal Felipe Amorim e Caroline Monteiro, em 25 de maio deste 2016 em um resort da capital catarinense, “destapado” pela Operação Boca Livre da Polícia Federal, quantos outros projetos “culturais” tiveram o aval do Ministério da Cultura? O citado casamento abischoitou em torno de R\$ 180 milhões de patrocínio cultural. Mas alguns projetos aprovados pelo Ministério da Cultura (extinto e logo repostos pelo governo interino de Michel Temer) permitiram arrecadação de R\$ 17.878.740,00 para o musical *Shrek*, em 2013; ou R\$ 5.800.000,00 para uma turnê de doze shows da cantora Claudia Leitte em

15 Por essa lei, projetos aprovados pelo Ministério da Cultura têm autorização de captar recursos de empresas, até um determinado limite. A empresa parceira do projeto abate o valor em sua declaração de renda com a Receita Federal. Em teoria a lei se destinaria a financiar a cultura.

idades das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste naquele mesmo ano. Em meio ao festival de críticas que a medida recebeu, a artista amealhou “apenas” R\$ 1,2 milhão. Onde ficou a cultura nisso tudo?<sup>16</sup> Ainda insistindo: pode haver jornalismo econômico que também não seja político? Ou jornalismo esportivo que não seja cultural ou político?

Voltamos, então, à colocação inicial. Jornalismo é jornalismo. Ponto final.

## REFERÊNCIAS

BAMBERG, María L. *De eso no se habla*. Filme de 1993. Duração 106 minutos.

Acessível em <https://www.youtube.com/watch?v=Fk-4snPox3w>

BRITO, Rosildo R. “Jornalismo público, como assim?”, In: *Observatório da Imprensa*, ed. 762, de 3/9/2013. Acessado em 27/7/2016, disponível em: [HTTP://OBSERVATORIODAIMPRENSA.COM.BR/INTERESSEPUBLICO/ED762\\_JORNALISMO\\_PUBLICO\\_COMO\\_ASSIM/](HTTP://OBSERVATORIODAIMPRENSA.COM.BR/INTERESSEPUBLICO/ED762_JORNALISMO_PUBLICO_COMO_ASSIM/)

COSTA, Carlos. A formação do jornalista: olhar crítico e contemporaneidade. In: COELHO, C., KUNSCH, D., MENEZES, J. *Jornalismo e contemporaneidade, um olhar crítico*. São Paulo: Plêiade, 2015, pgs. 13-33.

\_\_\_\_\_ Em debate, o papel do ensino de jornalismo e a atuação do jornalista hoje. *Libero*, revista do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero, vol. 10, nº 20 (dez.2007), p. 21-34. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2007.

\_\_\_\_\_ O ensino de jornalismo frente à realidade das novas tecnologias. In: *Esfera pública, redes e jornalismo*. Rio de Janeiro: E-papers, 2009, págs 314-330.

16 A produtora Ciel, que tem a cantora Claudia Leitte como sócia, conseguiu, no início de 2016, autorização para captação de R\$ 356 mil, de um pedido de R\$ 540 mil, para a produção de uma autobiografia, sob alegação de que “a obra gera, neste sentido, impacto cultural positivo”. O projeto foi barrado pelo TCU e a artista desistiu de mais essa contribuição à cultura pátria.

COSTA, Carlos; OLIVEIRA, Geraldo; CHAPEL, François. “O jornalismo é o cimento da democracia” (entrevista com Dominique Wolton). *Revista Comunicare*, Volume 13 – Nº 2 – 2º Semestre de 2013, págs. 13 a 23.

COSTA, Paulo C. Jornalismo público: por uma nova relação com os públicos. *Organicom, Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas* (ano 3, número 4, 1º semestre de 2006, p. 124 a 141). Acessado em 28/6/2016. Disponível em: <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/59>

CHRISTOFOLETTI, Rogerio (org.). *Questões para um jornalismo em crise*. Florianópolis: Insular, 2015.

GUSMÃO, Luis. *O fetichismo do conceito*. Rio de Janeiro: Top Books, 2012.

LOPES, Fernanda L. *Ser jornalista no Brasil: Identidade profissional e formação acadêmica*. São Paulo: Paulus, 2013.

McCARTHY, Tom. *Spotlight - Segredos Revelados*. Filme de 2015. Duração 129 minutos.

PARK, Robert. A Notícia como Conhecimento”. In: STEINBERG, Charles S. *Meios de Comunicação de Massa*. São Paulo: Cultrix, 1972.

PATRUS, Roberto; DANTAS, Douglas C.; SHIGAKI, Helena B. “O produtivismo acadêmico e seus impactos na pós-graduação stricto sensu: uma ameaça à solidariedade entre pares?”, in Cad. EBAPE.BR, v.13, nº 1. Rio de Janeiro, FGV, 2015. Acessado em 1/8/2016. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1679-39512015000100002](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512015000100002)

ROSSI, Clóvis. *O que é jornalismo*. São Paulo: Brasiliense, 2005.

SANTOS, Juliana F. “A importância do Jornalismo de Qualidade na redução de riscos e desastres”, in revista *Razón y Palabra*, vol. 17, nº 79, mayo-julio de 2012. Monterrey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2012. Acessado em 28/6/2016. Disponível em: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/M79/11\\_Frandalozo\\_M79.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/M79/11_Frandalozo_M79.pdf)

SIGNIFICADOS: “Significado de Jornalismo”. Disponível em: <http://www.significados.com.br/jornalismo/>, acessado em 28 de dezembro de 2015.

SILVA, Ricardo D.G. O papel social do jornalismo cívico e a interação midiática entre o jornalista e as minorias sociais. *Revista de C. Humanas*, Viçosa, v. 12, p. 52-65, jan./jun. 2012. Acessado em 25/6/2016, disponível em: [www.cch.ufv.br/revista/pdfs/artigo-5vol12-1.pdf](http://www.cch.ufv.br/revista/pdfs/artigo-5vol12-1.pdf)

SPALDING, Marcelo. “Quando custa recheir seu Currículo Lattes”, in *Digestivo Cultural*, 5/3/2009. Acessado em 15/7/2016, disponível em

[http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=2749&titulo=Quanto\\_custa\\_recheir\\_seu\\_Curriculo\\_Lattes\\_5/3/2009](http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=2749&titulo=Quanto_custa_recheir_seu_Curriculo_Lattes_5/3/2009)

STYCER, Mauricio. “Série olímpica do JN expõe cinco pecados do jornalismo esportivo ‘fofo’”. Acessado em 24/6/2016. Disponível em: <http://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2016/07/24/serie-olimpica-do-jn-expoe-cinco-pecados-do-jornalismo-esportivo-fofo/>

VICTOR, Cilene. “Declarações absurdas do ministro da Educação sobre o programa Ciência sem Fronteira” in Portal NCST – Nova Central, no dia 26 de julho. Acessado em 29/7/2016. Acessível em: [http://www.ncst.org.br/subpage.php?id=19385\\_26-07-2016\\_declara-es-absurdas-do-ministro-da-educa-o-sobre-o-programa-ci-ncia-sem-fronteiras](http://www.ncst.org.br/subpage.php?id=19385_26-07-2016_declara-es-absurdas-do-ministro-da-educa-o-sobre-o-programa-ci-ncia-sem-fronteiras)

VIZEU, Alfredo. “O jornalismo e as ‘teorias intermediárias’: Cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da Análise do discurso (AD)”. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-jornalismo-teorias-intermediarias.html>, acessado em 28/6/2016.

**Recebido em 15 de maio de 2016**  
**Aprovado em 20 de agosto de 2016**

# Feminização e transformações das práticas jornalísticas: o exemplo do jornalismo político na imprensa diária francesa

Béatrice Damian-Gaillard

Eugénie Saitta

Professoras da Universidade de Rennes1, doutoras em Ciências da Informação e da Comunicação e pesquisadora o CRAPE – Centro de Pesquisas sobre a Ação Política na Europa.

## Resumo

Este artigo discute e esclarece a ideia de que a feminização do jornalismo político ajudaria a formar relações distintas em relação ao trabalho jornalístico e participaria de uma renovação da informação política. Nossa análise se esforça para não consagrar o papel das mulheres ou a feminização de práticas (perspectiva diferencialista) e, inversamente, para não negligenciar os efeitos de gênero (perspectiva universalista). Embasamos a discussão a partir de duas pesquisas de campo. Uma delas é parte de uma pesquisa sobre as transformações do jornalismo político. A outra é parte de pesquisa sobre o processo de feminização do jornalismo político nos diários nacionais francêss.

**Palavras-chave:** feminização; imprensa francesa; jornalismo; jornalismo político

## Abstract

This article discusses and clarifies the idea that the feminization of political journalism would help to form different relationships in relation to journalistic labour and participate in a renewal of political information. Our analysis strives not to enshrine the role of women and the feminization of practices (differentialist perspective) and, conversely, not to neglect the effects of gender (universalist perspective). The article is based on two field researches. One is part of a research on the transformation of political journalism. The other is part of research on the process of feminization of political journalism in the French national dailies.

**Keywords:** feminization; French press; journalism; political journalism

DOSSIÊ  
PRÁTICAS JORNALÍSTICAS

## 1. INTRODUÇÃO

Na estrutura da concorrência e hierarquia das especialidades jornalísticas, o jornalismo político tem ocupado, historicamente, uma posição elevada (*de não retorno* ou *objetivo de prestígio*, Tunstall, 1971) na imprensa diária nacional (PQN<sup>1</sup>). Era, portanto, um símbolo da consagração, um lugar de poder profissional e de produção de um meta-discurso sobre o mundo social. A forte presença masculina nos serviços políticos também contém, por outro lado, dois outros elementos: homologia com o campo político, dominado numericamente por homens, e uma elevada ideia da política como coração do poder, do qual o jornalismo político permitiu se avizinhar. No entanto, observa-se, no período recente, a feminização do jornalismo político, o aumento da proporção de mulheres nas editorias políticas de diários nacionais como *Le Monde* ou *Le Figaro*, até alcançar a paridade no início dos anos 2000 (Damian –Gaillard; Saitta, 2011). Esta evolução sociográfica coloca a questão do seu impacto sobre as práticas do trabalho jornalístico.

Este artigo discute e esclarece a ideia de que a feminização do jornalismo político ajudaria a formar relações distintas em relação ao trabalho jornalístico (no quadro de informações, no relacionamento com as fontes, os valores profissionais etc.) e participaria de uma renovação da informação política. As jornalistas políticas experimentariam, assim, um certo desinteresse na perspectiva de um enquadramento exclusivamente institucional da informação política, centrado nas instituições, os partidos representados no parlamento, políticos ocupando os mais altos cargos do campo. Elas seriam menos fortemente interessadas e investiriam menos nos jogos de poder do que seus colegas do sexo masculino. Os valores jornalísticos “femininos” favoreceriam um modo de tratamento de informação política, ao mesmo tempo personalizado (mais atento às personalidades, aos traços psicológicos, com um pronunciado gosto pela escrita narrativa) e distanciado (apelando para humor, ironia, escárnio; atento às cenas cômicas, anedóticas). Nossa análise se esforça para não cristali-

zar o papel das mulheres ou a feminização das práticas (perspectiva diferencialista) e, inversamente, para não negligenciar os efeitos de gênero (perspectiva universalista).

Este artigo é baseado em duas pesquisas de campo. Uma é parte de um doutorado sobre as transformações do jornalismo político, no período recente (Saitta, 2006), durante o qual foram realizadas cerca de quarenta entrevistas com (ex) jornalistas políticos franceses, comentários diretos à editoria de política do *le Monde*<sup>2</sup> e uma análise qualitativa e quantitativa do corpus de artigos. A outra é parte de pesquisa sobre o processo de feminização do jornalismo político nos diários nacionais francês (Damian Gaillard, Saitta, 2011), para a qual foi feita uma dúzia de entrevistas com jornalistas ocupando ou tendo ocupado várias posições nas editorias políticas (redator, chefe de redação, assistente...) da PQN, tanto mulheres quanto homens.

Mostraremos, em primeiro lugar, os limites da ideia de uma “escrita feminina” do jornalismo; então, estudaremos os complexos processos pelos quais a feminização do jornalismo político poderia ter efeitos sobre maneiras de falar de política em jornais diários franceses, a partir dos anos 1990.

## 2. TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO E GÊNERO: UMA DISCUSSÃO TEÓRICA

A questão de gênero no tratamento da informação é complexa. Se os autores, por um lado, destacam a existência de percepções de gênero nas práticas, nos valores e convenções jornalísticos (Ross, 2001) – van Zoonen (1998), por exemplo, fala em uma “visão de mulher” e assume características (em oposição a um conjunto de práticas “masculinas”) – eles reconhecem, por outro lado, que é difícil identificar UMA prática “feminina” distinta por temas, ângulos e fontes mobilizadas. Esta dificuldade está ligada, em primeiro lugar, à própria diversidade dessas práticas e também às restrições colocadas sobre elas.

Neveu (2000, p. 190) mostra, por exemplo,

<sup>2</sup> Jornalistas mulheres e homens, que trabalham ou trabalharam nas editorias de política do *Figaro*, *L'Humanité*, *Libération*, *Le Monde* e *Le Parisien* e/ou a partir de 1980. Entrevistas realizadas entre 2002 e 2003.

<sup>1</sup> Sigla em francês para *Presse Quotidienne Nationale*

vários desses “mecanismos sociais poderosos que contribuem para uma homogeneização das formas de escrever”. Ele sublinha, dessa forma, o papel da socialização dos futuros jornalistas no processo de formação da profissão nas escolas de jornalismo, algumas vezes qualificadas como instâncias de formatação (Ruffin, 2003) e o papel da aprendizagem profissional nas empresas jornalísticas ou, ainda, o peso crescente de serviços de marketing e de pesquisa de audiência que produzem dados sobre as expectativas e práticas dos públicos.

### 2.1. Diversidade de práticas

Falar de uma escrita jornalística “feminina” é problemático porque sua definição se constrói, geralmente, segundo uma lógica dicotômica entre masculino e feminino. Esta visão binária baseia-se em definições estereotipadas de papéis de gênero e as reproduz, ajudando assim a legitimar a ideia de que alguns temas ou especializações jornalísticas seriam mais ou menos adequados a mulheres ou homens. É, portanto, difícil destacar uma prática feminina do jornalismo sem sustentar e reproduzir uma definição essencialista da mulher e do homem. Essas definições reificadas não integram as evoluções do contexto histórico, social e profissional. Além disso, a imbricação do gênero com outras formas de relações sociais (classe, etnia ...) produz múltiplas feminilidades e masculinidades. Finalmente, a profissão de jornalista é caracterizada pela sua fragmentação e diversidade das modalidades de exercício da profissão. As formas de tratamento da informação jornalística que são geralmente reagrupadas sob o termo “escrita feminina”, inscrevem-se, na verdade, em diferentes setores da imprensa e em diferentes campos jornalísticos e encaminham-se para práticas e lógicas diversas, até mesmo divergentes, que só fazem sentido em relação aos códigos, valores, convenções jornalísticas próprias a cada um desses universos (Charrier-Vozel, Damian Gaillard, 2005).

É, pois, crucial mostrar a diversidade tanto das estratégias de especialização (em termos de setores, temáticas, assuntos, “ângulos”, competências ...), quanto das relações com as fontes desenvolvidas por jornalistas mulheres, diversidade que pode certificar disposições femininas (socialmente construídas),

mas também – e principalmente – contrariar uma posição que as leve a elaborar e/ou mobilizar os estereótipos de gênero amplamente produzidos e compartilhados por fontes, colegas do sexo masculino, editores, redatores, empresa jornalística etc.

#### 2.1.1. Estratégias

As pesquisas anglo-saxônicas e escandinavas salientam frequentemente a diversidade de estratégias de jornalistas do sexo feminino seja para inserir salas de redação nos coletivos de trabalho, seja, de modo mais geral, para investir no campo jornalístico (van Zoonen 1998). Sendo assim, Djerf-Pierre (2007) distingue três estratégias de investimento por mulheres, no campo jornalístico, correspondentes a diferentes concepções de gênero e da configuração do campo jornalístico na Suécia, em diferentes momentos. A primeira, *a de competição*, consiste em desafiar os homens em seu próprio jogo, esforçando-se para adquirir as mesmas formas de capital deles, tornando-se “*um dos rapazes*” (um deles)<sup>3</sup>.

A segunda, chamada de estratégia de especialização, baseia-se na utilização de um capital especificamente feminino e no investimento em temas ou gêneros específicos, por exemplo, na publicação de revistas ou jornais femininos, afirmando-se como “*uma das meninas*” (uma delas)<sup>4</sup>. Finalmente, a estratégia de expansão visa abrir espaço jornalístico, desenvolvendo novos gêneros e estilos antes de se tornarem gênero.

#### 2.1.2. Relações com as fontes

Em um crescente trabalho sobre gênero e relações com as fontes, autores identificam uma série de posturas de mulheres jornalistas. Uma primeira postura explora os estereótipos de gênero dos quais são objeto por parte das fontes. Exercem, então, uma relação de sedução, distinção, introduzindo, por exemplo, outras formas relacionais com seus interlocutores, fundamentadas na confiança, de forma que eles as percebam como “inofensivas”, porque não aparentadas com o “gênero viril” (Lachover, 2005).

<sup>3</sup> Grifos das autoras.

<sup>4</sup> Idem.

Apoiam-se também na presunção de incompetência, notadamente nas áreas reputadas como “masculinas”, como jornalismo esportivo e algumas modalidades esportivas “masculinas” como futebol ou hóquei. Isso lhes permite alavancar perguntas, solicitar esclarecimentos, para obter mais tempo com seu interlocutor com a desculpa de se explicar melhor, favorecidas, às vezes, pelo fato de que são pouco numerosas, portanto mais rapidamente identificáveis (Schoch, Ohl 2010).

A segunda postura consiste em explorar capitais que lhes são específicos, a fim de transformar “deficiência” em recurso profissional. A este respeito, Djerf-Pierre (2005) observa que, entre os líderes das estruturas midiáticas suecas, as mulheres compensam menor capital econômico, cultural e profissional, em contraposição ao capital social (no sentido aplicado por Bourdieu). Pelo exemplo de um jornalista que mobiliza seu elevado capital social para participar de um casamento para o qual a imprensa não é convidada, Robinson (2004) mostra como a ativação destes capitais específicos permite contornar uma exclusão.

Devemos, portanto, levar em conta, na análise de eventuais especificidades das práticas jornalísticas “femininas”, suas variações diacrônicas (de acordo com o contexto histórico, social, profissional) e sincrônicas (de acordo com a especialidade jornalística, a posição ocupada, convenções jornalísticas etc.).

## 2.2. Restrições organizacionais

Não aderimos à ideia segundo a qual mais mulheres entre os jornalistas conduziriam mecanicamente a uma transformação – ou, mais precisamente, à feminização – de práticas e conteúdos jornalísticos. Isso repousa, de fato, em premissas altamente questionáveis: uma crença na autonomia dos jornalistas em seu trabalho diário e na redação; uma concepção de empresas jornalísticas “cegas de gênero”<sup>5</sup>.

Ora, de um lado, as restrições organizacionais pesam nas práticas jornalísticas, que, portanto, precisam ser compreendidas a partir de uma sociologia dos processos de produção da informa-

ção (Schudson, 1989) e, de outro, há uma ordem de gênero nas redações (Löfgren-Nilsson, 2010), onde “as normas, os procedimentos e a cultura organizacionais são marcados por preconceitos de gênero (Bereni, 2008, p. 140)”. Na verdade, os meios de comunicação são organizações de gênero em vários níveis na construção de divisões de gênero; na construção de imagens e símbolos reforçando essas divisões; nas várias interações entre homens e mulheres, entre mulheres, ou entre homens; na identidade individual (Acker, 1990). Concentramos aqui, particularmente, em dois processos. Um concerne às lógicas de distribuição de mulheres e de homens, segundo diferentes setores, especialidades e habilidades jornalísticas. O outro refere-se às lógicas da inclusão e exclusão das posições de poder nas redações.

### 2.2.1. Dinâmicas de segregação horizontal

Várias obras francesas (Damian, Saitta, 2010; Delorme, Raul, 2010; Maruani 1989; Neveu, 2000), anglo-saxãs ou escandinavas (Djerf-Pierre, 2007; Djerf Pierre, Löfgren-Nilsson, 2004) mostraram a existência de uma divisão de áreas de especialidade jornalística entre homens e mulheres, de setores midiáticos, de serviços e rubricas, ou ainda de habilidades e especialidades de gênero. Assim é que se identificam temas mais “femininos”, como moda, cultura ou sociedade, e as mulheres acabam por trabalhar principalmente em áreas informativas como uma extensão de suas responsabilidades domésticas e do papel que lhes é socialmente atribuído a saber o cuidado, a educação e a humanidade (Neveu, 2000). Por outro lado, alguns setores de prestígio, como a política interna na imprensa diária nacional (PQN<sup>6</sup>) e os semanários de notícias, têm sido uma área quase que exclusivamente “masculina”. Além disso, as áreas identificadas como “femininas” ou “masculinas” variam, conforme a época, como ressalta Djerf-Pierre (2007, p. 96) em relação à Suécia:

o jornalismo investigativo foi tomado principalmente por jornalistas mulheres no início de 1900; setenta anos depois e desde então, é um domínio masculino. A cobertura de questões sociais não era relacionada ao gênero no início do século,

mas se tornou “trabalho de mulher” nos anos 1970. Nos primeiros anos do século, as notícias internacionais eram um domínio das mulheres, mas somente poucas décadas mais tarde, quando a área ganhou status e o foco mudou para notícias em primeira mão, os homens tomaram lugar.

Esta perspectiva histórica destaca os efeitos de transformações do recrutamento jornalístico, do capital social e cultural dos jornalistas e da definição de “bom” jornalista sobre os processos de segregação horizontal.

Se é essencial tornar visível o *gender-typing* nas redações em termos de tarefas, funções, atribuições de trabalho, posições, devemos também compreender como os sentidos coletivos de gênero são produzidos, identificar como o trabalho cotidiano, as ações e a linguagem são interpretados como mais femininos ou mais masculinos e como estas interpretações estruturam diariamente os processos de tomada de decisão, a seleção dos temas, a distribuição de tarefas, a escolha das fontes, etc. Löfgren-Nilsson (2010), por exemplo, mostra que, na estação de televisão pública sueca SVT, as mulheres, percebidas de forma essencialista pelos editores como passivas-conservadoras-hesitantes, são afeitas com mais frequência a pesquisas documentais, enquanto os homens, vistos como ativos-confiáveis-seguros, são enviados para o trabalho de campo. Estes mecanismos são, pois, rotinas profissionais com base em estereótipos de gênero que levam a prejudicar as mulheres nas atribuições de tarefas nas redações, a preferência sendo geralmente dada ao discurso e ao *know-how* “masculinos”.

### 2.2.2. Dinâmica de segregação vertical

O acesso ainda limitado das mulheres a cargos de decisão nas redações é relativamente bem documentado na literatura (IFP, 2001). Mas contar os homens e as mulheres, identificar as posições e perfis de trabalho não é suficiente, pois o desafio é o de também identificar mecanismos que excluem ou incluem certos grupos nas posições de poder. As condições de trabalho que dificultam a conciliação entre a vida profissional e a vida privada constituem um primeiro mecanismo. Este é o caso do jornalismo político da PQN francesa (Damian; Saitta, 2011), onde as jornadas de trabalho são extensas (noites e fins de semana),

onde a competição entre os colegas é exacerbada em um universo duplamente masculino (serviço e fontes políticas). De Bruin (2004) explica que, para evitar o assédio sexual que ocorre nas redações caribenhas sutil ou diretamente, verbal ou pela linguagem corporal, algumas mulheres optam por manter uma distância, que as afastam dos centros de decisão e de poder. As modalidades de discurso são outro mecanismo de exclusão ou inclusão de posições de poder. Löfgren-Nilsson (2010), no caso do audiovisual público sueco, destaca “a norma de conversação dominada pelo gênero” que favorece, por exemplo, a expressão direta e afirmativa (“Eu tenho uma puta boa ideia”)<sup>7</sup> preferencialmente utilizada por homens, em vez da forma interrogativa convidando ao debate (Eu acho que... você acha que isso merece ser publicado?)<sup>8</sup>, preferencialmente usada por mulheres. Finalmente, a sociabilidade é outro desses mecanismos. Löfgren-Nilsson (2010) identifica rituais de confirmação que tendem a excluir as mulheres. Os homens são assim sistematicamente solicitados sem ter de realmente “chupar cana e assobiar ao mesmo tempo” devido a uma preferência dos editores pela “rede de colegas de trabalho” ou por uma “sociabilidade” masculina. Aqui vemos como as redes informais e lógicas de cooptação jogam contra as mulheres na obtenção de promoções profissionais.

## 2.3. Questionamentos e problemática

A especificidade (ou não) de certas práticas “femininas” (e “masculinas”), efeito de processos complexos e imbricados, deve ser analisada como parte de uma sociologia dos processos de produção da informação e de restrições organizacionais, não somente de gênero. O conceito de gênero, em primeiro lugar, entendido tanto como um processo de identificação quanto referência social de gênero, ajuda na compreensão das práticas jornalísticas. Pode-se, assim, se perguntar em que medida a presença de mulheres em editorias, especialidades ou habilidades geralmente percebidas como “femininas” (e vice-versa) é o resultado:

- de uma autoafetação: a afinidade de mulhe-

<sup>7</sup> “I have a good fucking idea”.

<sup>8</sup> “I think that... Do you think it's newsworthy?”

<sup>5</sup> Idem.

<sup>6</sup> Sigla em francês para *Presse Quotidienne Nationale*.

res jornalistas a essas editorias resultaria das suas disposições femininas (socialmente construídas);

- de estratégias/táticas: mulheres jornalistas se especializariam explorando e procurando valorizar um capital especificamente feminino;
- de atribuições hierárquicas com base em estereótipos de gênero: as jornalistas, preferencialmente designadas às áreas voltadas à informação, sofreriam de estresse;
- de rituais enraizados no trabalho cotidiano: a existência de princípios de solidariedade masculina agem como uma confirmação das posições, valores... de jornalistas do sexo masculino;
- de estratégias de negócios das empresas jornalísticas: os diretores de redação têm uma visão essencialista das práticas jornalísticas femininas, vendo-as como um trunfo para capturar o público feminino.

códigos do jornalismo político onde domina a postura analítica da saliência, enquanto o segundo pode ser lido como a reprodução das percepções estereotipadas do “feminino” que seriam relacionadas com a esfera privada, o interior, a intimidade. De forma que, se a “feminilidade” é apresentada de maneira positiva, com vista a reverter o estigma, seus conteúdos não são contestados. É por isso que é necessário ter em conta na análise:

- a especialidade jornalística dos profissionais (valores, convenções jornalísticas dominantes, perfis dos jornalistas recrutados, posição na estrutura da hierarquia e da concorrência entre as editorias...);
- a posição dos jornalistas em sua especialidade (reportagens atribuídas, habilidades, grau de decisão...);
- e a sociografia dos jornalistas (trajetória, capitais...).

### 3. AS TRANSFORMAÇÕES NA ESCRITA DO JORNALISMO POLÍTICO SOB O OLHAR DE SUA FEMINIZAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO

Em que medida o aparecimento de “inovações” editoriais na maneira de falar de política, e mais especificamente o surgimento da “narrativa política”, a partir dos anos 1990, na imprensa diária nacional francesa, está relacionado com a feminização do jornalismo político? Por quais processos complexos as mulheres inventaram ou se mobilizaram para estes novos formatos? Como tais formatos se tornam um registro de expressão legítima?

#### 3.1. Gênese da narrativa política: das beiradas à legitimidade

A partir da década de 1980 e, sobretudo, da década de 1990, Saitta (2008) identifica novos formatos de expressão do jornalismo político evidenciando uma forma inédita de distanciamento entre os jornalistas e suas fontes, que inclui a narrativa política. Identificado pelos jornalistas políticos como valorativos e valorizados, estes formatos encarnam sua visão de excelência profissional. Segundo a autora, eles traduzem uma mudança

gradual em direção a uma “retórica cínica<sup>10</sup>”, que se torna legítima e dominante. Assim, a narrativa política desenvolve tanto uma leitura dessacralizadora ou de-singularizante do campo político, o que mostra a vida política “pelo lado errado do telescópio” e os atores políticos como pessoas quaisquer, quanto uma leitura objetificante ou utilitarista da vida política, que a revela como um conjunto de estratégias para o acesso ao poder e se concentra em confrontos pessoais. Revelando os bastidores da política “como se o leitor lá estivesse”, para melhor capacitá-los a compartilhar os segredos do poder, a narrativa política, enraizada em um “efeito real” (Barthes, 1982), transmite uma atmosfera, retrata personagens, encena diálogos. Aponta para um duplo registro de empatia e ironia, fascínio e repulsa: os atores políticos são, ao mesmo tempo, próximos (homens como quaisquer outros) e mostrados em situações embaraçosas, às vezes ridículas.

Se adquire seu *pedigree* ao longo dos anos 1990 e 2000, a narrativa política, porém, entra “pela porta dos fundos” nos registros mobilizados pelos jornalistas políticos da imprensa diária nacional francesa. Originalmente, ela aparece, a partir de 1970, em títulos da imprensa de informações gerais e política, posicionados no centro comercial do campo jornalístico (Bourdieu, 1994), no qual a legitimidade interna é, pois, a mais baixa. Na década de 1980, o uso da narrativa política se espalha por diários criados na década de 1970, como *Le Quotidien de Paris*, *Le Matin de Paris* ou ainda *Libération*. Não se imporá senão na segunda metade dos anos 1990<sup>11</sup>, em títulos históricos de

10 Na acepção do Padiou (1976), a noção de retórica não se refere apenas a procedimentos de escritura, mas também a representações e práticas jornalísticas inscritas em uma relação de forças entre grupos de jornalistas. Esses últimos apropriam-se de uma certa retórica jornalística que lhes serve de estratégia ou recurso para obter o reconhecimento de seu status e de sua competência. Por exemplo, em meados da década de 1970, jornalistas especializados em educação no mundo colocaram-se, face às suas fontes e aos colegas perante quem eram considerados mais militantes do que verdadeiros repórteres, como críticos especialistas com um conhecimento técnico e aprofundado do campo, a fim de ganhar legitimidade.

11 As revistas de notícias foram pioneiras na encenação “dos bastidores” da política. A partir dos anos 1960, *L'Express* recontava o cotidiano das figuras políticas, reportava informações confidenciais, transformando o jornalista em entrevistador ou em iniciado, fazendo uso de um estilo mais narrativo que demonstrativo, buscando uma impressão de verossimilhança (Kaciak, 2004).

“referência” da imprensa diária nacional como *Le Figaro* e *Le Monde*.

O exemplo de *Libération* mostra como a introdução da narrativa política nos formatos de expressão do jornalismo político da imprensa diária nacional foi feito “pelas beiradas.” Considerada um gênero menor, mas divertida, a narrativa política é introduzida no *Libération* por Françoise Berger, recém-chegada à editoria política e sem experiência anterior nesta especialidade. “Lembro-me que aqui, logo, todo mundo estava falando dela, todo mundo ria dos textos de Françoise [Berger]. Então os senhores da política, ou os senhores jornalistas da política, continuavam a achar isso genial, mas não se sentiam ameaçados, foi um sucesso, mas talvez em suas mentes ainda era um gênero menor. Riam disso, droga. Lembro-me do chefe da editoria política, a cada vez que lia seus textos, sentia um prazer verdadeiro<sup>12</sup>”. Um de seus colegas (Neveu, 1993, p. 97) qualificou-a como “franco-atiradora” do jornalismo político. Por outro lado, a jornalista é vista por seus colegas como sofrendo de falta de competência. “E justamente a editoria política, especialidade para a qual suas habilidades são escassas [Françoise Berger vem de Cotidiano]. Mas sua pena afiada e alerta faz rapidamente maravilhas na reportagem”, reporta, por exemplo, Jean Guisnel, em sua biografia do *Libération* (1999, p. 132). Ela provém, com efeito, de uma editoria então pouco legítima na hierarquia das especialidades jornalísticas, a das informações gerais de revistas (*L'Express*) e se destaca em um gênero que é totalmente alheio à editoria de política, a reportagem, para a qual os estudos literários (diploma de estudos superiores em Letras) a dotam talvez de uma caneta e um estilo. Paradoxalmente, é esta dupla marginalização – o perfil da jornalista e seu formato preferencial de expressão – o que parece tornar possível a inovação editorial. Com efeito, assim como as páginas femininas apareceram na imprensa

12 Entrevista, 14/10/05: antiga jornalista política de *Libération*, com pós-graduação na Sciences Po Paris, editora, à época da entrevista.

132 A sociologia das especialidades jornalísticas (Marchetti, 2002) possibilita, então, destacar a diversidade e a ambivalência de práticas que pretendem uma abordagem “feminina”. Como estas práticas fazem parte das relações de gênero, por um lado, e as convenções jornalísticas dominantes, por outro, são realmente diferentes, até opostas. Por exemplo, o uso do “eu” na escrita jornalística destaca práticas e estratégias com significações divergentes. Sendo assim, na França, na editoria de política dos diários nacionais, o jornalista retrata, ainda que imperfeitamente, as situações de interação com a equipe política e constitui-se como testemunha onisciente para melhor compartilhar com os leitores os segredos do poder, introduzindo-os nos bastidores da política<sup>9</sup>, enquanto nas revistas femininas, o fato de falar sobre si mesma ou sobre as pessoas mais próximas de suas relações visa criar uma cumplicidade tácita com as leitoras, criando uma pseudo-intimidade (Mundscha, 2010). O primeiro caso pode ser interpretado como uma tentativa de subverter os próprios

9 É o caso de certos formatos de expressão como a «narrativa política», a «descriptografia da comunicação política», as «anedotas políticas» (SAITTA, 2008).

133

britânica e estadunidense no início do século 20<sup>13</sup>, os espaços jornalísticos dominados podem constituir espaços de maior autonomia, menos estratégicos e, portanto, menos vigiados, permitindo a criação ou a transformação das práticas pelas beiradas.

O exemplo de Françoise Berger e da narrativa política no *Libération* é particularmente instrutivo na medida em que mostra como a subversão das armas do jornalismo político resultou, ao mesmo tempo, na combinação de habilidades específicas e “fora da caixa” da jornalista e de restrições pelas quais passou na função.

### 3.2. Encenar distância em relação às fontes políticas: por gosto ou obrigação?

Posteriormente, outros nomes femininos do jornalismo político francês na imprensa diária dominaram a narrativa política no exercício da profissão. É o caso de Maria Guichoux e Judith Perrignon, no *Libération*, Pascale Robert-Diard e Ariane Chemin, no *Le Monde*, ou ainda Christine Clerc, no *Le Figaro*. Elas compartilham a ideia de uma escrita feminina na política, descrita como “engraçada”, ligada aos sentidos, “espumante”, como “rajadas de oxigênio”, em oposição ao jornalismo político masculino, “cinzento”, “chato<sup>14</sup>”; elas reivindicam “a encenação” e a “subjetividade do olhar”, em oposição a um tratamento institucional, empolado, da política. Esta descrição binária de uma escrita feminina e de uma masculina no jornalismo político não deve levar a naturalizar essas diferenças, mas, sobretudo, a entender por quais mecanismos complexos e emaranhados as mulheres se mobilizam na narrativa política até então usada nas editorias políticas da imprensa diária francesa.

13 “Entretanto, o surgimento de páginas de mulheres nos jornais no início do século XX não só provocou um aumento do número de mulheres jornalistas como também forneceu um espaço para arejar os debates feministas, a partir do final dos anos 1960 [...]. As páginas das mulheres eram origem a novos estilos de jornalismo impresso. Apesar de seu acento em histórias de interesse humano, a página das mulheres muitas vezes subverteu os valores convencionais da domesticidade suburbana dos anos 1950 com a introdução de importantes debates feministas sobre igualdades de oportunidades no emprego, salários iguais, cuidado das crianças, divórcio, aborto, e assim por diante” (Chambers; Steiner; Fleming, 2004, p. 8).

14 Entrevista, 05/07/05: ex-jornalista político do *Libération*, mestre em Direito Público, graduada na Sciences-Po e no CFJ, menos de 40 anos, trabalhando na seção Retrato, no momento da entrevista.

#### 3.2.1. Um efeito das disposições femininas e das trajetórias

A encenação de uma distância em relação às fontes poderia ser devido a disposições femininas (socialmente construídas), por exemplo, uma menor fascinação pelo poder. Uma das entrevistadas destaca, por exemplo, a relação diferente (em comparação com seus colegas do sexo masculino) que mantém com a política institucional, por sinal, argumento alegado para explicar sua saída da editoria política. Primeiramente, ela demonstra estar farta de frequentar esse microcosmo, situação que se exprime pelo fato de “conhecer tudo com antecedência”, de “ver sempre os mesmos” ou ainda “de ficar muito enfurnada nesse ambiente”<sup>15</sup>. Em seguida, ela deplora um acompanhamento e um enquadramento exclusivamente institucional da informação política, centrados nas instituições, nos partidos parlamentares, nos políticos que ocupam os mais altos cargos do campo político, o que considera “tedioso”.

Algumas jornalistas, portanto, experimentariam um maior desinteresse pela política do que seus colegas do sexo masculino, que permaneceriam apaixonados pelos jogos de poder. Poder-se-ia assim argumentar que a *illusio* (no sentido dado por Bourdieu) política deles é mais forte do que a de seus pares do sexo feminino. Além disso, como Neveu (2000), que se pergunta sobre um “componente feminino do *habitus*”, pode-se pensar que o tratamento da política proposto na narrativa política que valoriza a personificação e a personalização poderia estar relacionado a uma descarga inferior de emoções e a uma maior capacidade de empatia nas mulheres. Ou ainda que os papéis sociais conjugais e maternos atribuídos às mulheres as predisõem a uma maior sensibilidade às experiências comuns.

A questão das disposições femininas torna-se mais interessante juntamente com especial atenção às carreiras profissionais e trajetórias sociais dessas mulheres jornalistas políticas. Estas têm, como

15 Entrevista, 05/07/05: esposa, jornalista da Editoria de Política, no *Libération*, primeiro ano de aulas preparatórias para o exame de admissão para a École Normale Supérieure (seções literárias), mestrado em Ciência Política, graduada no Instituto de Estudos Políticos de Paris e no Centro de Formação de Jornalistas (CFJ, Paris), menos de 40 anos no momento da entrevista.

as mulheres jornalistas em seu conjunto<sup>16</sup>, geralmente frequentado cursos universitários em Letras ou Ciências Sociais, proporcionando-lhes recursos específicos, mobilizados para a narrativa política, em termos estilísticos, ângulos e de formatos jornalísticos (Neveu, 2000).

#### 3.2.2. Um efeito dos estereótipos de gênero

O uso da narrativa política por algumas mulheres jornalistas políticas pode ser explicado por estereótipos de gênero que pesam sobre elas e são formulados mais ou menos explicitamente pelos colegas, pela hierarquia e pelas fontes. Esses estereótipos são muitas vezes de três ordens: as mulheres estão associadas a um objeto sexual, são consideradas como tendo uma personalidade frágil e, sendo compreensivas, humanas (Lachover, 2005).

Esses estereótipos atuam de diferentes maneiras, dependendo da geração de mulheres jornalistas políticas em questão, de acordo com o estado do campo jornalístico e de sua relação com o campo político. As “pioneiras” eram vistas como atrativas para obter informação por sedução (para o qual o equivalente masculino seria um fascínio pelo poder) em um estado do campo onde a proximidade com o pessoal político não era estigmatizada: “[...] ao que parecia, talvez os homens também introduziriam as mulheres no curral para obter mais informações, porque essas mulheres lá não iriam sozinhas, mas foram enviadas sobretudo pelos diretores de redação.”<sup>17</sup>

A geração dos anos 1990 e 2000 herdou o “passivo” das gerações anteriores, estigmatizadas por sua estreita relação com o pessoal político: “Nossas antecessoras, [...] foram as mulheres que nos deram o sentimento [...] de ter se casado com a política. Era sua vida, elas viviam política, respiravam política, mesmo em suas vidas privadas elas eram políticas”<sup>18</sup>.

16 Por exemplo, no *Le Monde* em 2001, Sedel (2010) mostra que as mulheres com um currículo de Letras são significativamente majoritárias (14% contra 9% para os homens).

17 Entrevista, 14/10/05: ex-jornalista política no *Libération*, graduada na Sciences Po Paris, editora chefe, no momento da entrevista.

18 Entrevista, 22/05/03: ex-jornalista política no *Le Monde*, Sciences Po Paris, CFJ, trabalha na Editoria Sociedade (Justiça), no momento da entrevista.

Elas devem, portanto, afirmar uma distância em relação aos políticos para corresponder às representações legítimas do “bom” jornalista em um campo que tende à autonomia, enquanto trabalham em um universo – a política –, permanecendo em grande parte dominado por homens e marcado pela história das relações de sedução e intimidade compartilhadas entre as figuras femininas mais visíveis do jornalismo político e do *staff* político. Esse esforço de distanciamento exprime-se tanto nas práticas cotidianas de trabalho por meio do estabelecimento de regras de conduta (recusa de familiaridade, de beijo, jantares, conversas pessoais etc.), mas também na encenação de sua distância em relação às fontes da escrita. O uso da ironia, indicando uma deferência menor para fontes políticas, pode ser interpretado como resultante, em parte, deste duplo esforço de distanciamento.

Para concluir, a mobilização do formato de expressão da narrativa política nas editorias políticas da imprensa diária francesa por algumas mulheres na virada da década de 1990 envolve vários processos interligados. Ela está ligada a componentes feminino do *habitus*, a especificidades nas trajetórias, a restrições de cargos e rotinas de trabalho com base em estereótipos de gênero. O surgimento dessa leitura dessacralizante e objetivante da vida política, contudo, não pode ser isolada de transformações cruzadas do campo jornalístico e do campo político, sendo, por exemplo, indissociável dos processos de despolitização do jornalismo político (Saitta, 2006) ou ainda da privatização e da “informalização” da vida política (Neveu, 2003).

## REFERÊNCIAS

ACKER, Joan. Hierarchies, Jobs, Bodies: A theory of Gendered Organizations. *Gender and Society*, Vol. 4, nº 2, 1990, p. 139-158.

BARTHES, Roland. L'effet de réel. In BARTHES Roland; GENETTE, Gérard; TODOROV, Tzvetan. (org.). *Littérature et réalité*. Paris : Le Seuil, 1982, p. 81-90.

BERENI, Laure *et al.* *Introduction aux Gender*

*Studies*: Manuel des études sur le genre. Bruxelles: De Boeck, 2008.

BOURDIEU, Pierre. L'Emprise du journalisme. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1994, Vol. 101, n° 1, p. 3-9.

CAPPELLA, Joseph N.; JAMIESON, Kathleen Hall. News frames, political cynicism and media cynicism. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 546, n° 1, 1996, pp 71-84.

CHARRIER-VOZEL, Marianne, DAMIAN-GAILLARD, Béatrice. Des voix de l'intime au regard de l'expertise dans la presse féminine. In: RINGOOT, Roselyne; UTARD, Jean-Marie (org.). *Le journalisme en invention*. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs, Rennes : PUR, 2005, p. 125-159.

DAMIAN-GAILLARD, Béatrice; SAIITTA, Eugénie. Processus de féminisation du journalisme politique et réorganisations professionnelles dans les quotidiens nationaux français. *Communication*, 2011, n° 28/2.

**136** DE BRUIN, Marjan de; ROSS, Karen (org.). *Gender and Newsroom Cultures*. Identities at work. Cresskill : Hampton Press, 2004.

DELORME, Nicolas; RAUL, Pauline. Place et production journalistique des femmes dans les départements sportifs des quotidiens nationaux. In: DAMIAN-GAILLARD, **Béatrice**; FRISQUE, **Cécolène**; SAIITTA, Eugénie (org.). *Le journalisme "au féminin" : assignations, inventions et stratégies*. Rennes : PUR, 2010, p. 169-194.

DJERF-PIERRE, Monika. The Gender of Journalism. The Structure and Logic of the Field in the Twentieth Century. *Nordicom Review*, 2007, p. 98.

DJERF-PIERRE, Monoka. Lonely at the top. Gendered media elites in Sweden. *Journalism*, 2005, Vol. 6, n° 3, p. 265-290.

DJERF-PIERRE, Monika; LÖFGREN-NILSSON, Monica. Gender-typing in the newsroom: the feminization of Swedish television news production, 1958-2000. In: DE BRUIN, Marjan; ROSS, Karen (org.). *Gender and Newsroom Cultures*. Cresskill :

Hampton Press, 2004, p. 79-117.

GAUTIER, Gisèle. *Femmes et hommes dans les médias*. Rapport d'activité de la délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre hommes et femmes au Sénat, 11 juillet 2007.

GUINEL, Jean. *Libération, la biographie*. Paris : La Découverte, 1999.

INSTITUT Français de Presse. *Les journalistes français à l'aube de l'an 2000*. Profils et parcours. Paris : Ed. Panthéon-Assas, 2001.

KACIAF, Nicolas. La dernière séance. Mutations stylistiques et déclin d'un genre caractéristique du journalisme politique français: le compte-rendu parlementaire. Communication au colloque "Genres journalistiques : savoirs et savoir-faire", IUT de Lannion, CRAPE, 16-17 septembre 2004.

KOREN, Roselyne. *Les enjeux éthiques de l'écriture de presse et la mise en mots du terrorisme*. Paris, Montréal : L'Harmattan, 1996.

LACHOVER, Einat. The gendered and sexualised relationship between Israeli women journalists and their male news sources. *Journalism*, 2005, Vol. 6, n° 3, p. 291-311.

LOCHARD, Guy. Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique. Vers un déclin des modes 'configurants'?. *Réseaux*, n° 76, 1996, p. 83-102.

LÖFGREN-NILSSON, Monica. The thoughts and doings of gender Swedish television news as a case. *Journalism Practice*, Vol. 4, Issue 1, 2010, p. 1-16.

LÖFGREN-NILSSON, Monica. Le genre en pensées et en actes : le cas des informations télévisées suédoises. In: DAMIAN-GAILLARD, **Béatrice**; FRISQUE, **Cécolène**; SAIITTA, Eugénie (org.). *Le journalisme "au féminin" : assignations, inventions et stratégies*. Rennes : PUR, 2010, p. 119-152.

MARCHETTI, Dominique. « Les sous-champs spécialisés du journalisme ». *Réseaux*, 2002, Vol. 20, n° 111, p. 22-55.

MARUANI, Margaret; NICOLE, Chantal. *Au Labeur des Dames*. Métiers masculins, emplois féminins. Paris : Syros/Alternatives, 1989.

MÜNDSCHAU, Laurence. Autoreprésentation de la profession de journaliste dans les magazines féminins belges francophones. In: DAMIAN-GAILLARD, **Béatrice**; FRISQUE, **Cécolène**; SAIITTA, Eugénie (org.). *Le journalisme "au féminin" : assignations, inventions et stratégies*. Rennes : PUR, 2010, pp. 195-218.

NEVEU, Erik. Privatisation et informalisation de la vie politique. In: BONY, Yves; NEVEU, Erik, QUEIROZ, Jean-Manuel de (org.). *Norbert Elias et la théorie de la civilisation*. Rennes: PUR, 2003, p. 185-207.

NEVEU, Erik. Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession. *Politix*, Vol. 13, n° 51, 2000, p. 179-212.

NEVEU, Erik. Entretiens avec des journalistes politiques. *Mots*, 1993, n° 37, p. 87-105.

PADIOLEAU, Jean-Gustave. Systèmes d'interaction et rhétoriques journalistiques. *Sociologie du travail*, 1976, n° 18, vol. 3, pp. 256-282.

REISER, Michèle; GRÉSY, Brigitte. *Rapport sur l'image des femmes dans les médias*. Présenté par la commission de réflexions sur l'image des femmes dans les médias, 25 septembre 2008.

ROBINSON, Gertrude. Gender in the newsroom. The Canadian experiences. In: DE BRUIN, Marjan; ROSS, Karen (org.). *Gender and newsroom cultures. Identities at work*. Cresskill : Hampton Press, 2004, p. 181-196.

RUFFIN, François. *Les petits soldats du journalisme*. Paris : éditions Les arènes, 2003.

SAITTA, Eugénie. Les journalistes politiques et leurs sources. D'une rhétorique de l'expertise critique à une rhétorique du 'cynisme'. *Mots*, 2008, n° 87, p. 111-123.

SAITTA, Eugénie. Les transformations du journalisme politique depuis les années 1980. Une compa-

raison France / Italie. Doctorat de science politique, sous la direction de Erik Neveu, Université Rennes 1, décembre 2006.

SCHOCH, Lucie; OHL, François. Presse écrite quotidienne sportive en Suisse romande : des femmes journalistes dans un monde d'hommes. In: DAMIAN-GAILLARD, **Béatrice**; FRISQUE, **Cécolène**; SAIITTA, Eugénie (org.). *Le journalisme "au féminin" : assignations, inventions et stratégies*. Rennes : PUR, 2010, p. 237-254.

SCHUDSON, Michael. The sociology of news production. *Media, Culture and Society*, 1989, n° 11, 1989, p. 263-282.

SCHUDSON, Michael. Social origins of press cynism in portraying politics. *American Behaviorist Scientist*, vol. 42, n° 6, 1999, p. 998-1008.

SEDEL, Julie. Une reconfiguration des spécialisations professionnelles au Monde. In: DAMIAN-GAILLARD, **Béatrice**; FRISQUE, **Cécolène**; SAIITTA, Eugénie (org.). *Le journalisme "au féminin" : assignations, inventions et stratégies*. Rennes : PUR, 2010, p. 153-168.

VAN ZOONEN, Liesbet. One of the Girls? Or the Changing Gender of Journalism. In: CARTER, Cynthia; BRANSTON, Gill; ALLAN, Stuart. *News, gender and power*. London: Routledge, 1998, p. 33-46.

**Recebido em 02 de abril de 2016.  
Aprovado em 20 de maio de 2016.**

**137**

## Eugenia Siapera

Universidade da Cidade de Dublin,  
Dublin, Irlanda.

## Lambrini Papadopoulou

Universidade Panteion,  
Atenas, Grécia

# Documentários Radicais, Crise Neoliberal e Pós-democracia

## Resumo

Este artigo trata da mudança do papel da mídia e do jornalismo em um contexto pós-democrático. Centrando-se no caso dos documentários radicais na Grécia, o texto examina as maneiras pelas quais a política neoliberal de austeridade tem contribuído para uma mudança rumo a uma política pós-democrática onde as decisões são tomadas em outros locais e o papel do governo nacional é o de reforçar tais políticas. Neste contexto, perguntamos qual é o papel da mídia e do jornalismo e se eles não podem mais agir como cães de guarda. Examinando os documentários radicais como parte de um campo mais amplo de mídia radical na Grécia, mostramos como eles inauguram uma economia política diferente, para além da mercantilização de conteúdos e da informação, operando para o benefício social em vez do lucro. Além disso, ao documentar a crise, dando voz aos afetados e àqueles que planejam um futuro além da crise, esses documentários são parte de uma mudança rumo a modelos mais colaborativos de organização social, e um movimento para construção de uma economia social. Seu papel específico se encontra em ajudar a restaurar o corpo social e contribuir para o processo de se tornar comum, onde a solidariedade e a confiança social são recuperadas.

**Palavras-chave:** documentários radicais; jornalismo; comum; neoliberalismo; crise.

## Abstract

This article is concerned with the changing role of the media and journalism in a post-democratic context. Focusing on the case of radical documentaries in Greece, the article examines the ways in which neoliberal policies of austerity have contributed to a shift towards a post-democratic polity where decisions are taken elsewhere and the national government's role is that of enforcing such policies. In this context, we ask what is the role of the media and journalism if they can no longer act as watchdogs. Examining radical documentaries as part of the broader field of radical media in Greece, we find that they inaugurate a different political economy, beyond that of commodifying contents and information, operating for social benefit rather than for profit. Additionally, by thematising the crisis, giving voice to those affected and to those planning a future beyond the crisis, these documentaries are part of a shift towards more collaborative models of social organization, and a movement towards the building of a social economy. Their specific role in this is found to be one of helping to restore the social body and to contribute to processes of commoning, whereby solidarity and social trust is recovered.

**Keywords:** radical documentaries, journalism, commons, neoliberalism, crisis, Greece

Traduzido\_Caroline Bernardo

O ano de 2008 marcou o início de uma nova fase no capitalismo global, caracterizado pela multiplicação e intensificação de crises por todo o mundo. Do ponto de vista europeu, a poderosa crise da dívida que envolveu países do sul da Europa e a Irlanda em 2008, a “Primavera Árabe” e as guerras que se seguiram, os movimentos *Occupy* no final de 2011 e a crise dos refugiados entre 2015 e 2016 são alguns desses eventos cruciais com amplas ramificações de alcance. Na maioria desses eventos, a Grécia esteve “no olho do furacão”, vivenciando uma prolongada e aprofundada crise política e social em que o Estado e os órgãos sociais se mostraram incapazes de lidar com a crise ou contê-la. O “estado das coisas” na Grécia, no momento, se encaixa perfeitamente no cenário pós-democrático que Colin Crouch discutiu tão eloquentemente em 2004 e em maior aprofundamento em 2011. À medida que a crise se aprofunda e se intensifica, e em um contexto onde cidadãos estão efetivamente privados de poder, como eles podem assumir agência, formular novos entendimentos e buscar reparação? Na Grécia, as crises tiveram várias respostas, que incluíram protestos e ocupações (O Comitê Invisível, 2015; Simiti, 2014; Mason, 2012), movimentos conspiratórios, místicos e fascistas (Bakalaki, 2014; Papastathis, 2015), ascensão e queda da coalizão do partido de esquerda radical Syriza (Ovenden, 2015; Sheehan, no prelo), organização social “de baixo para cima” e o surgimento de uma economia social ou solidária e um ressurgimento do pensamento sobre o comum (Rakopoulos, 2013-15; Kioupkiolis e Karyotis, 2015). Neste artigo, discutimos que o surgimento de documentários radicais na Grécia deve ser entendido dentro do contexto de formulação de respostas produtivas e alternativas práticas e vivas à crise.

O artigo foca no gênero dos documentários radicais na Grécia e procura explorar o papel político e o significado desta forma de mídia, e o campo mais amplo de mídia radical a que pertence. Analisando uma série de documentários produzidos nos anos da crise, o artigo interroga as novas práticas de documentários em torno da crise que têm surgido na Grécia, com o intuito de contribuir para a teorização do papel da mídia radical no contexto de crises econômicas, sociais e políticas prolongadas associadas

ao neoliberalismo. Nesse sentido, o artigo envolve uma discussão sobre o conceito de pós-democracia e a erosão dos direitos políticos e civis associados ao neoliberalismo. Neste contexto, o papel da grande mídia tradicional e liberal é redundante ou reacionário e um vazio é criado. É neste vazio que a mídia radical tem surgido, e é dentro desta área que os documentários radicais tem se tornado parte integrante.

Os documentários radicais são teorizados como parte de novas formas de organização social e econômica “de baixo”, amplamente entendidas como economia solidária. Os documentários são discutidos em termos dos contextos político-econômicos da produção de tais formas de mídia, identidades dos produtores, temas e tópicos abordados e relações entre produtores de mídia e o público. A discussão indica que as funções políticas do gênero podem se localizar na sua contribuição ao permitir que a economia social e solidária se mova para além da agitação e da pedagogia, em direção a um processo de compreensão social coletiva da crise, da gestão e da reabilitação do trauma social lidando com a culpa, a criação de divisões, expropriação e “sociocídio” por meio da imposição de extrema austeridade. Desta maneira, esses documentários procuram restaurar os laços sociais quebrados e manter a sociedade unida, oferecendo, assim, uma resistência viva e contínua à individuação e ao colapso social da crise neoliberal.

## 1. CONTEXTO I: NEOLIBERALISMO, CRISE E PÓS-DEMOCRACIA

A crise econômica que envolveu a Grécia, frequentemente descrita como uma poderosa crise da dívida, sugerindo que o país é totalmente responsável pela dívida e deve pagá-la (Rakopoulos, 2013), está, por um lado, relacionada às pressões e tensões da atual iteração do capitalismo global e, por outro, vivenciada localmente por meio dos filtros da História, do contexto cultural e da cultura política da Grécia. O advento do capitalismo global neoliberal está associado a uma perda de poder dos sistemas locais da democracia representativa. Colin Crouch entende isso como pós-democracia (2004; 2011), apontando para a incapacidade do aparato insti-

tucional formal dos estados-nação de se afastar do caminho neoliberal.

A pós-democracia é, em primeiro lugar, o resultado do avanço do neoliberalismo como uma ideologia política e econômica que gira em torno de ideias de Estado mínimo e máximo mercado. Crouch (2011) esboça a história do neoliberalismo, que pode ser traçada nos eventos dos anos 1970, principalmente a crise do petróleo de 1973 e a alta inflação que se seguiu. Crouch argumenta que a principal doutrina do neoliberalismo é que os “resultados favoráveis serão alcançados se a demanda e a oferta de bens e serviços puderem ajustar-se mutuamente por meio do mecanismo de preços, sem interferência do governo ou de outras forças – embora sujeitos às estratégias de *pricing* e marketing das corporações oligopolistas” (Crouch, 2011, p. 17). Isso contradizia diretamente as políticas social-democratas associadas a Keynes, e em que o governo interferiria se a demanda estivesse ficando baixa pela injeção de dinheiro na economia.

140 Em vez disso, os argumentos desenvolvidos por economistas neoliberais, como Friedman, eram que o protecionismo e a intervenção governamental levarão, a longo prazo, a uma crise mais profunda e a mais desemprego porque “distorcerá” o mercado, não permitindo que os preços e salários se ajustem “naturalmente”. O domínio político teve que operar separadamente e fora do domínio econômico e do mercado. Segue-se que qualquer tipo de intervenções governamentais ou jurídicas na forma de apoio a acordos coletivos obrigatórios, qualquer tipo de proteção ao trabalho ou subsídios para determinadas indústrias são contrárias aos princípios neoliberais porque interferem na independência do mercado. Da mesma forma, a propriedade pública ou estatal de certos bens públicos, tais como eletricidade, gás, água, ferrovias e radiodifusão, foi vendida a empresas privadas no intuito de assegurar que o mercado possa operar sem entraves. O próximo passo na neoliberalização do mundo é a prestação de serviços públicos, como saúde e educação. Embora se tenha se provado “uma casca dura de quebrar” (Crouch, 2011-20), a lógica neoliberal aplica-se aqui também. Esta lógica é de que a prestação desses serviços pelas empresas

que maximizam os lucros irá oferecer mais opções aos consumidores e uma entrega mais eficiente.

Embora o neoliberalismo tenha avançado em um ritmo diferente nos diferentes países, sua lógica é agora quase onipresente, mesmo que haja alguns países onde suas doutrinas foram aplicadas de forma pura (Crouch, 2011). Em parte, a ubiquidade desta lógica é devida à coerção via mecanismos institucionais e legais. Por exemplo, acordos internacionais de comércio e órgãos como a Organização Mundial do Comércio, o Fundo Monetário Internacional, e desde o começo dos anos 2000 a União Europeia, ao lado da influência de nações poderosas como os Estados Unidos e o Reino Unido, ajudaram a reforçar amplamente as doutrinas.

Entretanto, existem algumas nuances que não podem ser levadas em conta se olharmos para a fortaleza do neoliberalismo apenas em termos de aplicação prática. Como observa Crouch (2011), o neoliberalismo estendeu as escolhas para as pessoas e impôs limites aos governos. Esse discurso sobre escolhas é associado à mudança de uma organização social baseada em grupos para a priorização das preferências e responsabilidades individuais, culpando os indivíduos em vez de compreensões sociais ou coletivas. Além disso, o neoliberalismo tem evitado o centralismo e a burocracia, que se tornaram a norma em sociedades complexas. Por outro lado, e isso é importante no presente artigo, a relação entre lógica neoliberal, centralização e localização ou ação “de baixo para cima” é complexa e tensa. Isso ocorre porque, se a política e a economia devem ser separadas, então o poder deveria primeiramente ser concentrado de qualquer lugar que seja encontrado e, então, feito para servir o mercado – central *versus* local não é, entretanto, o mesmo que Estado *versus* mercado (Crouch, 2011).

O impacto do domínio das políticas neoliberais tem sido bem documentado. David Harvey (2005) e Thomas Piketty (2014) mostraram que, em vez de sociedades igualitárias, as políticas neoliberais levaram à extrema concentração de riqueza e a uma crescente polarização entre os muito ricos e os muito pobres, com o meio entre eles desaparecendo. Crouch (2011) fala sobre o controle corporativo

assumido pelo mercado, referindo-se ao aumento do poder e do domínio das empresas multinacionais ou que vivem à custa de pequenas empresas. Na visão de Crouch, a ascensão dos oligopólios e a expansão do poder e da influência das corporações são duas das principais características da era neoliberal. A ascensão do poder das corporações está, por sua vez, associada à diminuição do poder da esfera política, ao uso da dívida como um mecanismo disciplinar para Estados e pessoas (Lazzarato, 2015), e a uma mudança mais ampla nos valores culturais e sociais em direção a um individualismo intensificado e frequentemente cultivado nas mídias sociais como um individualismo conectado, em rede (Castells, 2001; Wellman, 2001).

O encolhimento do poder da esfera política é, em muitos aspectos, resultado direto da priorização do mercado, que, por sua vez, foi tomado pelas corporações. A situação é referida por Crouch como pós-democracia: embora o aparato institucional formal da democracia representativa ainda exista, na prática, as decisões políticas não são tomadas nos parlamentos, mas em acordos comerciais e em negociações mais ou menos secretas (Crouch, 2004). Desta maneira, apesar de as eleições ainda acontecerem, os governos mudarem e os partidos políticos ainda estarem em operação, seus poderes são significativamente diminuídos ao passo que eles operam mais ou menos como executores da política neoliberal debaixo da doutrina “não há alternativa”.

Em nenhum lugar isso se manifesta mais claramente do que na Grécia, o epicentro europeu da crise financeira. Desde a crise iniciada em 2009 até meados de 2016, houve quatro eleições nacionais, um referendo e sete mudanças no governo. Todos os governos foram formados por coalizões relativamente instáveis, incluindo um governo nomeado, liderado por Lucas Papademos, um tecnocrata e ex-vice-presidente do Banco Central Europeu. A tarefa desses governos foi a de administrar a dívida, o que todos fizeram através de assinaturas e aprovando acordos de resgate profundamente impopulares (os chamados memorandos) com a chamada Troika (o Banco Central Europeu, a Comissão Europeia e o Fundo Monetário Internacional) com

termos cada vez mais negativos para a sociedade grega.

O contexto pós-democrático tornou-se claro para todos quando Syriza, a “coligação da esquerda radical” foi eleita em janeiro de 2015 em uma plataforma anti-memorando e com uma agenda para renegociar os contratos de empréstimos, a fim de conseguir a proteção dos direitos sociais, especialmente aqueles dos mais vulneráveis da sociedade. Apesar das proclamações do Syriza e um referendo que terminou com um retumbante “não” para mais acordos de resgate, o primeiro-ministro Alexis Tsipras acabou concordando com termos ainda mais rigorosos com a Troika (Sheehan, prestes a ser publicado). Em suma, apesar da impopularidade dos acordos de resgate, dos votos para um partido que prometeu acabar com esses acordos, e dos 62% que votaram contra outro negócio com a Troika, não houve mudança nas políticas seguintes. Os termos do resgate estão seguindo precisamente a doutrina neoliberal de mais mercado, menos Estado, e nenhuma ou mínima proteção social. Isso levou a uma privação de direitos dos cidadãos gregos e a uma desilusão generalizada com o processo político.

141 Neste contexto, o papel tradicional dos meios de comunicação como um quarto poder, e, portanto, outra instituição de governança tem que ser rediscutido. Nas democracias representativas liberais, o papel normativo da mídia é de atuar como um cão de guarda e ajudar os cidadãos a formular uma opinião pública que possa alimentar o processo político (Siebert et al., 1956; Habermas, 1996). Embora tenha havido muitas críticas em relação à capacidade da mídia de cumprir seu papel dado o contexto econômico político em que ela opera (Herman e Chomsky, 1988), seu papel normativo é raramente questionado. Contudo, em um contexto de pós-democracia, quando o próprio processo político é enfraquecido ou tem sido cortado dos cidadãos, precisamos repensar o papel da mídia tanto em termos normativos quanto pragmáticos – esta reflexão não deve ser desconectada de outras respostas políticas, sociais e culturais para a crise como uma nova compreensão normativa que pode surgir das práticas midiáticas reais. É neste contexto que precisamos posicionar os documentários radicais na Grécia.

Os principais meios de comunicação gregos estão profundamente envolvidos na crise, tanto em termos econômicos políticos quanto em termos culturalistas. A questão complexa e difícil da propriedade dos meios de comunicação e da operação em um ambiente desregulamentado e muitas vezes mal regulamentado na Grécia tem sido discutida por vários autores (veja, por exemplo, Papathanassopoulos, 2001; Hallin e Papathanassopoulos, 2002; Papatheodorou e Machin, 2003; Veneti e Karadimitriou, 2013; Siapera et al., 2014).

Em um relatório preparado para a Comissão Europeia, Siapera (2015) descobriu que a propriedade dos meios de comunicação na Grécia é confundida pelos múltiplos interesses comerciais dos proprietários dos meios de comunicação que usavam a mídia para seguir suas próprias agendas, enquanto Smyrniotis (2013) mostrou o quão profundamente entrelaçados estão os interesses dos proprietários dos meios de comunicação com os dos partidos políticos e das famílias “de negócios” na Grécia. Embora exibindo algumas características idiossincráticas, o modelo oligopolista de propriedade dos meios de comunicação não é exclusivo da Grécia. Apesar disso, a economia política da mídia grega pode contribuir para a compreensão de como intrinsecamente eles estavam envolvidos na legitimação dos acordos de resgate e no apoio aos vários governos gregos que assinaram e os implementaram (Smyrniotis, 2013; Poulakidakos, 2013). Em termos culturais, portanto, os principais meios de comunicação gregos agiram como veículos de propaganda apoiando inequivocamente os acordos de resgate e criticando ou silenciando excessivamente quaisquer vezes discordantes (Leandros et al., 2010; Poulakidakos e Armenakis, 2014; Pleios, 2015). Não é de se surpreender, portanto, que críticas aos meios de comunicação aparecessem como parte das respostas à crise.

## 2. CONTEXTO II: RESPOSTAS À CRISE

Enquanto as respostas à crise podem ser vistas a partir de perspectivas políticas, institucionais e internacionais, o foco atual está na base e na raiz da sociedade grega. O primeiro e imediato tipo de

resposta foi o da ira direcionada ao governo e às elites econômicas e políticas locais e globais, manifestada por meio de protestos, greves e ocupações. Grandes protestos, greves e manifestações foram ocorrências regulares na Grécia, com ampla participação da população (Rudig e Karyotis, 2014). Rudig e Karyotis (2014) citam estatísticas da polícia grega que relatam que 7123 protestos foram realizados na Grécia somente em 2010, com mais de 4000 deles em Atenas – os mesmos autores relatam 7 greves gerais em 2010 e outras 7 em 2011, de longe o maior número na Europa.

Ao mesmo tempo, por um breve momento na primavera e no verão de 2011, as pessoas começaram a ocupar espaços públicos exigindo mudanças políticas e “democracia real”, no que é muitas vezes referido como o movimento das praças (Dalakoglou, 2013). Estes protestos e ocupações estavam em paralelo com eventos semelhantes no movimento 15M na Espanha e no movimento global *Occupy* nos Estados Unidos, no Reino Unido e em outros lugares. A intensidade e a novidade destes eventos levaram a argumentos de uma resistência mais generalizada ao neoliberalismo que talvez possam levar a uma mudança social (Mason, 2012).

A ascensão meteórica do Syriza, partido da coligação da esquerda radical, e sua queda igualmente íngreme e uma completa reviravolta na marcha são atualmente objeto de análises e debates (Ovenden, 2015; Sheehan, prestes a ser publicado). A ascensão e queda do Syriza tem demonstrado, por um lado, o quão esmagador é, atualmente, na Grécia, o contexto da crise e da pós-democracia, bem como que há pouco a se esperar dos meios políticos tradicionais. No início de 2016, não havia nenhum sinal de que qualquer mudança sociopolítica fora do neoliberalismo pudesse ocorrer na Grécia ou em outros lugares. A perspectiva muda, no entanto, se mudarmos nosso olhar das erupções periódicas, tais como protestos e ocupações, para a ação contínua que acontece na base. E na base podemos traçar as operações da economia social ou solidária na Grécia.

Apesar de utilizarmos o termo economia social ou solidária (Laville, 2010; Rakopoulos, 2013), que, frequentemente, abarca uma multiplicidade de prá-

ticas, usamos aqui para referir-se às práticas econômicas “de baixo para cima” que tendem a priorizar o valor de uso e o bem social sobre o lucro. Um dos resultados da crise e da imposição da austeridade tem sido a retirada do Estado no oferecimento de serviços públicos, incluindo saúde e educação e, em geral, proporcionando uma rede de seguridade social. As redes de solidariedade surgiram em parte para preencher essa lacuna, oferecendo serviços voluntários. Por exemplo, nas “Clínicas Sociais” e “Farmácias Sociais” em Atenas e Thessaloniki, médicos e enfermeiros fazem trabalho voluntário e pessoas doam remédios que não precisam mais. Outras iniciativas incluem a troca de serviços, onde, por exemplo, um professor pode oferecer lições em troca de serviços de conserto de automóveis e assim por diante – o site antallaktiki.org funciona como uma plataforma para a publicidade dessas trocas. Em terceiro lugar, cooperativas e redes de distribuição direta de alimentos surgiram na tentativa de servir as necessidades das pessoas em relação à alimentação e outros bens de consumo, sem os explorar com fins lucrativos. Nesses mercados, os agricultores vendem os seus produtos diretamente aos consumidores sem quaisquer “intermediários” (Rakopoulos, 2013).

Finalmente, houve algumas tentativas bem-sucedidas de se autogestão de fábricas recuperadas pelos próprios trabalhadores, por exemplo, a fábrica Vio.Me em Thessaloniki, onde os trabalhadores ocuparam a fábrica depois que a empresa foi à falência, mudaram a produção de cerâmica para produtos de limpeza ecológicos e agora também se expandiu para uma loja online de produtos sem intermediários.

Estes desenvolvimentos não são, de forma alguma, novos. Eles ocorreram no cenário forte e influente da economia solidária da Argentina, onde a crise de 2002 e a imposição de austeridade neoliberal tiveram efeitos muito semelhantes. De fato, há uma troca de *know-how* e solidariedade mútua entre iniciativas econômicas solidárias e cooperativas na Argentina e na Grécia. Em março de 2016, por exemplo, o teórico e intelectual argentino da economia solidária Andres Ruggeri foi um dos convidados em um evento organizado pelo Movimento de Solidariedade Aberta, que é uma das iniciativas de

apoio à fábrica recuperada Vio.Me. Nestes termos, a economia solidária grega deve ser vista como parte de um movimento mais amplo e internacional para a organização econômica alternativa, bem como sistemas de economia alternativa.

Um parâmetro crucial para o sucesso de tais iniciativas é o da confiança. Em suas investigações antropológicas sobre iniciativas de solidariedade na Grécia, Theodoros Rakopoulos (2013; 2014; 2015) foca em pessoas envolvidas nessas relações de solidariedade e suas conexões com os outros, ou seja, nas sociabilidades que emergem. Rakopoulos descobriu que essas socialidades, que ele entende como práticas informais que se desenvolvem na prática e na ausência de regras formais, são construídas a partir dos laços locais, através de bairros, de redes de parentesco e amizade e sustentadas pela confiança mútua e por uma moralidade que se desenvolveu por meio deste contato social próximo.

Em outras palavras, a economia solidária depende de uma espécie de socialidade que gira em torno de uma estreita associação e vínculos com os outros. Rakopoulos (2015) vê a socialidade como um processo, que ajuda no desenvolvimento, juntamente com outros processos históricos e sociais (veja também Long e Moore, 2014). Segue-se, portanto, que este tipo de socialidade emergente na economia solidária como uma resposta à crise, mas também se movendo para além da crise e para o futuro, é muito diferente do individualismo atomizado do neoliberalismo com uma socialidade que gira em torno de redes personalizados e confiança com base na recomendação de sistemas.

No entanto, como observa Rakopoulos, uma tensão fundamental para as redes de solidariedade é entre a informalidade que sustenta as redes de solidariedade no presente e as exigências de formalização colocadas pela ambição futura de ampliar e expandir a economia solidária. A socialidade, ou os laços com os outros, pode emergir como um fator essencial para permitir a escalabilidade enquanto mantendo os elementos de solidariedade. A questão é encontrar maneiras de construir e manter vínculos e confiança na ausência de regras formais (ou mecânicas / algorítmicas).

É aqui que podemos localizar a mídia radical: ela tem surgido na crise e da crise, caracterizada por uma orientação pragmática para o aqui e agora, mas com uma preocupação a longo prazo rumo a uma mudança sustentável para além da crise (Siapera e Papadopoulou, 2015; Siapera et al., 2014). Esta discussão tem sido necessária, a fim de apontar para a inserção midiática no ambiente social, político e econômico. Pensar em documentários radicais na Grécia como uma nova forma de mídia não pode ocorrer fora deste cenário mais amplo. Como este artigo descreverá nas seções a seguir, a mudança da função normativa e política desses meios de comunicação é manter laços sociais em uma sociedade que está sob ataque. Estas mídias, portanto, não são incidentais, mas centrais para os esforços de baixo para gerenciar a crise de forma pragmática, para lidar com os traumas afetivos causados pela crise, e para pensar e criar um novo futuro. Enquanto os documentários fazem parte do campo mais amplo da mídia radical na Grécia, a sua posição e seu papel são únicos no sentido de terem espaço e meios para enfrentar algumas destas questões importantes.

### 3. DOCUMENTÁRIOS RADICAIS

A mídia radical na Grécia constitui um campo dinâmico e em evolução, cuja importância e papel no contexto atual não devem ser subestimados (Siapera, 2015). A produção de documentários radicais tem sido parte integrante do campo, e pode-se até argumentar que eles inauguraram o jornalismo radical, ou pelo menos deram o pontapé inicial para a sua forma atual, que se caracteriza por valores de produção de alto nível, pela participação de jornalistas profissionais e trabalhadores altamente qualificados da comunicação, e uma visibilidade relativamente alta tanto na Grécia quanto nos outros países (Siapera, 2015). Esta seção começará com uma discussão sobre documentários como uma forma de mídia, esboçando alguns debates na literatura antes de passar para discutir as especificidades dos documentários radicais no contexto pós-democrático grego, olhando para contexto de produção, identidades dos produtores, temas e assuntos que estão no centro destes documentários, além de sua estética, distribuição e recepção.

Em uma definição muito citada, o cineasta e teórico John Grierson definiu os documentários como “o tratamento criativo da realidade” (Hardy, 1966, p. 13). No entanto, esta definição muito ampla pode incluir uma grande variedade de formas de mídia não-ficcionais, incluindo, por exemplo, filmes publicitários ou corporativos, filmes de informação pública ou de instrução, mas também jornalísticos, diminuindo, assim, a capacidade explicativa desta definição.

Outro conjunto de desafios vem da natureza desta “realidade” e da tensão entre veracidade, criatividade e perspectiva. Plantinga (2005) discute duas abordagens para documentários. A primeira compreende os documentários como um registro indicial da realidade, onde o foco e a ênfase são sobre a gravação do que está lá. Uma segunda abordagem compreende os documentários em termos da postura que tomam e das afirmações que fazem sobre os assuntos, onde os cineastas afirmam ainda mais a veracidade de sua postura. No entanto, Plantinga salienta que essas definições mutuamente excludentes acabam em problemas considerando os vários gêneros de documentários. Por exemplo, compreender os documentários como um índice da realidade pode não dar conta dos documentários expositivos, que normalmente incluem uma voz *over* fornecendo uma explicação das imagens e filmagens usadas. Por outro lado, os documentários como uma afirmação podem não dar conta dos documentários observacionais que se baseiam principalmente em imagens sem uma voz *over*; embora as afirmações possam ser feitas por meio da edição, há filmes que realmente são um registro indiscutível da realidade, por exemplo, o filme “Danos Colaterais” do Wikileaks ou outros filmes baseados em testemunhas.

Partinga (2005) propõe uma definição que aborda essas aberturas e reconhece a perspectiva posicionada dos documentários sem comprometer suas reivindicações de veracidade. Para Partinga, documentários podem ser vistos como representações verídicas declaradas, onde existe uma compreensão implícita de que o diretor do documentário afirma a veracidade das proposições envolvidas no trabalho e que as imagens e os sons são um índice confiável da veracidade.

Como Partinga diz: “quando um cineasta apresenta um filme como um documentário, ele ou ela não só tem a intenção de que o público venha a formar certas crenças, mas também [...] comunica algum aspecto fenomenológico do assunto, a partir do qual o espectador pode razoavelmente formar um sentido desse aspecto fenomenológico e/ou formar crenças verdadeiras sobre esse assunto” (2005, p. 111).

A veracidade e a facticidade dos documentários radicais são uma parte central junto com a ideia de que estes documentários estão querendo iniciar mudanças nas audiências com base nas representações contidas na obra. Assim, vemos que o elemento declarado é claro e inequívoco, em vez de ficar escondido atrás de noções de “objetividade” ou “equilíbrio”, que são normalmente associados com a tradição do jornalismo liberal (Kovach; Rosenstiel, 2007). Em segundo lugar, enquanto o jornalismo é um processo contínuo de seleção e relato de notícias, os documentários focam em um assunto, permitindo um tratamento aprofundado e abrangente do assunto. Finalmente, como os documentários são tipicamente projetos pontuais, eles podem ser mais fáceis de financiar, enquanto que eles podem encontrar caminhos claros de distribuição por meio das mídias sociais, alcançando, assim, uma grande variedade de públicos.

Como será visto a seguir, todos esses elementos se encontram no campo dos documentários radicais gregos, que, no entanto, se afastam da tradição liberal ou convencional dos documentários por causa da politização explícita dos assuntos tratados, por causa das identidades dos seus produtores, e por causa da economia política operada por eles. Começando com essa última questão, a economia política da produção de documentários radicais marca um claro afastamento do *mainstream*, com base em pelo menos dois parâmetros: o financiamento e a estrutura do processo produtivo. O documentário, “Debtocracy” produzido pela Infowar Productions em 2011, que inaugurou o campo em muitos aspectos, baseou-se exclusivamente no *crowdfunding* ou financiamento colaborativo, conseguindo cobrir todos as suas despesas em 15 dias (Aris Chatzistefanou, entrevista em 2015).

A Infowar, produtora criada por Aris Chatzistefanou, um cineasta e jornalista investigativo, também produziu “Catastroika” em 2012 e “Fascism Inc.” em 2014 usando *crowdfunding*. Enquanto em “Debtocracy” o financiamento colaborativo foi utilizado a fim de cobrir as despesas, em “Catastroika” eles cobriram com sucesso os salários para as pessoas que trabalharam no projeto por pelo menos um ou dois meses arrecadando mais de 25 mil euros. “Fascism Inc.” foi ainda mais bem-sucedido enquanto Infowar está atualmente financiando colaborativamente um quarto documentário intitulado “#ThisIsNotaCoup”, mas para Chatzistefanou, a importância do financiamento colaborativo reside na independência da equipe de produção, que não aceita doações de bancos ou empresas privadas.

A maioria das outras produções depende de financiamento colaborativo exclusivamente ou em paralelo ao financiamento de sindicatos ou ativistas, como por exemplo, os documentários “Ruines” (Zoe Mavroudi, 2013), “Greedy Profit” (Giannis Karypidis de 2013), “Knowledge as a Common Good” (Ilias Marmaras, 2014), “WaterDrops” (Nelli Psarrou, 2014), “Non Omnis Moriar” (Theodosia Grammatikou, 2015), “Atenas from Beneath” (Takis Bardakos, 2015), “Skoros: Anti-Consumption in Practice” (Andreas Chatzidakis / Athina Souli, 2015), “Golden Dawn: A Personal Affair” (Angelique Kourounis, 2016). Todos foram pelo menos em parte financiados por doações colaborativas.

Um parâmetro interessante aqui é que estas produções e as produtoras ajudam e apoiam uns aos outros: por exemplo, “Non Omnis Moriar” e “Ruines” têm sido apoiadas pela Infowar Produções apontando para um campo que não é caracterizado pela concorrência típica dos meios de comunicação. O financiamento colaborativo opera não só como um fiador da independência, mas também como uma maneira de colaborar com o público, convidando-os para o processo de produção.

A colaboração também é central na maneira como o processo de produção é organizado, embora funcione de forma diferente em diferentes equipes de produção. Algumas equipes de produção estão configuradas como cooperativas, sem fins lucrativos,

como por exemplo, a “Lokomotiva Film Collective” (Non Omnis Morra, 2015) e a “Square Films” (Atenas from Beneath, 2015), enquanto outros são parte de redes de colaboração mais frouxas, como a cooperativa “Personal Cinema” que apoiou o documentário “Knowledge as a Common Good” em 2014 e “Building Communities of Commons in Greece”, que terminou a sua campanha de financiamento colaborativo em janeiro de 2016.

Estas produções documentárias envolvem colaborações entre cineastas, jornalistas, acadêmicos, artistas e ativistas. Por exemplo, o documentário “Skoros” se compreende como “um filme etnográfico colaborativo”, e sua equipe de produção inclui Andreas Chatzidakis, um acadêmico do Reino Unido. Nelli Psarrou, que produziu e dirigiu “WaterDrops” é um cientista político e ativista, enquanto “Debtocracy” se baseou em entrevistas com acadêmicos de renome, como David Harvey, Alain Badiou, entre outros. Zoe Mavroudi é um ator, dramaturgo e roteirista que colaborou com Omnia TV, um coletivo de mídia radical, e a revista “Unfollow” para fazer “Ruins”. Os documentários “Atenas: Social Meltdown” (2012) e “Future Suspended” (2013) foram resultado de colaborações entre Dimitris Dalakoglou, da Universidade de Sussex, Antonis Vradis, um jornalista, Ross Domoney, um cineasta e parte do coletivo Aletheia, com sede no Reino Unido, e como parte do projeto de pesquisa “Crise Scape”, dirigido por Dimitris Dalakoglou. As colaborações internacionais são uma parte fundamental deste campo, bem como parte de sua agenda política para conectar as experiências gregas às outras partes do mundo, construindo solidariedades globais.

Enquanto os produtores podem ser entendidos em termos variáveis como artistas, acadêmicos, cineastas e jornalistas, todos eles têm em comum uma identidade política radicalizada que surgiu fora do contexto descrito acima como crise capitalista neoliberal e pós-democracia. Esta identidade radicalizada é importante se quisermos compreender a função política desses documentários, mas marca ainda um ponto de partida da identidade do cineasta entendida como mediação entre o público e os assuntos ou a representação.

Os trabalhadores da mídia e os jornalistas tornaram-se polarizados no contexto da crise na Grécia, com alguns se tornando comprometidos, optando por trabalhar para a grande mídia, geralmente vista como veículo de propaganda. Outros se radicalizaram, tendo vivenciado o impacto da crise, por meio do desemprego, da superexploração e da repressão policial (Siapera et al, 2014; Siapera, 2015). Eles, portanto, se tornaram vozes ativas na criação de espaços de mídia radical, dentro dos quais poderiam se desenvolver diferentes narrativas da crise e sugerir e explorar imaginários sociais alternativos.

Todos os diretores e produtores desses documentários têm fortes opiniões políticas, que os motivam e animam seu trabalho. Em uma entrevista pessoal com Zoe Mavroudi, o diretor de “Ruins”, que lida com casos de mulheres soropositivas, que foram forçadas a serem testadas, presas, e envergonhadas pela mídia em um caso altamente divulgado, ela explicou como este caso foi emblemático em relação à violência do sistema. Ela nos disse que ficou irritada e indignada com a ferocidade com que o Estado e a mídia perseguiram estas mulheres. Mavroudi sentiu que era necessário criar um registro disso como um meio pelo qual pudesse questionar o poder e a perversidade dos aparatos do Estado e da mídia, mostrando que, em condições pós-democráticas, a mídia faz parte dos mecanismos de repressão do Estado.

Aris Chatzistefanou, o diretor de “Debtocracy”, falou de sua trajetória pessoal, ao ser demitido de “Skai”, uma das maiores emissoras privadas de mídia da Grécia, porque se recusou a assinar um acordo individual com o canal, o que efetivamente invalida o acordo coletivo entre empregadores e empregados da mídia. Ele falou das pressões evidentes colocadas sobre os trabalhadores da mídia pelos proprietários dos meios de comunicação, do sistema midiático profundamente corrupto, e da falta de justiça social. Em geral, as evidências nas entrevistas e discussões com estes produtores de mídia, bem como as suas intervenções públicas e os próprios escritos sugerem que as afirmações que eles fazem em seus documentários e representação estão, propositadamente, expondo o impacto da crise, as pressões impostas à sociedade, a destruição causada e o saque dos recursos públicos.

E esses temas são encontrados nos assuntos que escolhem para filmar. Se tivéssemos de elaborar uma cronologia dos temas à medida que surgissem, o primeiro tema de preocupação foi a própria crise, com documentários fornecendo em profundidade as análises, as ligações entre a experiência grega e outras experiências de dívida na Argentina e em outros lugares, procurando fazer conexões entre a política internacional, o capitalismo, e a intensificação da exploração. “Debtocracy” e “Catastroika” (Infowar, 2011 e 2012) foram dois desses documentários ao lado de “Mute: Visualization of na Economic Rape” (Yannis Biliris, 2012), que exploram a crise visualmente.

Este tema é acompanhado de documentários que se voltam para as formas de gestão da crise, por meio de venda de recursos, demissões em massa e fechamentos de pequenas e médias empresas. O saque dos recursos públicos, no caso da mina de ouro em Skouries, ao lado de uma antiga floresta, são abordados em “Profit Greedy” (2013), as tentativas de privatizar as empresas públicas de água são detalhadas em “WaterDrops” (2014), enquanto que a destruição da indústria siderúrgica e a luta dos trabalhadores estão documentados em “Non Omnis Morra” (2013). A transformação dos espaços públicos em espaços privados, com a privatização de terrenos públicos, está documentada em “Future Suspended” (Dimitris Dalakoglou e Ross Donomey, 2013). Em “Ruins” (2013), Zoe Mavroudi explora as vidas arruinadas de mulheres soropositivas perseguidas e publicamente envergonhadas, enquanto o documentário “Athens from Beneath” (2015) mostra a nova classe baixa que surgiu em Atenas. Theopi Skarlatos examina as relações sociais e românticas em “Love in the Time of Crisis” (2014). A ascensão do fascista e racista Golden Dawn está documentada em “Golden Dawn: A Personnal Affair” (2015) de Angelique Kourounis, “Burning from the Inside” (2015) de Marsia Tsivara e “Fascism Inc.” (Infowar, 2015). O déficit democrático e pós-democrático é explorado em “This is a Coup” (2015) de Theopi Skarlatos e em “This is Not a Coup” prestes a ser lançado pela Infowar Productions.

Junto a esses temas, os documentários radicais estão explorando formas ainda mais novas de abordar e resistir à crise, por meio do desenvolvi-

mento de meios alternativos de auto-organização, espaços comuns e solidariedade social. “Next Stop Utopia” (Apostolos Karakasis, 2015) sobre a fábrica de autogestão Vio.Me, “Knowledge as a Common Good” (Ilias Marmaras, 2014), “Let’s Not Live Like Slaves” (Yannis Youlountas, 2013) e “Building Communities of Commons in Greece” (Personal Cinema Collective) que está prestes a ser lançado, bem como “Skoros: Anti-Consumption in Crisis” (Andreas Chatzidakis e Athina Souli, 2015) sobre uma cooperativa anticonsumista em “Exarcheia in Athens”, todos exploram novas formas de auto-organização e de solidariedade não só como remendos temporários para a crise, mas como um meio de moldar o futuro. Ao longo destes temas principais, subtemas e correntes dentro dessas obras exploram o papel do Estado e da repressão e violência policiais, que têm sido centrais na gestão da crise vinda de cima e no lidar com as respostas resistentes dos cidadãos. Além disso, em resumo, os temas abrangem as bases econômicas e políticas das crises, a privatização de tudo, a implosão social, mas também a nova organização social que está surgindo, e o surgimento de uma nova consciência social e política emergente nas ruínas de um Estado pós-democrático.

Em termos de cinematografia ou o estilo estético adotado por estes documentários, é difícil de categorizar, nos termos de Nichols (2001), em seis gêneros de documentários. Alguns, como “Debtocracy” e “Catastroika” assumem um tom expositivo, “Mute” pode ser visto como poético, enquanto “Non Omnis Moriar” pode ser visto como performativo, mas também inclui elementos poéticos. Não existe um único gênero definitivo, até porque a maioria dos documentários combina elementos de observação, com entrevistas e técnicas participativas, muitas vezes usando um narrador para ligar os vários elementos.

Um dos aspectos mais marcantes é o de valores de produção de alto nível. Esses documentários são produzidos profissionalmente no sentido de que a maioria dos participantes na produção é altamente qualificada em processos de criação midiática, e muita habilidade, pensamento e esforço foram canalizados para pesquisa, filmagem e edição do material. Imagens impressionantes e comoventes frequentes de eventos

históricos, eleições, greves, tumultos e protestos em massa, são utilizados para apoiar e ilustrar eventos e argumentos que explicam esses eventos. Pesquisa em profundidade e entrevistas com uma multidão de testemunhas e participantes de várias perspectivas, dos políticos aos acadêmicos, de jornalistas a trabalhadores migrantes, de pessoas adultas até a geração mais jovem, fazem esses documentários fortes e convincentes na construção de seus argumentos e afirmações. Na maioria dos casos, os documentários radicais abstêm-se de dar voz a fontes formais, tais como políticos, ou outras autoridades. A maioria das fontes formais iria de qualquer forma negar falar com estas iniciativas, mas o ponto principal para os cineastas é que as fontes formais são parte do mesmo sistema que eles estão tentando expor e derrubar. Neste sentido, funcionários apenas são citados para serem expostos. Em contraste, os documentários radicais ganharam acesso a pessoas e fontes, tais como redes de solidariedade, pessoas desabrigadas, ativistas, etc. que nunca aparecem na mídia nacional. Embora não sejam todos equivalentes em termos de estética, um fio comum é a preocupação de permitir o surgimento das vozes daqueles que podem explicar a situação atual, as vozes daqueles que são sistematicamente silenciados, marginalizados e ignorados, bem como as vozes daqueles que tomaram as coisas em suas próprias mãos.

A distribuição e a recepção destes documentários tem sido fenomenal. A maioria está disponível on-line no YouTube ou no Vimeo, e têm milhares de visualizações cada um. Por exemplo, “Debtocracy” tem mais de 400 mil e “Catastroika” mais de 150 mil visualizações no YouTube, enquanto produções menores, como “Atenas: Social Meltdown” têm mais de 70 mil visualizações no Vimeo. “This is a Coup”, que contou com o apoio do conhecido jornalista e autor Paul Mason tem mais de 40 mil visualizações em quatro ou mais meses desde o seu lançamento. A distribuição desses documentários também tem sido bastante radical, não só porque a maioria deles utiliza meios alternativos, tais como Youtube e Vimeo, mas também porque eles foram apoiados e distribuídos por grupos antiautoritários, espaços independentes e outras iniciativas de base.

De acordo com Chatzistefanou, “as redes de dis-

tribuição, assim como os canais de televisão, são controladas por empresários que gostamos de investigar [...]. Não é por acaso que os nossos documentários foram ao ar pelo canal de televisão “Alter” somente quando ele estava sob o controle dos trabalhadores”. A distribuição gratuita destes documentários é um elemento importante, pois desta forma eles se recusam a participar da mercantilização da informação. Enquanto eles pedem doações e reconhecimento, ou crédito para os produtores, eles não são comprados e vendidos para o lucro e que muitas vezes o documentário pode ser livremente incorporado em outros sites em uma Licença *Creative Commons*. Outro aspecto importante da sua recepção diz respeito ao público internacional que criaram. Numa altura em que a Grécia estava no foco da mídia global, estes documentários permitiram a emergência de uma perspectiva diferente, ao mesmo tempo que criavam importantes canais de comunicação para as experiências de crise neoliberal em outros contextos. Então, todos esses documentários têm legendas em inglês, enquanto alguns também aparecem em outros idiomas, como o espanhol.

Esta breve análise mostra que estes documentários, entendidos como afirmações baseadas em representações verídicas, envolvem uma economia política da produção e da distribuição que opera além das noções de lucro e retorno sobre o investimento. Confiando firmemente na colaboração para o seu financiamento e produção, estes documentários são disponibilizados gratuitamente para todos. As representações verídicas que envolvem são aspectos explicitamente tematizantes da crise, seus precedentes e determinantes, seu impacto na sociedade e, fundamentalmente, o futuro pós-crise. Tanto na sua dimensão colaborativa quanto em sua tematização, o gênero pode ser visto como pertencente à economia solidária, o que constitui um novo modo de organização econômica que gira em torno de noções de colaboração e opera para o benefício social e não para o lucro.

#### 4. O PAPEL POLÍTICO DOS DOCUMENTÁRIOS RADICAIS

Esta seção examina as funções políticas que esses documentários são chamados a servir, e que, em

última análise, é o que os torna radicais. Três funções principais podem ser vistas a partir da análise acima: em primeiro lugar, que estes documentários são firmemente orientados para a própria sociedade, em segundo lugar, que permitem uma multiplicidade de vozes, normalmente silenciadas pela grande mídia, e em terceiro lugar, que eles reúnem e ligam uma sociedade sob ataque. Pode-se argumentar que o papel político mais importante é o de atuar como fator de vinculação com o social.

É aqui que podemos localizar o potencial radical dessas formas midiáticas: em sua capacidade e intenção política, muitas vezes declarada, de um retorno à sociedade, uma redescoberta do comum, e uma contribuição para um novo tipo de reprodução social. Em tudo isso, apontam para novas possibilidades em relação ao papel da mídia no contexto pós-democrático neoliberal, ultrapassando o papel de mediador e legitimador do governo para ser parte inextricável do próprio corpo social. Como tal, este campo pode ser visto como parte de esforços mais amplos no sentido de “comunicação”, ou como defende Max Haiven (2014), o processo de construção de espaços onde as pessoas possam reproduzir relações sociais e vivências baseadas em valores comuns.

Para começar, um dos efeitos mais destrutivos do neoliberalismo, como discutido nas seções anteriores, foi a dissolução do social e o giro para a privatização de tudo o que é público e a individualização de tudo o que é social. O que é, então, deixado para o público e para a sociedade? Os documentários radicais, como parte do campo de mídia radical na Grécia, estão recuperando o público da esfera privada e do mercado. Eles fazem isso publicamente e de forma colaborativa tematizando os principais aspectos da crise, o neoliberalismo e o Estado pós-democrático, expondo as formas sistemáticas com que a crise tem progredido e, portanto, absolvendo e afastando as pessoas da culpa coletiva que tem sido imposta a elas, dando voz e legitimando queixas e frustrações de pessoas, lidando com os traumas afetivos da implosão social, o que mostra a brutalidade usada pelo Estado neoliberal, sua polícia e os principais meios de comunicação e destacando formas mais produtivas e socialmente justas de produzir e organizar. A organização expli-

citamente social e a tematização e orientação desses documentários mostram que esse campo radical atua como uma espécie de cola social, trazendo e mantendo a sociedade unida.

Como argumentado por Rakopoulos, um fator-chave para o sucesso do movimento solidário e cooperativo é o da confiança, que em seu trabalho foi encontrado nos laços afetivos e familiares entre os participantes. No entanto, isso pode impedir que tais iniciativas cresçam, mantendo-as pequenas e localizadas. Os documentários radicais podem, então, ser vistos como criando novos laços sociais, permitindo que pessoas reconheçam as semelhanças, bem como o sofrimento e sobrevivência (Honnet, 1996) uns dos outros. Esse reconhecimento constitui a base para a restauração dos laços sociais e constitui um antídoto importante para as estratégias da grande mídia de culpar, dividir e regradar, que procuraram culpar diversos grupos sociais, os deficientes, os funcionários públicos, os migrantes estrangeiros e assim por diante, virando a sociedade contra si mesma. Enquanto a grande mídia, portanto, faz parte das formas onde a reprodução social neoliberal ocorre, por meio de transmissão de valores e dogmas neoliberais, os documentários radicais permitem que um novo tipo de reprodução social, que transmite valores sociais de união, confiança e justiça social, não só em seus temas, mas também nas formas colaborativas em que eles são produzidos e na sua distribuição livre.

Os elementos colaborativos desses documentários, bem como a multiplicidade de vozes que os acolhem, não estão apenas em contraste com a grande mídia comercial, mas também cumprem uma exigência ética fundamental para os meios de comunicação, como afirma Nick Couldry (2010): o da voz. A voz, por Couldry, refere-se à expressão, ao contar e recontar histórias de pessoas afetadas pelo neoliberalismo, de maneira que desafiam lógicas neoliberais. Em termos de tematização da crise e do neoliberalismo, isso é precisamente o que esses documentários fazem. Eles oferecem narrativas das bases históricas, políticas e econômicas da crise, as histórias chocantes de alguns dos mais vulneráveis, e as histórias encorajadoras

daqueles que procuram fazer as coisas de forma diferente.

Levando em conta que os documentários são declarações verídicas, os produtores não são mediadores no sentido de posicionar-se entre a parte superior ou as elites sociais e o público, nem eles assumem a “voz de Deus”, por assim dizer, mas são eles próprios parte da sociedade que eles relatam, experimentam os mesmos problemas e são afetados por eles, embora a partir de suas próprias posições sociais. Sua lente e seu foco estão firmemente sobre a sociedade e não mediam tanto quanto participam, oferecem a sua voz e amplificam as vozes de uma sociedade que sofre e que procura se auto-organizar. Desta forma, os documentários radicais e, de um modo mais geral, as mídias radicais podem permitir que iniciativas menores cresçam por meio da reconstrução dos laços sociais rompidos pela crise neoliberal, e em um tipo diferente de mediação dentro e entre a sociedade.

Os documentários radicais não terminam quando as pessoas deixam os cinemas. Em vez disso, sua verdadeira história e seu real impacto começam exatamente no momento após o seu final, quando as sementes da desobediência criativa começam a criar raízes. Em muitos casos, os documentários são exibidos em espaços públicos, e os colaboradores assistem ao filme junto com o público e, posteriormente, se envolvem em discussões profundas e significativas. Nessas ocasiões, o público e os colaboradores formam um vínculo criativo que alarga a sua compreensão da sociedade e leva a uma nova visão radical.

Um folheto produzido pelo documentário “Atenas from Beneath” é extremamente esclarecedor sobre o propósito do documentário, que vai muito além de relacionar as histórias tristes da nova subclasse que surgiu em Atenas: “O objetivo do nosso esforço é contribuir para a construção de uma grande e diversificada comunidade humana que se preocupa profundamente com as questões do humanismo e da solidariedade social, que se juntará a nós e será o início de um amplo movimento humanitário”. A solidariedade esteve mais do que presente na estreia do documentário, já que um dos participantes do filme, o fundador da “Social Kitchen – the Other Person”,

tinha organizado uma pequena festa fora do cinema distribuindo refeições gratuitas ao público e para as pessoas que estavam passando por lá.

Em sua discussão clássica sobre mídia radical, John Downing a localiza entre os movimentos sociais e a esfera pública mais ampla e identifica duas funções-chave e políticas: a mídia radical pode ter uma função política leninista, em que a mudança social e política é exercida por meio de um modo *agit-prop* de agitação e propaganda. Em segundo lugar, a mídia radical pode ser baseada em um modo de auto-gestão, onde sua principal função política é prefigurativa ou, em outras palavras, praticar e viver de uma maneira socialista no presente, como a “realização contínua de liberdade” no aqui e agora (Wieck, 1979 apud Downing et al, 2001, p. 71). Em um artigo recente, Robe, Wolfson e Funke (2016) discutem as práticas do Projeto de Mobilização de Mídia com sede na Filadélfia, que permite que pessoas da classe trabalhadora experimentem diferentes modos de produção, distribuição e exibição de projetos de vídeo documental, que, por sua vez, contribuem para a formação de novas subjetividades de classe. Somando-se a essas discussões, as pesquisas sobre mídia tática mostram o valor político de intervenções midiáticas destinadas na abertura de espaços de contenção e críticas de ideologias e dogmas dominantes (Kluitenberg, 2011).

Os documentários radicais gregos seguem esta genealogia, mas também ultrapassam suas principais premissas, porque não se dirigem ao governo ou à esfera política, mas ao próprio corpo social. Ao invés de fazer propaganda, eles oferecem voz, e em vez de radicalizar as subjetividades dos produtores de mídia, eles se concentram mais em reafirmar os laços sociais que foram agredidos durante a crise, buscando reabilitar os traumas e discutir e participar de novas formas de bem-estar social e de organização.

Finalmente, embora os documentários sejam esforços midiáticos, e tenham funções táticas importantes, tomadas como um campo e não como instâncias isoladas, eles procuram adquirir uma posição mais duradoura e estável. Ao fazê-lo, juntamente com outras mídias radicais, estão destinados a substituir os principais meios de comunicação, que são, de qualquer forma, cada vez mais irrelevantes para

as experiências do cidadão comum. É desta forma que podemos ver estes documentários contribuindo para uma nova teorização sobre o papel da mídia em um contexto pós-democrático. Isso pode ser visto mais como atendendo as necessidades imediatas e urgentes da sociedade e, por meio disso, como um meio para manter o corpo social em conjunto, reafirmando os laços sociais que mantêm as sociedades unidas e resistindo à individualização, à solidariedade negativa e à intensa concorrência imposta pelos dogmas e políticas neoliberais. Como tal, esse campo radical está participando de processos de “comunização”, ou de reivindicação de um espaço comum para um novo tipo de reprodução social.

## 5. CONCLUSÕES

É difícil encontrar histórias positivas saindo da Grécia nessa conjuntura histórica. A crise econômica continua inabalável, a esperança prometida pelo governo do Syriza se transformou em desespero, os termos de resgate tornaram-se ainda mais rigorosos no sentido de exigir a privatização de tudo e o desemprego continua a aumentar. Tudo isso tem cobrado um preço terrível da sociedade, enquanto que, além disso, a crise de refugiados tem exacerbado ainda mais as pressões colocadas sobre o corpo social. Este é o contexto em que os documentários são produzidos na Grécia, e este é o corpo social que eles procuram restaurar. Tais documentários não devem ser vistos como trabalhando de forma isolada com o objetivo de agitar no sentido da mudança social ou para radicalizar identidades, nem devem ser entendidos como parte de movimentos sociais específicos e organizados. Em vez disso, eles fazem parte de desenvolvimentos mais amplos na Grécia, decorrentes mais de uma perspectiva pragmática e menos de uma perspectiva ideológica, e procurando lidar e administrar as preocupações do cotidiano. Semelhante às redes de solidariedade descritas por Rakopoulos, que surgiram para lidar com as necessidades dos cidadãos em relação à alimentação, saúde e outros bens e serviços, os documentários radicais surgiram no vazio criado pelo fracasso da grande mídia no sentido de atender às necessidades dos cidadãos para a compreensão da crise e o seu impacto e para restaurar os

laços sociais.

Os documentários radicais são financiados e produzidos de forma colaborativa, e operam além dos mecanismos de busca de lucros e de mercado. Na tematização da crise, os documentários radicais permitem a emergência de uma compreensão social coletiva, reconsiderações as razões e os precedentes da crise, para uma análise do impacto sobre as diferentes partes da sociedade, focando nos mais vulneráveis, e por uma exploração de novas formas de organização social. Como um gênero, os documentários permitem uma compreensão posicionada da realidade social, e explorações profundas e focadas dos temas, muitas vezes contando com contribuições de acadêmicos e cidadãos comuns, indo além dos relatos jornalísticos mais curtos e efêmeros.

Em um contexto em que a mídia tradicional se tornou irrelevante, encarando baixas históricas em confiança e credibilidade, os documentários radicais surgiram fora da mercantilização da informação. Nesse sentido, não se trata apenas de encontrar as vozes dentro do *mainstream*, mas de participar da criação de um campo midiático totalmente novo, que opera com um conjunto de valores muito diferente, e operam principalmente para o benefício social e não para o lucro. Em resumo, os documentários radicais, ao lado de outras mídias radicais, procuram recuperar a mídia por meio do envolvimento dos trabalhadores profissionais da mídia, jornalistas, cineastas, acadêmicos e atores, por meio da recuperação do *know-how* da mídia; radicalizando o financiamento, a produção e a distribuição, recusando-se a participar dos processos de mercantilização; e por meio da recriação de coisas comuns pela tematização do comum, do público, e da responsabilidade para com os outros.

As apostas sobre o que está acontecendo na Grécia são muito elevadas, não só para a Grécia, mas para um mundo que é severamente danificado por injustiças em curso, hiperexploração, hiperacumulação e catástrofes ecológicas. Os últimos anos viram derrotas monumentais sofridas uma após a outra, apesar de exibirem, igualmente, amostras monumentais de oposição e resistência, tais como as do movimento *Occupy*. Atualmente, há uma aparente segunda

rodada de protestos, associada aos protestos *#nuit-debout* na França contra as reformas trabalhistas. No entanto, em um contexto pós-democrático, onde os governos nacionais parecem ser os reforçadores de políticas neoliberais, em vez de serem tomadores de decisões, tais protestos podem acontecer, mas com um impacto limitado. Parece que a mudança é mais provável de ocorrer na prática por aqueles que criam e participam de formas alternativas de organização social que priorizam o benefício social e público sobre o lucro individual. É aqui que podemos situar a contribuição de documentários radicais e do campo da mídia radical de forma mais ampla: na constituição em si mesma como uma alternativa – a função prefigurativa, tal qual pontuou Downing (2000) – mas, além disso, também recriando laços sociais, narrando o comum, e restaurando o corpo social.

## REFERÊNCIAS

152 BAKALAKI, Alexandra. “They Are Spraying on Us, ‘They Are Killing Us’, ‘They Will Drive Us Crazy’: Responses in the Crises of the Time.” [In Greek.] *Synchrona Themata* 124: 33–41, 2014.

BOLLIER, D. *The blockchain: A promising new infrastructure for online commons*. *David Bollier Blog*, 4., available at: <http://bollier.org/blog/blockchain-promising-new-infrastructure-online-commons>, 2015.

CASTELLS, M.. *Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*. Oxford: Oxford University Press, 2001.

CHATZISTEFANOOU A.. Personal Interview, 2015

COULDRY, N.. *Why voice matters: Culture and politics after neoliberalism*. London and NY: Sage, 2010.

COULDRY, N., MADIANOU, M., & PINCHEVSKI, A.. *Ethics of media*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2013.

CROUCH, C.. *Post-Democracy*. Cambridge: Polity, 2004.

CROUCH, C.. *The strange non-death of neo-liberalism*. Cambridge: Polity, 2011.

DALAKOGLU, D.. The Movement and the “Movement” of Syntagma Square. *Hot Spots, Cultural Anthropology website*, February 14, available at: <http://www.culanth.org/fieldsights/70-the-movement-and-the-movement-of-syntagma-square>, 2013.

DOWNING, J.D.. *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements: Rebellious Communication and Social Movements*. Sage Publications, 2000.

HAIVEN, M.. *Crises of imagination, crises of power*. London: Zed Books, 2014.

HALLIN, D.C. and Papathanassopoulos, S.. Political clientelism and the media: southern Europe and Latin America in comparative perspective. *Media, culture & society*, 24(2), pp.175-195, 2002.

HARDY, F. Introduction, Grierson on Documentary, Faber and Faber, 1966.

HARVEY, D.. *A brief history of neoliberalism*. OUP Oxford, 2005.

HERMAN, E.S; CHOMSKY, N.. *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Random House, 2010 [1988].

KLUITENBERG, E.. *Legacies of tactical media: the tactics of occupation: from Tompkins square to Tahrir*. Institute of Network Cultures, 2011.

KOVACH, B. and ROSENSTIEL, T.. *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. Three Rivers Press (CA), 2007.

LAVILLE, J.L.. Solidarity economy. In *International Encyclopedia of Civil Society* (pp. 1464-1470). Springer US, 2010.

LAZZARATO, M.. *Governing by Debt*. Semiotext (e)/MIT Press, 2015.

LEANDROS, N., PAPADOPOULOU D., and PSYLLA, M.. The ‘crisis’ in the press: A thematic and linguistic analysis, in *Epitheorisi Koinonikon Erevnon*, 134 (in Greek) available at: <http://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/ekke/article/viewFile/6728/6458.pdf>, 2011.

LONG, N. J./ MOORE, H. L., eds. *Sociality: New Directions*. New York: Berghahn Books, 2014.

MASON, P.. *Why it’s still kicking off everywhere: The New Global Revolutions*. Verso Books, 2013.

MAVROUDI, Z.. Personal Interview, 2015.

NICHOLS, B.. *Introduction to documentary*. Indiana University Press, 2010.

OVENDEN, K.. *Syriza: Inside the Labyrinth*, London: Pluto Press, 2015.

PAPASTATHIS, K.. Religious Discourse and Radical Right Politics in Contemporary Greece, 2010–2014. *Politics, Religion & Ideology*, 16(2-3), pp.218-247, 2015.

PAPATHANASSOPOULOS, S.. Media commercialization and journalism in Greece. *European Journal of Communication*, 16(4), 505-521, 2001.

PAPATHEODOROU, F., & MACHIN, D.. The Umbilical Cord That Was Never Cut The Post-Dictatorial Intimacy between the Political Elite and the Mass Media in Greece and Spain. *European Journal of Communication*, 18(1), 31-54, 2003.

PIKETTY, T.. *Capital in the twenty-first century*. Harvard University Press, 2014.

PLANTINGA, C.. What a documentary is, after all. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 63(2), pp.105-117, 2005.

PLEIOS. Journalistic Ethics and Greek Media, findings from a study presented in the workshop Journalistic Ethics and Greek Media, October 10, Athens, available at: [http://www.media.uoa.gr/news\\_and\\_notices/news1/display\\_news/hmerida-h-dhmosiografiki-deontologia-kai-ta-ellhnika-mme-22-10-2015.html](http://www.media.uoa.gr/news_and_notices/news1/display_news/hmerida-h-dhmosiografiki-deontologia-kai-ta-ellhnika-mme-22-10-2015.html), 2015.

POULAKIDAKOS. Propaganda as a fundamental ingredient of public discourse: The presentation of the “MoU”- bailout agreement by the Greek Media, PhD thesis, National and Kapodistrian University of Athens, available at: <http://phdtheses.ekt.gr/eadd/handle/10442/30053>, 2013.

POULAKIDAKOS, S., & ARMENAKIS, A.. Propaganda in Greek public discourse. Propaganda scales in the presentation of the Greek MoU-bailout agreement of 2010. *Revista de Stinte Politice/Revue des Sciences Politiques*, 2014.

RAKOPOULOS, T.. Responding to the crisis: food co-operatives and the solidarity economy in Greece. *Anthropology Southern Africa*, 36(3-4), pp.102-107, 2013.

RAKOPOULOS, T.. The crisis seen from below, within, and against: from solidarity economy to food distribution cooperatives in Greece. *Dialectical anthropology*, 38(2), pp.189-207, 2014.

RAKOPOULOS, T.. Solidarity’s Tensions: Informality, Sociality, and the Greek Crisis. *Social Analysis*, 59(3), pp.85-104, 2015.

RÜDIG, W. and KARYOTIS, G.. Who protests in Greece? Mass opposition to austerity. *British Journal of Political Science*, 44(03), pp.487-513, 2014.

SHEEHAN, H., forthcoming, *The Syriza Wave*, NY: 153 Monthly Review Press.

SIAPER, E.; PAPADOPOULOU, L.. Entrepreneurialism or Cooperativism? An exploration of cooperative journalistic enterprises. *Journalism Practice*, 10(2), pp.178-195, 2016.

SIAPER, E.. Building a safety net for European journalists. *Project report to DG Connect*, 27, available at: <http://www.balcanicaucaso.org/eng/Media-Freedom-Net/Building-a-Safety-Net-for-European-Journalists2>, 2015a.

SIAPER, E.. Can radical journalism provide a new paradigm for journalism and society?, Keynote speech, November 12-14, IX Congresso SOPCOM, “Comunicação e Transformações Sociais”, Escola Superior de Educação e Universidade de Coimbra, 2015b.

SIAPER, E., PAPADOPOULOU, L. and ARCHONTAKIS, F.. Post-Crisis Journalism: Critique and renewal in Greek journalism. *Journalism Studies*, 16(3), pp.449-465, 2015.

SIEBERT, F.S. and SCHRAMM, W.. *Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. University of Illinois Press, 1956.

SILVERSTONE, R.. *Mediapolis*, Cambridge: Polity Press, 2006.

SIMITI, M.. Rage and Protest: The case of the Greek Indignant movement. GreeSE papers, 82. The London School of Economics and Political Science, London, UK, available at: <http://eprints.lse.ac.uk/56229/>, 2014.

SMYRNAIOS, N.. Economic Power and the Media in the time of recession: a mapping exercise. *Ephemeron*. Available at: <http://ephemeron.eu/943>, 2013a.

SMYRNAIOS, N.. Manufacturing consent and legitimizing austerity: The Greek Media Before And After the Crisis, presentation at the European Sociological Association Conference, Torino, August, available at: <http://www.slideshare.net/smyrnaios/torino-2013-25746909>, 2013b.

The Invisible Committee. *To Our Friends*. Semiotext(e)/MIT Press, 2015.

VENETI, A. and KARADIMITRIOU, A.. Policy and regulation in the media landscape: the Greek Paradigm concentration of media ownership versus the right to information. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 1(3), pp.439-458, 2014.

WELLMAN, B.. "Physical place and cyberplace: The rise of personalized networking," *International Journal of Urban and Regional Research*, volume 25, number 2, pp. 227-252, 2001.

ROBÉ, C., WOLFSON, T. and FUNKE, P.N.. Rewiring the Apparatus: Screen Theory, Media Activism, and Working-Class Subjectivities. *Rethinking Marxism*, 28(1), pp.57-72, 2016.

**Recebido em 19 de abril de 2016.**  
**Aprovado em 18 de junho de 2016.**

CABELEIREIRO(A) Salão no Tatuapé precisa urgente. Com prática cabelos masculino/feminino. Com clientela formada no Tatuapé. 2091-8667, 96916-1077. Lina, horário comercial.

CABELEIREIRO(A) Salão no Itaquera, procura cabeleireiro(a) da região, com carteira de cliente. Telefone: 98552-8056, com Leticia.

CABELEIREIRO(A) MANICURE Com carteira de cliente, disponibilidade horário, experiência colorimetria, químicas em geral, cortes feminino/masculino, salão na Penha. 2594-3680, 94567-3339 (WhatsApp).

CABELEIREIRO(A) Salão no Morumbi, procura profissional da região, com carteira de clientes. Telefone: (11) 2558-4112. Falar com Camilla.

CASEADEIRA/ CASEADOR Confeção de uniformes na zona leste da cidade. Experiência comprovada. Enviar currículo para boasorte1954@gmail.com

CHAPEIRO(A) Com experiência. Para trabalhar no Tatuapé. Horário noturno. Comparecer à Rua Serra do Japi, 985. Telefone: 95006-3092. Varanda Choperia.

CHAPEIRO(A) Para hamburguaria com experiência. Trabalho horário noturno. Rua Mourato Coelho, 1.011, Pinheiros, a partir de terça-feira, após as 17h, Jacob.

CHAVEIRO Com experiência e prática em abertura e confecção de chaves (residenciais, veículos nacionais e importados). Com CNH definitiva (acima de 2 anos). Início imediato. Salário, hora extra, premiação convênio médico/odontológico. Registro, vale-transporte, vale-refeição, cesta básica.

CONFITEIRO(A) Padaria em Franca, adquire, confecciona e comercializa produtos de confeitaria. Franca/SP. Telefone: 3435-2337. Enviar currículo para: silvia@silvia.com.br

CONSULTEIRO(A) Plano de Negócios necessário experiência. Ganhos iniciais acima de R\$ 2.000,00. Oportunidade total infraestrutura, premiações, 100% comissionamento, treinamento constante do produto. Local de trabalho: Centro/SP. Examinar currículo para consultar planos, metodologia. Enviar currículo para: lucas@lucas.com.br

CONSULTEIRO(A) Vaga em São Paulo (BUTANTÁ) para experiência em vendas. Enviar currículo para: lucas@lucas.com.br

CONSULTEIRO(A) Vaga em São Paulo (BUTANTÁ) para experiência em vendas. Enviar currículo para: lucas@lucas.com.br

CONSULTEIRO(A) Vaga em São Paulo (BUTANTÁ) para experiência em vendas. Enviar currículo para: lucas@lucas.com.br

CONSULTEIRO(A) Vaga em São Paulo (BUTANTÁ) para experiência em vendas. Enviar currículo para: lucas@lucas.com.br

COSTUREIRA(O) Experiência em costura. Para oficina de costura. Experiência em consertos e reformas. Comparecer, 9h às 18h, Rua Augusta, 1.524, loja - 18, Metrô Consolação, 3288-4748.

COSTUREIRA(O) Overloquista Confeção zona norte. Prática em uniformes (calças/camisas). Rua Paulino de Brito, 288, Vila Gustavo (próxima Santander Avenida Roland Garros).

COSTUREIRA(O) PILOTEIRA(O) Conhecimento em todos os tipos de tecidos, costurar peça inteira, todos os tipos de máquinas, experiência em carteira. Camila: (11)5585-2418.

COSTUREIRAS(OS) Para Ateliê de Costura. Experiência em ajustes. Atuar unidade da Mooca Plaza Shopping. Salário, mais benefícios. (11)99662-0145. Valtier - shoppingmooca@ranjosexpress.com.br

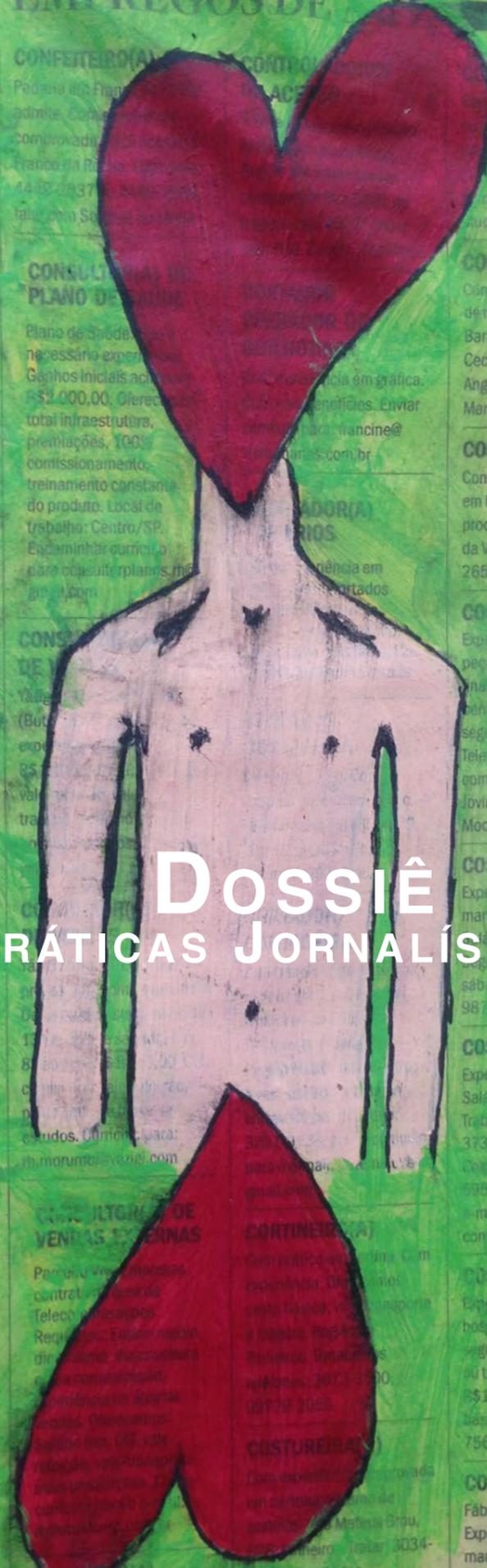
COSTUREIRO(A) LOTEIRO(A) Salário 2.000,00. Interno(a) e externo(a). Com mais de 4 pessoas para confecção feminina de blazer e calças. Metrô Saúde. Telefone: (11)5589-6268.

COZINHEIRA Alto Padrão (Atividade exigida). Com experiência em carteira em residências. Telefone: 94731-9176.

COZINHEIRA(O) Experiência preparo almoço self-service (carnes, peixes e massas). Padaria Pioneira. Rua dos Macunis, 624, Pinheiros, comparecer das 8h às 12h.

COZINHEIRA(O) Restaurante em Pinheiros (próximo ao Metrô e Hospital das Clínicas) contrata, com experiência. Enviar currículos para: edunogueira.jr@gmail.com

COZINHEIRA(O) Salário a combinar. Para trabalhar no Tatuapé. Comparecer com currículo: Rua Antônio de Barros, 1.155, Tatuapé.



# DOSSIÊ PRÁTICAS JORNALÍSTICAS

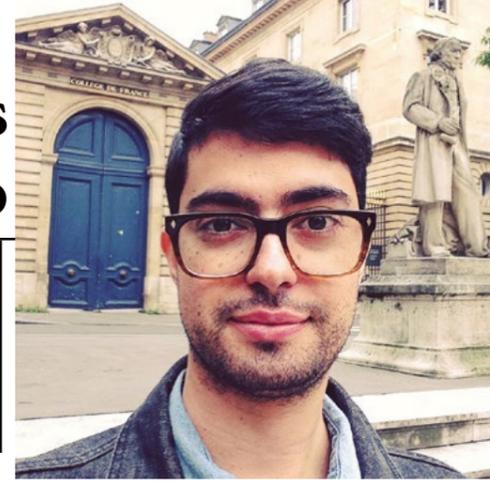


Foto\_Foca Lisboa

## Tacyana Arce

Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professora do Centro Universitário de Belo Horizonte (UNIBH). Bolsista PDSE/CAPES. Pesquisadora pelo Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermediáticas (NucCon) – CCNM/UFMG.

E-mail: tacyarce@gmail.com



## Tiago Barcelos Pereira Salgado

Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Bolsista CAPES. Doutorando Sanduíche no GSPR/EHESS (Paris/FR). Pesquisador pelo Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermediáticas (NucCon) – CCNM/UFMG.

E-mail: tigubarcelos@gmail.com

# A crise da mediação jornalística em provação: uma análise textual de artigos do Medium

### Resumo

Analisa-se à luz das sociologias pragmáticas francesas a retórica sobre a crise do jornalismo que acompanha a atividade desde 1900 e se intensifica com o advento da internet. Compreende-se que, para se fazer jornalismo, ele precisa ser submetido a provações, que fazem do jornalismo, jornalismo. A partir de 52 textos sobre a temática publicados no Medium em seu primeiro ano de atuação no Brasil, busca-se apreender como a mediação jornalística é redefinida, compreendendo-se mediação como provação. Com auxílio do software Prospéro, evidencia-se uma dubiedade em relação ao significado da crise do jornalismo no corpus trabalhado, cujas provações são ora entendidas como ameaça, ora como possibilidade de reinvenção do jornalismo.

**Palavras-chave:** Crise do jornalismo; Mediação jornalística; Medium; Provação; Prospéro.

### Abstract

Under the French pragmatics sociologies field, this article aims to analyze the rhetoric about the journalism crisis which accompanies the activity at least since 1900 and has been intensified with the advent of the internet. It is understood that, in order to have journalism, it needs to undergo trials. Only these trials define journalism as what it is. Taking 52 texts about the subject published on Medium website in its first year of operations in Brazil, we seek to learn how the journalistic mediation is redefined, understanding mediation as a trial. Using Prospéro software we seek to evidence the dubious meaning of the journalism crisis in the working corpus, whose trials are perceived sometimes as a threat, sometimes as possibility of reinvention of journalism.

**Keywords:** Journalism crisis; Journalistic mediation; Medium; Trial; Prospéro.

Uma versão reduzida e em francês deste artigo foi apresentada no IV Colóquio Internacional “Médias Numériques et Communication Électronique”, realizado nos dias 01, 02 e 03 de junho de 2016, na Université du Havre, Le Havre, França.

## 1. INTRODUÇÃO

Tornou-se lugar comum afirmar que o jornalismo está em crise. Alguns demarcadores da crise da mediação jornalística são: profundas e aceleradas transformações a) tecnológicas, b) de seu modelo de negócios e c) de seus modos de produção e distribuição de conteúdo. A estes aspectos, somam-se alguns outros, dentre os quais destacamos: a) uma crise econômica que impacta o mercado de trabalho e b) uma crise política, no que tange à confiança generalizada nas instituições modernas, da qual o jornalismo é parte.

No cenário digital, a apropriação por diferentes produtores de conteúdo do papel tradicional do jornalismo de descrever o mundo, sem respeitar, entretanto, suas estruturas cânones, ancoradas nos ideais de objetividade e imparcialidade (Schudson, 2010), soma-se aos aspectos destacados no parágrafo anterior. Este cenário tem feito alguns profissionais, estudiosos e instituições midiáticas de referência questionarem o que pode ou não ser entendido como jornalismo.

Ainda que as empresas jornalísticas tradicionais e mesmo alguns profissionais e estudiosos do Jornalismo almejem defender um determinado lugar lógico da mediação jornalística, o que se percebe na contemporaneidade é um tensionamento dessa mediação. A mediação jornalística supõe que a informação noticiosa seja o veículo que leva ao cidadão o conhecimento do mundo, sendo essa mediação o resultado de uma cadeia de produção operada por profissionais comprometidos em garantir a lisura do processo de transformação do acontecimento em notícia. A tensão resulta, então, da profunda reconfiguração do cenário comunicacional, marcado pelo imbricamento das perspectivas comunicacionais de transmissão e de compartilhamento em conexões de mídias digitais (Alzamora, 2012). A lógica midiática atual, portanto, reconfigura a relação entre veículos noticiosos e públicos, que passam a recorrer a outras fontes de informação que não as tradicionais, bem como produzir conteúdo noticioso próprio.

As abordagens mais recorrentes sobre a mediação jornalística, entretanto, reafirmam uma determinada noção cristalizada historicamente, calcada sobretudo

no ideal de objetividade, que se tornou o mito fundador do jornalismo moderno (Marcondes Filho, 2002). Ainda que tal mito, reafirmado nas primeiras formulações teóricas sobre o jornalismo, seja questionado nos estudos em Comunicação pelo menos desde a década de 1970 (Schudson, 2010), ele ainda ancora o discurso não apenas da classe profissional, mas também de pesquisadores do jornalismo.

Historicamente, o jornalismo tem sido entendido como o trabalho de averiguar, selecionar e hierarquizar as ocorrências do mundo (Alzamora, 2012). Desde seu surgimento, com a Modernidade, este saber organizador resistiu às transformações que lhe foram impostas. Um primeiro exemplo é a transformação da atividade jornalística em negócio capitalista. A partir dessa mudança, o embate entre as áreas editorial e comercial se torna uma constante dentro das empresas de comunicação. Outro exemplo é a competição entre Jornalismo e Relações Públicas – atividade organizada ao início do século XX –, que condiciona a adoção de critérios de objetividade pelo primeiro a fim de se diferenciar da Publicidade e Propaganda.

Le Cam *et al.* (2015) salientam que a retórica de crise acompanha a atividade jornalística ao menos desde o século XIX.<sup>1</sup> Contudo, os autores reconhecem que ela se intensifica com a popularização da *internet* na segunda metade dos anos 1990 e, sobretudo, depois da emergência dos *sites* e aplicativos de redes sociais digitais, responsáveis por retirar do jornalismo a primazia do polo de emissão, dada a possibilidade que cada pessoa passa a ter de publicar conteúdos próprios em meios de comunicação e informação de sua escolha com relativa autonomia e gratuidade.

Em vista deste cenário, a proposta deste artigo é analisar o cruzamento e as transformações de atores e argumentos sobre a crise do jornalismo no *site*

1 Segundo os autores, em 1897, a *Revue bleue* denunciava as “doenças do jornalismo”, questionando a crescente substituição dos artigos analíticos por reportagens que baniram o posicionamento do autor. A divisão do trabalho do jornalista para atender aos processos fabris de produção da notícia, a busca incessante pelo furo como estratégia de sobrevivência das empresas e a intensificação dos processos de informatização das redações são alguns dos exemplos das “várias crises” atravessadas pelo jornalismo ao longo de sua história.

de rede social *Medium*.<sup>2</sup> Desde que sua versão brasileira foi oferecida ao público, em junho de 2014, o *site* tem sido apropriado por empreendimentos jornalísticos considerados inovadores, como Nexo, Brio e Agência Pública. Esses projetos não apenas inovam na maneira de produzir e, sobretudo, distribuir conteúdo; cada vez mais, eles ocupam o espaço digital com reflexões a respeito das bases canônicas do jornalismo, tal como estabelecidas durante a Modernidade, como pontua Marcondes Filho (2002): ideais de objetividade, neutralidade e imanência dos fatos jornalísticos.

O *Medium*, portanto, é expoente da reconfiguração do jornalismo frente ao advento do que tem sido nomeado como “novas mídias”. Ao mesmo tempo em que descreve a crise da atividade em suas variadas publicações por profissionais e não profissionais da área, o *site* possibilita a redefinição do que se entende como jornalismo neste momento. Além disso, ele se apresenta como um espaço digital para a produção e circulação de um jornalismo alternativo aos denominados “meios de comunicação tradicionais” (jornal, revista, rádio e televisão).

Desde o seu lançamento até dezembro de 2015, quando da escrita deste artigo, o serviço brasileiro do *Medium* contabilizou 52 textos que tinham como tema central o próprio jornalismo. Este número de publicações textuais resulta da busca simples pelo termo “jornalismo” dentro do *site* e compõem o *corpus* deste trabalho.

## 2. A CARACTERIZAÇÃO DA CRISE

De maneira sintetizada, podemos identificar três aspectos principais que caracterizam a crise da mediação jornalística e do próprio jornalismo:

1. *O modelo de negócios do jornalismo*: numa era em que a informação deixa de ser escassa, posto que o número de produtores aumenta,

2 O *site Medium* (<https://medium.com/brasil>) foi lançado em 2012 pelos criadores do *Twitter*. Após a notoriedade desse *microblog*, principalmente no que se refere à sua capacidade de distribuir conteúdos, os criadores do *Medium* decidiram explorar o desejo de expressão, nomeado como “*long form writing*”. De acordo com Ghedin (2013), esse é um tipo de escrita de “grande fôlego”, em que o conteúdo é mais refinado, menos efêmero e valoriza as narrativas.

ocorre o esgotamento do modelo baseado na intermediação entre consumidores de notícias e anunciantes que sustentou os empreendimentos jornalísticos durante o século XX (Meyer, 2007);

2. *O papel institucional do jornalismo*: em seus discursos, categoria profissional, pesquisadores e empresas jornalísticas fazem referência a uma certa deontologia coletiva, regida por valores de neutralidade e imparcialidade que, entretanto, não encontra ressonância na realidade das redações, sobretudo depois que a produção de informação noticiosa se ampliou para além do domínio profissional (Deuze, 2008);
3. *A identidade do jornalista*: a comunidade interpretativa, que teve na autoridade jornalística – capacidade de se promover como porta-voz autorizada e crível dos eventos da “vida real” – o definidor do seu valor, precisa se reposicionar diante da multiplicidade, multidimensionalidade e multidirecionalidade da informação no cenário da comunicação digital (Zelizer, 2009).

Como se pode notar pelos três pontos destacados, o fazer jornalístico tem sido desafiado e redefinido, ocasionando uma crise da ideologia que define o jornalismo: o postar-se entre as ocorrências do mundo e o cidadão (Adghirni, 2012).

Percebe-se, desta maneira, que a “mais recente crise do jornalismo” se refere à suposta perda da sua primazia na mediação, em função, sobretudo, do advento das redes sociais digitais. Essas redes teriam ocasionado um fenômeno de “desintermediação” que teria afetado todas as instituições mediadoras (a família, a igreja, a escola, etc.) e, em particular, as mídias (Cebrián, 2013). Dito de outra maneira, não caberia mais apenas à instituição jornalística narrar os fatos do mundo, posto que se tornou possível a pessoas diversas também darem a conhecer o mundo pela produção e publicação de conteúdos jornalísticos que elas mesmas produzem e colocam em circulação *online*. O *Medium* integra esta dinâmica produtiva e distributiva de informações e é exemplar da caracterização e redefinição da crise da mediação jornalística.

Dessa maneira, para discutirmos uma suposta crise da mediação jornalística, precisamos compreendê-la de outra maneira. Para isso, recorremos à noção de *mediação* nas sociologias pragmáticas francesas elaboradas a partir do final dos anos 1970 e início dos anos 1980, principalmente pelos trabalhos do antropólogo e sociólogo francês Bruno Latour, principal teórico da Teoria Ator-Rede (TAR). A noção de *provação* (*épreuve*), por sua vez, central a todas as sociologias pragmáticas francesas (Nachi, 2006), será tomada a partir das proposições do sociólogo pragmático francês Francis Chateauraynaud (1991), que buscou definir os axiomas da *provação* (*les axiomes de l'épreuve*), que nos auxiliam a compreender a crise da mediação jornalística e o que pode ser entendido como jornalismo.

### 3. A CRISE COMO PROVAÇÃO DO JORNALISMO E DE SUAS MEDIAÇÕES

Postulamos neste trabalho, tal como fizemos anteriormente, que *mediar* é verbo defectivo, portanto, conjugado apenas na terceira pessoa do plural (Arce; Alzamora; Salgado, 2014), ou seja, a *mediação* ocorre apenas em cadeias de associações, em que humanos e não humanos se vinculam temporariamente e alteram um estado de coisas ou situação em função das maneiras como se conectam e se desconectam (Latour, 2005). Nesta associação coletiva, não há um “eu jornalismo” que medeia o mundo, mas um “nós mediamos”, de modo que o jornalista não é externo ao fato que narra, nem o social está dado *a priori*, mas é produzido pelas variadas camadas de mediações (técnicas, institucionalizadas, profissionais e não profissionais) que se sobrepõem na prática jornalística (Arce; Alzamora; Salgado, 2014).

Uma situação de crise e de incerteza, como a da mediação jornalística, é um momento de *provação* (Latour, 2000), em que enunciados são submetidos à prova a fim de que sejam validados ou refutados de acordo com os argumentos apresentados, que

mobilizam eles mesmos diversos *actantes*.<sup>3</sup> Da *provação* resulta a realidade ou, como nos diz Latour (2000), a realidade é o que resiste às *provações*. Dessa maneira, entendemos que o jornalismo resulta das variadas negociações de sentido que lhe são atribuídas, justamente porque não se sabe ao certo o que ele é. São as *provações* que fazem do jornalismo, jornalismo, mesmo se elas lhe atribuem um novo sentido e questionam seus valores canônicos que o instauram como uma das expressões culturais mais fortes do homem moderno (Latour, 1994).

Para Chateauraynaud (1991), a *provação* é um momento de incerteza sobre um determinado estado e é, portanto, a possibilidade de modificação deste estado. Entretanto, para que seja possível mudá-lo, é necessário defini-lo. Logo, tanto quanto um momento de incerteza sobre o estado das coisas, a *provação* é também um momento de determinação do estado das coisas – menos no sentido de imposição do que de delimitação e precisão. A determinação visa alterar o estado de indeterminação. Dessa maneira, tentaremos observar como, em um momento de incerteza sobre o jornalismo, os atores buscam, ao mesmo tempo, questionar e definir o que seja o jornalismo.

### 4. QUE CRISE?

A leitura do *corpus* que se segue foi feita com auxílio do *software Prospéro*,<sup>4</sup> um analisador automático de *corpora* de grandes extensões desenvolvido originalmente em francês por Francis Chateauraynaud e pelo programador Jean-Pierre Charriau no início

3 O termo “actante” foi cunhado pelo linguista francês Lucien Tesnière durante a primeira metade do século XX como alternativa ao termo “pessoa” e, posteriormente, empregado em seu sentido semiótico pelo linguista lituano Algirdas Greimas. Um *actante* é um elemento do laço verbal, é qualquer ser ou coisa que participa de um processo.

4 A nomeação do *software* como “Prospéro” faz menção ao personagem de mesmo nome da obra *A Tempestade* de William Shakespeare, aludindo à sua capacidade quase mágica de “fazer falar”. Prospéro, duque de Milão, é forçado a viver sozinho numa ilha, tendo apenas a companhia da filha e de alguns seres mágicos que balbuciam sobre tudo o tempo inteiro. Amante dos livros e do conhecimento, Prospéro vale-se deles para subjugar as criaturas e fazê-las se manifestar por uma língua compreensível.

dos anos 2000.<sup>5</sup> Alimentado com dicionários de base que estruturam a língua e com dicionários de conceitos construídos a partir do *corpus* em análise, o *Prospéro* é capaz de observar o jogo de atores e os regimes discursivos em *provação*. Os conceitos são divididos em: entidades (*entités*), qualidades (*qualités*), *provações* (*épreuves*) e marcadores (*marqueurs*).<sup>6</sup> Esses conceitos buscam relacionar atores e ações, bem como suas qualificações. A grosso modo, as entidades se referem aos substantivos e nomes próprios; as qualidades se referem aos adjetivos; as *provações* dizem respeito aos verbos e suas conjugações; e os marcadores dizem respeito aos advérbios e expressões adverbiais.

Para observar os discursos sobre o jornalismo nas 52 publicações do *Medium* que compõem o *corpus* deste estudo, o primeiro passo foi analisar a ligação das entidades com as qualidades presentes nos textos. Observamos que, entre todas as entidades presentes no *corpus*, JORNALISMO@ e JORNALISTA@<sup>7</sup> foram as de maior presença, tornando-se atores principais. As duas principais qualidades associadas a estas entidades foram os termos “profissional” e “tradicional”, o que nos permite inferir que esses são textos que tratam do jornalismo convencional, enquanto atividade profissional e negócio. Entretanto, quando invertemos a ordem e buscamos por qual seja a ligação qualidades-entidades, observamos, sobretudo, a ocorrência de expressões como “novas formas”, “novas tecnologias”, “grandes jornais”, “grandes veículos”, “novos formatos”, “novos caminhos”. Tais cruzamentos nos permitem inferir que se o *corpus*

5 Atualmente, o *Prospéro* conta com versões em francês, espanhol e português. As versões em inglês e italiano estão em curso. Mais informações sobre esse *software*, bem como o seu *download* gratuito podem ser obtidas em: <http://www.prospérologie.org>. Acesso em 22/04/2016.

6 Os marcadores são, como o próprio nome indica, demonstradores de inflexões no *corpus*, cumprindo uma função de vigilância diacrônica e, por isso mesmo, melhor demonstrados em *corpora* de larga extensão temporal. Não sendo o caso do exercício deste artigo, não trabalharemos com os marcadores.

7 Utiliza-se esse modo particular de grafia (maiúscula seguida do sinal informático @) para indicar que um ser fictício (*être fictif*) foi criado. O ser fictício é a junção, sob uma só expressão, de todas as palavras que lhe correspondem, incluindo as flexões de gênero, número, sinônimos, gírias e variações de escrita. Assim, sob o termo JORNALISTA@ estão agrupados os termos: jornalista; Jornalista; JORNALISTA; jornalistas; Jornalistas; repórter; repórteres, etc.

trata do jornalismo profissional, tradicional, não o faz com o intuito de reforçá-lo ou defendê-lo, mas quiçá para questioná-lo e confrontá-lo. Tal suposição nos levou a indagar: de que maneiras o jornalismo é posto à prova (testado), segundo os autores de *Medium* Brasil? Quais são as *provações* que fazem do jornalismo, jornalismo?

Demandamos a *Prospéro* operar a seguinte fórmula: /EF:JORNALISMO@ /T=5 /EPREUVE /P=15. Solicitamos que este *software* nos revelasse frases contendo termos substituídos pelo ser fictício JORNALISMO@, seguidos de não importa quais cinco termos (T=5) entre os quais uma *provação*, apresentando a continuidade do excerto textual até a soma de 15 termos (P=15). Com esta fórmula, chegamos a uma lista de 394 enunciados, os quais foram analisados e reduzidos a nove grandes categorias de *provações*: Crise (18%); Morte/Passado (14%); Transformação (15%); Incerteza (12%); Certeza (9%); Orientação ao futuro (11%); Prescrição (11%); Continuidade (5%) e Vivacidade (5%).

Como pode-se perceber, quase a metade dos textos (47% somando-se as categorias Morte/Passado; Crise e Transformação) apontam a impossibilidade de que o jornalismo seja o que se prestou a ser até então. Diante do cenário da comunicação digital, apenas 9% dos textos têm certeza do que é o jornalismo e 11% têm “conselhos a dar” para salvá-lo. Empatam em 5% as minorias que acreditam na continuidade do jornalismo tal qual o conhecemos ou que ainda veem nele traços de vivacidade.

Passemos a analisar a *provação* que agrupa o maior número de citações. No total, 13 dos 52 textos (25%) que compõem o *corpus* deste trabalho fazem referência à crise do jornalismo. Deixaremos para outro momento a discussão do que caracterizaria essa crise.<sup>8</sup> Comparando esses textos (o *corpus* crise) com os demais (*anticorpus* crise) percebe-se que um ator principal que ganha peso no *corpus* crise é o ator “profissão”, como pode-se perceber pela Figura 1.

8 Apenas para evidenciar que não há consenso em torno do que caracteriza a crise do jornalismo, os textos falam em crise de legitimidade, crise de negócios, crise de identidade, entre outras.

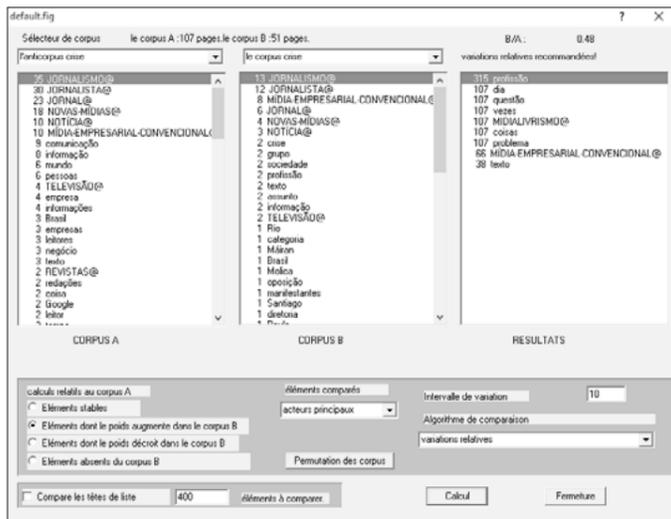


Figura 1 – Atores principais que ganham peso no *corpus* Crise (*corpus crise*), na comparação com o total de textos (*l'anticorpus crise*).

Fonte: Captura de tela do software Prospéro

No *corpus* analisado, essa comparação demonstra que parte expressiva da discussão acerca da crise no jornalismo no *Medium* Brasil está centrada na atuação profissional, nos valores deontológicos do jornalismo, em sua identidade e em sua razão de ser.

Por outro lado, quando perguntamos a *Prospéro* qual qualidade perde peso na comparação global dos textos com o *corpus* crise, percebemos a emergência da categoria “Eficiente/Eficaz” (Figura 2), dando a compreender que as próprias qualidades e pertinências do jornalismo profissional estão em provação.

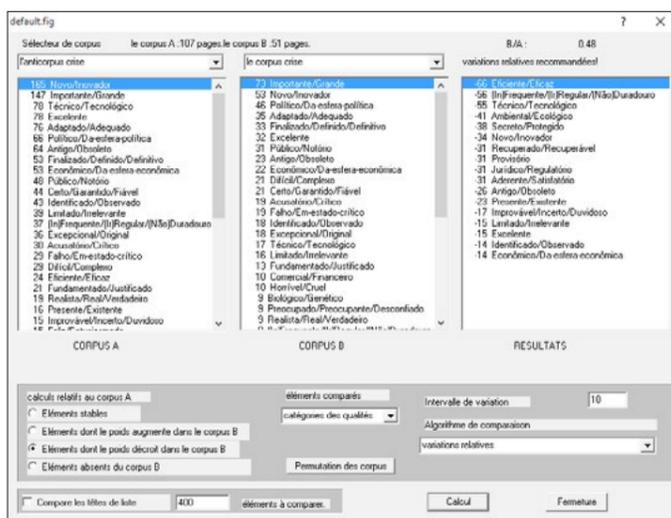


Figura 2 – Categorias de qualidade que perdem peso no *corpus* crise, na comparação com o total de textos.

Fonte: Captura de tela do software Prospéro

Quando olhamos para os termos associados aos motivos da crise do jornalismo, encontramos a entidade NOVASMÍDIAS@, que engloba, entre outros termos, as novas redes sociais digitais. A entidade NOVASMÍDIAS@ também aparece como ator principal dos discursos que têm como provação a categoria “Orientação ao futuro”. Podemos dizer que, neste quadro, a própria noção de crise do jornalismo é dúbia, uma vez que representa tanto ameaça (ao jornalismo convencional) quanto oportunidade. Essa dubiedade se traduz no título do texto que mais recebeu comentários (9) e recomendações (361) entre os textos do *corpus* escolhido: “O jornalismo está vivo. E a culpa é dos leitores das redes sociais.”

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A dubiedade apontada em relação ao significado da crise do jornalismo no *corpus* trabalhado neste artigo nos remete a Latour (2000), segundo quem as provações permitem avaliar a resistência dos laços das entidades associadas e a estabilidade ou instabilidade da rede em formação. Também coaduna a avaliação dos sociólogos pragmáticos, como Bruno Latour e Francis Chateauraynaud, segundo os quais “a provação rompe com uma concepção estreitamente determinista do social” (Nachi, 2006: 76 - tradução nossa).<sup>9</sup>

Ao apontar para a incerteza sobre o que configura uma suposta crise do jornalismo, o momento de provação do jornalismo exige a determinação do estado da crise e, ao fazê-lo, permite a mudança da própria noção de crise. Incerteza (*incertitude*) e estado (*état*) são, portanto, dois dos axiomas da provação (Chateauraynaud, 1991) evidenciados neste exercício, aos quais se soma também o axioma reversibilidade (*reversibilité*). Em outros termos, os resultados da provação do jornalismo precisam ser sempre reversíveis, de modo que outra provação possa se apresentar, levando a outra mudança de estado. É desta maneira que a entidade NOVASMÍDIAS@ apresenta-se: ora como causadora da crise do jornalismo, ora como esperança de futuro para o jornalismo.

<sup>9</sup> [...] l'épreuve rompt avec une conception étroitement déterministe du social.

Cabe ressaltar aqui que as observações sobre a crise da mediação jornalística são próprias ao *corpus* analisado. A fim de que as mesmas possam ser generalizadas e ampliadas, é preciso uma pesquisa que coteje outros meios infocomunicacionais em um período mais extenso do que o analisado neste trabalho e contemple a categoria dos marcadores, não analisados aqui. Este tem sido o esforço de uma pesquisa de doutorado em andamento.

## REFERÊNCIAS

ADGHIRNI, Z. L. “Mudanças estruturais no jornalismo: travessia de uma zona de turbulência”. In: PEREIRA, F.; MOURA, D.; A, Zélia L. (orgs.). *Jornalismo e Sociedade: teorias e metodologias*. Florianópolis: Insular, 2012. 264 p.

ALZAMORA, G. C.; ARCE, T.; SALGADO, T. B. P. “Mediar, verbo defectivo: contribuições da Teoria Ator-Rede para a conjugação da mediação jornalística”. *Contemporânea*, Salvador, v. 12, n. 3, p. 495-511, setembro de 2014. Disponível em <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewFile/12308/9374>. Acesso em 15/01/2016.

ALZAMORA, G. C. Especificidades da rede intermídia contemporânea considerações sobre a audiência em contextos reticulares. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 9, n. 17, p. 50-61, 2012.

CEBRIÁN, J. L. *O Pianista no Bordel*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

CHATEAURAYNAUD, F. *La faute professionnelle*. Paris: Métailié, 1991.

DEUZE, M. “The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship”. *International Journal of Communication*, California, v. 2, p. 848-865, 2008.

GHEDIN, R. *Por que você precisa conhecer (e usar) o Medium*. 26/05/2013. Disponível em <http://gizmodo.uol.com.br/por-que-medium>. Acesso em 15/01/2016.

LATOUR, Bruno. *Reassembling the Social – An*

*Introduction to Actor-Network-Theory*. New York: Oxford University Press, 2005.

LATOUR, Bruno. *Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora*. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

LATOUR, Bruno. *Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

LE CAM, F. et al. “Introdução”. In: MOURA, D. O. et al. (ed.). *Mudanças e permanências do Jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2015. p. 11-23.

MARCONDES FILHO, C. *A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

NACHI, Mohamed. *Introduction à la sociologie pragmatique*. Paris: Armand Colin, 2006.

MEYER, P. *Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação*. São Paulo: Contexto, 2007.

SCHUDSON, Michael. *Descobrimo a notícia*. Petrópolis: Vozes, 2010. (Coleção Clássicos da Comunicação Social)

ZELIZER, B. “Why journalism’s changing faces matter”. In: ZELIZER, B. (ed.). *The changing faces of journalism: tabloidization, technology and truthiness*. New York: Routledge, 2009. p. 1-10.

Recebido em 16 de maio de 2016.

Aprovado em 17 de julho de 2016.



## Juliana Bulhões

Doutoranda em Comunicação - Jornalismo e Sociedade do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília.  
Email: julianabulhoes.ad@gmail.com.



Foto\_Alexandra Martins

## David Renault

Professor Doutor vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília.  
Email: renaudt.david@gmail.com



# A precarização da prática jornalística: uma revisão bibliográfica sobre o impacto das condições de trabalho na saúde e qualidade de vida do jornalista

### Resumo

Apresentamos um relato de pesquisa focado no desenho teórico de uma investigação que versa sobre o impacto das condições de trabalho na saúde e qualidade de vida do jornalista. Primeiramente discorremos sobre o problema de pesquisa. Em seguida, desenvolvemos uma revisão bibliográfica sobre as principais escolhas teóricas referente aos temas elencados: condições de trabalho, precarização da profissão de jornalista, saúde e qualidade de vida do jornalista. Finalizamos com uma reflexão sobre a importância das escolhas teóricas realizadas.

**Palavras-chave:** Jornalismo; prática jornalística; condições de trabalho; precarização do trabalho.

### Abstract

We present a research report focused on the theoretical design of an investigation about the impact of working conditions on health and quality of life of the journalist. First we discuss about the research problem. Then we develop a bibliographic review of the main theoretical choices regarding the listed topics: working conditions, precariousness of journalism, health and quality of life of the journalist. We end with a reflection about the importance of theoretical choices made.

**Keywords:** Journalism; journalistic practice; work conditions; precariousness of work.

## 1. INTRODUÇÃO

Podemos elencar diversas mudanças no mundo do jornalista brasileiro nas últimas duas décadas. Destacamos a ampliação das áreas de atuação profissional, as mudanças nas relações de trabalho, a não obrigatoriedade do diploma para exercer a profissão, os enxugamentos das redações, o acúmulo de funções - muitas vezes devido aos avanços dos aparatos tecnológicos - e a própria influência da tecnologia no trabalho jornalístico. Diante desse panorama, acreditamos que houve uma piora nas condições de trabalho, bem como o reforço da ideia de precarização da profissão.

Neste artigo apresentamos parte do desenho teórico da investigação em forma de relato de pesquisa, mais especificamente uma revisão bibliográfica sobre as condições de trabalho, a precarização da profissão, a saúde e qualidade de vida do jornalista. Primeiramente discorreremos sobre o problema de pesquisa, culminando na pergunta-problema; em seguida, explicitamos as principais escolhas teóricas referente aos temas elencados.

## 2. CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

O Brasil tem aproximadamente 145 mil jornalistas profissionais registrados (MICK; LIMA, 2013). Integrantes de um mercado muito competitivo e com discrepâncias entre as remunerações, os jornalistas sofrem as consequências do atual modelo de trabalho adotado pelo mercado brasileiro.

A pesquisa Radiografia do Jornalismo Potiguar (BULHÕES, 2014) identificou que no estado do Rio Grande do Norte mais de dois terços dos jornalistas possuem dois ou mais empregos, enquanto que o índice brasileiro é de cerca de um terço (MICK; LIMA, 2013). Cerca de 65% dos jornalistas potiguares trabalham entre 30h e 60h por semana, uma carga horária superior ao esperado para um jornalista com apenas um emprego. A Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, na Seção XI - dos jornalistas profissionais - deixa claro:

Art. 303 - A duração normal do trabalho dos empregados compreendidos nesta Seção não deverá exceder de 5 (cinco) horas, tanto de dia como à noite. Art. 304 - Poderá a duração normal do trabalho ser elevada a 7 (sete) horas, mediante acordo escrito, em que se estipule aumento de ordenado, correspondente ao excesso do tempo de trabalho, em que se fixe um intervalo destinado a repouso ou a refeição (BRASIL, 1943, p. 01).

Quando a legislação foi criada, uma prática comum era o jornalista trabalhar de fato seis dias na semana, ou seja, entre 30 e até 42 horas semanais. Há muitos anos várias empresas contratam estipulando um salário de 30 horas semanais acrescido das horas extras. É uma forma, inclusive, de minimizar processos trabalhistas.

Apesar da possibilidade de trabalhar legalmente até sete horas por dia como jornalista, no Rio Grande do Norte esta prática é incomum. Geralmente se paga apenas o piso salarial referente a cinco horas diárias - o que pudemos verificar que não acontece em Brasília, onde geralmente se contrata jornalistas por sete horas -, o que não corresponde às horas reais trabalhadas. Neste caso, o excesso de carga horária dos jornalistas potiguares pode ser explicado tanto pela multiplicidade de empregos, quanto por horas excedentes de trabalho.

Estes dados reforçam nossa ideia de que o jornalismo potiguar passa por uma precarização, principalmente no que diz respeito às condições de trabalho do jornalista. No entretanto, não acreditamos que esta situação seja exclusiva do estado do Rio Grande do Norte, nem queremos reduzir as práticas jornalísticas ao panorama apresentado neste estado brasileiro em específico, por isso nos propomos a ampliar a investigação.

Na pesquisa de doutorado investigamos as condições de trabalho do jornalista brasileiro e as reverberações na saúde e na qualidade de vida no trabalho (QVT) deste profissional. Como recorte geográfico, optamos por aplicar a pesquisa nas cidades de Natal, capital do Rio Grande do Norte e Brasília, capital do Distrito Federal e do país.

As cidades foram escolhidas tanto pela proximidade acadêmica da pesquisadora, quanto por ques-

tões peculiares locais e discrepâncias extremas no que tocam as questões de condições de trabalho do jornalista, informações obtidas por meio do exercício profissional e pela pesquisa exploratória. Essa escolha não foi feita visando necessariamente uma comparação, mas queremos mostrar que é possível que existam várias realidades no país no que se refere ao tema proposto.

Brasília pode ser considerada a capital do jornalismo brasileiro, pois o Distrito Federal tem a maior concentração de jornalistas per capita do país, que é aproximadamente um jornalista para cada quase 385 moradores; são cerca de 6.500 jornalistas em uma população média de 2,5 milhões de habitantes (SILVA, 2014).

Julgamos, com base em pesquisa exploratória, que em Brasília o jornalista pode ter uma QVT diferenciada, pelo menos do ponto de vista da remuneração, pois é prática de mercado pagar o dobro do piso distrital, que atualmente é R\$2.247 - um dos maiores do país (FENAJ, 2016a). Apesar disso, temos que considerar que Brasília tem o maior custo de vida do país (ESTADÃO, 2014).

Natal teve por anos o mais baixo piso salarial do país. Com cerca de 1.700 jornalistas atuantes no mercado (MAIA; FEMINA, 2012), não é excepcional encontrar entre eles profissionais com mais de três vínculos ou empregos e também jornalistas que ganham abaixo do piso, que atualmente é 1.370,00 (FENAJ, 2016a).

Segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2016b), o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) de Brasília deixa a cidade em nona posição com o melhor IDHM, enquanto que Natal consta na 320ª posição dentre os 5.565 municípios brasileiros. Os dados também apontam a renda *per capita*: em Brasília, o valor é de R\$1.715,11, enquanto que em Natal é R\$950,34 (PNUD, 2016a).

Diante deste contexto, nossa pergunta-problema se dá da seguinte forma: qual o impacto das condições de trabalho na saúde e na qualidade de vida do trabalho dos jornalistas brasileiros, tendo como recorte geográfico os profissionais que atuam nas

cidades de Natal e Brasília? Sendo assim, procurar responder este questionamento é o guia da nossa pesquisa.

Assim, nos propomos a desenvolver uma pesquisa no campo do Jornalismo com interface com o da Saúde, elencando como conceitos-chave da pesquisa: as condições de trabalho dos jornalistas, a precarização da profissão de jornalista, as mudanças estruturais no jornalismo, os estudos sobre o trabalho, o jornalista enquanto trabalhador, as consequências do trabalho na saúde do trabalhador e a qualidade de vida no trabalho do jornalista.

Pretendemos caracterizar as condições de trabalho dos jornalistas brasileiros, tendo como recorte geográfico estas duas cidades; desenvolver indicadores da precarização da profissão de jornalista no Brasil; identificar doenças laborais que podem acometer os jornalistas, tanto por pesquisa bibliográfica, quanto por pesquisa de campo; elaborar indicadores para o estudo da saúde e da QVT de jornalistas, tendo em vista as limitações de formação, pois alguns procedimentos de saúde são de execução exclusiva de profissionais habilitados na área; e entender como é a profissão de jornalista em distintas cidades de diferentes regiões do Brasil.

Na pesquisa, selecionamos uma tríade metodológica composta pela etnometodologia, análise da conversa e entrevista em profundidade. Estas três abordagens focam no "ouvir" e corroboram com a ideia que desenvolvemos de autopercepção da saúde, o que de certa forma soluciona algumas limitações da interface com a saúde, tendo em vista se tratar de uma investigação desenvolvida por jornalistas.

## 3. CONDIÇÕES DE TRABALHO E PRECARIZAÇÃO DA PROFISSÃO

Consideramos que condições de trabalho são os elementos físicos e psíquicos oferecidos pela instituição e pelo empregador que permitem um trabalhador executar suas tarefas da melhor e mais adequada forma possível, sem prejuízos ou dificuldades externas às suas competências.

Para Ferreira (2012), as condições de trabalhos

e o suporte organizacional são compostas por cinco elementos: equipamentos arquitetônicos (pisos, paredes, teto, portas, janelas, decoração, arranjos físicos e layout), ambiente físico (espaço de trabalho, iluminação, temperatura, ventilação, acústica), instrumental (ferramentas, máquinas, aparelhos, dispositivos informacionais, documentação, postos de trabalho, mobiliário complementar), matéria-prima (materiais, bases informacionais) e suporte organizacional (informações, suprimentos, tecnologias, políticas de remuneração, de capacitação e de benefícios).

Juntamente com a organização do trabalho, as relações socioprofissionais de trabalho, o reconhecimento e crescimento profissional e o elo entre trabalho e vida social, as condições de trabalho e o suporte organizacional compõem os fatores de vivência de bem-estar e mal-estar no trabalho (FERREIRA, 2012).

Quando essas condições estão abaladas, acreditamos que há uma precarização. Sendo assim, entendemos por precarização laboral um conjunto de fatores relativos às condições de trabalho que faz com que a prática profissional apresente dificuldades no seu pleno exercício. Sustentamos a visão de que a precarização do trabalho jornalístico vem sendo reforçada desde o surgimento da profissão, entretanto iremos discutir sobre o tema futuramente.

Para Duarte (2004), a precarização laboral expressa a dinâmica de um fenômeno de transições e exposição aos diferentes riscos associados às dinâmicas atuais do mercado de trabalho. A autora relaciona esta questão aos vínculos contratuais instáveis e também às mudanças organizacionais constantes e irregularidade crescente dos horários e das remunerações, mesmo tendo por base vínculos contratuais estáveis.

Druck (2011, p. 37) aponta que “a precarização social do trabalho é um novo e um velho fenômeno, por que é diferente e igual, por que é passado e presente e por que é um fenômeno de caráter macro e microsocial”. Franco, Druck e Seligmann-Silva (2010) acreditam que para entendermos como se dá o processo de precarização do trabalho podemos distinguir três dimensões: vínculos de trabalho

e relações contratuais; organização e condições de trabalho; e precarização da saúde dos trabalhadores.

Segundo Hirata (2011), o trabalho precário provoca a intensificação do trabalho, pois os trabalhadores estáveis se sentem ameaçados pelos desempregados - estando estes implicitamente dispostos a aceitar condições de trabalho e salariais mais difíceis.

Ao mesmo tempo, essa intensificação é também o resultado das novas formas de organização do trabalho e da produção. Trata-se de organizações flexíveis do trabalho e da produção, essenciais para a própria reprodução do sistema de trabalho e de emprego no momento atual (HIRATA, 2011, p. 18).

Druck (2011) mapeou seis tipos de precarização do trabalho oriundos do contexto brasileiro. Com relação ao primeiro tipo, que diz respeito à vulnerabilidade das formas de inserção e desigualdades sociais, ela destaca não somente o índice de desemprego, mas também a informalidade - e conseqüentemente o fato de que trabalhadores sem carteira assinada geralmente não contribuem para a previdência social, ou seja, não tem nenhuma proteção social e trabalhista -, os baixos níveis de rendimento e produtividade, a alta rotatividade nos empregos e a alta desigualdade entre diferentes grupos - especialmente mulheres e população negra.

O segundo tipo versa sobre a intensificação do trabalho, que tem como característica a imposição de metas inalcançáveis, a extensão da jornada de trabalho e a polivalência; e sobre a terceirização, situação na qual os trabalhadores estão submetidos a tipos de contrato, remuneração, condições de trabalho, saúde e representação sindical precários. Segundo Druck (2011), estas condições estão associadas a formas de abuso de poder, como a imposição do medo e o assédio moral.

O terceiro tipo de precarização envolve a insegurança (reforçada pela falta de treinamento e disseminação de informações sobre riscos e pela ausência de medidas preventivas coletivas etc.) e a saúde no trabalho, itens que têm como indicadores os crescentes números de acidentes de trabalho no país. A quarta modalidade está relacionada à perda das identidades individual e coletiva ocasionada pelo isolamento e a

perda de enraizamento. Este tipo de precarização é fruto da condição de desempregado e da ameaça de perda de emprego - uma das estratégias de dominação no âmbito do trabalho.

O quinto tipo, fragilização da organização dos trabalhadores, pode ser identificado na escassez ou dificuldade de organizações sindicais e similares se manterem e aglutinarem adeptos e na diminuição de greves, apesar de crescerem os itens de reivindicações dos trabalhadores. O último tipo diz respeito à condenação e descarte do Direito do Trabalho. Segundo a autora, o mercado insinua uma crise do Direito do Trabalho, pondo em xeque as leis trabalhistas com vistas à flexibilização do trabalho.

Nossa investigação tem tantas aderências aos seis tipos de precarização propostos pela autora que não podemos escolher um tipo preponderante no objeto de estudo. Entretanto, elencamos alguns fatores de precarização do trabalho jornalístico que em vários aspectos corroboram com os tipos apresentados pela autora: as longas, intensas e irregulares jornadas de trabalho; o acúmulo de funções oriundo da popularização da tecnologia na última década; a baixa remuneração e os frágeis vínculos de trabalho, especialmente a terceirização, a pejotização e a questão da rotatividade de empregos; os crescentes casos de violência contra jornalistas - tendo em vista que o Brasil já é o país com o maior número de jornalistas mortos nas Américas (BBC, 2014) - e a diminuição da liberdade de imprensa (FENAJ 2015, 2016b). Acreditamos que todos esses fatores interferem diretamente a saúde dos jornalistas e são índices da precarização da profissão.

Destacamos que a ideia de precarização da profissão de jornalista não é recente. No contexto europeu, Accardo (1998) aponta que os efeitos da precariedade e da proletarização dos chamados “trabalhadores-jornalistas” resultam em um empobrecimento material (diminuição do poder de compra, endividamento crescente, deterioração das condições de vida) e em problemas de ordem psicológica, como o estresse.

Tratando de uma realidade brasileira, Sant’Anna (2009, p. 16) relata que os veículos de comunicação

brasileiros “reduziram suas equipes, eliminaram coberturas jornalísticas setorializadas, dispensaram os profissionais”, enquanto que Marcondes Filho (2009) ressalta que o jornalista teve seu trabalho aumentado com as tecnologias, passou a ter mais atribuições, o contingente nas redações foi reduzido, o prestígio diminuiu, a responsabilidade aumentou e, hoje, qualquer um pode exercer a profissão. Segundo o autor, este conjunto contribui para a precarização profissional, posição que endossamos.

Para Fígaro (2013), as mudanças no mundo do jornalista aconteceram sobretudo nos últimos 20 anos. “As mudanças tecnológicas apropriadas no fazer jornalístico redesenharam as maneiras de se trabalhar. As redações ganharam outro formato, outro ritmo, muitas profissões desapareceram” (FÍGARO, 2013, p. 07).

Nos atendo ainda à questão da tecnologia, corroboramos com Heloani (2006) no tocantes das supostas vantagens das tecnologias: elas vieram acompanhadas de cargas excessivas de trabalho, invasão da vida pessoal e desconfortos físicos como olhos irritados, dores no pescoço e nas costas, lesões por esforços repetitivos. “As organizações, pressionadas pelo processo de globalização, substituem cada vez mais o homem pela máquina, implementam novas tecnologias e obrigam o jornalista a adaptar-se freneticamente a elas” (HELOANI, 2006, p. 192).

Renault (2013), referindo-se às redações, expressa uma das conseqüências do que ele chama de convergência jornalística, que fazem com que o jornalista produza conteúdos diversos a serem distribuídos em múltiplas plataformas.

O que se vê hoje é um mesmo profissional exercendo múltiplas funções, o jornalista multimídia, acossado por uma maior carga de trabalho e rigorosa pressão para cumprir os diversos prazos de forma a atender aos serviços especializados para assinantes e aos próprios sites dos jornais, além dos impressos no dia seguinte (RENAULT, 2013, p. 467).

Silveira (2010, p. 89) considera que devido ao fato de que os jornalistas do Brasil “enfrentam um processo de precariedade nas condições de trabalho e de remuneração, talvez poucas vezes visto no mercado

convencional, eles têm sido hábeis em encontrar saídas que lhes permitam viver com menos privações”. Uma dessas saídas citadas pelo autor é justamente a múltipla jornada de trabalho, que implica em uma carga horária excessiva de trabalho.

Lima (2015) aponta cinco indicadores da precarização do trabalho: a jornada de trabalho excessiva, a intensidade do trabalho, o vínculo precário, o salário e os indícios de multifunção. Para o autor, “os jornalistas brasileiros vivem uma gravíssima situação de adoecimento, gerada por uma combinação de todos esses fatores” (LIMA, 2015, p. 223).

#### 4. SAÚDE E QUALIDADE DE VIDA DO JORNALISTA

A saúde do jornalista é um tema corriqueiro em debates no âmbito dos sindicatos da classe, porém não frequente em pesquisas acadêmicas, salvo raras exceções, como é o caso das pesquisas de Aguiar (1996), Heloani (2003, 2006), Ribeiro (2001) e Reimberg (2015).

O Sindicato dos Jornalistas do Ceará realizou em 2010 uma pesquisa sobre a saúde e qualidade de vida e de trabalho dos jornalistas nas redações dos jornais impressos O Estado, O Povo e Diário do Nordeste e constatou que 61,39% dos trabalhadores que responderam o questionário apresentam problemas de saúde oriundos do trabalho, como dores nas costas, pescoço e articulações, seguidos de estresse, ansiedade, problemas de visão, dores nos braços, pernas e articulações, dores de cabeça, depressão e palpitações (SINDJORCE, 2010).

O Sindicato de Jornalistas da Bahia defende que os jornalistas podem ser os profissionais com a saúde mais afetada, afirmação à qual não podemos endossar no estágio atual da pesquisa. O Sindicato aponta que “dores nas costas, na cabeça, L.E.R., insônia, gastrite, depressão, fadiga visual são alguns problemas motivados pelo estresse que comprometem a saúde dos jornalistas devido ao conturbado e alucinante dia-a-dia nas redações” (SINJORBA, 2015, p. 01).

O Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal lançou em 2016 uma campanha contra assédio moral

no ambiente de trabalho jornalístico. Na ocasião, lançou uma cartilha sobre o tema (SJPDF, 2016), orientando os jornalistas a denunciar os casos e chamando atenção para este grave problema de saúde mental.

Antunes (2009) aponta uma direção ao dizer que o trabalho é uma atividade vital, podendo trazer felicidade social ou não, ter um sentido ou não. “Mais do que nunca, bilhões de homens e mulheres dependem exclusivamente de seu trabalho para sobreviver e encontram cada vez mais situações instáveis, precárias, quando não existentes de trabalho” (ANTUNES, 2009, p. 11).

Dejours (1992) apresenta os sofrimentos e prazeres que o trabalho pode causar, a busca pelo significado, pela motivação e pela satisfação. Ele divide as doenças oriundas do trabalho em duas categorias, doença mental e doença somática.

Voltando-nos especificamente ao caso dos jornalistas, Heloani (2003) cita resultados de pesquisas da OIT, em parceria com sindicatos de jornalistas, que demonstraram tendências para a profissão: “devido às doenças insidiosas e, portanto, de difícil diagnóstico precoce, parte significativa desses profissionais não alcança sequer a aposentadoria” (HELOANI, 2003, p. 20).

Em pesquisa com ênfase nos aspectos psicológicos, psicopatológicos e psicossomáticos relacionados ao exercício do trabalho jornalístico, Heloani (2003) cita uma série de implicações do trabalho jornalístico na qualidade de vida destes profissionais. Ele aponta que os profissionais mais afetados por problemas de QVT geralmente são “fracassados” no que diz respeito à vida afetiva e familiar e no cuidado com a saúde.

Para Reimberg (2015) é evidente que os jornalistas gostam muito do que fazem e isso impede de lutar por melhores condições de trabalho. “Os jornalistas sofrem ao cumprir longas jornadas de trabalho, fazer plantões, não ter a compensação de horas ou o pagamento de horas extras devidos e há casos em que não são contratados conforme a CLT” (REIMBERG, 2015, p. 352). Ao tratar dessa devoção do jornalista à sua profissão, Ribeiro (2001) a chama de “a religião do jornalismo”.

Nogueira (2012) aponta que a profissão de jornalista é propícia a aquisição ou intensificação de distúrbios mentais ao logo da carreira, devido ao desgaste profissional desta ocupação. Ele aponta que a depressão, ansiedade, estresse, sintomas pós-traumáticos e Burnout - síndrome cujos estudos começaram mais recentes - são constantemente associados ao jornalista, especialmente aos que trabalham em veículos tradicionais (jornal, rádio e TV). Ele atribui esse problema às mudanças que a profissão sofreu nos últimos anos.

Antigamente, as redações de jornais eram lotadas quando havia jornalistas especializados, onde cada um era responsável por uma editoria. Hoje, o que percebemos são redações cada vez mais enxutas, onde o jornalista exerce várias funções, ou seja, “assovia e chupa cana ao mesmo tempo”, o que faz com que o profissional fique mais angustiado e ansioso (NOGUEIRA, 2012, p. 37).

Em uma visão semelhante, Heloani (2003) aponta que as novas tecnologias implantadas nas redações têm influenciado no desenvolvimento de estresse, além de distúrbios osteomusculares relacionados ao trabalho (DORT), como as lesões por esforços repetitivos (L.E.R.). Tudo isso influi na qualidade de vida no trabalho do jornalista.

Nesse contexto, o autor aponta oito categorias de QVT: remuneração justa e adequada, condições de trabalho, desenvolvimento de capacidades, oportunidade de crescimento, integração social, constitucionalismo, equilíbrio entre vida e trabalho e relevância social do trabalho na vida.

Para Ferreira (2012), apesar da QVT ser estudada por diferentes perspectivas, a visão mais corriqueira é a denominada por ele como assistencialista hegemônica. Esta prática visa atingir uma boa qualidade de vida no trabalho por meio da restauração corpórea, focando em serviços e atividades cujos focos são a produtividade da organização e o indivíduo a ser “reeducado”.

Este formato é, obviamente, estressante e gerador de tensões: dá-lhe, então, a “pílula QVT” como remédio para a restauração corpórea. Pode-se afirmar, desde já, que os programas e práticas de QVT destacados caracterizam, desta maneira, formas de dominação própria do capi-

talismo moderno em que a maximização da produtividade permanece o objetivo central (FERREIRA, 2012, p. 96).

Em sua proposta centrada no olhar dos trabalhadores, o autor propõe que é essencial o conhecimento profundo do contexto de trabalho e da avaliação dos trabalhadores para que se consiga agregar a qualidade de vida ao trabalho. A visão auto denominada contra-hegemônica de Ferreira (2012) tem como objetivo alcançar três dimensões: vigilância em saúde e segurança, assistência psicossocial aos trabalhadores e promoção do bem-estar no trabalho.

As reverberações das condições do trabalho jornalístico na saúde mental e física dos trabalhadores não são uma preocupação exclusiva no âmbito de pesquisas brasileiras. Herbert (2001), ao falar das questões da prática dos repórteres em uma visão global, indica que um dos maiores problemas desse tipo de trabalho é o esgotamento e aponta que o exercício profissional pode inclusive causar traumas, como é o caso de cobertura de guerras e desastres.

Apontamos uma forte relação entre o conceito de precarização da profissão de jornalista com o de crise no jornalismo, mas de antemão destacamos que não corroboramos com uma visão simplista de uma crise eterna. Para autores como Barsotti (2014), o jornalismo é atravessado pela crise da modernidade. A autora acredita que “vivemos sem utopias em um espaço público esvaziado, em que predominam os valores individuais, o encerramento em comunidades e a intensificação do presente” (BARSOTTI, 2014, p. 30).

Ela demonstra que a crise do jornalismo é anterior à internet, porém esta acelerou o processo. Com ênfase nos jornais, ela destaca a circulação em queda (em detrimento ao aumento no número de jornais), o encolhimento da receita publicitária, os cortes nas redações e a expansão rumo aos meios digitais.

A autora acredita que a atual fase do jornalismo, que corresponde ao da era eletrônica, põe em xeque a profissão de jornalista, mas que no fim das contas torna-o mais necessário. Barsotti (2014) não tem pretensão de atribuir as mudanças no campo do jornalismo exclusivamente ao avanço das novas tecno-

logias digitais, mas destaca a importância de observarmos esta dinâmica.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Almejamos neste artigo apresentar um relato da pesquisa de doutorado intitulada “O impacto das condições de trabalho na saúde e na qualidade de vida do jornalista”, desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, focando nas escolhas teóricas realizadas.

Apresentamos a contextualização do problema de pesquisa e uma breve revisão bibliográfica sobre os principais temas-chave da investigação: condições de trabalho, precarização da profissão, saúde e qualidade de vida no trabalho.

Consideramos que investigar sobre as condições de trabalho dos jornalistas é uma das chaves para entender a prática profissional deste ramo no contexto contemporâneo. A partir deste ponto, acreditamos que fica mais evidente a precarização pela qual passa a profissão. Já deixamos evidente que tal processo não é recente, mas se intensificou nas últimas décadas.

Nos interessa saber as reverberações dessas condições de trabalho na saúde e na qualidade de vida no trabalho dos jornalistas, sendo assim é essencial que possamos entender as dinâmicas do campo da Saúde no que tangem esses dois temas, apesar das limitações do nosso lugar de fala.

A partir de dados empíricos que serão levantados por meio da pesquisa de campo poderemos ir mais a fundo nessa temática, podendo fazer afirmações mais profundas sobre o que acreditamos ser um tema de relevância social.

## REFERÊNCIAS

ACCARDO, Alain. *Les journalistes précaires*. Paris: Le Mascaret, 1998.

AGUIAR, Ronan. *Stress e violência no lead da notícia*. Brasília: FENAJ, 1996.

ANTUNES, Ricardo. *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2009.

BARSOTTI, Adriana. *Jornalista em mutação: do cão de guarda ao mobilizador de audiência*. Florianópolis: Insular, 2014.

BBC. *Brasil é 1º em mortes de jornalistas nas Américas, diz ONG*. Publicado em 12 fev. 2014. Disponível em: <[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/02/140212\\_jornalistas\\_brasil\\_df](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/02/140212_jornalistas_brasil_df)>. Acesso em 28 abr. 2016.

BRASIL. Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943.

BULHÕES, Juliana. *Perspectivas da prática profissional do jornalista assessor de imprensa: o ethos, a identidade e as reflexões deontológicas no contexto da atuação simultânea em redações e assessorias de imprensa de Natal-RN*. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014.

DEJOURS, Christophe. *A loucura do trabalho: estudo de psicopatologia do trabalho*. 5. ed. São Paulo: Cortez-Oboré, 1992.

DRUCK, Graça. Trabalho, precarização e resistências: novos e velhos desafios? *Caderno CRH*, Salvador, v. 24, n. 1, pp. 37-57, 2011.

DUARTE, Ana Maria. *Precariedade e identidades: questões para uma problemática*. In: Actas dos ateliers do V Congresso Português de Sociologia. Atelier: Mercados, Emprego e Trabalho. Universidade do Minho, 2004.

ESTADÃO. São Paulo e Brasília são as cidades mais caras do País. 24. abr. 2014. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,sao-paulo-e-brasilia-sao-as-cidades-mais-caras-do-pais-imp-,1157845>>. Acesso em 11 jul. 2016.

FENAJ. Piso salarial. Disponível em: <<http://www.fenaj.org.br/pisosalarial.php>>. Acesso em 12 abr. 2016a.

FENAJ. *Violência contra jornalistas e liberdade de*

*imprensa no Brasil: relatório 2014*. Brasília: FENAJ, 2015.

FENAJ. *Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil: relatório 2015*. Brasília: FENAJ, 2016b.

FERREIRA, Mário César. *Qualidade de vida no trabalho: uma abordagem centrada no olhar dos trabalhadores*. 2. ed. Brasília: Paralelo 15, 2012.

FÍGARO, Roseli. Perfis e discursos de jornalistas no mundo do trabalho. In: FÍGARO, Roseli; NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista*. São Paulo: Atlas, 2013.

FRANCO, Tânia; DRUCK, Graça; SELIGMANN-SILVA, Edith. As novas relações de trabalho, o desgaste mental do trabalhador e os transtornos mentais no trabalho precarizado. *Revista brasileira de Saúde ocupacional*, n. 35, v. 122, p. 229-248, São Paulo, 2010.

HELOANI, José Roberto. *Mudanças no mundo do trabalho e impacto na qualidade de vida do jornalista*. São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, NPP – Série Relatórios de Pesquisa – Relatório 12/2003.

HELOANI, Roberto. O trabalho do jornalista: estresse e qualidade de vida. *Interações*, v. 12, n. 22, pp. 171-198, 2006.

HERBERT, John. *Practising Global Journalism: Exploring Reporting Issues Worldwide*. Boston: Focal Press, 2001.

HIRATA, Helena. Tendências recentes da precarização social e do trabalho: Brasil, França, Japão. *Caderno CRH*, v. 24, n. spe 01, p. 15-22, Salvador, 2011.

LIMA, Samuel Pantoja. *A precarização do trabalho e a saúde dos jornalistas brasileiros*. In: Anais do III Mejor - Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo: os silêncios do Jornalismo. Florianópolis, 2015.

MAIA, Kênia; FEMINA, Cleber. Os valores profissionais dos estudantes da UFRN: comunicação corporativa, entretenimento e jornalismo. *Revista*

*Brasileira de Ensino de Jornalismo*, Brasília, v. 2, n. 11, p. 82-94, 2012.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões*. São Paulo: Paulus, 2009.

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. *Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012*. Florianópolis: Insular, 2013.

NOGUEIRA, João Vicente. *A Síndrome de Burnout na rotina dos jornalistas*. (Monografia). Trabalho de conclusão do curso de Comunicação social - Jornalismo do Centro Universitário do sul de Minas. Varginha, 2012.

PNUD. *Brasília*. Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Disponível em: <[http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil\\_m/brasilia\\_df](http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/brasilia_df)>. Acesso em 27 abr. 2016b.

PNUD. *Natal*. Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Disponível em: <[http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil\\_m/natal\\_rn](http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/natal_rn)>. Acesso em 27 abr. 2016a.

REIMBERG, Cristiane Oliveira. *O exercício da atividade jornalística na visão dos profissionais: sofrimento e prazer na perspectiva teórica da psicodinâmica do trabalho*. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

RENAULT, David. *A convergência tecnológica e o novo jornalista*. In: Anais do Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo, 2013.

RIBEIRO, Jorge Cláudio. *Sempre alerta: condições e contradições do trabalho jornalístico*. 3. ed. São Paulo: Olho D'água, 2001.

SANT'ANNA, Francisco. *Mídia das Fontes: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro. Um olhar sobre a ação midiática do Senado Federal*. Brasília:

Senado Federal, 2009.

SILVA, Cláudio Marcos. *A precarização da atividade jornalística e o avanço da pejotização*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

SILVEIRA, José Ricardo. *O jornalista na comunicação das organizações: cultura profissional e auto-percepção*. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

SINDJORCE. *Pesquisa do Sindjorce alerta sobre condição de trabalho nas redações*. Publicado em 18 out. 2010. Disponível em: <<http://www.sindjorce.org.br/blog/sindjorce-noticias/categoria/sem-categoria/pesquisa-do-sindjorce-alerta-sobre-condicao-de-trabalho-nas-redacoes>>. Acesso em 14 set. 2014.

SINJORBA. *Saúde dos jornalistas*. Disponível em: <<http://www.sinjorba.org.br/entrevista04.php>>. Acesso em 14 set. 2014.

SJPDF. *Assédio moral: uma violência que não pode ser silenciada*. Cartilha. Brasília: SJPDF, 2016.

**Recebido em 16 de maio de 2016.**

**Aprovado em 18 de julho de 2016.**



## Seane Alves Melo

Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA – USP, onde desenvolveu a pesquisa Discursos e práticas: um estudo do jornalismo investigativo no Brasil.

E-mail: seanemelo@gmail.com.

# Da grande reportagem ao escândalo político: os percursos do jornalismo investigativo no Brasil

### Resumo

Neste trabalho, levantamos definições e referências ao jornalismo investigativo em obras teóricas de jornalismo desenvolvidas por autores brasileiros a fim de identificarmos algumas das apropriações do discurso do “jornalismo investigativo” em nosso país e os contextos sociais em que estas aparecem com mais intensidade. Identificadas as apropriações, discutimos se é possível definir o jornalismo investigativo em virtude da instância enunciativa, do modo discursivo, do conteúdo temático e do dispositivo; bem como propomos uma definição de caráter relacional.

**Palavras-chave:** Jornalismo Investigativo; Apropriações; Discurso; Definição.

### Abstract

In this paper, we analyze definitions and references to investigative journalism in theoretical journalism articles developed by Brazilian authors in order to identify some of the speech uses of “investigative journalism” in our country and the social contexts in which they appear with more intensity. Identified appropriations, we discuss whether it is possible to define investigative journalism based on the enunciative instance, in the discursive mode, the thematic content and the device; as well as we propose a definition of relational nature.

**Keywords:** Investigative journalism; Appropriations; Discourse; Definition.

## 1. PERCORRENDO AS APROPRIAÇÕES DO DISCURSO SOBRE O JORNALISMO INVESTIGATIVO

As reflexões que esse artigo apresenta se inserem no contexto mais amplo de uma pesquisa de mestrado, intitulada *Discursos e práticas: um estudo do jornalismo investigativo no Brasil*, que analisou os discursos sobre o jornalismo investigativo brasileiro, com especial destaque para aqueles que buscam ou buscaram defini-lo e estabelecer características, métodos e agendas próprios dessa especialidade jornalística. Nosso intuito era entender como o jornalismo investigativo é (e vem sendo) definido no país e as condições que possibilitaram a emergência desses discursos.

A reunião de discursos e práticas distintos sob o grande guarda-chuva que parece ser a expressão “jornalismo investigativo” cria grandes dificuldades para a compreensão de sua ocorrência em nosso país. Como parte de nosso trabalho de pesquisa, recorremos a livros de cunho teórico ou acadêmico que tratam do jornalismo investigativo para identificar diferentes definições da especialidade. Inicialmente, nosso corpus correspondia a obras nacionais (Christofoletti e Karam, 2011; Fortes, 2008; Lopes e Proença, 2003; Molica, 2005 e 2007; Nascimento, 2010; Sequeira, 2005) e internacionais (Burgh, 2008; Chalaby, 2004; Hillstrom, 2010; Hunter, 2014; Marchetti, 2000; Protess et al, 1991; Waisbord, 2000) dedicadas especificamente ao jornalismo investigativo. Porém, nesse caminho, acabamos por descobrir outras obras, não diretamente voltadas para o estudo ou a conceituação deste subcampo<sup>1</sup>, que já o mencionavam. É o caso dos livros a que nos referimos nesse artigo.

<sup>1</sup> Utilizamos a denominação subcampo para nos referirmos ao jornalismo investigativo à exemplo de Marchetti (2000), que, por sua vez, se baseia na obra de Bourdieu. A definição de campo em Bourdieu “designa um espaço social relativamente autônomo, estruturado por jogos de rivalidade cujo limite é uma adesão comum dos participantes ao que ela implica e a seus valores”, (Neveu, 2006, p. 65). E, por mais que a autonomia do jornalismo seja posta em questão, Neveu (2006) acredita que é possível entender o jornalismo como campo devido a existência de um certo consenso entre diferentes agentes nesse espaço (da atividade a serviço do público, por exemplo), além de institucionalizações por quadros jurídicos e regras pragmáticas (como os critérios de seleção de fatos, personagens e imagens).

A partir dessa descoberta, tentamos isolar as apropriações da expressão “jornalismo investigativo” em diferentes contextos. Como resultado, acreditamos que foi possível perceber pelo menos três usos diferentes dessa especialidade jornalística: ora ela aparece como sinônimo de grande reportagem, ora está identificada com o jornalismo policial, ora se refere quase exclusivamente aos escândalos políticos. Esses deslocamentos de sentido, que por vezes são muito sutis e não são necessariamente lineares, nos dão pistas para uma análise das transformações e disputas dentro do próprio campo jornalístico que implicam em diferentes definições para o jornalismo investigativo.

Visto que um trabalho que tivesse a pretensão de traçar uma espécie de arqueologia do “jornalismo investigativo” deveria contar com um trabalho de pesquisa muito mais extensivo em toda a bibliografia sobre o jornalismo produzida no Brasil, estamos cientes de que nossa tentativa não pode ser tomada como uma generalização, mas, ainda assim, nos permite lançar algumas reflexões sobre os sentidos que já foram colados à expressão enquanto significante. 177

## 2. JORNALISMO INVESTIGATIVO E A GRANDE REPORTAGEM

No Brasil, o primeiro uso da expressão (que pudemos identificar em nossa revisão bibliográfica) está na obra de Dines, *O papel do jornal*, publicada em 1974. Neste livro e em outras obras teóricas (Faro, 1999), encontramos o uso da expressão “jornalismo investigativo” em referência a um passado de excelência jornalística. Ao tratar da crise do papel jornal, por exemplo, Dines (1986: 87) entende o jornalismo investigativo como fórmula antiga ou algo que sempre foi o forte dos jornais combativos. Em seu texto, constatamos que o autor não identifica a objetividade – entendida como orientação metodológica que marca a profissionalização jornalística – como condição para o jornalismo investigativo. Pelo contrário, o engajamento parece ser a condição primordial. Tampouco a autonomia é posta em questão. Dines acredita que é possível praticar jornalismo investigativo desde que se procurem os assuntos que passem pelas limitações da censura política do regime ditatorial brasileiro.

Em outra ocasião, Dines reforça novamente essa compreensão do jornalismo investigativo como tradição e forma de luta, ao declarar que o “gênero investigativo foi sendo abandonado, aos poucos, pela imprensa brasileira, justamente quando os grandes jornais preferiram a linha ‘empresarial’, que consiste basicamente em informar sem *comprometer-se*”, (Dines, 1986, p. 91, grifos nossos). No entanto, apesar de defender que o jornalismo investigativo estava em processo de abandono, o autor não apresenta uma definição exata do que seria esse “gênero investigativo”. Quando tenta caracterizá-lo, acaba por identificá-lo com o jornalismo interpretativo:

O jornalismo investigativo não é apenas jornalismo de sensações ou de escândalos. Relaciona-se com o jornalismo interpretativo ou analítico, pois, ao inquirir sobre as causas e origens dos fatos, busca também a ligação entre eles e oferece a explicação de sua ocorrência. Ao praticá-lo, necessariamente, não se obriga a postura de denúncia (Dines, 1986, p. 92).

178 Faro (1999), em estudo sobre os três primeiros anos da revista *Realidade*, identifica o jornalismo investigativo com a grande reportagem. O autor procura fundamentar as características do jornalismo praticado naquela revista na própria atividade intelectual do período, que, segundo defende, era inseparável do ativismo político.

Na época indicada [1966-1968], a revista *Realidade* teve condições de ser produzida em toda a sua plenitude, havendo mesmo condições conjunturais, tanto no plano político como no plano cultural, para que se colocasse em prática o estilo de jornalismo investigativo que denunciava as mazelas sociais do país (Faro, 1999, p. 20).

Ao identificar o jornalismo investigativo com a grande reportagem, o autor dá margem para que se interprete a produção de *Realidade* e da imprensa alternativa como exemplos de jornalismo investigativo. Faro não desconsidera que o jornalismo praticado pela revista e pelos veículos alternativos era marcadamente engajado. Para ele, isso contribuiu para que a reportagem tivesse “uma dimensão reveladora, além dos padrões da objetividade informativa” (Faro, 1999, p. 19).

As interpretações dos dois autores brasileiros são interessantes na medida em que indicam a presença do discurso sobre o “jornalismo investigativo” em nosso país já na década de 1970<sup>2</sup>, bem como a fragilidade definicional que marca esta especialidade até os dias de hoje no Brasil.

Também é necessário destacar o conteúdo associado às reportagens investigativas. Se na fala dos ambos, o jornalismo investigativo está associado com a reportagem de mazelas sociais (pressupondo que esses sejam os assuntos permitidos pelo regime aos quais se refere Dines), posteriormente, nas obras dedicadas ao assunto, ele aparecerá predominantemente relacionado à corrupção política e infração dos direitos humanos pela polícia.

Tomando como referência a bibliografia que utilizamos para fazer este trabalho, é nos anos 2000 que é publicada a maior parte das obras sobre jornalismo investigativo no Brasil, especialmente a partir de 2002, após o assassinato do jornalista Tim Lopes. Também datam desse período, a criação da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), em 2002, e a publicação de coletâneas de reportagens para uma coleção de jornalismo investigativo da Editora Record em parceria com a mesma associação.

Nesse período, diferentemente do que constatamos na leitura das obras de Dines e Faro, não ocorre a ênfase em uma relação direta entre jornalismo e grande reportagem. Ainda que o trabalho jornalístico investigativo siga sendo associado com a reportagem ou com séries de reportagens, a referência à *Revista Realidade* e aos veículos alternativos se torna cada vez mais rara. Além disso, outras diferenças vão aparecendo. Por mais que não se renegue o jornalismo engajado dos jornalistas pré-profissionalização e por mais que o discurso do jornalismo investigativo sempre apareça atrelado à ideia de uma tradição jornalística, a citação de métodos e técnicas de apuração e o reforço do papel ativo do repórter, que sempre aparece vinculado com uma discussão de limites éticos, passam a preponderar nas obras.

<sup>2</sup> Apesar da referência utilizada nesse artigo ser de 1986, o livro de Dines foi originalmente publicado em 1974.

### 3. JORNALISMO INVESTIGATIVO E JORNALISMO SOCIAL

A referência à ação de investigar que compõe o termo “jornalismo investigativo” talvez seja a principal responsável pela associação quase imediata que se faz entre investigação jornalística e crime e, portanto, entre jornalismo investigativo e policial. Porém, partindo para um exame mais aprofundado, identificamos que as associações não param por aí. Mais que isso, podem ser encontradas em todas as (tentativas de) definições dessa especialidade jornalística e compõem a identidade do repórter investigativo. Fernanda Lopes já chamava atenção para o imaginário que se criava do jornalista a partir do jornalismo investigativo: “O trabalho de investigação carrega a imagem de um profissional com o dever de seguir *pistas* para desvendar algo encoberto ou averiguar se outros agentes sociais estão agindo corretamente”, (Lopes, 2013, p. 110, grifos nossos).

A menção a pistas e rastros e a implicação entre investigação e descoberta/revelação levaram alguns estudiosos da Comunicação a identificarem a atuação do repórter investigativo como a de um detetive, atribuindo a ele o mesmo processo de raciocínio encontrado nos personagens de romances policiais, como Sherlock Holmes. Em geral, essas análises estão fundamentadas no pensamento de C. S. Peirce, especialmente na sua tricotomia (abdução, dedução e indução) que descreve a construção do conhecimento científico.

A associação entre o repórter investigativo e o detetive (ou entre os métodos de investigação que ambos utilizam), porém, não é feita apenas pelos teóricos, mas também pelos próprios jornalistas. Ademais, ainda identificamos a existência de uma obra inteiramente dedicada à reportagem policial, *50 anos de crimes: reportagens policiais*, dentro da série de Jornalismo Investigativo editada pela Abraji e pela editora Record.

Ao analisar a cobertura do assassinato do prefeito Celso Daniel, Eduardo Correia (2012) desenvolve um argumento que nos ajuda a fornecer uma primeira explicação para esta identificação entre investigação jornalística e policial. Para o autor, esta relação é

estabelecida em virtude da grande influência que as estórias policiais exerceram e exercem no nosso pensamento a partir da propagação do paradigma indiciário, que se firma nas ciências e nos outros campos sociais no final do século XIX.

Diante dos seus saberes profissionais, para o jornalista torna-se então mais fácil compor, dramaticamente, a tessitura da intriga da narração do caso pelo modelo das estórias criminais nos moldes da ficção. [...] E nada mais familiar na comunicação de massa do que intrigas costuradas em meio a roteiros policiais (Correia, 2012, p. 108).

Chamar atenção para a familiaridade da narrativa policial é providencial para a compreensão da apropriação do discurso do “jornalismo investigativo” como sinônimo de jornalismo policial. Em primeiro lugar, ela dá uma nova perspectiva para a menção recorrente que se faz a “procurar pistas”, “seguir rastros”, “desvendar um mistério” e “revelar o oculto”. Os próprios jornalistas reforçam essas ideias como forma de valorização da profissão ou de alguns recursos e conhecimentos acumulados ao longo de suas trajetórias profissionais. No caso de Percival de Souza, por exemplo – citado em pelo menos duas obras de jornalismo investigativo (LOPES; PROENÇA, 2003, SEQUEIRA, 2005) – isto pode ser ilustrado na defesa de que a técnica policial de investigação é indispensável para se obter bons resultados no trabalho jornalístico. Levando em consideração que este jornalista em particular é conhecido por anos de atuação como repórter de polícia do *Jornal da Tarde* e que realizou investimentos nessa área<sup>3</sup>, não surpreende que sua fala tenda a reforçar o imaginário do jornalista como detetive e a valorizar os saberes policiais que ele próprio detém. De forma semelhante, Antonio Carlos Fon, jornalista da mesma equipe de Percival de Souza no *Jornal da Tarde*, defende que:

A confusão entre Jornalismo Investigativo e reportagem policial existe porque, até meados da década de 1960, o Jornalismo Investigativo no Brasil estava, com raras exceções, confinado à reportagem policial. Somente após 1978, com a absorção das técnicas dos serviços de informação, é que o Jornalismo Investigativo se expandiu para as outras editorias (Merckx, 2003, p. 88).

<sup>3</sup> “estudou Direito, Criminologia, aspectos específicos da violência e do Direito Penal, ciência penitenciária, fármaco-dependência...” (Melo; Silva, 1991, p. 99).

A fala do jornalista, ao mesmo tempo em que marca uma tentativa de valorização profissional, pode ser reveladora de outro aspecto da herança do romance policial no jornalismo. Como já defendiam Ettema e Glasser (1988), as convenções narrativas do jornalismo servem para indicar os tipos de verdades que podem ser contadas e, analisando mais detidamente a coletânea de reportagens policiais organizada pela Abraji, percebemos que a narrativa jornalística policial veiculada dos anos 1950 até o fim da ditadura militar raramente tem a própria polícia no papel de vilã. Dos 19 casos selecionados para a coletânea, apenas quatro mencionam a polícia ou seus agentes no título e, em uma delas, ela não se encontra no papel de vilã (*Cara de cavalo: a perseguição e a morte do bandido que matou o policial*). A inclusão da polícia no lado de lá da narrativa do crime, porém, implica mudanças que, tomando como base a análise dessa coletânea, se refletem na própria prática profissional. Já na primeira reportagem, da década de 1990, presente no livro, que ainda não veicula denúncias sobre a polícia, o relato do jornalista assume um tom mais profissional, mencionando a diversidade de fontes consultadas e os diferentes momentos de apuração (ida a favela, ida a uma boca de fumo, entrevista de um traficante no presídio). As histórias que vem na sequência, então, passam a relatar as mesmas práticas, com um novo componente: para denunciar a polícia, o jornalista tem cada vez mais que recorrer a fontes fora da instituição.

As reportagens que denunciam a corrupção policial e, mais frequente, a ação violenta da instituição se aproximam das histórias seguintes da coletânea pelo fato de todas poderem ser caracterizadas como denúncias de infração dos direitos humanos. Esse tema é um dos que, como sugere Waisbord (2000), passa a predominar no jornalismo investigativo sul-americano e, por sua vez, data precisamente da década de 1990, quando os regimes militares haviam acabado na maior parte dos países e, portanto, havia mais autonomia e possibilidade de acesso a informações.

Outra mudança que podemos perceber nesta década, a partir do estudo da coletânea de reportagens policiais da Abraji, está na biografia dos jornalistas. Até os anos 1980, a biografia dos jornalistas cita

sua iniciação em jornais com idades de até 14 anos. Entretanto, a partir da biografia de Renato Garcia, responsável por uma série de reportagens sobre o narcotráfico em 1992, as biografias passam a incluir o ano de conclusão da graduação em jornalismo, um dos indicativos dos processos de profissionalização pelos quais o campo passou.

Em suma, a crença e a defesa de que o jornalismo policial foi a primeira forma de prática do jornalismo investigativo no Brasil, localizada em “meados dos anos 1960”, ou a confusão recorrente que se faz entre os dois discursos pode ser explicada por diversos aspectos. Seja pelas influências que estruturas narrativas do romance policial exercem sobre a produção cultural moderna, da qual o jornalismo é parte; seja pelas lutas internas ao campo e as tentativas de seus agentes de valorizar/consagrar determinados saberes; seja, ainda, pela posição de menor reconhecimento profissional que a editoria de polícia ocupava no campo jornalístico no período da ditadura militar, que pode ser ilustrada pelo seguinte comentário de Caco Barcelos:

Eu comecei nos anos mais negros da ditadura militar, durante o governo Médici. [...] Os censores controlavam sobretudo o noticiário das áreas de Política e Economia. Em poucos meses de trabalho deu para perceber que as notícias policiais não eram controladas com o mesmo rigor. E não só pelos censores. Também os patrões e os próprios jornalistas marginalizavam a atividade, tinham preconceito. E isso representava uma patrulha mínima, quase tudo passava sem cortes. A censura ou autocensura nessa área só era aplicada quando o assunto era repressão política. Dessa relativa liberdade de ação – embora não seja o único motivo – nasceu meu interesse pelas reportagens sobre violência e injustiça social (Paulics, 1991, p. 35).

Uma das explicações para a reportagem policial ter desfrutado de mais autonomia durante o período de repressão, novamente, diz respeito às verdades que poderiam ser contadas a partir daquele local de produção jornalística. O reposicionamento da instituição policial nas narrativas dessa área, portanto, marca também o reposicionamento dessas

reportagens em relação à esfera do poder<sup>4</sup>. A partir desta constatação, cabe a nós nos indagarmos se são os métodos profissionalizados e especializados do jornalismo que podem definir uma reportagem enquanto investigativa ou se essa definição não estaria profundamente relacionada com a posição da informação/conteúdo em relação às temáticas permitidas ou interdidas pela esfera do poder.

#### 4. JORNALISMO INVESTIGATIVO E ESCÂNDALOS POLÍTICOS

Tratar dessa terceira apropriação do “jornalismo investigativo” é, por um lado, mais simples, tendo em vista que, se pensarmos o jornalismo investigativo como aquele jornalismo que revela algo que alguém está tentando esconder ou como vigilante do poder, ele tende a estar muito relacionado com a política e com as ações dos agentes que se encontram em posição de poder; e, por outro, mais difícil, na medida em que ela é tão recorrente na bibliografia dessa especialidade que exigiria um trabalho ainda mais detido de coleta, seleção e análise, que não é possível incluir neste artigo.

Dessa forma, correndo o risco de sermos simplistas, pretendemos pontuar por meio da pesquisa realizada por Waisbord (2000), que, a partir da década de 1990, o jornalismo investigativo brasileiro deixa de ser exceção no cenário nacional e se desenvolve quase como um sinônimo de denúncias de corrupção política. Ainda que a redemocratização do país seja um fator determinante para isso, o foco do jornalismo investigativo brasileiro nas questões de corrupção de política também está inserido em um contexto de maior profissionalização do jornalismo, crescimento das assessorias de imprensa e precarização da profissão (pelas tentativas de redução de custo, baixa contratação de profissionais ou contratação de *freelancers*, PJs e estagiários). Esses processos são mencionados pelos jornalistas e teóricos da

<sup>4</sup> Em nossa pesquisa, optamos pela expressão “esfera do poder” para evitar que essa noção se tornasse sinônimo de “campo político”. No entanto, neste trabalho, entendemos “esfera do poder” no mesmo sentido que Bourdieu compreende “campo do poder”: “é o espaço das relações de força entre agentes ou instituições que têm em comum possuir o capital necessário para ocuparem posições dominantes nos diferentes campos”, (Bourdieu, 1996, p. 247).

área, em nossa bibliografia, desde a década de 1970, e podemos defender que o acionamento do discurso do jornalismo investigativo muitas vezes se justifica para marcar uma oposição em relação a esses processos.

A fim de observar a predominância da política no subcampo do jornalismo investigativo é possível observar, por exemplo, as trajetórias profissionais dos agentes que falam em nome da especialidade. De fato, muitos dos jornalistas chamados para os congressos e seminários de jornalismo investigativo promovidos pela Abraji atuam ou já atuaram nessa editoria, em São Paulo ou nas sucursais dos principais jornais brasileiros em Brasília. Estes são os lugares onde, com maior frequência, surgem os grandes escândalos políticos nacionais e, a partir dessa informação, também se pode tomar conhecimento das principais fontes de informação.

Adghirni, em estudo sobre as rotinas produtivas em Brasília, constatou, a partir de observação etnográfica, que os jornalistas buscavam por informações inéditas ou exclusivas batendo “às portas mais altas do poder”: “A cobertura política do Congresso Nacional em Brasília se resume a atos de palavras”, (Adghirni, 2002, p. 456).

Um exemplo de como os “atos de palavra” não fazem parte apenas da prática do jornalismo tradicional pode ser encontrado na história do nosso jornalismo investigativo. Segundo Waisbord (2000) e Fortes (2012), uma das investigações mais celebradas do jornalismo brasileiro foi aquela que culminou com o *impeachment* do Presidente Fernando Collor de Mello, em 1992. De acordo com a história que o primeiro autor relata, o jornal *Folha de S. Paulo* e a revista *IstoÉ* lideraram as primeiras denúncias de corrupção durante a candidatura do presidente de 1989, mas estas não tiveram muita repercussão devido ao posicionamento político de *IstoÉ* (que havia apoiado o oponente de Collor, Orestes Quécia, durante as eleições) e ao fato de que elas não implicavam uma ação direta de Fernando Collor. A repercussão teria mudado drasticamente a partir da publicação da revista *Veja* que trazia uma entrevista com o irmão do presidente, Pedro Collor. As denúncias da imprensa e outros

depoimentos de fontes proeminentes, publicados na revista *Veja*, resultaram na criação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito no Congresso Nacional. A história da atuação da imprensa no caso Collor ainda seria complementada por uma outra entrevista, divulgada na revista *IstoÉ*, com o motorista Eriberto França, no qual ele revelava o vínculo entre o presidente e as empresas de PC Farias.

Neste caso, fica evidente a importância decisiva que as fontes tiveram para o fortalecimento ou embasamento das denúncias que eram veiculadas na imprensa brasileira. O relato do pesquisador argentino, no entanto, é cuidadosamente construído para não apagar a atuação dos jornalistas, que tiveram paciência e persistência na busca dessas fontes. A mesma postura não é encontrada entre os jornalistas brasileiros. Ao falar sobre o jornalismo de dossiês ou CPIs, Antonio Carlos Fon usa o caso como exemplo para a sua crítica: “Pedro Collor chegou na redação da revista *Veja* e desabou lá um dossiê. Qual foi o trabalho do jornalista? Nenhum. Estava tudo lá” (Fon apud Merckx, 2003: 86).

A dependência do jornalismo investigativo brasileiro de fontes privilegiadas dispostas a vazar informações ou contribuir com algumas apurações é um fato já identificado na bibliografia sobre o tema, em especial em Waisbord (2000). É o mesmo autor que vai oferecer uma explicação para essa ocorrência com base na dificuldade de se obter informações sobre a atuação das instituições públicas brasileiras, ao contrário do que aconteceria nos Estados Unidos e em outros países que contam com legislações permitindo acesso a essas informações desde muito antes de 2012, quando entra em vigor a Lei de Acesso a Informações (LAI) no Brasil.

Ainda que o cenário de dependência de fontes privilegiadas, isto é, fontes muitas vezes ligadas ao poder político, não pareça ter se modificado tanto – visto o espaço que as discussões sobre o uso de informações vazadas do Ministério Público, da Polícia Federal e de outros órgãos oficiais ainda ocupa nas agendas do jornalismo investigativo (Nascimento, 2010) –, do início dos anos 2000 até 2015, alguns fatores contribuíram para gerar mudanças no jornalismo investigativo brasileiro.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em nossa pesquisa, identificamos que havia diversas definições para esta especialidade jornalística, que a nosso ver indicavam um terreno ainda em disputa no campo jornalístico (Melo, 2015). O jornalismo investigativo, mesmo indefinido, é sinônimo de sucesso profissional. E o termo “investigativo” que compõe a expressão alimenta imaginários de “cruzadas”, riscos, trabalho metucioso, entre outros. Essa indefinição – visto que a maior parte das definições é apenas aparente e não consegue se sustentar solidamente diante da prática profissional –, então, permitiu que vários agentes se apropriassem da expressão “jornalismo investigativo” para classificar e distinguir a prática profissional que consideravam de qualidade.

De fato, as definições de jornalismo investigativo acionavam discursos tão caros ao jornalismo, que se mostrou árdua a tarefa de identificar as condições de emergência desse discurso no Brasil, após a sua aparição nos Estados Unidos, na década de 1960. No caso americano, o cenário político e cultural em contato com um jornalismo profissionalizado e competitivo nos dão segurança para delinear e compreender um pouco essa defesa de um jornalismo cuja iniciativa investigativa é obra do jornalista. Mas, em nosso país, em meio a abertura de um regime militar marcado pela censura, a um campo jornalístico ainda em vias de se profissionalizar e de uma imprensa economicamente dependente do poder político, o “jornalismo investigativo” assume não apenas uma compreensão. Nossos manuais e livros de jornalismo investigativo – que reúnem jornalistas de idades, formações, orientações políticas, trajetórias profissionais e interesses bem distintos – são sintoma da pluralidade de entendimentos que observamos até hoje em relação a essa questão.

No início do século, ao estudar o jornalismo investigativo na América do Sul, o teórico argentino Waisbord (2000) chega a sugerir que o jornalismo investigativo daqui fosse chamado de *watchdog journalism*. Algo que na nossa literatura tem sido chamado de papel de cão de guarda. Ora, essa mudança de denominação parece mínima, quando na verdade

extraí o componente do polêmico papel “ativo” do jornalista e nos deixa com a analogia do cão que vigia, resguarda um terreno, e que, ao identificar alguma anomalia, late. Assim, a forma como o nosso jornalista alcança a informação de um desvio não é a chave da questão. O ponto central é a ação de denunciar.

Durante um longo período da nossa pesquisa, a definição do argentino nos pareceu a melhor resposta para dar conta de toda uma variedade de reportagens jornalísticas que eram classificadas com o título de “investigativas” nas coletâneas organizadas pela Abraji. Mas algo que foi sempre incômodo é que a publicação de denúncias no jornalismo – denúncias embasadas, mesmo que por investigações oficiais, e posteriormente apuradas ou analisadas nas redações – não é exclusividade desse discurso cujas condições de emergência no campo jornalístico nós tentávamos evidenciar.

O próprio Waisbord indicava uns caminhos para se refinar essa compreensão. O jornalismo investigativo brasileiro, então, se definia não simplesmente pela publicação de denúncias, mas pela publicação de denúncias de desvios e corrupção política e de atentados contra os direitos humanos praticados pela polícia. Essa especificidade temática era muito interessante na medida em que também explicava a aura de “sucesso profissional” que perpassava o jornalismo investigativo ao passo em que o situava, preferencialmente, em uma das editorias mais consagradas do jornalismo, a de política.

No entanto, ao analisarmos as primeiras coletâneas de jornalismo investigativo brasileiro, que trazem reportagens escritas desde a década de 1950, percebemos que esse critério da denúncia de política ou de atentado aos direitos humanos não se sustentava nos anos anteriores a 1990 – data em que o argentino defende a prática mais frequente do jornalismo investigativo na América do Sul – e nem compreendia toda a produção reconhecida como jornalística investigativa a partir daquela década.

Ao longo de nossa pesquisa e analisando mais detidamente a questão das fontes – que recebe especial atenção no manual de jornalismo investigativo

da UNESCO (Hunter, 2013) – observamos que ainda não temos uma produção classificada sob o nome de “reportagem investigativa” que justifique essa nomeação com base em características intrínsecas ao texto ou à produção. Para deixar nosso argumento mais claro, poderíamos analisá-lo à luz da proposta de Charaudeau (2006) para a definição do gênero da informação midiática. Ainda que não seja nosso objetivo defender (ou contestar) que o jornalismo investigativo constitua um gênero específico, os critérios de definição de gênero apontados pelo autor são muito elucidativos para o nosso caso. De forma simplificada, o gênero da informação midiática seria resultado do cruzamento da *instância enunciativa*, do *modo discursivo*, do *conteúdo temático* e do *dispositivo*. No jornalismo investigativo brasileiro, observamos certo peso da instância enunciativa (a origem do sujeito falante), pois a filiação à entidade representativa dessa especialidade, o pertencimento a editorias privilegiadas ou veículos estabelecidos, entre outros exemplos, podem influenciar decisivamente na apresentação de uma reportagem como investigativa. Em termos de tipo de modo discursivo, a julgar pelas três categorias definidas pelo autor – a saber: relatar, comentar ou provocar o acontecimento – o produto do jornalismo investigativo não consegue se distinguir da reportagem tradicional. Exceto se ensaiássemos uma quarta categoria, definida como “denunciar o acontecimento”. O dispositivo também não constituiu um fator decisivo nesta especialidade, apesar da prevalência do suporte impresso. O que nos deixa, para concluir a análise, com o conteúdo temático do jornalismo investigativo, que, novamente, apesar de privilegiar determinadas temáticas políticas, eventualmente se move em outras direções.

Assim, acreditamos que a *reportagem investigativa solicita uma representação*. Isto quer dizer que, devido à ausência de critérios estruturais (como a localização em uma editoria específica ou a existência de um expediente “repórter investigativo”), de conteúdos ou temáticas privilegiados e, principalmente, de métodos ou expertise exclusivos, as produções jornalísticas que têm sido definidas como investigativas o foram com base em critérios externos que, em geral, tentavam marcar uma posição dominante dentro do campo jornalístico – a dos

jornalistas experientes e engajados em relação aos jornalistas novatos treinados pelos manuais de redação; a dos jornalistas profissionais em relação aos assessores de imprensa; a dos jornalistas de polícia em relação aos jornalistas de outras editorias; entre outras disputas – e, mais importante, uma posição do campo jornalístico em relação à esfera do poder, entendida como espaço das relações de força entre agentes ou instituições pela ocupação de posições dominantes.

Essa afirmação fica mais clara à medida que nos lembramos da reportagem policial, que, apesar de reivindicar o título de jornalismo investigativo, só passa a ser mais valorizada no campo jornalístico quando começa a denunciar a violência da própria instituição policial. Isso explica também porque reportagens sobre assuntos relacionados a saúde, educação, problemas sociais, esportes, entre outros, só adquirem uma boa repercussão e são reconhecidas – em prêmios, na descrição de livros, em convites para apresentação em congressos de jornalismo investigativo – como produções investigativas, quando há alteração nas verdades que poderiam ser contadas naquele setor, abarcando, possivelmente, temáticas interdidas pela esfera do poder. Um exemplo foi a ênfase dada à editoria de esporte em 2013 – seja no Seminário Regional, produzido pela Abraji, seja na 8ª Conferência Global de Jornalismo Investigativo, produzido pela *Global Investigative Journalism Network* (GIJN) que aconteceu no Rio de Janeiro – motivada pela realização da Copa do Mundo no Brasil em 2014 e pela possibilidade de se revelar esquemas de corrupção política em nível nacional, no governo ou na Confederação Brasileira de Futebol (CBF), e internacional, na Federação Internacional de Futebol (FIFA).

Em suma, acreditamos que Waisbord tem razão em defender que o jornalismo investigativo brasileiro deve ser definido pela sua ação de denúncia. Mas o que realmente o distingue de outros gêneros jornalísticos é a ressalva de que esta denúncia deve estar relacionada com temas que coloquem o campo jornalístico em posição de desafio à posições dominantes na esfera do poder, ou, dito de outra forma, de redefinição do que é dito e do que é ocultado.

## REFERÊNCIAS

ADGHIRNI, Z. L. Rotinas produtivas do jornalismo em Brasília. In: MOUILLARD, M; PORTO, S. D. *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília, Editora Universitária de Brasília, 2002.

BOURDIEU, P. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. Lisboa: Presença, 1996.

BURGH, H. De (Org.). *Jornalismo investigativo: contexto e prática*. São Paulo: Roca, 2008.

CHALABY, J. K. Scandal and the Rise of Investigative Reporting in France. *American Behavioral Scientist*, 2004, 47: 1194. Doi: 10.1177/0002764203262343.

CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

CORREIA, E. L. *História e ficção na narrativa de um escândalo midiático*. 2012. 411 f., il. Tese (Doutorado em Comunicação Social) — Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

CHRISTOFOLETTI, R.; KARAM, F. J. (Org.). *Jornalismo investigativo e pesquisa científica*. Florianópolis: Insular, 2011.

DINES, A. *O papel do jornal: uma releitura*. 4 ed. São Paulo: Summus, 1986.

ETTEMA, J.; GLASSER, T. L. Narrative form and moral force: the realization of innocence and guilt through investigative journalism. *Journal of Communication*. 1988 : 8-26.

FARO, J. S. *Revista Realidade, 1966-1968: tempo de reportagem na imprensa brasileira*. Canoas: Ed. da ULBRA/AGE, 1999.

FORTES, L. *Jornalismo Investigativo*. São Paulo: Contexto, 2012.

HILLSTROM, Laurie. *The muckrakers and the Progressive Era*. Detroit : Omnigraphics, 2010.

HUNTER, M. (Org.). *A investigação a partir de histórias: um manual para jornalistas investigativos*. UNESCO, 2013. Disponível em: <http://unesdoc.org>

[unesco.org/images/0022/002264/226456POR.pdf](http://unesco.org/images/0022/002264/226456POR.pdf). Acessado em: 29/07/14.

LOPES, F. L. *Ser jornalista no Brasil: identidade profissional e formação acadêmica*. São Paulo: Paulus, 2013.

LOPES, D. F.; PROENÇA, J. *Jornalismo investigativo*. São Paulo: Publisher Brasil, 2003.

MARCHETTI, D. Les Révélations du “journalisme d’investigation”. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2000, 131-132, 30-40.

MELO, S. De que jornalismo investigativo estamos falando? In: XXIV Encontro Nacional Compós, 2015. Brasília. *Biblioteca da Compós*. Disponível em: [http://compos.org.br/biblioteca/compos-2015-b-29faa73-0764-405e-8558-024d7ea913f0\\_2853.pdf](http://compos.org.br/biblioteca/compos-2015-b-29faa73-0764-405e-8558-024d7ea913f0_2853.pdf).

MERKX, A. Investigação comprometida com o interesse público. In: LOPES, D. F.; PROENÇA, J. *Jornalismo investigativo*. São Paulo: Publisher Brasil, 2003.

MOLICA, F. (Org.). *Dez reportagens que abalaram a ditadura*. Rio de Janeiro: Record, 2005.

MOLICA, F. (Org.). *50 anos de crimes: reportagens policiais*. Rio de Janeiro: Record, 2007.

NASCIMENTO, S. *Os novos escribas: o fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2010.

NEVEU, E. *Sociologia do jornalismo*. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

PAULICS, V. Caco Barcellos: os correspondentes vão à guerra e ficam no hotel. In: MELO, J. M. de; SILVA, C. E. L. da. *Perfis de jornalistas*. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo: FTD, 1991.

PROTESS, D. L. et al. *The journalism of outrage: investigative reporting and agenda building in America*. New York: The Guilford Press, 1991.

SEQUEIRA, C. *Jornalismo investigativo: o fato por trás da notícia*. São Paulo: Summus Editorial, 2005.

WAISBORD, Silvio. *Watchdog journalism in South America: news, accountability, and democracy*. New York : Columbia University Press, 2000.

**Recebido em 25 de março de 2016.  
Aprovado em 02 de junho de 2016.**

## [ ENTREVISTAS ]



## John B. Thompson

# Novas fronteiras da publicação e da vida pública

Por José de Souza Muniz Jr.\*

O professor John B. Thompson, do Departamento de Sociologia da Universidade de Cambridge, no Reino Unido, é um nome já bastante conhecido entre os pesquisadores brasileiros da Comunicação. Seus livros *Ideologia e cultura moderna* e *A mídia e a modernidade*, em parte por seu ambicioso alcance teórico e analítico, tornaram-se referências obrigatórias em vários de nossos cursos de graduação e pós-graduação. Já a obra *O escândalo político*, que discute implicações fundamentais das mídias para o campo do poder no mundo contemporâneo, ganhou em 2001 o European Amalfi Prize for Sociology and Social Science. Há alguns anos, o autor tem se interessado pelas mudanças estruturais e tecnológicas no mercado de livros. Em sua obra mais recente publicada no Brasil, *Mercadores da cultura*, ele discute as características e as transformações no setor de obras de interesse geral nos dois principais mercados de língua inglesa, Estados Unidos e Inglaterra. Nesta entrevista, Thompson aborda aspectos tanto teórico-metodológicos quanto empíricos de suas obras. Discute, sobretudo, as consequências visíveis e possíveis da revolução digital para o modo como nós nos relacionamos com a vida pública e com aquilo que é (ou deixa de ser) publicado – pelas editoras, pelo noticiário político e também pelo internauta comum.

\* Doutor em Sociologia pela Universidade de São Paulo (USP), mestre em Ciências da Comunicação pela mesma instituição.

**PARÁGRAFO:** *Em seu último livro, Mercadores da Cultura, você sugere que uma perspectiva comparativa e transnacional seria uma condição crucial para o estudo das indústrias culturais num mundo globalizado. Poderia contar-nos quais foram os desafios metodológicos e as vantagens analíticas dessa perspectiva para compreender a edição de livros de interesse geral no Reino Unido e nos Estados Unidos? Considerando-se que vários outros acadêmicos dedicados ao estudo do campo editorial (Sapiro, Heilbron, Casanova, Mollier, Sorá) têm adotado desenhos de pesquisa semelhantes, o senhor acha que a escala transnacional está em vias de tomar o lugar da escala nacional nessa área de estudos?*

**JOHN B. THOMPSON**

Em décadas recentes, várias indústrias, incluindo as indústrias culturais e de mídia, têm funcionado cada vez mais numa escala transnacional, ou até mesmo global. Não há nada de novo a esse respeito: nos primórdios da Europa moderna, muitas indústrias, inclusive a então nascente indústria editorial, já operavam para além das fronteiras. Mas não há dúvidas de que a escala dessa atividade transnacional se expandiu em décadas recentes e que a natureza dessa atividade não só se transformou, como também se intensificou, em parte como resultado da revolução digital e do surgimento da internet. Ninguém que trabalhe nas indústrias culturais e de mídia hoje pode ignorar essa dimensão transnacio-

nal – e isso é especialmente verdade se você trabalha com indústrias culturais e de mídia que operam em língua inglesa, dado que o inglês se tornou *de facto* a língua global e os conteúdos produzidos em inglês terão audiências que se estendem, pelo menos potencialmente, para além das fronteiras de qualquer Estação-nação em particular. Os desafios metodológicos que isso coloca para o pesquisador variam de indústria para indústria e de idioma para idioma, dado que cada indústria que opera num idioma específico tem incorporado à sua própria maneira os processos de globalização e a revolução digital. Para mim, que pesquisei a edição de livros de interesse geral no mundo de língua inglesa, isso significou, ao fim e ao cabo, que eu tive de olhar tanto para os Estados Unidos como para o Reino Unido: esses dois países juntos constituem o que poderia ser considerado o coração da edição de livros de interesse geral em língua inglesa. Quase todas as grandes editoras de língua inglesa que atuam nesse setor têm grande presença em ambos os países, e muitos autores e livros foram publicados em ambos os mercados – ou seja, seria limitado e artificial estudar apenas um desses países isoladamente. Então, esse foi o primeiro desafio metodológico: é muito difícil fazer pesquisa empírica em uma indústria, em um país, mas é duas vezes mais difícil fazê-lo em dois países.

Eu também estava bem ciente do fato de que, ao focar esses dois países, eu estava deixando de lado vários outros países e mercados que operam em língua inglesa –

Canadá, Austrália, Irlanda, África do Sul, apenas para nomear alguns. Esses mercados – ou “campos nacionais”, como eu prefiro chamá-los – estão ligados de maneiras complexa aos Estados Unidos e ao Reino Unido, e essas relações estão moldadas por uma longa história de expansão colonial e retração, e pelo enorme poder dos grandes conglomerados de mídia hoje em dia. Ao mesmo tempo, eles têm um grau de autonomia que encontra raízes em suas próprias histórias e culturas particulares. Teria sido muito difícil, se não impossível, tentar lidar com toda essa complexidade em um só projeto de pesquisa, em um só livro. Então, o afunilamento do meu foco para os Estados Unidos e o Reino Unido foi uma decisão metodológica baseada na minha percepção – justificada em termos empíricos e históricos – de que esses dois países são os dois mais importantes para a produção de livros de interesse geral em língua inglesa na atualidade.

Por fim, a escala transnacional estaria tomando o lugar da escala nacional para o estudo das indústrias culturais e de mídia? Na minha opinião, assim deveria ser: eu não acredito que é possível fazer jus ao modo como tais indústrias funcionam atualmente se você adota uma visão nacional e estuda a indústria em apenas um país. Basicamente, essas indústrias estão demasiadamente transnacionalizadas para justificar um foco estritamente nacional, e muitas das grandes corporações operam em muitos países e muitas línguas distintas. Isto posto, muitas



das pesquisas que são feitas sobre indústrias culturais e de mídia continuam nacionais em seu escopo, em parte porque é muito difícil, na prática, fazer o tipo de pesquisa transnacional que eu descrevi aqui – os autores que você menciona são mais exceção do que regra. Então, embora a escala transnacional seja altamente desejável em termos de base intelectual, eu não iria tão longe a ponto de dizer que ela está realmente tomando o lugar da escala nacional.

**No livro *A mídia e a modernidade*, lançado em 1995, você tomou partido de um modelo de**

**“pluralismo regulado” para as indústrias de mídia, com vistas a assegurar a pluralidade das instituições midiáticas e a diversidade de posições políticas. Você acha que esse modelo poderia ou deveria ser aplicado à indústria do livro? Como a pluralidade e a diversidade poderiam ser protegidas em um mercado cada vez mais concentrado?**

Sim, eu acredito que o modelo de pluralismo regulado deveria ser aplicado à indústria do livro, assim como ele deveria ser aplicado a outros setores das indústrias de mídia. De certo modo, a indústria do livro está numa posição melhor

que as outras indústrias de mídia nesse aspecto, porque os custos de entrada nesse setor são bem menores do que nos outros – e eles têm diminuído ainda mais em função da revolução digital, que reduziu substancialmente as despesas relacionadas à produção de livros. Sempre houve muitos pequenos editores, e a cultura das pequenas editoras *indies* segue vibrante nos dias de hoje. Além disso, a explosão da autoedição tornou mais fácil do que nunca aos indivíduos publicar livros: agora, é tão fácil quanto subir um arquivo na rede. Não obstante essas tendências, há duas maneiras pelas quais a indústria do livro pode estar ameaçada pelos processos de concentração corporativa.

Em primeiro lugar, grandes corporações editoriais, elas mesmas sendo propriedade de grandes conglomerados transnacionais multimidiáticos, têm comprado muitas editoras que eram independentes, levando àquilo que eu denomino “polarização do campo” angloamericano da edição de livros de interesse geral. O que quero dizer com isso é que, agora, há um pequeno número de grandes corporações e um vasto número de minúsculos *players*, mas muito pouco entre uma coisa e outra: o lugar dos médios é aquele em que é mais difícil permanecer. Muitas das editoras de porte médio foram compradas por grandes corporações, e há fortes pressões para que esse processo se consolide entre as casas editoriais maiores. O resultado parece ser o aumento da concentração dos recursos editoriais nas mãos de um minguante número de grandes

corporações. Com a recente fusão entre Penguin e Random House, as seis grandes empresas editoriais que dominaram o mercado angloamericano de interesse geral nas últimas décadas diminuíram para cinco, e a tendência é que esse processo não pare por aí.

O segundo perigo é a crescente concentração no setor varejista, e particularmente o poder cada vez maior da Amazon no mercado de varejo de livros. Nos anos 1980 e 1990, esse mercado estava concentrado nas mãos das grandes cadeias de megalivrarias – sobretudo Barnes & Noble e Borders nos Estados Unidos, e Waterstones no Reino Unido. Contudo, com o crescimento da Amazon no fim dos anos 1990 e no início dos anos 2000, esse poder se transferiu consideravelmente para o varejo on-line. Em 2014, a Amazon contava com mais de 40% das vendas de livros lançados nos Estados Unidos, incluindo impressos e digitais, e cerca de 67% de todos os *e-books* vendidos. Em contraste, a Borders entrou em colapso em 2011, e a Barnes & Noble tem tentado, a duras penas, lidar com o decréscimo de suas vendas, tanto de livros impressos como digitais. A falência da Borders em 2011 marcou o fim de uma era, no sentido de que aquele domínio das grandes cadeias varejistas, lançando suas megalojas por todo o território norte-americano, definitivamente acabou. Entramos numa nova era na qual aquelas cadeias varejistas que permaneceram ocupam uma posição bem menos proeminente, e onde a Amazon se tornou a grande potência varejista da indústria do livro.



Em que sentido esses dois fatos representam ameaças à pluralidade e diversidade na indústria editorial? Algumas pessoas argumentam que a crescente concentração de poder editorial na mão de um pequeno número de grandes editoras é, por si, uma ameaça à diversidade, dado que existem fortes pressões, dentro dessas corporações, para que se privilegiem os *'big books'* e se dê cada vez menos oportunidades aos novos autores e aos chamados títulos *mid-list*<sup>1</sup>. Há algo de verdadeiro nessa perspectiva: a consolidação das editoras reduz a variedade de opções para autores que querem não apenas ter seus livros publicados, mas também assegurar um adiantamento que possa ajudá-los

<sup>1</sup> Termo com o qual se costuma referir aos títulos situados entre o *frontlist* e o *backlist*. Ou seja, são livros que não se tornam *best-sellers*, mas cuja publicação se justifica economicamente, dado que o volume de vendas sobre seus custos de produção. (N.T.)

enquanto eles escrevem. Porém, ao mesmo tempo, não podemos ignorar o fato de que tem ocorrido um enorme aumento no número de livros publicados a cada ano – a quantidade de títulos lançados nos Estados Unidos mais do que sextuplicou entre 1980 e 2010, e esses números têm crescido exponencialmente desde a explosão da autoedição. Nessas circunstâncias, seria difícil defender a ideia de que nossa cultura tem sofrido com uma perigosa restrição no número e na variedade de livros publicados.

Em contrapartida, é evidente que existem forças poderosas que, de certa forma, estão distorcendo o mercado editorial, e essas forças podem agir de maneiras que são prejudiciais tanto para os leitores como para os autores. Em meu trabalho, eu faço uma distinção entre dois tipos de diversidade:

“diversidade de oferta”<sup>2</sup> e “diversidade de mercado”. O problema que enfrentamos hoje não tem tanto a ver com a oferta, ou seja, com aquilo que é publicado – dada a facilidade da autoedição, pode-se publicar praticamente tudo hoje em dia. Em vez disso, o problema atual diz respeito àquilo que é publicizado, comprado e lido. Vivemos num mundo onde a atenção, e não o conteúdo, é escassa. E, aqui, o poder das grandes corporações tem um papel crucial: elas têm a capacidade de fazer com que alguns livros se tornem muito mais visíveis que outros. O que vemos acontecer é que, apesar do enorme número de novos livros lançados todo ano, apenas uma pequena proporção desses livros são selecionados, promovidos e

<sup>2</sup> Em inglês, *diversity of output*. Na tradução brasileira do livro *Merchants of culture* (*Mercadores da cultura*, Ed. Unesp, 2013), o leitor encontrará a expressão “diversidade de produção”.



## Vivemos num mundo onde a atenção, e não o conteúdo, é escassa.

colocados nos espaços mais visíveis dos pontos de venda. Também notamos um número cada vez menor de *best-sellers* correspondendo a uma proporção cada vez maior do total de vendas – livros como os da série “Crepúsculo”, de Stephanie Meyer, e a trilogia “Cinquenta tons”, de E L James. Não é exatamente um mercado do tipo “o vencedor leva tudo”, mas é um mercado que poderíamos chamar do tipo “o vencedor leva mais”, onde a maioria dos livros que “vencem” são publicados pelas grandes corporações. Elas podem já não ter o poder que um dia tiveram, mas sua capacidade de ditar os rumos do mercado permanece tão forte quanto antes.

A outra força poderosa que molda o mercado é a Amazon. É claro, do ponto de vista do consumidor, a Amazon é algo ótimo: nunca antes os consumidores tiveram um acesso tão fácil a uma variedade enorme de livros, tanto novos como usados, bem como a possibilidade de comprá-los em apenas um clique. Mas essa conveniência tem um preço: à medida que a Amazon aumenta seu domínio, ela usa esse poder para pressionar seus fornecedores e para extrair

das editoras as melhores condições de negociação para ela própria. Se as editoras não se mostram dispostas a cumprir com tais condições, a Amazon já deu sinais de que está disposta a aplicar sanções que poderiam apenas ser descritas como punitivas – tal como nas contendas, agora famosas, com a Macmillan em 2010 e com a Hachette em 2014.

Poucos negariam que a Amazon é, hoje, o *player* dominante no mercado varejista de livros; a questão que se coloca é se ela abusa desse poder de maneiras que podem funcionar contra a diversidade e o pluralismo. Não há evidências concretas que embasem o argumento de que a Amazon opera como um monopólio clássico, explorando sua posição dominante no mercado subindo os preços ao consumidor – pelo contrário, ela tem mantido os preços ao consumidor baixos, muitas vezes com descontos que prejudicam outros varejistas. Mas é possível dizer que a Amazon tem atuado, cada vez mais, como um monopsonio, usando seu poder de mercado para pressionar seus fornecedores e baixar os preços que ela paga pelos livros. Dado que a Amazon, agora,

responde por quase metade das vendas de muitas empresas editoriais, ela tem o poder de prejudicar fortemente uma companhia, de causar sérios estragos nas vendas dos livros que as editoras publicam e também na subsistência dos autores, simplesmente desligando o botão de “comprar” se a editora não concordar com suas condições – uma estratégia draconiana que a Amazon tem se mostrado propensa a usar vez ou outra.

Minha visão particular é de que os argumentos pela regulação do mercado editorial estão tão fortes quanto sempre estiveram. As duas forças descritas aqui – a crescente concentração das editoras e o poder cada vez maior da Amazon – estão desvirtuando o mercado numa direção que pode agir contra o cultivo de uma cultura do livro diversa e pujante. Esse cultivo requer uma indústria diversa, onde haja várias trilhas possíveis e uma pluralidade de varejistas operando independentemente uns dos outros, de modo que esse poder não esteja tão concentrado nas mãos de um pequeno número de *players* dominantes com o poder de restringir o acesso ou de pressionar excessivamente os fornecedores, a ponto de que muitos deles sejam levados a deixar o setor – uma consequência que não beneficiaria nem aos autores nem aos leitores. Uma cultura editorial pujante supõe, também, um mercado no qual a capacidade dos livros serem publicizados, comprados e lidos esteja distribuída entre uma pluralidade de agentes, de modo que as grandes corporações – tanto as que publicam quanto as

que comercializam os livros – não exerçam uma influência indevida, determinando a quais livros nós, leitores, estamos expostos. Um mecanismo que tem sido usado em alguns países para estimular e proteger a diversidade no mercado do livro é o preço fixo, que limita a capacidade dos grandes varejistas de prejudicar os pequenos com descontos agressivos. Embora o regime de preço fixo funcione bem em alguns países, é improvável que ele pudesse ser adotado em países como os Estados Unidos e o Reino Unido – a cultura liberal, de livre mercado, desses países provavelmente mataria qualquer tentativa de introduzir uma legislação desse tipo. Do meu ponto de vista, a melhor maneira de regular essa indústria no mundo anglo-americano seria olhar novamente para a lei antitruste e para as formas com que as agências reguladoras e os juízes a interpretam. Os processos aqui descritos tendem a produzir fortes concentrações de poder que moldam os mercados no sentido de beneficiar as corporações e ir contra o interesse dos indivíduos – nesse contexto, leitores e autores. Aqueles que são responsáveis por examinar esses processos têm, também, a responsabilidade de assegurar que esse poder não esteja sendo nem venha a ser exercido nesse sentido.

***Em anos recentes, você tem se debruçado sobre os efeitos da revolução digital na indústria editorial. No ponto em que se encontram suas pesquisas, é possível dizer que as mudanças tecnológicas terão efeitos tão dramáticos***

***nessa indústria como aqueles produzidos na indústria fonográfica, por exemplo? Que horizontes de pesquisa e que desafios profissionais você poderia destacar, considerando essas mudanças até agora?***

Atualmente, estou trabalhando numa continuação de *Mercadores da cultura*, desta vez focando no impacto da revolução digital na indústria do livro de interesse geral no mundo anglo-americano. Não há dúvidas de que a revolução digital está tendo um enorme impacto na indústria editorial. O crescimento na venda de *e-books* desde 2008 é apenas o indício mais visível de uma transformação profunda que tem afetado cada aspecto desse negócio, da produção, das vendas e do marketing até o próprio processo de escrita. Porém, entender o que está acontecendo atualmente nessa indústria requer uma boa dose de paciência e uma pesquisa que demanda tempo: você precisa mergulhar nessa indústria e falar com as pessoas que precisam lidar com essa transformação todos os dias, que sabem o que de fato está acontecendo com seus negócios e têm os números concretos nos quais embasar-se. Você também precisa conversar com os vários *players* que estão tentando montar novos negócios às margens do velho campo da edição de livros, em alguns casos em colaboração com os *players* tradicionais e, em outros casos, de maneira totalmente independente, experimentando novas formas de escrever, novos tipos de “livros” e novas formas de conectar escritores e leitores. Não deveria-

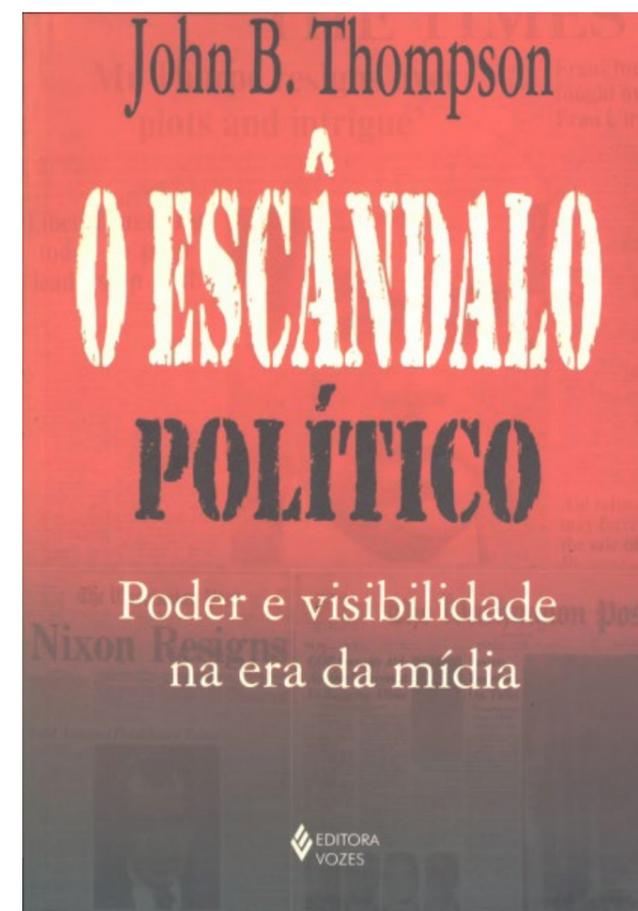
mos tomar por sentado que o que ocorreu em alguns outros setores das indústrias de mídia, como a música, também vai acontecer com os livros. Muitos analistas tendem a ver a indústria da música como o futuro do livro já anunciado, mas isso, do meu ponto de vista, seria um equívoco.

Não há espaço, aqui, para discutir em detalhes os resultados dessa nova pesquisa, mas deixem-me comentar brevemente um aspecto relevante. Se olharmos com cuidado para os dados dos Estados Unidos, onde as vendas de *e-books* têm sido consistentes, veremos que há um aumento enorme nessas vendas entre 2008 e 2012: em 2008, os *e-books* representavam apenas 0,5% das vendas totais no mercado de interesse geral, mas em 2012 essa proporção havia chegado a 20%. Trata-se de um aumento surpreendente para um período de apenas quatro anos. Naquele momento, havia muitas pessoas nessa indústria que acreditavam – em alguns casos, temiam – que as vendas de *e-books* continuariam disparando e logo chegariam a 50% ou mais do mercado total de interesse geral. As implicações disso, para uma indústria que tradicionalmente se baseia na produção e na venda de estoques físicos, seriam enormes – e cada *bit* seria tão turbulento quanto a mudança do vinil para o digital foi para a indústria fonográfica. Mas então, em 2013, algo igualmente surpreendente aconteceu: o crescimento das vendas de *e-books* estancou. Simples assim. Somente alguns poucos analistas esperavam que isso acontecesse, mas esta é a questão: o mundo não

obedece as previsões dos analistas. De fato, se você entrar mais fundo nos dados, verá que o cenário é mais complicado do que sugere esse cenário que eu acabei de esboçar. Se você olhar com cuidado, perceberá que os padrões variam enormemente de acordo com o tipo de livro. Num dos extremos você tem a ficção romântica e outros tipos de ficção (mistério, ficção científica, fantasia): para esses tipos de livros, as vendas de *e-books* chegaram a 50-60% do total de vendas em 2012. No outro extremo da escala – algumas categorias de não ficção, como livros de receita, livros de viagem e não ficção para jovens –, os *e-books* correspondiam a menos de 10% das vendas. Os gêneros narrativos de não ficção, como biografia

e autobiografia, estavam em pontos intermediários, algo entre 15 e 25%. Então, há enormes variações na participação do *e-book* no mercado – e essa variação se dá sobretudo entre diferentes categorias de livro. Em todo caso, percebe-se um certo estancamento na venda de *e-books* em 2013 e 2014.

Ainda é cedo para dizer se esse estancamento que temos visto desde 2012 vai continuar nos próximos anos – a verdade é que, simplesmente, não dá para saber. Estamos ainda nos estágios iniciais da revolução digital e não temos a menor ideia de como essa revolução irá se desdobrar daqui em diante. Contudo, os dados sugerem que algumas das mais contundentes proposições sobre o impacto transformador da revolução dos



*e-books* foram exageradas. Meu argumento, com base nesse tipo de dados, é que o que estamos vendo no mundo da edição de interesse geral é não tanto a invenção de uma nova *forma* de livro, como foi prometido por alguns dos mais radicais defensores da revolução dos *e-books*, mas, em vez disso, a criação de um novo *formato* para o livro. Não há nenhuma novidade sobre novos formatos de livro – eles foram inventados várias vezes no passado. O lançamento de Allen Lane das brochuras baratas nos anos 1930 é um exemplo; posteriormente, o surgimento da brochura de grande circulação e da brochura para o mercado de massa foram, igualmente, desenvolvimentos importantes. Caracterizar os *e-books* como um novo formato não é minimizar sua relevância: os *e-books* já têm, e continuarão a ter, implicações de maior alcance para a indústria editorial e para seus agentes. Porém, ele está longe de ser tão transformador quanto pode ter sido – ou poderá ser – se a própria forma do livro estivesse sendo reinventada.

**No livro *O escândalo político, você aborda a visibilidade nas novas mídias e suas consequências para o mundo político. Como você vê as interações cotidianas do “homem ordinário” na internet? E como você enxerga os usos políticos da internet?***

Quando eu introduzi a noção de “a nova visibilidade”, eu queria destacar o que me parecia ser uma característica fundamental, porém subestimada, do mundo moderno – refiro-me às maneiras com que

nossa percepção do mundo, e dos outros nesse mundo, tem sido transformada pelo desenvolvimento da comunicação midiática. No fluxo normal de nossa vida diária, o que é “visível” para nós – ou seja, o que podemos ver – está relacionado às capacidades físicas do nosso sentido da visão e às propriedades espaciais e temporais das circunstâncias nas quais nos encontramos. Não somos capazes de enxergar a partir de uma certa distância, a não ser que contemos com o auxílio de algum tipo de aparato técnico; tampouco podemos enxergar na ausência de uma certa quantidade de luz, exceto se, novamente, dispusermos de um aparato técnico; e não podemos ver o futuro ou o passado. O que nós vemos é aquilo que se encontra dentro de nosso campo de visão, e as fronteiras desse campo são delimitadas pelas propriedades espaciais e temporais do aqui e agora. A visibilidade ordinária é sempre situada: os outros que são visíveis para nós são aqueles que compartilham o mesmo *locus* espaço-temporal. A visibilidade é, também, recíproca (pelo menos em princípio): nós podemos enxergar outros que estão dentro de nosso campo de visão, mas eles também podem nos ver (desde que nós não estejamos ocultos de alguma maneira). Eu chamo isso de “visibilidade situada de copresença”.

Porém, com o desenvolvimento da comunicação midiática, a começar pela imprensa no início da Europa moderna e, depois, com as mídias eletrônicas nos séculos 19, 20 e 21, a visibilidade se liberta das propriedades espaciais e temporais

do aqui e agora. A visibilidade dos indivíduos, ações e eventos se desliga do compartilhamento de um *locus* comum – é o que eu chamo de nova “visibilidade mediada”. Já não é necessário estar presente no mesmo cenário espaço-temporal para ver o outro indivíduo ou para testemunhar uma ação ou evento. O campo de visão se alarga no tempo e, possivelmente, também no espaço: podemos testemunhar eventos que ocorrem em espaços distantes “ao vivo”, à medida em que ocorrem em tempo real; também podemos testemunhar eventos distantes, que ocorreram no passado, e que podem ser re-presentados no presente. Além disso, essa nova forma de visibilidade mediada já não é mais propriamente recíproca. O campo de visão é unidirecional: o espectador pode ver os outros distantes que estão sendo filmados, fotografados ou representados de alguma forma, mas os outros distantes não podem, na maior parte das circunstâncias, ver o espectador.

No meu trabalho, eu tento mostrar que o desenvolvimento dessa visibilidade mediada tem implicações profundas para o exercício do poder político. Antes do desenvolvimento da imprensa e de outras mídias, os governantes mais poderosos eram invisíveis à maioria das pessoas – eles simplesmente não eram vistos nunca. Eles eram visíveis somente para um pequeno círculo de pessoas com quem eles interagiam nos círculos relativamente restritos do Parlamento ou da Corte. Porém, com o desenvolvimento da imprensa e da mídia eletrônica, os

dirigentes políticos conquistaram um novo tipo de visibilidade que já não estava relacionada às suas aparições físicas diante de audiências reunidas. Essa nova visibilidade era tanto uma fonte de poder como de fragilidade. Era uma fonte de poder porque permitia aos dirigentes falar diretamente a milhões de cidadãos e cultivar um novo tipo de relação com as pessoas que eles governavam e de cujo apoio eles precisavam de tempos em tempos. Mas era também uma fonte de fragilidade no sentido de que os governantes também poderiam aparecer como incompetentes ou corruptos, e podiam achar que suas ações seriam retratadas de maneira desfavorável. Essa é a base do moderno fenômeno do escândalo. O que nós pensamos, hoje, como “escândalo” é um fenômeno que emergiu somente no início do século 19, como parte do crescimento da visibilidade mediada. O escândalo envolvia a divulgação, pela mídia, de alguma ação ou atividade que estava previamente oculta à vista, que envolvia a transgressão de certos valores e normas e que, ao ser divulgada, trazia à tona expressões de reprovação e desonra. Atividades que eram levadas a cabo secretamente ou de maneira privada eram, de repente, tornadas visíveis no domínio público, e a divulgação e condenação de tais atividades na imprensa serviam, em partes, para constituir o evento como um escândalo. Nós só conseguimos compreender por que os escândalos se tornaram uma característica generalizada de nossas sociedades hoje se atentarmos para o fato de que eles estão enraizados numa transformação

fundamental na natureza da visibilidade, transformação que está relacionada ao desenvolvimento da mídia.

A ascensão da internet desde os anos 1990 tem aprofundado e ampliado essa transformação. Por um lado, a internet tem criado um ambiente informacional muito mais complexo, uma rede ramificada cujos pontos de acesso estão radicalmente dispersos. Por isso, é muito mais difícil para aqueles que ocupam posições de poder – seja em instituições políticas, seja nas instituições midiáticas tradicionais – controlar as informações que se tornam disponíveis ao público. Os indivíduos podem postar comentários num blog ou subir informações delicadas a um *website* sem ter que passar pelos filtros tradicionais: bastaria o exemplo do Wikileaks para ver as desconcertantes consequências políticas da dispersão radical do acesso à internet. Por outro lado, a internet também tem tornado possível, para diferentes tipos de atores – na verdade, para qualquer pessoa com acesso a ela –, alcançar alguma forma de visibilidade mediada. Isso significa que todos nós, agora, enfrentamos uma tarefa que, antes, era privilégio dos dirigentes políticos e outros com acesso privilegiado à mídia – em especial, a tarefa de administrar nossa visibilidade e autoapresentação nas arenas mediadas da vida moderna. Qualquer pessoa com um *website*, blog ou perfil no Facebook ou outra rede social tem, agora, uma presença mediada: as pessoas estão visíveis para as outras on-line, e os detalhes que elas dão sobre si mes-

mas, as imagens que elas postam e as coisas que escrevem assumem vida própria. Elas ganham uma espécie de realidade que já não está relacionada aos contextos espaciais e temporais da vida cotidiana: elas transcendem esses contextos, tornam-se instantaneamente disponíveis a outros que estão amplamente dispersos no espaço e no tempo, adquirem uma permanência que não pode ser facilmente apagada e que pode, em algum ponto distante do tempo, voltar para te assombar.

Nós ainda estamos longe de compreender as consequências de longo alcance desse radical aprofundamento e extensão da transformação da visibilidade trazida pela revolução digital. Embora o fenômeno da visibilidade mediada esteja entre nós desde o advento da imprensa, não restam dúvidas de que a revolução digital tem dado a esse fenômeno uma nova proeminência e ubiquidade para nós hoje. Vivemos, agora, numa era de alta visibilidade midiática, o que significa que a vida social e política se desdobra num ambiente informacional onde a capacidade de revelar e esconder, de tornar as coisas visíveis e de impedir alguém de fazê-lo, estão muito mais amplamente dispersas e difíceis de controlar. Qualquer pessoa com acesso à internet pode, agora, tornar coisas visíveis para milhões de outras pessoas, numa arena que é altamente porosa e permanentemente instável, uma arena onde os detentores tradicionais de poder já não podem controlar o debate e na qual vazamentos, revelações e descobertas são sempre capazes de perturbar os planos mais

cuidadosos. Este é um mundo no qual as velhas estruturas têm se tornado muito mais frágeis e no qual novas forças podem repentinamente aparecer, sendo mobilizadas e coordenadas por fluxos de comunicação e informação que extrapolam totalmente as estruturas tradicionais de poder. Este é o novo mundo em que todos nós temos que aprender a viver hoje, tanto políticos quanto cidadãos, e é também o mundo que nós, como analistas do social, temos que tentar entender da melhor maneira possível. **P**|

# EDUCAÇÃO E NOVAS PRÁTICAS

Por José Geraldo de Oliveira  
Edição Carlos Costa

Catedrático de Jornalismo da Universidad Autònoma de Barcelona (UAB), José Manuel Pérez Tornero é doutor *honoris causa* da Universidade de Aix-Marsella (hoje Université de la Méditerranée). Realiza pesquisas sobre comunicação, educação, televisão cultural e educativa, alfabetização midiática e discurso jornalístico – com atenção especial às conexões entre comunicação, educação, cidadania e políticas públicas. Sua experiência como diretor de programas de televisão e como jornalista o levou a ser consultor da Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) e da União Europeia em temas de serviço público de televisão e de alfabetização digital e midiática.

Homem simpático e de sorriso farto, durante a conversa se aprofundou nesses temas a que se dedica: educação, sociedade da informação, educomunicação e ensino de jornalismo. Sobre ensino de jornalismo é enfático: “As escolas precisam entender que o jornalismo há tempos se adaptou às formas comunicativas digitais” – e as grades dos cursos devem ser pensadas para a educação massiva, que mudou radicalmente. Mas é preciso “respeitar a tradição das escolas, o sentido da escrita, lembrando que as tecnologias da comunicação são complementares e ajudam a enriquecer a vida escolar”, com os estudantes exercitando a linguagem audiovisual, que – como qualquer outra linguagem – necessita do aprendizado de uma gramática.

Diretor do Departamento de Jornalismo e Ciências da Comunicação e mentor do grupo de pesquisadores do Gabinete de Comunicação e Educação da UAB, recebeu o repórter da *Revista Parágrafo* em seu gabinete para uma conversa sobre suas pesquisas e suas percepções sobre o ensino frente às evoluções da sociedade da informação.

“A grande mudança que acontece na educação é que a aula conta cada vez menos do que o entorno, afirma José Manuel Pérez Tornero. Hoje a TV é um fenômeno midiático que não usa apenas o aparelho, mas a internet. Não é uma mensagem audiovisual de ida, mas de ida e de volta. Esta é a grande virada.”

**PARÁGRAFO:** *Começamos com a pergunta básica: que é Educomunicação?*

**JOSÉ MANUEL PÉREZ TORNERO**

É uma relação dupla: a comunicação e a relação que ela mantém com a educação. Por um lado, os meios de comunicação, querendo ou não, educam; de outro, a educação não existe sem um “carisma”, educar é atividade de comunicação. Do ponto de vista dos conceitos, pode-se dizer que tanto os professores midiáticos ou os educadores podem ser analisados a partir de um paradigma comum. Outra ideia mais prática e proativa: para enriquecer a educação é necessário trabalhar a partir do ponto de vista da comunicação, aplicando tecnologias da informação. Para que a comunicação midiática seja efetiva, temos de pensar em suas consequências educativas. Isso é o que define a educomunicação. A consequência é a “educação midiática”, que potencializa a melhoria das competências comunicativas das pessoas e dos grupos, ao mesmo tempo em que se apropria dos meios de comunicação na busca da autonomia individual e coletiva – e da participação democrática.

*Qual o termo correto, “alfabetização midiática” ou “alfabetização digital”?*

Há a comunicação que não é digital, como a comunicação oral ou gestual, que pode ou não acontecer no ambiente digital. Mas, por outro lado, toda a comunicação midiática tradicional, como a impressa, está sendo transformada pelo digital. Se adotarmos o termo “alfabetização midiática”, temos uma expressão mais ampla, pois todos os processos de comunicação pessoal são mediados hoje por tecnologias. A Unesco propõe unir informação, mídia e educação para incluir os professores no ambiente midiático. Mas são visões sobre um mesmo fenômeno: a comunicação humana e o uso de tecnologias.

*Em “Nuevo paradigma de la comunicación en la educación. Cómo transformar los valores en la innovación”, o senhor afirma que há uma mudança no “paradigma educativo” que impõe uma abordagem “a partir de uma perspectiva holística”, ou seja, que todos os atores participem da educação. Discorra sobre isso.*

É preciso situar este paradigma no passar do tempo. A escola, como instituição, é uma destilação ocorrida ao longo de muitos séculos – vem lá dos sumérios, passa pelos gregos, por Roma, pela Escolástica medieval, até chegar

ao século XIX. É um processo de “institucionalização” do ponto de vista regulatório (ética e deveres da escola) e ao mesmo tempo de “especialização”, do ponto de vista social. Isso significa que, ao longo do tempo, buscou-se marcar limites, fronteiras, espaços próprios da educação, que hoje conhecemos como escolas, universidades. Foi um processo sadio, do ponto de vista da especialização e da eficiência, mas se tornou insano hoje quando isola o professor de outros contextos educacionais, como afastar o aprendizado das ruas, das relações familiares. Isso leva ao risco de que os professores distanciem do processo de aprendizagem aquilo que ocorre na vida cotidiana. Temos de resgatar uma visão integradora: vivemos em sociedade e se a aprendizagem não for inserida nela não seremos nada. Reconhecer que o aprendizado hoje leva a uma ecologia plural, variada e que ele não acontece apenas no espaço da escola. Ele acontece na comunicação, na mídia, na família, nas ruas. Essa mudança de paradigma pressupõe que as escolas assumam como princípio fundamental a possibilidade de aprender em qualquer lugar e a qualquer momento. O trabalho da escola é o de organizar, ser o elemento catalisador para acelerar o processo de criação de saberes que acontece na vida cotidiana. Ter isso como diretriz cria uma osmose entre a escola e seu

1 [https://jmtornero.files.wordpress.com/2015/06/1-el-nuevo-paradigma-de-la-comunicacion-3b3n-en-la-educacion-3b3nc2a0.pdf]



“

**Hoje a TV é um fenômeno transmidiático que não usa apenas o aparelho de recepção, mas a internet, afirma José Manuel Pérez Tornero. Não é uma mensagem audiovisual de ida, mas de ida e de volta. Esta é a grande virada na produção televisiva.”**

entorno social. Significa mudar os métodos educacionais, potencializando as experiências vividas em outras situações de aprendizagem. Uma consequência desse paradigma seria acabar com a “arrogância acadêmica e científica”, tão presente nas escolas e nas universidades. Arrogância que afirma que “o que não está formalizado em termos de currículos ou em termos de ciência convencional” não é conhecimento. Isso é um despropósito e precisa mudar. É isso a que me refiro quando falo em mudança do paradigma educativo.

*Neste sentido, a web cria um novo ambiente de saber, mas ao mesmo tempo afasta o estudante da rua.*

Isso é um paradoxo e uma contradição fundamental do sistema atual. Quando estávamos na praça pública ou assistíamos à televisão em família, era um coletivo prestando atenção apenas a uma mensagem, mas com um sentido coletivo. As pessoas conversavam e interagiam...

*Inclusive brigavam [risos].*

Brigavam, se tocavam, lutavam e saíam para a rua para comemorar ou protestar. Em certo sentido “esta” internet e a comunicação em rede está criando uma sociedade de isolamento e individualismo. Cria uma bolha individual que nos isola, embora haja a promessa da comunicação virtual. Há perdas e ganhos. Há perdas no sentido de território, do contato com a natureza e da necessidade de se relacionar com o meio ambiente, com a cultura, além da falta de convi-

vência com a diversidade cultural. Há ganhos, claro: um mundo mais global e transparente, mais rápido nas inovações, mais liberal. Mas não há uma rota de saída clara para os problemas que surgem. Há muito o que pensar.

*Há tempos, assistir à televisão era um momento em que a família se reunia para acompanhar o telejornal, e depois se seguia uma discussão. Hoje, cada um assiste às mesmas informações, mas em diferentes dispositivos. A televisão já não aglutina as famílias.*

Esse tema que você traz é importante. O sociólogo americano Robert David Putman trata dele em *Bowling Alone: the collapse and revival of American community* (2000). Nos Estados Unidos, registrou-se nos últimos anos a queda ou desaparecimento de grupos, clubes e pessoas que se reuniam para realizar atividades coletivas. Aconteceu primeiro com a chegada da televisão, depois com a internet. Putman reflete que hoje há menos atividade social coletiva presencial. É um problema importante que se impõe e com um viés filosófico e social. Filosoficamente, há uma espécie de desmaterialização, descorporificação das relações humanas – e isso é uma perda. Do ponto de vista social, surgem novos agrupamentos, que não são sociedades e nem comunidades. São grupos virtuais, um fenômeno estranho e híbrido. Ao mesmo tempo, ocorre o fenômeno do “esvaziamento da interioridade” e da “esfera privada”. As nossas “identidades” estão “soltas” por aí. Portanto, não seria loucura imaginar que num futuro

próximo existirá um robô que, de posse de todas as informações de nossa identidade, obtidas nos *big data*, poderá criar um holograma ou um avatar que se comportará como nós mesmos [risos], simulando perfeitamente um personagem virtual que atue como nós.

*O que seria o pensamento crítico dos estudos dos meios?*

Pensamento crítico significa que é possível pensar de outra maneira, não aceitando uma narrativa oficial. Seria dar um salto atrás e distanciar-se do texto e saber que todo discurso é uma construção de uma pessoa e que posso ler de modo diferente. Se acredito que uma narrativa é uma construção fiel e válida, posso aceitá-la tal como me foi dada ou realizar uma segunda leitura, mais interpretativa. E por meio dela entender o texto como uma simulação que responde a uma intencionalidade, e como tal é uma representação. Temos de buscar essa leitura crítica. Só desenvolvendo a capacidade de ler com esse distanciamento poderemos pensar criticamente. Defendo uma análise dos problemas que se apresentam e uma reflexão de quais seriam as soluções para eles. O que não é o habitual. O comum é uma cultura reprodutora de esquemas e modelos que funcionam por inércia – não questionamos se são úteis ou não em um momento determinado. Quando ocorre no mundo atual mudanças tão aceleradas na realidade, algumas pautas ficam parecidas com um balé estranho, com movimentos que não têm sentido. E isso está se passando em diversos campos. Por isso preci-

samos aplicar mais o pensamento crítico em várias instâncias, mais especificamente as da educação e a dos meios de comunicação.

### **Como aplicar o pensamento crítico com a televisão, meios de comunicação e a inclusão digital?**

A tecnologia é uma inteligência externa à nossa. E às vezes ocorre uma rejeição a equipamentos técnicos, pois são muitos, em contínua reposição ou novas versões com mais recursos. A indústria cria um artefato e nos impõe que precisamos consumi-lo. Baixa a nossa autoestima nos chamando, por exemplo, de “inúteis digitais”. Nos impõe artefatos que nem sempre são funcionais para a vida cotidiana. Com a comunicação deveríamos levar em conta dois princípios. Primeiro, que não podemos depender da tecnologia para nos comunicar. A tecnologia em si mesma é uma mediadora. Segundo, não temos de adotar qualquer tecnologia, temos de ser críticos com ela pois é maleável e é um constructo humano. Algo produzido historicamente, não que vem de fora. Os comunicadores têm de ser críticos com a tecnologia que utilizam. Marshall McLuhan já disse que os meios têm muita força em si mesmos. Portanto, se não discutimos os meios, e o usamos tal qual chegam até nós, podem acontecer comportamentos não previstos. Independentemente da tecnologia, há questões importantes a serem discutidas no jornalismo. E sem dúvida prioritárias.

### **Como, por exemplo?**

Sem dúvida, uma volta às origens e repensar qual o serviço social que o jornalismo deve realizar e qual o papel social do comunicador. Essas questões são a base de uma referência crítica. Que serviço público cumpre o jornalismo? Qual sua veracidade? Que credibilidade garante a seu público? Que respeito tem para com sua audiência? Que outros princípios se impõem e que devem prevalecer sobre ou ao lado dos interesses comerciais, da publicidade, do mercantilismo, da banalidade? Ter isso presente é a importante questão **ética** e social.

**A sociedade da informação, sobretudo no campo da educação, representa um poço de incertezas. Mas há um discurso mais proativo, propondo que a audiência aprenda a escolher e participar mais ativamente, não apenas no consumo, mas sobretudo na produção da mídia.**

São duas questões. O conceito de sociedade da informação, concordo, é uma espécie de vazio, de caixa negra. Vivemos em uma sociedade que não sabemos bem como funciona. Sobretudo não sabemos que consequências nos afetará no futuro. Se organizarmos um pouco nosso pensamento, estou certo de que iremos avançar. Se olharmos uma pessoa e para sua dimensão cognitiva, que é o que nos interessa, de como ela percebe a realidade, como se comunica com os demais... Primeiro impõe-se refletir sobre a capacidade perceptiva e analítica de organização conceitual da realidade. O segundo ponto é deter-se sobre a capacidade expressiva e comunicativa.

Depois viriam as estruturas culturais. Com três níveis: a) assumir o mundo; b) comunicar-se com o mundo; e, finalmente, c) compartilhar os códigos e as linguagens. A sociedade da informação aplica outra formação em todos os níveis, mas num sentido mais específico em termos políticos, ao tentar impor uma outra formação utilizando certos discursos.

### **Que discursos são esses?**

Pois é, ordená-los de modo clássico é positivo. O que chamamos do sentido comum das pessoas é o que não se discute, ou seja, o que elas aceitam na vida cotidiana. Esse senso comum permeia as novas ideologias, está nas propagandas. São quatro discursos de diferentes tipos de persuasão. O sentido comum é algo que se adota de forma natural ou pragmática. A ideologia, num segundo estágio, não é uma evidência pragmática, é um constructo coletivo, intelectual. Por exemplo, a ideia de que quanto mais opções e meios existirem, mais se amplia nossa liberdade. Isso não é uma evidência empírica, mas um constructo ideológico. Portanto, devemos considerar que muitas dos valores e processos que a sociedade da informação potencializa respondem a ideologias. Em seguida, num terceiro nível, estão as propagandas em sentido amplo. Quem está por trás das propagandas, hoje? A grande indústria da publicidade, das relações públicas, dos pontos de vendas. Também quem produz essas narrativas são as instituições com interesses específicos, como o Fundo Monetário



**é preciso adaptar a nova esfera pública que convive com os antigos difusores e os novos participantes que são cidadãos.”**



Internacional (FMI), a Comissão Europeia ou a Unesco. Eles fazem propaganda em sentido ativo, para promover suas ideias, seus projetos. Há ainda um quarto discurso, mais amplo e também sujeito a contradições, que é o do conhecimento científico.

### **Recapitulando?**

No fundo são, o sentido comum; as ideologias; as propagandas; e o conhecimento científico. Tudo isto é como um plano para confeccionar um mapa. Quem joga como ator, agindo nesta transformação da sociedade da informação? Em que setores jogam esses atores e com que interesses? Se soubermos isso teremos condições de criar uma rota de fuga, e começar a entender o que combina, o que favorece os indivíduos. Se aceitarmos a ideologia, acreditando em seu discurso, pensaremos que toda a sociedade da informação nos cai do céu e que dela nada podemos

fazer. Assim estaríamos completamente, como dizia Étienne de La Boétie, filósofo contemporâneo de Michel de Montaigne, na “questão da servidão voluntária”. Esta servidão mata o espírito crítico, a autonomia e acaba aniquilando a humanidade.

### **Que pesquisas o senhor realiza sobre educomunicação?**

Durante este período de 2015 e 2016 trabalho em três pesquisas, duas de âmbito europeu e outra no âmbito espanhol. No âmbito europeu, estou terminando um estudo sobre como as escolas, em todos os países da comunidade europeia, utilizam o cinema e o audiovisual em geral, tanto como ferramenta educativa ou como objeto de estudo. Isso é importante para definir o patrimônio cultural que o cinema representa e se ele tem consequências nas escolas ou não. A hipótese é que se a produção cinematográfica entrasse nas escolas

provocaria uma melhoria na qualidade do ensino. E se a educação entrasse na visão dos cineastas, o cinema melhoraria. Há um diretor francês, Bertrand Tavernier, que produz filmes muito interessantes com temas como o da Revolução Francesa, por exemplo. Este diretor tem uma filosofia de aprender com o cinema e ao mesmo tempo mostrar os problemas educativos. A hipótese é muito mais ampla, o cinema é um patrimônio cultural que não se deve perder como recurso na educação. Introduzido nas escolas, transforma a mentalidades dos jovens. E essa demanda leva à produção de um cinema de qualidade e mais humano, não industrial ou comercial. Esta pesquisa, já terminada, levará ao desenvolvimento de aplicações, como a criação de um mapa exploratório. Estamos lançando uma série de debates, a partir da projeção de filmes, com crianças em escolas de diferentes países da Europa. Outra pesquisa, também

concluída, mostra a relação de todos os currículos europeus e a educomunicação. Como se lança, a partir do Ministério da Educação, a obrigação de estudar determinados temas e que possibilidades há de introduzir o que acreditamos ser a educação midiática. Isto afetará no médio prazo, modificando os currículos desses países.

### ***E a pesquisa espanhola?***

Tratamos de valorizar as competências midiáticas de professores, estudantes, trabalhadores e cidadãos. Estamos no processo de criar uma ferramenta informática que deverá estar pronta antes de dezembro, e que permitirá realizar o diagnóstico de uma população ou de um grupo para a implementação de meios de informação. Estamos iniciando ainda uma pesquisa de educação fundamental. Fechamos um acordo em 2016 com a televisão espanhola para redesenhar a transformação dos serviços de informação audiovisual. Temos ainda um observatório com televisões alemã, francesa, italiana e espanhola no sentido de aplicar essas mudanças nos informativos audiovisuais no novo contexto da sociedade da informação. Já não se trata da televisão em família, mas de uma televisão focada em cada indivíduo. Esse observatório será referência para as tendências que consideramos oportunas no desenvolvimento de pesquisas específicas. Até 2017 iremos trabalhar outras duas pesquisas. A de um laboratório experimental num centro da TV espanhola na região da Estremadura. Experimental, pois transformaremos a relação jornalística, convertendo-a em um fluxo

multimídia de sinais de informação. Útil não apenas para o típico consumidor de televisão, mas também para professores, estudantes, industriais, políticos. Multiplicaremos o fluxo de informação que se produz, direcionando para diferentes funções. É um projeto sobre como transformar as rotinas de produção audiovisuais nas televisões públicas para novos contextos, de pensar as novas interfaces. Se a Comissão Europeia patrocinar, começaremos em seis meses, com duração de quatro anos. A ideia é fazer neste projeto a convergência do que temos aprendido nos contextos de uso do material audiovisual. Também estou trabalhando em um livro que trata de explicar o que acontece no dia seguinte [risos]. Houve uma revolução mediática enorme, então é o momento de pensar nas consequências. O que passará? O que virá? Escrevi um texto sobre o professor Umberto Eco que de algum modo situa tudo isso, agora que tudo aconteceu e o que ganhamos.<sup>2</sup>

***O senhor dirigiu o departamento de TV Educativa da RTVE (Rádio e Televisão Espanhola), criando a série “A Aventura do saber”. Liderou projetos audiovisuais para diferentes emissoras de TV. Que serviço público o audiovisual pode realizar para potencializar a cultura e a educação?***

Trabalhei em uma emissora educativa há muito tempo. Comecei a pensar o que aconteceu desde então. A televisão já não é o que foi. Antes era um canal, um vetor

<sup>2</sup> Confira o texto em [https://jmtornero.wordpress.com/2016/03/20/el-legado-intelectual-de-umberto-eco/

e uma sequência de programação. Hoje ela é um fenômeno transmidiático que não utiliza apenas a televisão, mas também a internet. Não é só uma mensagem audiovisual de ida, mas sim de ida e de volta. Esta é a grande virada na produção televisiva. Já a grande mudança que acontece na educação é que a aula conta cada vez menos do que o entorno. No caso da cultura acontece o fenômeno tremendo da “deslocalização”, com todas as consequências que isto pode trazer. Quer dizer, a cultura está saltando os territórios, produzindo uma “globalização cultural”. Neste contexto, minha pergunta é: o que se pode fazer com os mesmos valores, que inspiravam a minha pesquisa prévia: como é possível enriquecer a inteligência coletiva por meio da televisão? Temos a obrigação de repensar esta multiplicidade da televisão e pensar no celular, no tablet, no celular, na internet, no Periscope do Twitter, do Facebook Live e do YouTube, porque é neles que hoje circula o audiovisual.

### ***Essas são colocações importantes.***

Sim, são indagações e colocações importantes, mas há uma outra, que é falar mais em “sociedade de aprendizagem” do que de sociedade globalizada. E coloco ainda um último tema: pensar que passamos por um processo de transformação da nossa identidade cultural. Estamos em uma diversificação proativa. A Unesco lançou um manifesto em defesa da diversidade cultural que é protecionista, no sentido de que “respeitemos por favor as diversidades que existem”.

Acho que deveria lançar um manifesto proativo: “Vamos construir diversidade cultural”, ou seja, não só respeitando de um modo protecionista as diversidades já existentes, mas as que viremos ganhar e criar no futuro. Mas pensando bem, tudo isso é uma visão parcial, uma vez que toda a cultura se produz e também se transforma. Está é a minha preocupação atual: a relação entre a televisão e a cultura. E o serviço público desempenha um papel fundamental e tem ainda muito a fazer. Estamos sempre diante de novos desafios como o da transparência institucional. Podemos dizer que esse é um desafio do direito e é da política, mas é também uma responsabilidade da televisão. Agora, nesses dias, vocês estão vivendo no Brasil um demorado processo de impeachment da presidente, e esse é um momento histórico. Está com todos os seus passos e etapas registrados. Independentemente do que aconteça neste processo [esta entrevista foi realizada no mês de junho de 2016], é preciso permitir que um cidadão no futuro venha a saber o que aconteceu, que tenha acesso a tudo o que foi gravado, que possa distanciar do fluxo midiático e do calor temporário que se está vivendo neste atual momento e possa valorar para tomar consciência do que se passou e aconteceu. Sem tomar partido prévio. Seguramente será possível ver o que está acontecendo nos dias atuais, mas com novas ferramentas. Facilitar o acesso a esse acervo do ponto de vista televisivo, documental e informático é uma obrigação se quisermos gerar uma nova consciência para o século

XXI.

***Uma outra pesquisa conduzida pelo senhor é “como os novos meios reformulam o conceito de cidadania e como isso exige novas formas de participação democrática”. Pode falar sobre isto?***

O conceito de cidadania vem lá da sociedade feudal – quando havia os cidadãos e os servos. Servos estavam ligados à ideia do território e a um senhor. Então os camponeses tinham uma dupla responsabilidade: não poderiam abandonar o seu território e ao mesmo tempo teriam que dar uma parte de sua produção ao senhor feudal. As cidades foram se configurando como um espaço independente dessa regra de jogo. Os senhores feudais tinham um acesso menor ao território da cidade, e ali as pessoas viviam do trabalho artesanal, quase não havendo servos. Aqui há uma diferença entre a cidade renascentista e a cidade grega, e com isto uma renovação de um projeto de democracia. Uma nova esfera pública. Esta esfera pública estava constituída por esta nova forma de autogoverno do município correspondente e as cidades se converteram em um novo espaço, o urbano. O grande salto foi a Revolução Francesa, quando declara direitos iguais a todos os cidadãos. Já não somos mais servos de um monarca e temos direitos. A primeira proclamação dos direitos humanos é a francesa, claro que a segunda se encontra na carta inglesa de proclamação dos direitos, mas a francesa é a que marca a valorização dos direitos humanos. Manter este caminho é importante,

pois há um progresso na história, mas com a condição de que contextualizemos que tipo de feudalismo está se impondo hoje em dia e que tipo de servidão está acontecendo e que necessitaria a gestação desta nova cidadania. É preciso romper com esta servidão que o capitalismo tenta impor e que busca apenas maximizar os benefícios – e que acaba por converter a pessoa em um instrumento e objeto. Um projeto em que todo o olhar está focado unicamente no intercâmbio econômico. Este processo representa uma nova feudalização da sociedade. Há grandes poderes, conglomerados econômicos que estão se constituindo, como novos senhores feudais, a nível mundial. Entregamos o nosso dinheiro e o nosso trabalho, mas não os controlamos. E isso acontece porque há uma grande esfera oculta de poder que foi revelado, por exemplo, no caso do WikiLeaks, de Edward Snowden. É um exemplo que aponta e reforça essa nova modalidade de feudalização. Temos que lutar para uma nova cidadania: aberta, democrática, mais participativa e que não tenha mais os limites da cidade renascentista, mas plasme uma inspiração global. Ela tem de acontecer sustentada na base do rompimento da servidão a esses poderes feudais que se instalam ou permanecem instalados. Tudo isto tem de passar por uma esfera pública aberta e com direito à informação. Daí a bandeira do direito à informação e à educação, numa busca de uma pluralidade cultural. É nesse ponto que a alfabetização mediática tem uma grande contribuição a dar. **P**

# Entre Comunicação e Semiótica, a interação

## Eric Landowski

Pesquisador (Paris, CNRS-Sciences Po), diretor da revista *Actes Sémiotiques*, co-diretor do Centro de Pesquisas Sociosemióticas (PUC-SP).

### Resumo

207 Não há por um lado a Comunicação e, por outro, a Semiótica. Fora dos organogramas oficiais, não há tais unidades que falariam, cada uma, com uma só voz. Do mesmo modo que se distinguem várias abordagens comunicacionais da comunicação, coexistem modos distintos de abordá-la semioticamente. Por dentro de cada disciplina confrontam-se correntes distintas, umas mais tradicionais, outras mais inovadoras. Alguns anos atrás, Muniz Sodré, fundador de uma das correntes mais inovadoras da Comunicação, esboçava, na introdução de seu livro, *As Estratégias sensíveis*, uma discussão com o promotor de uma das linhas mais atuais da Semiótica, a “sociosemiótica”. É esse diálogo que o presente texto pretende prolongar.

**Palavras-chave:** Comunicação; Semiótica; interação.

### Abstract

There does not exist on the one hand “Communication” as a perfectly homogeneous discipline, and on the other hand “Semiotics” as a unified block. Such entities only appear on paper, in official documents. In reality, various approaches to communication, some more traditionalist, others more innovative cohabit and oppose each other inside both disciplines. A few years ago, in the introduction to his book *As Estratégias sensíveis*, Muniz Sodré, the initiator of one of the most avant-garde trends in Communication, started a discussion with the leading figure of French Sociosemiotics. The purpose of the present article is to prolong this dialogue.

**Keywords:** Communication; Semiotics; Interaction.

O presente artigo é a versão reescrita por inteiro, em 2015, de um texto inicialmente publicado sob uma forma errada, devido a acidentes técnicos, in A. Primo e A.C. de Oliveira (orgs.), *Comunicação e interações*, Porto Alegre, Sulina-Compós, 2008, pp. 43-70.

No Brasil como em outras partes do mundo, na França ou na Itália por exemplo, a vizinhança entre Comunicação e Semiótica dá lugar a confrontações tensas, para não dizer conflituosas, em muitos Programas de Pós-graduação e nas agências de avaliação. Longe de formas de cooperação entre esses empreendimentos que poder-se-ia imaginar complementares, o espetáculo oferecido relembra o de dois times afrontando-se no estádio. Todavia, se o terreno de encontro, *a mídia*, apresenta-se, empiricamente, como o mesmo para ambos os concorrentes — mesmos jornais, mesma televisão, mesma internet —, a Comunicação, por um lado, e a Semiótica, por outro, concebem-no, epistemologicamente, e o constroem, metodologicamente, enquanto objeto de estudo, com perspectivas e ferramentas tão diferentes que é de se perguntar se, apesar de serem institucionalmente irmãs, elas não se colocam de entrada em níveis teóricos suficientemente afastados para excluir todo risco, ou qualquer chance, de se encontrarem no plano intelectual. A rivalidade não seria, nessas condições, tanto (ou mais) de ordem institucional e política, quanto propriamente científica?

Seja como for, a bem olhar, a confrontação não obedece a um esquema binário simples, como no futebol. Ela aproxima-se mais da competição política, onde as lutas, antes de se darem entre partidos, têm lugar dentro deles. Não há por um lado *a Comunicação* e, por outro, *a Semiótica*. Fora dos organogramas oficiais, não há tais unidades que falariam, cada uma, com uma só voz. Do mesmo modo que se distinguem várias abordagens comunicacionais da comunicação, coexistem e rivalizam modos distintos de abordá-la semioticamente. A briga, portanto, desdobra-se. Os lugares de confronto proliferam por dentro de cada disciplina entre correntes opostas e, dentro destas, entre tendências mais tradicionais ou mais inovadoras. Isso



ARTIGOS  
LIVRES

significa que as relações entre os dois campos principais dependem do equilíbrio instável que se estabelece entre as orientações competindo dentro de cada um deles.

Outro fator contribui também para animar a controvérsia. É sua dimensão internacional, devida em particular à vitalidade das relações entre Brasil e França. Para nós, é boa a notícia de que um número apreciável de especialistas franceses, tanto da Semiótica quanto da Comunicação, estão entre os autores estrangeiros mais citados nos programas de Comunicação brasileiros<sup>1</sup>. Reciprocamente, sempre houve pesquisadores franceses, próximos ou da Semiótica (como, outrora, Michel de Certeau) ou da Comunicação (por exemplo, hoje, Michel Maffesoli) cujo pensamento foi fortemente estimulado por seus encontros com a cultura e os estudiosos brasileiros. Essa tradição de intercâmbios continua. Assim, há alguns anos, Muniz Sodré, na introdução de seu livro bem conhecido, *As Estratégias sensíveis*, esboçava uma discussão com um semiótico de língua francesa, o autor dessas linhas<sup>2</sup>. A esse gesto de abertura gostaríamos de responder aqui.

Nossa resposta, entretanto, não será a da Semiótica (francesa) à Comunicação (brasileira). Já sublinhamos, tais unidades monolíticas não existem. Evitaremos, portanto, de considerar nosso colega como o representante da Comunicação no seu país; e do mesmo modo, rechaçaremos toda pretensão de falar em nome da Semiótica no nosso. Esperamo-lo, talvez possa o interesse da discussão decorrer precisamente do fato de que, no caso, os interlocutores, longe de expressarem qualquer ortodoxia, nem mesmo a posição *mainstream* nas suas respectivas áreas, sejam, cada um a seu modo, *marginais* dentro da própria tribo — veremos daqui a pouco em que sentido.

O livro de Muniz Sodré situa a reflexão sobre um plano teórico no qual não surgem incompatibilidades

1 Cf. Raúl Fuentes Navarro, “Fontes bibliográficas da pesquisa acadêmica nos cursos de pós-graduação em comunicação no Brasil e no México”, *MATRIZES*, 1, 2007.

2 Muniz Sodré, *As Estratégias Sensíveis. Afeto, mídia e política*, Rio de Janeiro, Vozes, 2006 (Introdução, pp. 9-16). (Mas adiante no texto, ES e número de página.)

radicais com a abordagem interacional que propõe a Semiótica tal como a concebemos. Encontramos ao contrário vários pontos de convergência. O primeiro se refere ao tema mesmo da obra: o estatuto e as estratégias *do sensível* na mídia e na política. Outro decorre da *postura epistemológica* original que o autor adota no quadro dos estudos da comunicação, ou, talvez seja mais exato dizer, à margem mais avançada deles.

O reconhecimento de tais convergências supõe, todavia, como em qualquer controvérsia intelectual, um pacto conversacional. Para se entender, necessita-se no mínimo que não se confundam dois tipos de desacordos eventuais. Uns podem ser de ordem propriamente teórica. Identificá-los necessita uma leitura atenta e um cotejo nítido das produções respectivas. Outros, mais frequentes embora fictícios (mas não, por isso, menos persistentes), provêm, no oposto, da não escuta mútua, cada interlocutor julgando que o discurso do outro, desde que se origina no campo adverso, pode somente repetir erros já conhecidos — o resultado sendo a vã reiteração de preconceitos e mal-entendidos herdados do passado. Queríamos evitá-los.

Isso dito, a ideia diretriz que norteia o autor ao longo do livro, e que posteriormente ele sistematizou num artigo sobre a “episteme comunicacional”, consiste em propor um importante reajuste na conceptualização da “comunicação”<sup>3</sup>. Partindo do “comunicativo”, trata-se de passar ao “comunicacional”. Salvo erro, essas noções fazem sentido em três níveis. Ao mesmo tempo que se referem a *processos* midiáticos distintos enquanto objetos de estudo, reenviam a *procedimentos* analíticos e, conseqüentemente, a *posturas* epistemológicas diferentes. Na ótica do *comunicativo* (que, sublinha o autor, domina os estudos correntes), a comunicação reduz-se a um “processo transferencial de informações”. Realizado por um ou outro “instrumento” midiático (jornal, rádio, televisão, internet), tal processo presta-se a análises conduzidas com procedimentos descritivos cujo caráter empírico reflete a postura epistemológica subjacente à concepção funcionalista da mídia, a qual obedece

3 M. Sodré, « Sobre a Episteme comunicacional », *MATRIZES*, 1, 2007, pp. 15-26. (Mas adiante, SE e página.)

pura e simplesmente ao “entendimento comum” (SE, 16). — A definição do *comunicacional* é mais árdua. Não sendo este um conceito dado pelo bom senso, tem-se que construí-lo. Para tanto, é preciso introduzir a ideia de “mídiatização”.

Por mídiatização, entenda-se, [...], não a veiculação de acontecimentos por meios de comunicação (como se primeiro se desse o fato social temporalizado e depois o midiático, transtemporal, de algum modo), e sim o funcionamento articulado das tradicionais instituições sociais com a mídia. A mídiatização não nos diz o que é a comunicação e, no entanto, ela é o objeto por excelência de um pensamento da comunicação social na contemporaneidade, precisamente por sustentar a hipótese de uma mutação centrada no funcionamento atual das tecnologias da comunicação. (SE, 17)

É essa mutação, o “surgimento de uma “outra cultura”, vertebrada pelas tecnologias da informação”, que torna obsoleta a perspectiva precedente e urgente a passagem à epistemologia comunicacional (ES, 14). Face ao que o autor descreve como um *bios* inédito, “o *bios* virtual”, “nova esfera existencial em que estamos todos sensorialmente imersos” (ES, 16), impõe-se a necessidade de ultrapassar os limites das ciências sociais e humanas tradicionais e de promover outra forma de conhecimento, da ordem da *compreensão* (ES, 15), “ao modo daquilo que Deleuze e Guattari chamariam de “ciência nômade”, isto é uma problematização de fluxos, de contingências, sem teoremas e constantes” (SE, 23).

Neste contexto, onde fica “a Semiótica”? O interessante é a posição intermediária que o autor lhe atribui. Se, como se adivinha, ele não a coloca do lado promotor das ciências “nômades”, nem tampouco ele chega a confundi-la com, digamos, as mais trivialmente sedentárias. Ele a situa entre os dois polos, junto com a Antropologia (quer dizer, em boa companhia). Optar “em favor de caminhos semióticos ou antropológicos, escreve Sodré, é abandon[ar] a perspectiva funcionalista da maioria dos trabalhos sociológicos de origem norte-americana” (SE, 16). Vale dizer que tanto a concepção dos *processos* retidos como objetos de estudo, quanto a definição da *postura* epistemológica e dos *procedimentos* analíti-

cos ligados à opção semiótica obedecem a princípios diferentes daqueles que regem a perspectiva “comunicativa”. Eis um primeiro passo importante! Mas depois, será possível outro, mais decisivo? No dizer de Sodré, está claro que não! Que a Semiótica, ao lado da Antropologia, possa ajudar os estudiosos da comunicação a distanciar-se do modelo informacional, que ela permita criticá-lo ou sofisticá-lo, tudo isso acaba somente, conclui ele, em “refinar teoricamente”; sem, por enquanto, “sair do solo ontológico trilhado pelo entendimento comum do que possa ser comunicação” (SE, 16).

Com certeza, afastar-se de um sistema teórico dado não é entrar *ipso facto* na lógica do sistema oposto. A sintaxe do quadrado semiótico permite entender isso... Admitindo que o comunicativo e o comunicacional constituem dois universos contrários, é perfeitamente possível emancipar-se do primeiro e ficar fora do segundo, na posição transitória do que, no nosso jargão, chama-se de subcontrário. Será o destino da Semiótica manter-se assim, parada no meio do caminho, no purgatório do *não-comunicativo*, incapaz de se erguer à altura do *comunicacional* ou de propor outra forma de epistemologia que possa ser considerada equivalente, embora formulada com outra terminologia conceitual? Previamente à discussão deste ponto, convém notar que essa desconfiança manifestada a respeito da aptidão da Semiótica para efetuar o salto qualitativo decisivo não nos parece resultar de um exame documentado e atualizado do modo como os semióticos, na sua diversidade, trabalham hoje. Parece, antes, decorrer do fato que nosso colega satisfaz-se com um *cliché* relativo ao que é “ser semióticoista”: como se diz, e como repete o autor, é ser *estruturalista*<sup>4</sup>. — Por certo, mas é preciso entender-se sobre o valor dessa palavra.

Em termos de prática da pesquisa no dia a dia, a opção estrutural corresponde, para nós, a um trabalho sem fim de crítica e reelaboração dos conceitos, de aprofundamento de suas implicações, de confrontação com o material empírico, de consolidação,

4 Trata-se, evidentemente, dos semióticos da família de Saussure, Mauss, Hjelmslev, Benveniste, Greimas, Barthes, Lévi-Strauss, o que deixa de lado, em particular, os da linha peirciana.

complementação ou complexificação de modelos com valor hipotético e, por definição, provisórios. No oposto, tal como nosso interlocutor a apresenta, ela constitui uma escolha metafísica, com carácter global e definitivo. Daí a substituição do adjetivo “estrutural”, rótulo cómodo para designar um conjunto de princípios heurísticos e um método operacional, pelo substantivo “estruturalista”, termo com valor de estigma aplicado a supostos crentes em dogmas intangíveis. O fato de a Semiótica originar-se no estruturalismo condenaria, portanto, todo semiotista a enxergar o mundo com o mesmo olhar que os fundadores do século passado. Na época, dadas as regularidades descobertas na linguagem, nos mitos, no parentesco, “o ‘homem’ cedia lugar às estruturas — linguísticas, literárias, psicanalíticas, antropológicas, econômicas — na explicação do social” (SE, 23). Seria, conseqüentemente, uma necessidade que, também sob nosso olhar semiótico de hoje, “o sujeito falante ced[er] lugar ao ‘código’, isto é, a uma estrutura independente do sujeito e precedente à mensagem” (*ibid.*).

210 Naturalmente, vamos mostrar que não é assim! Será justo, porém, reconhecer que, ao menos para os que veem a Semiótica de longe, existem razões de ter essa impressão de imutabilidade. Lógico, quem melhor a alimenta, são os porta-vozes institucionalmente mais imóveis da disciplina! Mas a Semiótica estrutural, como a lua, tem duas faces. A que se mostra a todo mundo leva o rótulo lastimável de “Escola” (de Paris<sup>5</sup>) e oferece a imagem de uma disciplina deliberadamente fechada sobre si mesma, pronta a encaixar qualquer objeto nos seus esquemas “canônicos”. No entanto, o que bloqueou assim a reflexão não foi a teoria em si mesma, mas a maneira como parte das gerações formadas nos anos 70-80, período de sistematização da Semiótica greimasiana, tornou-se, uma vez instalada na carreira acadêmica, a teimosa guardiã do “adquirido”, transformando o hipotético e o problemático em ortodoxia estandardizada, como se a conceptualização elaborada na bela época para resolver problemas do momento

5 Cf. « Le Cercle sémiotique greimassien », CASA, XIII, 1, 2015 (<http://seer.fclar.unesp.br/casa/issue/view/529>); tr. ingl., « The Greimassian Semiotic Circle », in Marina Grishakova et al., *Theoretical Schools and Circles in the Twentieth Century Humanities*, Londres, Routledge, 2015.

fosse a forma acabada de uma “ciência” à qual doravante seria criminal mudar ou acrescentar qualquer coisa.

Encontra-se na outra face uma abordagem mais livre e mais compreensiva, disposta para explorações arriscadas: uma semiótica um tanto transgressiva, e por isso marginalizada, que, liberada da mística do texto, se atreve, em particular, a pretender dar conta da apreensão, pelos sujeitos, do sentido oriundo de sua presença imediata e sensível ao mundo, ao outro, a si mesmo. Entretanto, afrontar o holismo da *experiência*, as ambivalências do *vivido*, as modulações do *sensível* não implica desistir da busca de inteligibilidade para cair no impressionismo. Considerando que o sentir e o entender são dimensões indissociavelmente envolvidas em nossas relações com o Outro em geral (inclusive o ambiente — o “bios”), trata-se de dar conta, semioticamente, da *inteligibilidade* do sensível, tanto quanto de abordar *sensivelmente* o inteligível<sup>6</sup>. Por oposição à unilateralidade da conceição da significação enquanto objeto da Semiótica textual estandar, esta segunda face enfatiza a pluralidade dos regimes de produção do sentido<sup>7</sup>. Tal esforço de refundação assemelha-se, nos parece, à maneira como Sodré, mediante a problematiza o do comunicacional, visa à ultrapassagem da abordagem que, no domínio dele, ainda “domina os estudos correntes” embora seus limites estejam, aí também, cada vez mais óbvios. Estrategicamente, nossos projetos são paralelos.

Mas ao passo que Sodré apresenta sua proposta como uma substitui o de paradigmas, como uma ruptura epistemológica radical, nossa visada   mais dialética. Não proclamamos o fim de uma Semiótica,   qual deveria suceder outra, diferente por completo. Trata-se, quando muito, de relativizar o alcance da teoria dominante, de explicitar seus pressupostos antropológicos e filosóficos e de complementá-la na inten o de dar resposta a preocupa es novas. A Semiótica a favor da qual lidamos  , em suma, a face escondida da *mesma* lua, não um astro novo no céu

6 Cf. « Para uma semiótica sensível », *Educa o & Realidade*, XXX, 2, 2005.

7 Cf. « Unit  del senso, pluralit  di regimi », in G. Marrone et al. (orgs.), *Narrazione ed esperienza. Intorno a una semiotica della vita quotidiana*, Roma, Meltemi, 2007.

da Ciência. E se abtemo-nos de falar em ruptura, não   porque um resto de nostalgia nos impediria de separar-nos da problemática clássica, de cuja elabora o participamos durante muitos anos.   porque a *coupure* epistemológica não se deu após a “morte do pai” (1992), entre a teoria que Greimas construiu e a versão alargada que desenvolvamos nas duas últimas décadas. Ela ocorreu já na década de 50, quando a Semiótica estrutural nascente, opondo-se   Semiologia de então (variante européia da problemática funcional cuja outra versão, de origem norte-americana, foi rechaçada mais tarde por Sodré), recusou uma vez por todas a no o de signo enquanto unidade relevante, abandonou a problemática do código e constituiu-se como teoria geral da *significa o*<sup>8</sup>.

O paralelo entre o corte proposto por Sodré e o nosso  , portanto, um pouco mais complexo do que parece. O que está homologável ao *comunicativo* não   a Semiótica greimasiana estandar,   a teoria do signo e do código de G. Mounin e L. Prieto, ou seja, a *Semiologia* dos anos 50. E o desdobramento homologável   perspectiva *comunicacional*   a teoria alargada que estamos construindo sob a denomina o de *Sociossemi tica*<sup>9</sup>. A *Semiótica estandar* apresenta-se, neste quadro, como uma constru o de transi o. Se ela se situou desde o início além do funcionalismo semiológico, e se, agora, ela parece aquém da idéia de uma Semiótica “nômade”,   não obstante a partir dela, alicerçando-se nos seus princípios epistemológicos e mediante uma crítica metódica de seus pressupostos, que se tornou possível a refund o que propomos.

Hoje, após essa longa evolu o por ambos os lados, as reflexões mais avançadas parecem convergir rumo a um mesmo tema, o da *interac o*. Não por acaso, mas porque tendências gerais da episteme guiam os esforços inovadores em dire es comuns. Aplicadas   média, as pesquisas atuais acerca das for-

8 A ruptura com a problemática do signo foi delineada pela primeira vez em A.J. Greimas, « L'actualité du saussurisme », *Le Français Moderne*, 3, 1956. Cf. E. Landowski, « Aquém dos signos e dos códigos » (em « O olhar comprometido »), *Galáxia*, 2, 2001.

9 Cf. « *Sociossemi tica : uma teoria geral do sentido* », *Galáxia*, XIII, 27, 2014 (<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/19609>).

mas de intera o articulam questões de ordem teórica, relativas às condi es de produ o e de apreensão do sentido, com os problemas de interpreta o que tangem ao modo como o desenvolvimento das novas tecnologias transforma essas condi es. Sobre esses pontos, as posi es de Muniz Sodré nos textos já citados são, em boa parte, comparáveis às nossas. Ressaltar primeiro as semelhanças nos permitirá, depois, apontar as divergências e, possivelmente, sugerir modos de ultrapassá-las.

Retomando uma distin o familiar aos semiotistas, Sodré opõe o nível do *enunciado*, em que circula a “informa o”, e o da *enuncia o*, “rela o entre duas subjetividades”, na qual, escreve ele em termos que poderiam ser literalmente os nossos, “o sentido troca a lógica da circula o de valores pela co-presença somática e sensorial dos actantes”<sup>10</sup>. Em fun o das circunstâncias da interlocu o, ora um ora outro desses níveis pode ser privilegiado, dando lugar a estratégias discursivas diferenciadas, umas mais “conceituais”, outras mais da ordem do “sentir”, explica o autor. Por nosso lado, distinguimos um regime de produ o da significância no qual tem-se processos de “leitura” que desembocam no reconhecimento de *significa es*, e outro, no qual a emergência do *sentido* pressupõe o que chamamos de processos est sicos de “apreensão” (*saisie*)<sup>11</sup>. Combinando as formula es de Sodré (entre aspas no que segue) com nossas, pode-se dizer que, por um lado, a *significa o* “se interpreta semanticamente” (enquanto efeito das estratégias enuncivas que regem a leitura dos enunciados), e que, por outro, o *sentido*, apreendido (*saisi*) “nas experiências de contato direto” (colocadas sob a dependência de estratégias enunciativas), “se vive”, mobilizando “o afeto e a tatilidade”, quer dizer, “o sensível” (ES, 13). Daí o título: *As estratégias sensíveis*.

Admitindo que pode “parecer uma contradi o em termos aplicar a idéia de cálculo [estratégico] a uma dimensão pr -representacional” tal como a do “sensível”, o autor dedica a Introdu o do livro   jus-

10 ES, 10. Acham-se formula es quase idênticas em « Para uma semiótica sensível », *art. cit.*, ou em « Poss dants et poss d s », *Passions sans nom*, Paris, PUF, 2004, pp. 73-76.

11 « Para uma semiótica sensível », *art. cit.*

tificação de tal oxímoro : “ “Estratégias”, por quê ? ”. A argumentação consiste em mostrar que, no campo das “ operações singulares ”, a “ estratégia ” configura-se “ como *eustochia*, a clássica designação grega para a mirada justa sobre uma situação problemática, convocada pela potência sensível do sujeito ou do objeto ” (ES, 11). No nosso próprio modelo, é a um oxímoro da mesma feição e, à primeira vista, não menos esquisito — o de *inteligência sensível* —, que recorreremos para caracterizar o regime interacional do *ajustamento*. A expressão foi forjada pelos antropólogos Pierre Detienne e Jean-Pierre Vernant, ao analisar outra noção grega, a de *mêtis*, vinda da sabedoria prática<sup>12</sup>. Como as estratégias às quais Sodré se interessa e como o ajustamento, a *mêtis*, enquanto forma de inteligência, associa sincreticamente o sentir com o entender, o contato com o cálculo, neutralizando a oposição entre somático-patêmico e cognitivo.

Apesar disso, em razão das vantagens que se tem em respeitar na medida do possível o sentido usual das palavras, mesmo ao empregá-las enquanto termos metalingüísticos, evitamos, salvo exceção, o termo “ estratégia ” nos contextos nos quais Sodré o emprega, reservando-o para outro regime de interação, repertoriado de longa data na Semiótica narrativa sob o nome de *manipulação* — regime em que intervêm efetivamente “ cálculos estratégicos ” sob a forma de montagens persuasivas, intercâmbios argumentativos, avaliações dos interesses recíprocos e negociações entre as partes. E quando se tratar de interações no plano sensível (ou, como dizemos, “ estésico ”), em vez de estratégias, falamos em ajustamentos entre actantes. Mas o que importa não são os nomes, e sim o fato de que, sob rótulos diferentes, tratamos de um só e mesmo regime de interação e de sentido, no qual dominam as relações entre *sensibilidades*. Uma vez assim reconhecida, por cada lado, a relevância da dimensão sensível, as divergências aparecem em outros níveis, relativos às formas gerais de teorização e a certas opções interpretativas globais. E aí, dadas as imagens mais difundidas das disciplinas em pauta, surge um paradoxo.

12 P. Detienne e J.-P. Vernant, *Les ruses de l'intelligence. La mêtis des Grecs*, Paris, Flammarion, 1974. Cf. *Interações arriscadas*, São Paulo, Estação das Letras e Cores, 2014, p. 47.

Não se esperaria que seja o teórico da comunicação mais favorável, por princípio epistemológico, à “ problematização de fluxos, de contingências, sem teoremas e constantes ” — e não o semiótico (o estruturalista) — quem alicerça seu raciocínio em categorias surpreendentemente estanques! Contudo, desde o “ comunicacional ” contraposto ao “ comunicativo ” no plano epistemológico, até os “ otimistas ” opostos aos “ pessimistas ” no plano político<sup>13</sup>, passando pelas dicotomias já encontradas (sensorial *versus* conceitual, afeto *versus* razão), descobrimos uma visão de mundo globalmente articulada sob a forma de oposições categóricas superpostas e finalmente homologáveis, como se, em todos os níveis, se tratasse da mesma luta do Bem contra o Mal : para amanhã, a promessa da salvação na “ comunidade afetiva ” *versus* a hegemonia secular da “ razão instrumental ” (ES, 12-13, 17, 66 e *passim*).

Surpreendente também poderá parecer, no sentido inverso, o fato de que, a pesar de ficar norteada pela busca de constantes (senão de teoremas), a perspectiva estrutural que adotamos nos conduza rumo a uma forma de modelização cujo objetivo é, antes de mais nada, dar conta da *complexidade* inerente a nossos objetos, das *ambivalências* das motivações, da *instabilidade* das situações e das *reviravoltas* dos processos. Tratando-se, por exemplo, da relação entre afeto e cálculo, não é o paradigma enquanto tal que nos parece mais relevante, mas as sintagmáticas e as dinâmicas que decorrem do *co-atuar* entre seus termos: não “ o afeto ” *versus* “ o cálculo ”, e sim os *cálculos do afeto*, ou, no outro sentido, os *afetos do cálculo*, ou seja a paixão, a obsessão, a loucura manipulatória<sup>14</sup>. Pois, ao observar as práticas, constatamos que na maior parte dos casos os pólos das categorias deste gênero, em vez de mutuamente se excluir como se fossem essências inimigas, implicam-se reciprocamente, superpondo ou combinando-se de mil maneiras.

Ao projetar assim, sobre a cena social e em particular midiática, um olhar que privilegia a complexi-

13 Por um lado, Toni Negri, André Gorz, Gianni Vattimo, por outro, Jean Baudrillard (ES, 60-63).

14 A propósito das paixões atadas à manipulação, tanto quanto a outros regimes de interação, cf. *Interações arriscadas*, op. cit., p. 104.

dade a despeito da categorização, estamos, no fundo, de acordo com Muniz Sodré : é bem de relações flutuantes, de “ fluxos ” e de interações “ contingentes ” — e, muitas vezes, até mesmo aleatórias — que temos de dar conta. O problema é, *como* ? Por nossa parte, acreditamos que é necessário um modelo *rigorosíssimo* na interdefinição dos elementos em jogo, se quisermos dispor de um aparelho conceitual o bastante potente e, ao mesmo tempo, flexível para permitir analisar um espaço no qual tipos distintos de estratégias ou, num plano mais geral, distintos regimes de interação e de sentido, longe de se excluírem mutuamente, interagem, eles mesmos, uns com outros.

Já evocamos dois destes regimes: os da manipulação e do ajustamento. Embora o primeiro seja mais afim com a ideia de cálculo racional e o segundo com as de corporeidade e de sensibilidade, não podemos reduzir sua definição a esse tipo de caracterização. Seria limitar o quadro das análises pela imposição de uma categoria de ordem substancial, inconveniente que só o emprego de conceitos relacionais permite evitar. Por isso, interdefinimos nossos regimes com critérios relativos às *formas do agir* dos actantes em relação uns com os outros, quer dizer a *sintaxes interacionais* distintas. Quando estiver em jogo uma forma qualquer de *adaptação* entre parceiros (cada um deles sendo movido por uma *intencionalidade* calculadora), falamos de “ manipulação ”. Ao contrário, nos casos nos quais o processo interacional se desenvolve na base da descoberta, no ato, de alguma forma de *sintonia* mútua (entre as respectivas *sensibilidades*), reconhecemos figuras de “ ajustamento ”<sup>15</sup>.

Está previsível que, no plano empírico, nunca encontraremos casos que correspondam puramente a uma dessas definições e para nada à outra. Encontraremos configurações que, apesar de corresponderem principalmente, segundo certo ponto de vista, seja à primeira, seja à segunda, dependerão ao mesmo tempo, em parte, ou sob outro ângulo, ou num outro patamar, da outra. Por exemplo — combinação frequente na propaganda política e na publicidade — veremos funcionar ajustamentos locais que, enxergados mais globalmente, entram em estra-

15 Cf. *Interações arriscadas*, op. cit., pp. 48-51.

tégias de manipulação<sup>16</sup>. Isto não invalida o modelo, pois o que o justifica não é a pretensão, nem sequer a espera que cada processo, cada situação ou cada ator encaixe-se univocamente nesta ou naquela possibilidade teoricamente delineada. Os regimes não são caixas, cada uma com seu rótulo, à maneira das gavetas de um colecionador que teria decidido que tudo o que puder encontrar entrará necessariamente em alguma delas, conformando-se à classificação preestabelecida. Ao contrário, é a regra com os objetos das ciências sociais: eles jamais se conformam, nem a categorias estanques, nem a tipos unívocos.

Ora, quanto mais um objeto se revela irreduzível a uma só das fórmulas hipotetizadas por uma teoria, quanto mais parece tipologicamente “ impuro ”, tanto mais nitidamente interdefinidos e, portanto, distintivos devem ser os instrumentos analíticos disponíveis, se quiser desintricar as combinações e as dosagens que entram na sua composição e lhe dão sua complexidade estrutural ao mesmo tempo que sua “ riqueza ” enquanto fenômeno social. Por essa razão, o bom uso de um modelo como o dos regimes de interação consiste em tomá-lo não como uma grade de classificação dos *objetos* mas à maneira de um instrumento de ótica que ajude a distinguir *articulações* pertinentes na profusão do que se dá a ver, quer dizer, que permita, ao estruturar o real, capturar a pluralidade de seus efeitos de sentido.

Essa forma de conceptualização permite, ademais, admitir configurações de aparência paradoxal, que transgridam a lógica do senso comum subjacente às categorizações substanciais que, mais acima, rechaçamos enquanto articulações no plano epistemológico. As estratégias sensíveis de Sodré são o melhor exemplo de tais configurações não convencionais. Outro, comparável embora inverso, encontra-se com certas formas de ajustamento, que, à diferença das intuitivamente mais óbvias, que privilegiam o plano sensorial (como a dança), se desenrolam aquém do somático. É o que acontece por exemplo quando, no fio — no fogo — da conversa, os interlocutores conseguem reciprocamente “ sen-

16 « La politique spectacle revisitée : manipuler par contagion », in A.M. Lorusso et al. (orgs.), *Versus*, 107 (*Lo spazio della politica. Uno sguardo semiótico*), 2008.

tir” — intuir e antecipar — o pensamento do outro, dando então à relação dialogal, por cognitiva que ela fique, a forma, a graça, até mesmo, quiçá, a volúpia numa dança não entre corpos mas entre intelectos<sup>17</sup>. O que, desde logo, não exclui dinâmicas de ajustamento mistas, que envolvam os sujeitos “ corpo e alma ”. Mas, na realidade, não constituiriam estas o caso mais geral, tornando decididamente permeáveis as fronteiras entre o “ corporal ”, o “ afetivo ” e o “ cognitivo ”?

Contudo, na sua maioria, os estudos semióticos sobre mídia ainda seguem privilegiando a dimensão manipulatória. Partindo do postulado banal que a comunicação jornalística, televisual, política, publicitária propaga valores e inventa o que puder para fazer crer nelas e, afinal, “ fazer fazer ” (fazer votar, comprar, agir, etc.), o empenho dos analistas tem sido sobretudo desmontar os dispositivos arrumados com esses fins pelas instâncias produtoras. A Semiótica, como metodologia, oferece instrumentos eficazes para trabalhar neste sentido, uns “ narrativos ”, decorrendo da gramática actancial e modal, outros “ discursivos ”, concebidos para dar conta das estratégias enunciativas. A crítica evidente que se pode fazer é que semelhante problemática restringe a concepção da comunicação a formas de imposição unilateral mais ou menos habilmente escondidas, razão pela qual analisá-las naquela perspectiva equivale a desmistificar, a não ser que seja a denunciar: “ Atrás dos semblantes de transparência, de diálogo, de ajustamento, veja a manipulação ! ”

Mudando a perspectiva, deixando de lado a figura do grande Manipulador omnipresente, um pequeno número de pioneiros abriu, todavia, outras pistas teóricas, antecipando a noção de ajustamento com seu caráter constitutivamente mútuo<sup>18</sup>. Paralelamente, a respeito da mídia, partindo da constatação de que “ comunicar ” não se limita a transmitir “ do alto

17 Cf. « Le temps partagé de la danse », *Passions sans nom*, op. cit., pp. 171-177 ; « L'épreuve de l'autre », *Sign Systems Studies*, 34, 2, 2008.

18 Cf. A.J. Greimas, « Semiótica figurativa e semiótica plástica », in A.C. de Oliveira (org.), *Semiótica plástica*, São Paulo, Hacker, 2004 ; *id.*, *Da Imperfeição*, São Paulo, Hacker, 2002 ; J. Geninasca, « O olhar estético », in *Semiótica plástica*, op. cit. ; J.-M. Floch, *Lecture de Tintin au Tibet*, Paris, PUF, 1997 ; E. Landowski, « Viagem às nascentes do sentido », in I. Assis Silva (org.), *Corpo e Sentido*, São Paulo, Edunesp, 1996.

para baixo ” valores a serem interiorizados por um público relegado na posição de receptor passivo, difundiu-se inclusive entre semioticistas a ideia, não alheia à de “ midiática ” defendida por Sodré, de que os processos em pauta têm o poder de gerar um espaço em si mesmo interacional, dentro do qual efeitos de sentido “ contingentes ” criam-se *em situação*<sup>19</sup>. Esse olhar guia também estudos focalizados sobre o encontro midiático enquanto experiência vivida, alicerçada na co-presença em ato, *ao vivo* (ainda que “ mediatizada ”), dos actantes da enunciac o<sup>20</sup>. Outro questionamento concerne a emergência de formas de sentido configuradas pelo que chamamos de intera o “ por contágio ”<sup>21</sup>. Para operacionalizar a abordagem dessa vertente dos processos comunicacionais, existem, além das ferramentas proporcionadas pela tradicional gramática narrativa e discursiva, outros instrumentos descritivos : os da Semiótica plástica atada   explora o da dimensão *est sica* das rela oes que o sujeito entret m com seu ambiente<sup>22</sup>. As novas tecnologias tendo criado espaços nos quais se confirma, sob outras formas, a relevância dessa dimensão “ presencial ” da m dia, só podemos concordar com a insistência de Muniz Sodré sobre a necessidade de aprofundar seu estudo.

Todavia, quer se trate de abordagens semióticas, quer das problemáticas desenvolvidas do lado da Comunica o, pretender dar conta das práticas midiáticas recém aparecidas somente com o tipo de instrumentos que acabamos de evocar seria deixar de lado outros aspectos essenciais do objeto. Além

19 Cf. J. Ciaco, *A inova o em discursos publicitários : comunica o, semiótica e marketing*, São Paulo, Estac o das Letras e Cores, 2013 ; L. Pessoa, *Narrativas da segurança no discurso publicitário*, São Paulo, Editora Mackenzie, 2013 ; J.-P. Petitimbert, « Entre l'ordre et le chaos : la pr carit  comme stratégie d'entreprise », *Actes Sémiotiques*, 116, 2013 (<http://epublications.unilim.fr/revues/as/1437>).

20 Cf. Y. Fechine, *Televisão e presença. Uma abordagem semiótica dos g neros informativos*, São Paulo, Estac o das Letras e Cores, 2008 ; A.C. de Oliveira, « As intera oes discursivas na comunica o midiática : estesia e experiência », *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 1, 2009.

21 « Além ou aquém das estratégias, a presença contagiosa », São Paulo, CPS Editora, 2005 ; « Diana, *in vivo* », *Galáxia*, 2, 2001 ; A.C. de Oliveira, « O Jornal como experiência sensível », *Revista da ANPOLL*, v. 21, n. 20, 2006.

22 Cf. A.C. de Oliveira (org.), *Semiótica plástica*, São Paulo, Hacker, 2004 ; E. Landowski, R. Dorra, A.C. de Oliveira (orgs.), *Semiótica, estesis, estética*, São Paulo-Puebla, EDUC-UAP, 1999.

das estratégias *stricto sensu* (e de sua tematiza o em termos de manipula o), mas além também das estratégias *sensíveis* (e de sua análise em termos de co-presença, ajustamento ou contágio), a intera o midiática estrutura-se igualmente no quadro de dois outros regimes interacionais que seria um erro ignorar. Curiosamente, apesar de serem intuitivamente não menos familiares que os precedentes, e diretamente relevantes para uma crítica política da média, poucos, até hoje, prestaram-lhes a aten o requerida.

Daí que fique por investigar, primeiro, os papeis do regime interacional da *programa o* no conjunto das m dias. Da mesma forma que os precedentes regimes estavam sustentados, respectivamente, pelos princípios de intencionalidade e de sensibilidade, o da programa o alicerça-se na *regularidade*. Definimos essa no o como a constância das rela oes entre interactantes, baseada seja em leis de causalidade, seja (o que mais nos interessa) em estrangimentos de ordem sociocultural que podem apresentar-se como regras, hábitos, rituais ou outros estereótipos comportamentais. Conforme esse princípio, base de toda previsão, o regime da programa o   o da rotina, da maior segurança nos relacionamentos com outrem e com o ambiente, mas, ao mesmo tempo, potencialmente, o do maior controle sobre os indivíduos e os coletivos. Além das ilusões suscitadas pelas promessas da “ interatividade ”, a m dia contemporânea leva essa ameaça também, já mais que esboçada.

Tampouco podemos ignorar o último regime. Diametralmente oposto ao da regularidade programática, pois fundado no princípio da *aleatoriedade*,   o regime do *assentimento*, resignado ou entusiasta, ao evento acidental, imotivado, imprevisto e imprevisível num mundo visto como dramaticamente caótico ou puramente lúdico, mas, em todo caso, sem constantes que permitam o controlar, nem simplesmente fixar a própria identidade e a posi o dentro dele enquanto “ esfera existencial ”. Dadas as formas de encontro, os modos de relacionamento, os estilos de vida que favorecem ou impõem os desenvolvimentos da m dia contemporânea, esse regime parece-nos também impregnar fortemente nosso *bios* globalizado.

Temos assim uma rede de configura oes interconectadas, uma sintaxe geral da intera o. A lógica

que organiza as rela oes entre os regimes que a compõem deixa aberta, entre cada um deles e todos os outros, a possibilidade de idas e voltas, de passagens gradativas ou de bruscas metamorfoses, de transforma oes, superposi oes ou inclus oes da maior diversidade. Isso permite análises finas das mais contingentes ocorrências mas tende a excluir, da parte do semioticista, interpreta oes globais com caráter unívoco e definitivo.

Perto de nós, uns fazem a aposta que estamos deixando o triste reino das regularidades e da racionalidade estratégica característica da “ modernidade ” (o que chamamos de constela o da Prudência — programa oes e manipula oes) e que, ao risco (assumido ?) do acidente, estamos desde já entrando na esfera feliz da Aventura (ajustamentos e assentimento) : visão otimista do *bios* da experiência sensível que, graças às tecnologias mais avançadas (quer dizer, derivadas, pela maior parte, da pesquisa militar norte-americana), supostamente nós espera.   necessário ser pessimista para fazer a aposta inversa ? — Independentemente das convic oes pessoais, seria difícil justificar semioticamente tanto uma quanto outra op o, tão indissociavelmente conectados são os fatores em jogo. O que  , por exemplo, um acidente, senão uma mistura de regularidades (as de ordem social que guiam o pedestre apressado na calçada) e de aleatoriedade (a que, no teto, determina o momento e o trajeto da ca da da telha) ? No choque entre os dois, os regimes mais opostos — rotinas e acaso — se entendem como cúmplices. De modo mais geral, na rede interacional, o que podemos julgar o melhor sempre pressupõe ou implica, possibilita ou mascara seu contrário, deixando a forma do devir essencialmente problemática.

Então, se no fluxo da vida tiver ao menos *uma* constante, qual poderia ser, a não ser a complexidade? Não seria o estudo dela, afinal, o verdadeiro terreno comum para uma intera o produtiva entre nossas disciplinas?

## REFERÊNCIAS

ASSIS SILVA, Ignácio (org.). *Corpo e sentido*, São Paulo, Edunesp, 1996

CIACO, João B. S. *A inovação em discursos publicitários : comunicação, semiótica e marketing*, São Paulo, Estação das Letras e Cores, 2013.

DETIENNE, Pierre e Jean-Pierre VERNANT. *Les ruses de l'intelligence. La mètis des Grecs*, Paris, Flammarion, 1974.

FECHINE, Yvana. *Televisão e presença. Uma abordagem semiótica dos gêneros informativos*, São Paulo, Estação das Letras e Cores-CPS, 2008.

FLOCH, Jean-Marie. *Les formes de l'empreinte*, Périgueux, Fanlac, 1986.

\_\_\_\_\_. *Lecture de Tintin au Tibet*. Paris, PUF, 1997.

FUENTES NAVARRO, Raúl. “Fontes bibliográficas da pesquisa acadêmica nos cursos de pós-graduação em comunicação no Brasil e no México : uma aproximação da análise comparativa”, *MATRIZES*, 1, 2007.

GENINASCA, Jacques. “O olhar estético”, in A. C. de Oliveira (org.), *Semiótica plástica*, São Paulo, Hacker, 2004.

GREIMAS, Algirdas J. “L'actualité du saussurisme”, *Le Français Moderne*, 3, 1956.

\_\_\_\_\_. *Da imperfeição*, São Paulo, Hacker, 2002.

\_\_\_\_\_. “Semiótica figurativa e Semiótica plástica”, in A. C. de Oliveira (org.), *Semiótica plástica*, São Paulo, Hacker, 2004.

LANDOWSKI, Eric. “Viagem às nascentes do sentido”, in I. Assis Silva (org.), *Corpo e Sentido*, São Paulo, Edunesp.

\_\_\_\_\_. “O olhar comprometido” e “Diana, *in vivo*”, *Galáxia*, 2, 2001.

\_\_\_\_\_. *Passions sans nom. Essais de socio-sémiotique III*, Paris, PUF, 2004.

\_\_\_\_\_. “Para uma semiótica sensível”, *Educação & Realidade*, XXX, 2, 2005.

\_\_\_\_\_. *Além ou aquém das estratégias, a presença contagiosa*, São Paulo, CPS Editora (Documentos, 3), 2005.

\_\_\_\_\_. “Unità del senso, pluralità di regimi”, in G. Marrone et al. (orgs.), *Narrazione ed esperienza. Intorno a una semiótica della vita quotidiana*, Roma, Meltemi, p. 27-43, 2007.

\_\_\_\_\_. “L'épreuve de l'autre”, *Sign Systems Studies*, 34, 2, 2008.

\_\_\_\_\_. “La politique spectacle revisitée : manipuler par contagion”, in A.M. Lorusso et al. (orgs.), *Lo spazio della politica. Uno sguardo semiótico*, *Versus*, 107, 2008.

\_\_\_\_\_. “Sociossemiótica : uma teoria geral do sentido”, *Galáxia*, XIII, 27 (<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/19609>), 2014.

\_\_\_\_\_. *Interações arriscadas*, São Paulo, Estação das Letras e Cores, 2014.

\_\_\_\_\_. “Le Cercle sémiotique greimasien”, *CASA*, 13, 1 (<http://seer.fclar.unesp.br/casa/issue/view/529>); tr. ingl., “The Greimasian Semiotic Circle”, in Marina Grishakova et al., *Theoretical Schools and Circles in the Twentieth Century Humanities*, Londres, Routledge, 2015.

\_\_\_\_\_. com Raúl DORRA e Ana Claudia de OLIVEIRA (orgs.) *Semiótica, estesis, estética*, São Paulo-Puebla, EDUC-UAP, 1999.

OLIVEIRA, Ana Claudia de (org.) *Semiótica plástica*, São Paulo, Hacker, 2004.

\_\_\_\_\_. “O Jornal como experiência sensível”, *Revista da ANPOLL*, 21, n. 20, 2006.

\_\_\_\_\_. “As interações discursivas na comunicação midiática : estesia e experiência”, *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 1, 2009.

\_\_\_\_\_. (org.) *As interações sensíveis. Ensaio de sociossemiótica a partir da obra de Eric Landowski*, São Paulo, Estação das Letras e Cores, 2013.

PESSÔA, Luíz A. “L'utopie de la sécurité : une lecture socio-sémiotique de la publicité brésilienne des assurances-vie”, *Actes Sémiotiques*, 114 (<http://epublications.unilim.fr/revues/as/1875>), 2011.

\_\_\_\_\_. *Narrativas da segurança no discurso publicitário : um estudo semiótico*, São Paulo, Editora Mackenzie, 2013.

PETITIMBERT, Jean-Paul. “Entre l'ordre et le chaos : la précarité comme stratégie d'entreprise”, *Actes Sémiotiques*, 116 (<http://epublications.unilim.fr/revues/as/1437>), 2013.

SODRÉ, Muniz. *As estratégias sensíveis. Afeto, mídia e política*, Rio de Janeiro, Vozes, 2006.

\_\_\_\_\_. “Sobre a episteme comunicacional”, *MATRIZES*, 1, 2007.

**Recebido em 10 de setembro de 2015.**

**Aprovado em 15 de maio de 2016.**

# O reforço de imagens brasileiras pela sua contestação: expectativas narrativas frustradas em reportagens do New York Times

**Ivan Paganotti**

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA-USP). Professor de pós-graduação lato sensu da Universidade Anhembi-Morumbi e do Digicorp/ECA-USP, é também pesquisador do “Midiato/ECA-USP – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas”. E-mail: ipaganotti@usp.br

## Resumo

Artigos jornalísticos publicados no diário norte-americano *The New York Times* por Larry Rohter, seu correspondente no Brasil, tomam como base uma gama de imagens e expectativas sobre o país que seu público possa ter e reconhecer como válidas. Esta pesquisa procura identificar as estratégias textuais adotadas para reproduzir ou alterar representações da identidade nacional brasileira. Ainda que as narrativas das reportagens partam de imagens estereotipadas do Brasil, quebram-se as expectativas pela eclosão de eventos desviantes, que rompem com o que é esperado pelo público. Com isso, o desequilíbrio estabelecido pela reportagem aumenta o interesse em notícias menos urgentes.

**Palavras chave:** narrativa jornalística; correspondentes internacionais; representações; identidade.

## Abstract

Journalistic articles published in the *The New York Times*, by Larry Rohter, the newspaper’s correspondent in Brazil, are based on a full range of impressions and notions regarding the country that his readers might have and might recognize as valid. This study seeks to identify the textual strategies followed by Rohter to reproduce or change Brazilian descriptions. Even though the storylines call up stereotypical images of Brazil, presuppositions are disrupted by distracting events that emerge and break with what is expected. The imbalance established by the reporter ends up increasing reader interest in less urgent news items.

**Keywords:** journalistic narrative; foreign correspondents; representations; identity.

## 1. INTRODUÇÃO

Um véu recobre o que se entende e se espera que seja genuinamente “brasileiro”: como um tecido de imagens costurado durante séculos por tecelões das mais diversas áreas – viajantes, historiadores, antropólogos, sociólogos, cineastas e outros produtores midiáticos –, esse manto de imagens cobre o Brasil e dá sentido, ante os olhos estrangeiros ou nacionais, aos eventos que ocorrem aqui. Esses acontecimentos podem encaixar-se perfeitamente nos espaços esperados, reproduzindo a expectativa do que deve ser propriamente brasileiro. Mas nem sempre os eventos se comportam de acordo com as expectativas – ou, encarando o problema por outro ângulo, nem sempre é conveniente tecer uma narrativa sobre fatos dentro dos parâmetros esperados. Ainda assim, esses relatos desviantes e inesperados não podem ignorar o imaginário construído anteriormente, pois narrar uma história sem *inscrevê-la* na colcha de retalhos composta por outros relatos anteriores é um passo de dissonância com um público que pode não reconhecer seus temas costumeiros, e se perder: “onde isso se encaixa?”

Por outro lado, alguns contadores de histórias precisam preocupar-se com outras demandas de sua audiência por relatos novos que não simplesmente reprimem as mesmas imagens de sempre. No contrato nunca firmado entre jornalistas e seu público, espera-se uma dose de novidades [*news*] que dure uma jornada: o frescor e o desafio do inesperado no meio da repetição rotineira. Esse mesmo contrato, nas entrelinhas, tem exigido que as notícias apresentem muito mais do que a simples descrição dos fatos. Quando se pede a contrapartida do “contexto”, o que se quer é exatamente responder “onde essa história se encaixa?”, mostrar a conjuntura por trás dos eventos

ARTIGOS  
LIVRES

episódicos, explicar os sentidos, as origens que permitiram a eclosão de um distúrbio e as repercussões necessárias para re-acomodar mais um problema; o conforto de saber que os eventos têm “sentidos” – tanto direções quanto significados – em um mundo em mudança.

Bons artífices da narrativa sabem explorar esse desafio contraditório, e conseguem criar interesse justamente a partir de eventos que parecem não se encaixar nas expectativas, moldando suas histórias para que elas se costurem nos outros relatos tecidos anteriormente, sem que o peculiar, o desviante, ou o inesperado deixem de brilhar pela novidade. Entre os narradores midiáticos contemporâneos, os correspondentes internacionais precisam costurar seus novos relatos a partir do limitado conhecimento prévio de seus públicos sobre os locais de onde reportam, evidenciando as notícias que atraem a atenção por, supostamente, romper com o esperado. Entrevistado por Hannerz (2004, p. 145), o ex-editor de internacional do *New York Times* Bill Keller enfatiza que os correspondentes precisam “procurar coisas que não se encaixam confortavelmente”. A frase no inglês original, “*looking for things that don't fit comfortably*”, é reveladora quando comparada com o slogan do próprio diário norte-americano: “Todas as notícias dignas de publicar” [*All the news fit to print*]. O jornal teria como desafio procurar as histórias que não se encaixam confortavelmente [*don't fit comfortably*] nas linhas narrativas pré-concebidas, ao mesmo tempo em que busca publicar somente as notícias adequadas [*fit to print*].

O foco desta pesquisa é justamente avaliar o “encaixe” das reportagens que partem das imagens sobre o Brasil na cobertura do correspondente internacional Larry Rohter, analisando suas reportagens sobre o país publicadas no *New York Times*. De 1998 a 2007, Rohter foi o chefe da sucursal carioca do diário norte-americano, e uma das estratégias que usava para amarrar as pontas entre o novo e o reconhecível partia justamente do conhecimento prévio do seu público: o correspondente apresenta inicialmente o véu de imagens que recobre o tema e o lugar de que trata, surpreendendo sua plateia quando tira da manga um evento inesperado que parece romper

com as expectativas de todos. Essa peripécia aristotélica, porém, deixa um rastro que revela de onde vem o coelho retirado de sua cartola: as expectativas de seu público são exatamente as que ele compôs – as por ele consideradas legítimas ou ao menos reconhecíveis. Nas páginas a seguir busca-se examinar esse mecanismo de quebra de expectativas por meio da eclosão de eventos *surpreendentes*, com a inserção de elementos inesperados para colorir os retratos sobre a sociedade, a cultura e a arte brasileiras.

## 2. DESENVOLVIMENTO

Entre as imagens frequentemente atreladas ao Brasil, diversas delas apresentam a sensação de que, no país, o desviante é uma regra. Visões do “jeitinho brasileiro” e de “mandragem”, “corrupção”, “impunidade”, “insegurança” e do país como uma “terra sem lei” podem ser aglutinadas dentro da representação de que o “Brasil não é um país sério”: as normas são ignoradas, corrompidas, insuficientes ou até mesmo maleáveis. Outras representações também mostram o país como fonte de surpresas e situações inesperadas, como uma terra “exótica”, que vai além de qualquer expectativa e rompe com a normalidade por sua exuberância, barbaridade ou idiosincrasia.

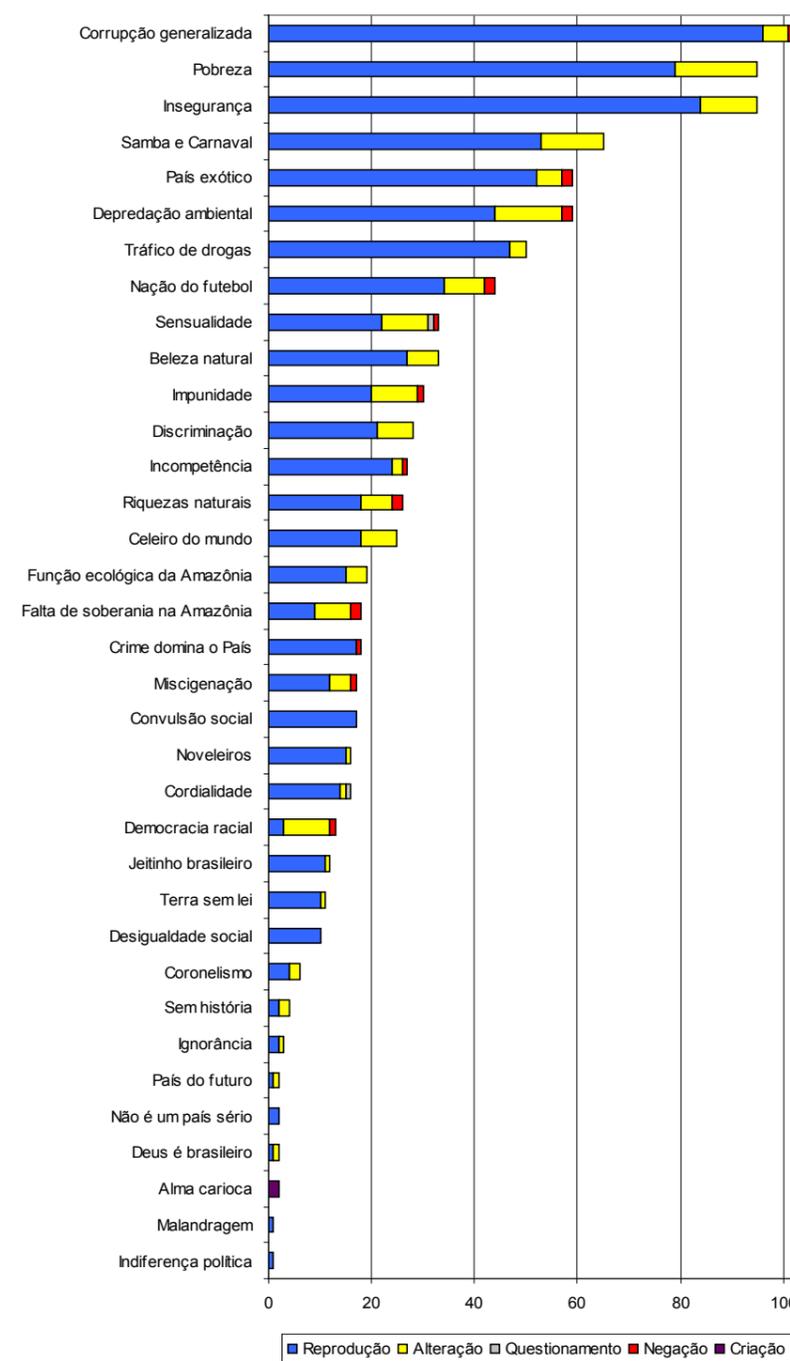
Ainda assim, por mais exótica, surpreendente ou peculiar, as representações sociais (Moscovici, 2007) sobre o Brasil têm uma tendência maior a ser reproduzidas do que transformadas nos relatos de Rohter. A análise das 727 reportagens que Rohter publicou no *New York Times* sobre o país permite uma classificação de “4 Brasis” que diferem de acordo com as imagens consideradas como pertinentes para construir a identidade nacional do país e de seu povo (Paganotti, 2007, p. 8). São imagens de um “Brasil de lama” (que agrupa imagens de corrupção, pobreza, impunidade, discriminação, incompetência, jeitinho brasileiro, desigualdade social, coronelismo e outras), um “Brasil verde” (um país exótico, celeiro do mundo, com exaltação da função ecológica da Amazônia, mas também terra sem lei, com depredação ambiental), um “Brasil de sangue” (com insegurança, tráfico de drogas, crime e convulsão social), além de um “Brasil de confete” (com o elogio de imagens de samba e carnaval, nação do futebol, beleza

natural, sensualidade, riquezas naturais, miscigenação, cordialidade, democracia racial, país do futuro, mandragem, entre outras).

Entretanto, ao utilizar-se de mais imagens estáticas, que partem de explicações histórico-sociológicas (como a do Brasil “de lama”, “confete” e “verde”), prioriza-se mais o imaginário estável sobre o país do que as representações mais dinâmicas, que mostram rupturas e eventos desviantes (como as do Brasil “de sangue”) – como se vê no Gráfico 1.

O Gráfico 1 apresenta uma comparação das representações sociais considerando a quantidade de reportagens em que são utilizadas, de forma a reproduzir, alterar, questionar ou negar imagens já reconhecidas do país, ou criando novas formas próprias que representem a visão particular do autor dos textos. A grande maioria de notícias simplesmente reproduz imagens anteriormente difundidas – o que surpreende ao se tratar de um veículo jornalístico, que deveria apresentar as “novidades” das notícias [*“news”*].

Gráfico 1. Reproduções e transformações de imagens sobre o Brasil.



## 2.1. Cultura surpreendente: desvio normalizado na sociedade

Um fator importante precisa ser levado em consideração, antes de analisar esses dados. Os textos de Rohter podem apresentar mais de uma imagem sobre o Brasil: somente 311 artigos (42,8% dos 727 analisados) não apresentavam nenhuma dessas representações, enquanto 416 (57,2%) reportagens apresentavam ao menos uma delas; dessas, 254 (34,9%) apresentavam ao menos duas representações. Esse alto índice de presença das representações sociais nos textos (quase três quintos apresentava, ao menos, uma, e um terço, ao menos duas) mostra a importância da estratégia de atrelar os textos noticiosos ao imaginário pré-concebido e compartilhado sobre o Brasil. Por mais que tratem de novidades, os eventos são discutidos com um pano de fundo que se baseia nas representações corriqueiramente identificadas como a identidade nacional brasileira – ainda que pretenda retomá-las para sua alteração.

A pequena incidência estatística de transformações de imagens brasileiras pode apontar um conformismo dos textos de Rohter com as formas pré-concebidas e reconhecidas como legítimas do que “é” o Brasil: somando alteração, questionamento, negação e criação, somente 176 imagens brasileiras tiveram uma abordagem transformadora, ou 18,3% do total de 962 representações.

Outros estudos anteriores também apontavam grande concentração de textos reprodutivos (86,5% em um total de 676 representações) ante o enfoque transformativo (13,5%) nos textos de diversos correspondentes internacionais, entre os quais, Rohter (Paganotti, 2007: 9), o que mostra que o correspondente norte-americano pode seguir somente uma tendência reprodutiva própria do trabalho dos jornalistas internacionais que lidam com a dificuldade de trabalhar com expectativas e conhecimentos limitados do seu público sobre países como o Brasil.

Mesmo entre os enfoques que não simplesmente reproduzem visões anteriores, há uma grande concentração de textos com alterações (154, ou 16% do total de representações), poucos textos que negam visões difundidas (18 casos, ou 1,8%) e incidências

ínfimas de criação e questionamento (2 ocorrências cada, ou 0,2%). Já era esperada a diminuta parcela criativa nos textos, visto que essa categoria estaria mais atrelada à subjetividade autoral de representações a partir de um ponto de vista particular, que encontra pouco espaço dentro do noticiário mais objetivo. Entretanto, a microscópica incidência de posicionamentos questionadores e negadores, além da pequena parcela alteradora, surpreendem: mostram que o noticiário internacional de Rohter ainda tem um alinhamento majoritário com as reproduções que ecoam os principais estereótipos sobre o Brasil, mesmo ao abordar eventos que divergem dessas imagens.

Apesar da grande distinção conceitual (Paganotti, 2009), a pequena incidência estatística de questionamentos e negações de imagens poderia até levar a dúvidas sobre a validade dessas categorias de análise para o *corpus* desta pesquisa. Porém, o esvaziamento dessas categorias aponta, exatamente por sua comprovada negatividade, para uma tendência importante no noticiário de Rohter. Dentro das possibilidades não-reprodutivas, a alteração apresenta uma abordagem que transforma conceitos sem questionar ou negar seus fundamentos profundos, mostrando somente mudanças superficiais, como pequenas reacomodações que erodem representações demasiadamente monolíticas para ajeitá-las e torná-las mais maleáveis – ou seja, para “encaixar” melhor essas histórias, entrelaçadas com a erupção de novos eventos que parecem não estar previstos nos modelos anteriores.

## 2.2. Quebra de expectativa: inserção textual do inesperado que não se encaixa

Ainda que a predominância reprodutiva dê a tônica da cobertura do *NYT* sobre o Brasil, outro fator deve ser levado em conta na análise das construções textuais de Rohter: ainda que o sentido geral dos textos possa apontar para maior reprodução das imagens, muitas das suas reportagens partiam exatamente do enfrentamento dessas representações, com a erupção de eventos que parecem não condizer com as imagens brasileiras retomadas pelo correspondente. Da mesma forma como muitas imagens sobre o Brasil tomam o desviante como a norma no país, a contradição das imagens nacionais se torna também um padrão adotado na composição textual das pre-

missas nas introduções dos textos de Rohter.

Esse mecanismo segue a bastante consolidada tradição narrativa de elaborar, a partir da construção de uma expectativa, a apresentação de uma situação de estabilidade seguida por uma ruptura, que incide de forma desestabilizadora (Motta, 2005, p. 5), causando uma quebra das mesmas expectativas propostas e apontando um conflito entre elementos do texto (Propp, 2010). Hannerz (2004, p. 32) também aponta que muito da cobertura dos correspondentes estrangeiros pode tratar justamente do que é diferente, “estranho”, com textos “sobre pessoas pensando, agindo ou vivendo de forma inesperada”. As primeiras frases de uma reportagem sobre a relação da sociedade brasileira com suas praias são reveladoras:

*Brazilians like to say that the beach is their country's "most democratic space." But some bodies — and some beaches — are more equal than others.*

*In the Brazilian imagination, the beach has traditionally been regarded as the great leveler, "the place where the general, the teacher, the politician, the millionaire and the poor student" were all equal, said Roberto da Matta, an anthropologist and newspaper columnist who is a leading social commentator. "Their bodies were all made equally humble," he said, by the near-naked proximity of "one body with others, all of them without defense or disguise."*

*But here in Brazil's postcard city, where the summer vacation season is in full swing, the hierarchy, in which both class and skin color play a part, is clear to all. The beaches facing the ocean in elite neighborhoods on the south side and those who frequent them rank higher than those on the north side, fronting the polluted Guanabara Bay.*

*In Rio, 59 beaches spread out along 110 miles of sand. Even the city's most elite beaches, Ipanema and Copacabana, and their lesser-known extensions, Leblon and Leme, are informally subdivided into sectors, demarcated by a dozen lifeguard stations called postos, each about a half-mile from the next. Each posto, numbered 1 to 12, has a culture of its own, appeals to a different "tribe" and can be inhospitable to interlopers. (Rohter, 2007b)*

Uma das estruturas mais comuns para introduzir um texto jornalístico é a proposta pelo *lead* (Sodré, 2009, p. 206), que apresenta um resumo dos principais elementos narrativos do texto: deve responder às perguntas “o que?”, “quem?”, “onde?”, “quando?”, “como?” e “por quê?”, apontando, respectivamente, o acontecimento principal, seus personagens, lugar, tempo, modo e causas. O *lead* deve também capturar

a atenção do leitor, apontando, além das informações principais do texto, os elementos mais interessantes de forma atraente, para mostrar o impacto ou a inovação do evento retratado. Além de organizar e agilizar a leitura das reportagens, o *lead* também apresentou uma solução para a produção rápida de notícias em escalas padronizadas.

Entretanto, nem todas as aberturas dos textos jornalísticos precisam seguir todo esse receituário, mais frequente nas chamadas “notícias quentes” [*hard news*], quando há pouco tempo entre a eclosão dos fatos e a demanda de leitura do público. Outros textos mais aprofundados e atemporais, como as notícias de interesse humano [*feature stories*] comumente apresentam outras formas de introdução em seus textos, como a abertura adotada no exemplo acima. As notícias mais quentes “referem-se a eventos maiores e únicos, altamente específicos temporalmente, com consequências que exigem a atenção dos repórteres e suas audiências”, enquanto as notícias de “interesse humano” podem se apoiar em eventos com maior ou menor aproximação temporal, variando de perfis, análises e comentários sobre origens históricas ou sociais (Hannerz, 2004, p. 31-32). Essa distinção na abordagem dos fatos se confunde, inclusive, com a construção da auto-imagem do *New York Times*. Seu *publisher* mais famoso, Adolph Ochs (1858-1935), distinguia, em relação à concorrência, o jornal que ajudou a transformar em um império: “os sensacionalistas veem tais fatos [reportagens sobre crimes] como mera oportunidade de sensacionalismo; quando o *Times* dedica grande espaço a semelhantes acontecimentos, faz deles autênticos tratados de sociologia” (Ochs apud Emery, 1965, p. 536).

No trecho anterior, Rohter aparentemente pretende seguir essa receita ao abordar as causas e consequências sociológicas de uma distinção entre os públicos das praias cariocas. O que não justificaria uma “notícia” é enquadrado como uma reportagem de “interesse humano” que flerta com o “tratado de sociologia” sugerido pelo ex-*publisher* do *NYT*.

De forma sistemática, Rohter apresenta uma estrutura de abertura das matérias que não parte dos elementos mais importantes da história que pretende

narrar, como seria exigido de um lead clássico, mas de uma expectativa proposta em seus textos por visões pré-concebidas sobre o Brasil, que entram em choque com os eventos sobre os quais as matérias pretendem tratar. O exemplo acima mostra como uma imagem tomada como representativa em uma situação estável (a democracia das praias brasileiras, afirmada por brasileiros e referendada por um antropólogo) entra em colisão com a avaliação do correspondente sobre a desigualdade entre algumas pessoas e algumas praias, que é o foco de seu artigo. O desenrolar do texto trabalha com esse conflito entre desigualdade social, acesso aberto e permissividade, porém permeado por preconceitos e normas não-ditas. Assim como nas teorias narrativas clássicas, todo o desenvolvimento da narração envolveria a tentativa de resolução do processo desestabilizador inicial, levando a um desfecho que aponte ao retorno a um novo patamar de estabilidade, ainda que transformado pelos eventos decorrentes dessa desestabilização:

*More recently, gays have staked out an area near Posto 9, which now flies the rainbow flag that is the emblem of their movement. "Why, after years in which homosexuals congregated discreetly near the Copacabana Palace Hotel, do you all of a sudden have a gay beach at Farme de Amoedo Street?" Ms. Farias, the author, said. "It's because groups use the beach to acquire visibility, to say 'Hey, I'm here, too.' In order to do that, they need a spot on the beach that they can say is theirs." (Rohter, 2007b)*

Assim, a estrutura fecha um ciclo, retornando a uma nova situação de estabilidade que, ao final, não se distancia tanto da forma original: na avaliação de Patrícia Farias, apresentada em outro trecho da reportagem como uma autora de “estudo sobre relações raciais nas praias”, cada grupo demarca seu pedaço da praia para adquirir visibilidade, ou seja, as praias são democráticas em um sentido “partidário”, mas não “consensual”, como subentendido na introdução do texto.

Essa estratégia de quebra de expectativas não é exclusiva de Rohter. Na sua própria origem, as reportagens jornalísticas apresentavam uma grande proximidade com os romances policiais sobre detetives que agem de forma a “desenrolar para o leitor o fio de um ‘novelo’ que encobre a identidade enigmática

de um criminoso” (Sodré, 2009, p. 249). Assim como os romances construíam sua capacidade de atração pelo “suspense”, ou seja, a suspensão da expectativa para saber quem cometeu os crimes (daí a corruptela do gênero em inglês “*whodunit*”), relatos jornalísticos antigos e recentes trabalham com a mesma construção de mistérios, com peças e pistas que parecem não se encaixar até a conclusão que desmascara os culpados e explica o caso. Ao trabalhar com quebras de expectativas, Rohter aproxima seus relatos por meio do mesmo artifício, construindo interesse pelo suspense: porém, o elemento conflituoso/desestabilizador raramente é um fato tão grave como os criminais; pelo contrário, trata de situações que parecem não se encaixar no esperado da sociedade brasileira, compondo um mistério mais trivial, em que o desvio se dá não contra uma *lei*, como aconteceria com um crime, mas sim contra um *padrão* – o das representações sociais difundidas anteriormente.

Classificando os elementos de desestabilização presentes nos parágrafos iniciais de suas reportagens, é possível quantificar e verificar o uso desse artifício: muitos leads apresentavam uma “quebra de expectativa” a partir de imagens marcadas textualmente, retomando uma visão do Brasil que era compartilhada e reconhecida pelo público (ou que era assim pressuposta), somente para mostrar como a realidade parecia não se comportar de acordo com as expectativas (supostas ou citadas textualmente), como na introdução abaixo:

*Picking the King of Carnival here used to be easy: find the city's fattest, jolliest man and stick a crown on his head. But after being reproached for weighing in at nearly 500 pounds, the current Rei Momo has succumbed to critics, begun exercising, changed his diet and lost 175 pounds over the last four years. (Rohter, 2003).*

No trecho, o estereótipo retoma a imagem de excesso e permissividade atrelada ao Carnaval brasileiro, usando essa imagem pré-concebida para mostrar um fato que parece não se encaixar nessa visão, quebrando a expectativa construída anteriormente e suscitando interesse pelo evento “surpreendente”. Nesse caso, a *quebra de expectativa parte de imagens atreladas ao Brasil* – o Carnaval – que já foram discutidas na introdução deste trabalho. Outros leads

também trabalham com essa mesma estrutura de tensão / resolução-frustração, com contradições marcadas textualmente a partir de eventos *inesperados*, mas que não estão atrelados a imagens do Brasil, e sim ao próprio encadeamento de eventos construído para cada reportagem, como visto no exemplo de parágrafo inicial a seguir:

*A year ago, President Luiz Inácio Lula da Silva was on the ropes, his support and legitimacy sapped by the biggest corruption scandal in Brazil's modern history. But with Brazilians scheduled to vote Oct. 1, he now seems likely to cruise to a landslide re-election victory anyway. The turnaround is a result of several factors, political analysts say, like generous patronage and social programs that have buoyed the president's standing. Simple voter weariness with hearing about corruption day after day has also clearly played a part. (Rohter, 2006).*

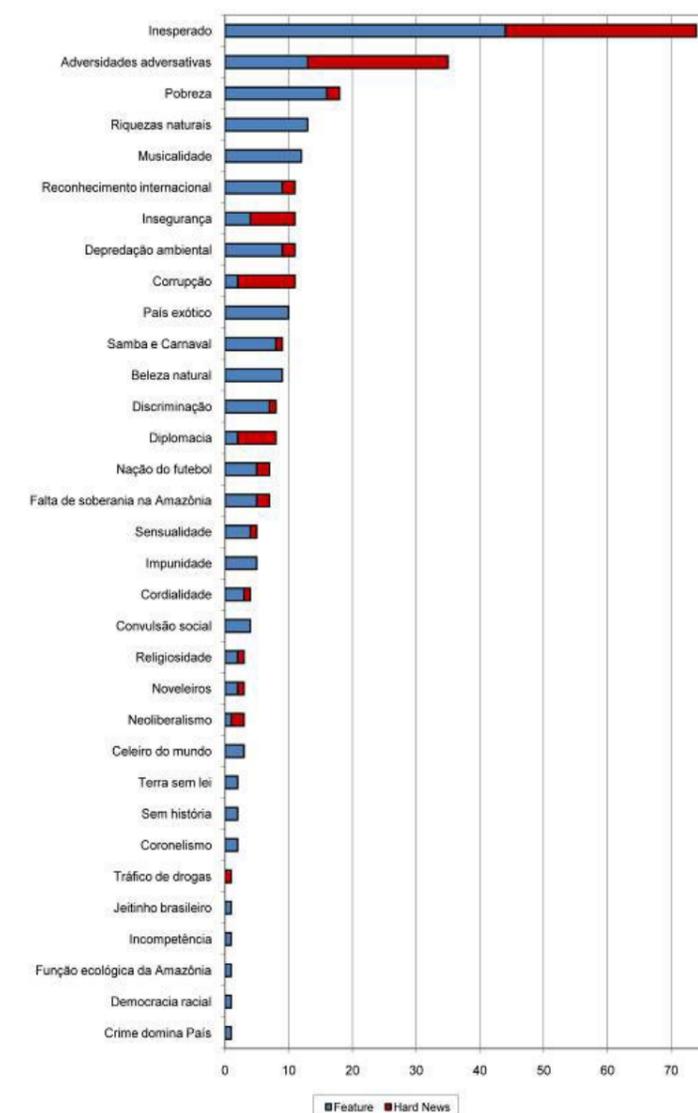
O texto apresenta uma expectativa – Lula perto de um nocaute, sem apoio e legitimidade após “o maior escândalo de corrupção na história moderna do Brasil” – a partir de fatos que seu público poderia recordar da cobertura anterior do correspondente, ou que ao menos são tomados supostamente como consensuais, se não reconhecíveis. Com essa estratégia, o autor constrói um “resumo” do que aconteceu até aquele momento, mas o interrompe com a erupção de um evento inesperado – Lula deve ser reeleito mesmo assim –, seguido das justificativas para essa quebra nas expectativas construídas – devido ao sucesso dos “programas sociais paternalistas” e à banalização das denúncias de corrupção.

Uma última tipologia de lead com “quebras de expectativas” foi identificada a partir da marcação de *adversidades “adversativas”* – pelo uso constante dessas conjunções – em eventos que deveriam decorrer de outra forma. Um artigo inicia-se com o seguinte contraponto de que “This was supposed to be the year that everything came together for Brazil. Instead everything -- from politics to sports, from the economy to the weather -- has gone wrong” (Rohter, 2001b). O trecho apresenta inicialmente uma expectativa de normalidade – tudo vai dar certo nesse ano no Brasil – que é frustrada a partir da conjunção adversativa “*instead*” [porém], seguida da lista de adversidades: eventos que não seguiram a expecta-

tiva, da “política aos esportes, da economia ao clima”.

Todos esses leads analisados anteriormente diferem da construção textual da reportagem de “notícias quentes” [*hard news*], que normalmente já parte de um evento que interrompe a estabilidade, mas aproximam-se da sua mesma construção estrutural, por marcar textualmente uma ruptura – ainda que de expectativas definidas nos próprios textos. Com isso, é possível cruzar os dados das notícias definidas como *hard news* ou *feature stories* com a classificação proposta das introduções das reportagens, que partem de eventos *inesperados*, *adversativos* ou cujo ponto de estabilidade inicial toma as mesmas *imagens sobre o Brasil* discutidas até aqui, contrapondo-as com eventos desestabilizadores que as colocam em xeque, como sistematizado no Gráfico 2

Gráfico 2. Classificação da quebra de expectativa nos leads de *hard news* e *feature stories*.



O Gráfico 2 apresenta os tipos de texto a partir das quebras de expectativa no início das reportagens de Rohter. Primeiramente, chama a atenção como diversas das representações das identidades nacionais brasileiras, discutidas no início deste trabalho (Gráfico 1) têm também um lugar reservado nas introduções, como o pano de fundo para as expectativas que Rohter usa para contrapor aos novos eventos que desviam do padrão por ele mencionado. Das 35 representações sociais sistematizadas anteriormente, somente nove não são usadas em leads com quebra de expectativas – o que não quer dizer que não possam ainda ser usadas inicialmente nos textos de Rohter, porém de forma a conformar as expectativas. Dessas, a maioria está entre as representações menos usadas por Rohter, como “indiferença política”, “malandragem”, “alma carioca”, “Deus é brasileiro”, “não é um país sério”, “país do futuro” e “ignorância”. Da mesma forma, os parágrafos iniciais de Rohter usam outras estratégias de quebra de expectativa que fogem das representações sociais já sistematizadas, mas se concentram em eventos “inesperados” e “adversidades”, além de imagens que tangenciam visões mais atuais do Brasil em relação a representações de “neoliberalismo”, “religiosidade”, “diplomacia”, “reconhecimento internacional” e “musicalidade”.

A partir das bases de seus relatos, a estratégia utilizada nas apresentações de Rohter aproxima-se da persuasão da propaganda “contraintuitiva”, ou seja, contrapõe-se ao “conhecimento imediato” das “imagens refletidas” (Leite; Batista, 2009, p. 10). Ao posicionar-se contra as aparências pré-concebidas, as apresentações contraintuitivas podem possibilitar a “(des)construção da realidade sociocultural, ao apresentar (dar visibilidade) a ‘outro/novo’ ponto de vista sobre questões de preconceitos socioculturais vetorizados a determinados nichos” (Leite, 2008). No caso de Rohter, esse “novo ponto de vista” seria o apresentado por suas fontes e fatos: no caso anterior das praias cariocas, contrapor a “marginal” crítica da desigualdade feita por Patrícia Farias à visão “consolidada” da igualdade expressa por Roberto Da Matta no artigo sobre a praia carioca. Essa “novidade” na abordagem também seria resultado das próprias observações do jornalista, ancoradas na sua seleção dos fatos:

*As king of carnival, the corpulent Rei Momo is supposed to embody all the jollity, carnality and excess associated with that most Brazilian of bacchanals. So when the event's reigning monarch has gastric bypass surgery, sheds 150 pounds and starts an exercise program, you begin to wonder what's going on.*

*And when six young women die of anorexia in quick succession — two in the last two weeks — the wonder turns to bewilderment. Brazil may well be the most body-conscious society in the world, but that body has always been Brazil's confident own — not a North American or European one.*

*For women here that has meant having a little more flesh, distributed differently to emphasize the bottom over the top, the contours of a guitar rather than an hourglass, and most certainly not a twig. Anorexia, though long associated with wealthier industrialized countries, was an affliction all but unheard-of here.*

*But that was before the incursions of the Barbie aesthetic, celebrity models, satellite television and medical makeovers made it clear just how far some imported notions of beauty, desirability and health have encroached on Brazilian ideals once considered inviolate. (Rohter, 2007a).*

Os dois primeiros parágrafos, provenientes da abertura dessa reportagem, são exemplares da construção de uma expectativa estável, rompida por eventos desestabilizadores que parecem não se encaixar no imaginário visto como legítimo. Em primeiro lugar, o “corpulento Rei Momo” deveria “supostamente incorporar toda a diversão carnal e os excessos” que são associados com as “bacanais” brasileiras do Carnaval. Esse é um imaginário internacionalmente reconhecido como legitimamente brasileiro, que o repórter retoma para aproximar seu leitor de imagens mais familiares e para deixar mais absurda – ou seja, com maior valor de notícia – a surpresa com a operação de redução estomacal e os exercícios que levaram ao emagrecimento de quem deveria ser a incorporação dos excessos. No parágrafo seguinte, a mesma estratégia é adotada, em paralelismo, para mostrar que não se trata de um evento isolado que irrompe contra os excessos festivos, mas uma tendência na mudança da imagem dos corpos e da representação da sensualidade e do Carnaval brasileiros.

O que o correspondente parece sugerir é que as imagens sobre a sensualidade do corpo de violão das brasileiras e o excesso bacanal do Carnaval não “correspondem” mais à realidade dos fatos. Ao apre-

sentar contextualizações (ao explicar o tipo de corpo valorizado no Brasil e a quase inexistência de casos de anorexia) e justificativas (a invasão de “noções importadas” de beleza com a televisão e as bonecas Barbie) sobre esses eventos inesperados, o repórter procura retomar e re-apresentar os mesmos conceitos que procura desmistificar.

### 2.3. Quebras de expectativas a serviço de “notícias frias”

Assim, textos como esse partem das representações sociais, tomadas como supostamente reconhecíveis e como premissas para o raciocínio da argumentação, um ponto inicial de estabilidade para a narrativa. Em outros casos, essa contraposição chega ao exagero:

*Just like everyone else, Brazilians enjoy seeing themselves and their reality portrayed on the screen. But most of this country's 170 million people are city dwellers, which makes somewhat surprising the extraordinary popularity of a sudden spate of films set in the poorest and most backward region of the country.*

*Exhibit No. 1 is clearly “Me You Them,” which has been the leading box office attraction here in recent months. (Rohter, 2001a).*

Paradoxalmente, nesse trecho a pobreza árida do filme “Eu Tu Eles” é a imagem “surpreendente” que irrompe contra a expectativa defendida por Rohter de um “urbanismo brasileiro”. O trecho pode levar a crer que Rohter espera que seu público já saiba que o Brasil não é mais um país “atrasado e pobre”; porém, a incidência desse estereótipo indica que essa explicação não seria convincente, pois a “pobreza” é a segunda representação social mais presente em sua cobertura, só perdendo para “corrupção”, com um índice de alteração de 16,8%, levemente abaixo da média de 18,3% (Gráfico 1). Outro fator deve ser levado em consideração para explicar não só essa introdução, mas todo o enfoque sistêmico em quebras de expectativa: a marcação da “noticiabilidade” (Sodré, 2009, p. 75-77).

Para ganhar “valor-notícia”, um evento precisa de características que determinam sua singularidade, além de uma “marca” que destaque o acontecimento e mostre seu potencial para originar uma boa narra-

tiva (Sodré, 2009, p. 76): deve tanto se encaixar no que se espera de uma notícia e de um acontecimento possível, como também apresentar alguma ruptura digna de nota – “*fit to print*”, como já disse Ochs (apud Talese, 2000, p. 172), o *publisher* do *Times*.

Ao mostrar que o sucesso recente de filmes sobre a pobreza nordestina caminha contra a imagem “urbana” brasileira, Rohter tenta inflar o valor notícia de “imprevisibilidade (sinal para a singularização do relato)” (Sodré, 2009, p. 76), representando esse acontecimento como uma “surpresa” devido à popularidade “extraordinária” dessas películas. Ou seja, é mais um evento que rompe com expectativas baseadas em imagens difundidas sobre o Brasil; porém, dessa vez, paradoxalmente reafirma estereótipos a partir de suas negações.

## 3. CONCLUSÃO

Com isso, é possível retomar e concluir a análise do Gráfico 2. Dos 567 textos de Rohter que mencionam majoritariamente o Brasil, 296 (52,2%) têm um lead com quebra de expectativa. É possível classificá-los em três grupos: 74 textos (13% do total de 567 textos majoritariamente sobre o Brasil) partem de eventos inesperados, ou seja, sem responsabilidade atribuída; 35 (6,2%) envolvem “adversidades adversativas”, ou seja, mudanças negativas e com um alvo de crítica específico; e, por final, 187 artigos restantes podem ser aglutinados a partir das representações sociais sobre a identidade brasileira (33%).

Como sinalizado no mesmo gráfico, os textos que partem de quebras de expectativa são predominantemente *feature stories*, com 203 recorrências (ou 68,6% do total de 296 introduções semelhantes), ante uma minoria de “notícias quentes” [*hard news*] que usam dessa mesma estratégia (93 textos, ou 31,4%). Essa predominância de notícias “frias” entre as quebras de expectativa destoa da cobertura como um todo. Considerando exclusivamente as 567 reportagens de Rohter majoritariamente sobre o Brasil, 297 (ou 52,4% dos textos sobre o país) partiam de “notícias quentes” [*hard news*], enquanto as *feature stories* são levemente minoritárias, com 270 ocorrências (47,6%).

Esse descompasso entre a predominância de fea-

ture stories nas reportagens com quebra de expectativa e sua parcela minoritária no noticiário geral pode ser explicado exatamente devido à estratégia de aumentar o “valor-notícia” dos eventos retratados. Enquanto as notícias quentes não necessitam dessa estratégia para atrair a atenção de seus leitores (e editores), é necessário “esquentar” artigos mais “frios” para melhorar seu “encaixe”, apresentando temas de menor impacto como retratos sociais – ou “tratados de sociologia” como defendido pelo histórico publisher do *New York Times*.

## REFERÊNCIAS

EMERY, E. *História da imprensa nos Estados Unidos: uma interpretação da história do jornalismo*. Rio de Janeiro: Lidador, 1965.

HANNERZ, U. *Foreign News: Exploring the World of Foreign Correspondents*. Chicago: The University of Chicago Press, 2004.

LEITE, F. “A publicidade contra-intuitiva: possíveis articulações e reflexos nos estigmas e estereótipos sociais”. *Revista Rumores* (USP) vol. 2, n. 1, Julho-Dezembro/2008.

LEITE, F.; BATISTA, L. L. “A persuasão, os estereótipos e os impactos da propaganda contraintuitiva”. *Contemporânea* vol. 7, n. 1, Junho/2009.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais*. Petrópolis (RJ): Vozes, 2007.

MOTTA, L. G. “A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística”. In: *Anais do XXVIII INTERCOM*, Rio de Janeiro, 05-09/setembro, 2005 [CD-ROM]. São Paulo: Intercom, 2005.

PAGANOTTI, I. “Imagens e estereótipos do Brasil em reportagens de correspondentes internacionais”. *Revista Rumores* (USP), vol. 1, n. 1, 2007.

\_\_\_\_\_. “Sedimentação, erosão, abalos e erupção de imagens: Reprodução e transformação de representações sociais na narrativa jornalística”. *Estudos em Jornalismo e Mídia* (UFSC), vol. 6, n.2, p. 189-202, 2009.

PROPP, V.I. *Morfologia do conto maravilhoso*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

ROHTER, L. “ARTS ABROAD; Brazilians Love Their Wild West (in the Northeast)”. *The New York Times* (NYT), 6 mar. 2001a.

\_\_\_\_\_. “Energy Crisis Is Just One More Thing for Brazil”. *NYT*, 1 jul. 2001b.

\_\_\_\_\_. “Carnival in Rio Is Dancing To More Commercial Beat”. *NYT*, 25 fev. 2003.

\_\_\_\_\_. “In Surprise, Brazil’s da Silva Is Back on Top”. *NYT*, 22 out. 2006.

\_\_\_\_\_. “In the Land of Bold Beauty, a Trusted Mirror Cracks”. *NYT*, 14 jan. 2007a.

\_\_\_\_\_. “Drawing Lines Across the Sand, Between Classes”. *NYT*, 6 fev. 2007b.

SODRÉ, M. *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis (RJ): Vozes, 2009.

TALESE, G. *O Reino e o Poder: uma história do New York Times*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

**Recebido em 05 de junho de 2016.**

**Aprovado em 30 de julho de 2016.**

# O que Brian Boitano faria? South Park e a crítica das celebridades contemporâneas

## Erico Fernando Oliveira

Mestre em Comunicação e Semiótica pelo PEPGCOS/PUCSP com a dissertação *South Park: (des)construção iconoclasta das celebridades*, indicada pelo colegiado do programa como a mais representativa da produção discente em 2012, recebendo menção honrosa no prêmio Compós de teses e dissertações de 2013. Graduado em Desenho Industrial pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (2004) com ênfase em Projeto Visual. É Professor Assistente I da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC/MG), curso de Publicidade e Propaganda, campus Poços de Caldas e É pesquisador do grupo de pesquisa certificado pelo CNPq Estudos em Comunicação e suas Interfaces, da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais e do grupo de pesquisa certificado pelo CNPq Um dia sete dias, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

## Resumo

Este artigo discute a série televisiva *South Park*, desenho animado para adultos que satiriza o *modus vivendi* nas sociedades capitalistas ocidentais (especificamente a sociedade norte-americana). Recortamos aspectos relativos às celebridades contemporâneas pois consideramos que esse aspecto é justamente o que deu visibilidade ao programa. O corpus da pesquisa é composto de cerca de sessenta episódios selecionados dentre os mais de duzentos exibidos desde a estreia em 1997. Articulamos os conceitos de real e fantasia em Lacan para compreender o fascínio pelas celebridades, bem como a concepção de sujeito cínico de Žižek e de tragédia moderna, de Raymond Williams, a fim de categorizar a série como aporia trágica do viver pós-moderno.

**Palavras-chave:** South Park; Celebridade; pós-moderno; cinismo.

## Abstract

This article discusses the television series *South Park*, adult cartoon that spoofs the Western capitalist societies way of life (specifically the American society). We cut out aspects relating to contemporary celebrities because we believe that this is precisely what gave visibility to the show. The corpus of the survey consists of sixty episodes selected from the more than two hundred shown since his debut in 1997. We articulated the concepts of real and fantasy from Lacan’s theory to understand the fascination with celebrities as well as the concepts of cynical subject, from Žižek’s and modern tragedy, Raymond Williams, in order to categorize the series as tragic aporia of living postmodern.

**Keywords:** South Park, Celebrities, postmodern, cynicism.

## 1. INTRODUÇÃO

Quando *Andy Warhol* cunhou a profética sentença: *um dia todos terão seus quinze minutos de fama* talvez não tivesse a dimensão exata do quanto estava certo. Em tempos de superprodução semiótica de celebridades, a vida útil sob os holofotes é cada vez menor. Segundo *Bauman*, numa sociedade líquido-moderna: “As subidas e descidas são tão rápidas quanto o lançar do dado e ocorrem sem aviso, ou quase. A fama atinge rapidamente o ponto de ebulição e logo começa a evaporar” (*Bauman*, 2005a, p. 112).

Tratamos aqui do universo de *South Park* e do investimento semântico e discursivo pouco ortodoxo que este aplica sobre o termo *celebridade* em suas narrativas. A análise do *corpus* fez constatar que as celebridades são profanadas em *South Park*, grosso modo, em razão de determinadas posturas relacionadas ao *status* célebre que adquirem. Em outras palavras, a desconstrução operada busca subtrair-lhes o *status* especial que lhe foi atribuído e através do qual é reconhecido socialmente:

Um dos principais alvos de South Park é a celebridade. A maioria dos retratos de celebridade são caricaturais. Caricatura é a distorção da face ou figura por propósitos satíricos[...] todas as imagens são dispostas de maneira a reduzir a imagem da celebridade a uma grotesca futilidade (Johnson-Woods, 2007, p. 97).

Numa passagem de *Como ler Lacan*, Žižek cita um trecho de Ricardo II, de *Shakespeare*, onde, ao pedir a coroa para Ricardo, Henrique é surpreendido com o que Žižek chamou de um paradoxo pragmático insustentável:

[...] você quer que eu lhe dê a coroa e assim faça de você um legítimo soberano, mas a própria situação em que me põe me reduz a nada e a ninguém, privando-me portanto da própria autoridade que tornaria o gesto que você quer que eu execute um performativo eficaz” (Žižek, 2010, p. 90).

230 Não seria exatamente o mesmo processo que a série opera? Ao reduzir a celebridade a nada e a ninguém, subtrai o caráter que legitima a celebridade enquanto tal. Posto isto, fica claro que não se trata de uma abordagem apelativa e gratuita e sim um esforço consciente que busca dessacralizar um discurso que se pretende homogêneo: o da especialidade da *celebridade*. Tratar esse enfoque como uma totalidade seria ignorar o fato de que, apesar de menos recorrente, o programa vislumbra a possibilidade de uma relação entre fãs e celebridades menos pautada pela dominação da indústria cultural que transforma a cultura em mercadoria a ser passiva ou mesmo animadamente consumida. Um dos primeiros episódios a realizar este tipo de abordagem foi *Mecha-streisand* (1997), onde *Sidney Poitier*<sup>1</sup> (ator, conhecido por *Ao mestre com carinho* (1967) e *Uma voz nas sombras* (1964), filme pelo qual foi premiado com o oscar de melhor ator, entre outros) e *Robert Smith*<sup>2</sup> (vocalista

da banda inglesa *The Cure*) são transformados em heróis para combater uma gigante *Barbra “Mecha-Streisand”* que ameaçava destruir o planeta, numa estrutura narrativa importada dos seriados japoneses que fizeram sucesso na década de 90. *Poitier* foi um dos primeiros atores negros a conseguir papéis de destaque no cinema hollywoodiano e talvez o primeiro a assumir o papel de herói. Obviamente, a identificação com o herói é um dos pilares do cinema moderno e a identificação entre o público e os personagens acaba sendo transferida para o ator, cujo caráter quase sempre não corresponde ao caráter do herói da tela (e nem pode, dado o alto grau de idealização desta relação). A recorrência de papéis similares acaba por estigmatizar determinado ator e tornar difusa a separação entre personagens e intérpretes. No entanto, segundo Rojek: “a construção e apresentação da celebridade envolve um rosto público imaginário. No caso de celestros não existe um eu-verídico, e o rosto público é totalmente uma criação ficcional” (2001, p. 29). No caso de Smith, em face do seu trabalho musical autoral e de não representar diferentes papéis, pode se atribuir maior autenticidade a idealização.

Em ambos os casos, no entanto, uma postura discreta e sem afetação podem justificar o investimento positivo feito pelos criadores da série sobre os mesmos. Em contraponto à postura de *Barbra Streisand*, *Tom Cruise*, *Bono*, *Russel Crowe*, entre tantos que abertamente fazem uso recorrente de seu *status* célebre para promover debates públicos de seus interesses, *Smith* e *Poitier* são figuras discretas. *Tom Cruise* tenta converter o mundo todo a cientologia. *Barbra Streisand* ameaçou nunca mais se apresentar no estado do Colorado caso uma lei acerca da pena de morte fosse aprovada no estado. É contra determinado pedantismo que assola *Hollywood*, que *Parker* e *Stone* se levantam: “Parker e Stone satirizam celebridades que usam sua fama e poder para uma visão de mundo sociopolítica linha dura, tanto de esquerda quanto de direita” (Becker, 2008, p.152).

O melhor exemplo para ilustrar essa posição dentro da estrutura narrativa de *South Park* é a presença recorrente do patinador estadunidense Brian Boitano. Boitano é um típico herói norte-americano:

campeão nacional, mundial e olímpico de patinação no gelo (há que se levar em consideração a veneração norte-americana pelos esportes) ele retornou ao cenário esportivo internacional seis anos depois de ter se aposentado para participar de mais uma olimpíada. Detalhe: conseguiu se rebaixar de atleta profissional para amador para que pudesse disputar novamente os jogos olímpicos de inverno de 1994. A primeira aparição dele em *South Park* foi no episódio-piloto *Spirit of Christmas*<sup>3</sup>. Boitano sempre surge como um ego-ideal, uma referência de virtude na qual os meninos buscam inspiração para encarar os desafios que aparecem. No longa-metragem musical *South Park: maior, melhor e sem cortes* (1999), Boitano ganhou inclusive uma canção na trilha sonora chamada *What would Brian Boitano do?* Na canção a pergunta: *o que Brian Boitano faria se estivesse aqui agora?* é intercalada com frases como: “*ele chutaria uma bunda ou duas, isso é o que Brian Boitano faria, pois Brian Boitano não leva desaforo pra casa de ninguém*”<sup>4</sup>.

Curiosamente, Brian tornou-se mais famoso após as referências feitas a ele no programa. Ganhou um programa de culinária chamado *What would Brian Boitano make?* e também recebeu um prêmio *Emmy* por sua atuação em *Carmen on ice*. Além de Brian, outros artistas receberam tratamento positivo em *South Park*: Jennifer Aniston emprestou sua voz para uma professora primária (*Rainforest Schmainforest*). Também a banda *Primus* (que escreveu o tema de abertura que há mais de quinze anos é utilizado pelo programa), Elton John, Ozzy Osbourne, Meat Loaf, Coolio, Red Hot Chili Peppers, Rancid, entre outros, participaram do episódio *Chef Aid*. Todos eles são retratados positivamente como músicos talentosos e pessoas de boa índole, em contraste com o retrato estereotipado do diretor da gravadora *Capitalist Records*, extremamente ganancioso, mesquinho e nem um pouco sensível à qualidade musical: “Com dois músicos dirigindo a série, a música tem sido

3 A aparição no piloto foi a única. Embora ele seja citado em outras oportunidades ele não é mostrado. Por isso, compreendemos que essa relação entre os meninos e Boitano pode ser considerada entre eles e o grande-outro Lacaniano.

4 *Brian Boitano does not take shit from anybody* (Brian Boitano não aceita merda de ninguém, seria a tradução literal (grifo nosso).

usada abertamente mais como um dispositivo narrativo [...] Claro, a música não existe no vácuo e a indústria musical se encontra sob chumbo grosso em diversos episódios” (Johnson-Woods, 2007, p. 124).

Outros artistas que passaram incólumes pelo programa foram a banda inglesa *Radiohead*, cujo terceiro álbum, *OK Computer* foi eleito o melhor disco do século XX numa eleição feita pela revista *Rolling Stone*, e o guitarrista *Slash*, famoso por ter integrado a banda *Guns n’ Roses* entre 1987 e 1994 (período em que a banda gozou do *status* de *maior banda de rock n’ roll do mundo*) e que trilha hoje um caminho consistente e sem afetação pelo rock alternativo.

231 Por que determinados artistas gozariam de *status* privilegiado neste verdadeiro moedor de celebridades que é o programa *South Park*? Para responder essa pergunta é necessário comparar a trajetória destes artistas com a própria trajetória do programa. No caso da banda *Radiohead*, no final da década de 90, após dois álbuns comercialmente bem sucedidos e alguns milhões de cópias vendidas, eles produziram o álbum *OK Computer*, com sonoridades estranhas e predominância de ruídos. Descrito como um suicídio comercial pela própria banda, o álbum, no entanto, foi ovacionado, sendo até hoje o mais vendido da carreira da banda e recebido inúmeros prêmios. Desde então, a banda tem lançado trabalhos cada vez mais experimentais, suas músicas não obedecem aos *standards* fonográficos. Avessos a entrevistas e longas turnês, lançaram seu sétimo trabalho, *In Rainbows* (2007) primeiro pela internet, de maneira independente, sem preço fixo. Os fãs poderiam pagar o que quisessem pelo álbum. Talvez seja a atitude anticapitalista da banda que lhe garanta um salvo-conduto. Com base neste mesmo raciocínio, o guitarrista *Slash* conseguiu não somente escapar da navalha mas recebeu o *status* de entidade nórdica no episódio *Crack Baby Athletic Association* (2011). A narrativa principal deste episódio trata a respeito de crianças que nasceram viciadas em crack pelo fato de suas mães serem também viciadas. Cartman descobre uma forma de ganhar dinheiro com isso e cria a Associação atlética de Bebês viciados em crack. Os bebês disputam uma pedra de crack num jogo similar ao basquetebol e os vídeos são colocados na internet

para que sejam feitas apostas. Devido ao sucesso, a gigante *EA Electronics* está interessada em licenciar o jogo para diversas plataformas eletrônicas, sob a condição de que Slash se apresente no lançamento do jogo. Como a busca por Slash se mostra impossível, os pais revelam para as crianças que o guitarrista não existe. Segundo o pai de Clyde, Slash não é real, ele é um sentimento no coração das pessoas. Ele seria um mito que representaria fraternidade e caridade baseado em *Vunter Slash*<sup>5</sup>, mito nórdico (que obviamente não existe na mitologia nórdica).



Fig. 1 - A lenda de Vunter Slash

*Slash* fez muito sucesso entre as décadas de 80 e 90. Como principal guitarrista do grupo *Guns n' Roses* fez fama e fortuna. Depois que a banda se separou em 1994, seguiu um caminho alternativo e montou uma banda que leva seu nome (*Slash's Snakepit*). O nome é uma alusão a um *hobbie* do guitarrista (criar cobras). Além disso, *Slash* participou de discos e shows de diversos artistas, incluindo *Michael Jackson*. Mas o que talvez pese a favor dele é o fato de jamais ter aceitado um convite para tocar novamente com *Axl Rose* (vocalista e dono da marca *Guns n' Roses*), numa atitude rara no *mainstream* musical, onde integrantes de diversos grupos retornam aos palcos para turnês caça-níqueis, mesmo quando se sabe que grandes ressentimentos (não superados) os afastaram. Essa radicalidade tanto por parte de *Slash* quanto do *Radiohead* pode ser interpretada como respeito aos fãs, respeito principalmente da arte enquanto tal. São atitudes anticapitalistas e que, portanto, vão na direção

<sup>5</sup> A imagem extraída do episódio mostra um livro de mitologia com imagens e a estória de Vunter Slash. O texto que aparece abaixo das imagens comenta o estilo de Slash e compara ele com os atuais guitarristas do *Guns n' Roses*: e do oeste montou Vunter Slash/ machado na mão e as armas de Tracii em sua volta/ amado por crianças de toda parte e totalmente um artista solo por sua conta própria/ Não se deixe enganar pelo fraseado falso de Buckethead e Robin Finch [...] e das cinzas do fogo rápido surgiu uma lenda (tradução nossa).

contrária ao direcionamento da indústria fonográfica, que confunde vender música enquanto experiência sensível com vender pedaços de plástico. A crítica aqui enviesa para uma crítica adorniana da indústria fonográfica justamente pelo fato dessa indústria ser uma das que mais tem demorado a se adaptar à realidade dos formatos digitais. Na outra ponta dessa corda, artistas como a banda de *heavy metal* *Metallica* (que processou o programa de troca de arquivos *Napster*), foram devidamente satirizados pelos *bullers* de *South Park*. Em *Christian Rock Hard*, Cartman aposta com Kyle que consegue ganhar um disco de platina antes da banda deles, chamada *Moop*. Para isso, Cartman irá gravar um disco de rock cristão, pois segundo ele, mesmo sem conhecer profundamente a fé cristã, a conhece o suficiente para explorá-la. Essa atitude é típica atitude dos empresários da indústria de massa, portanto a crítica empreendida pelo *cartoon* opera num registro próximo ao da crítica frankfurtiana.

Nos interessa a crítica relativa à banda fictícia *Moop*. Kyle, Stan e Kenny resolvem fazer *downloads* de músicas de diversos artistas, em busca de influências para seu próprio trabalho. Durante os *downloads*, a casa é invadida por uma força-tarefa do FBI (mais preparada para um ataque terrorista, diga-se de passagem) e os leva presos. Eles são obrigados a fazer um *tour* para entenderem porque a pirataria é errada e como ela é prejudicial para a manutenção de toda a escala produtiva de produtos culturais. Nesse *tour*, *Lars Ulrich*, baterista do *Metallica* aparece cabisbaixo, pois gostaria de comprar um bar com tubarões de ouro maciço para colocar ao lado de sua piscina. O mesmo ocorre como o filho do *rapper* *Master P*, cujo presente de aniversário seria uma ilha na polinésia francesa. Mas ele não poderá ganhá-la, pois as pessoas baixam músicas de graça pela internet. Ao final do *tour*, o detetive do FBI profere a seguinte afirmação, carregada de emoção: “As pessoas tem que ter consciência dos seus atos antes de tomarem atitudes egoístas, ou senão, receio que os profissionais da indústria fonográfica serão eternamente condenados a uma vida semi-luxuosa”.

Baseados nas ‘comoventes’ estórias, eles decidem fazer greve e só tocar novamente quando as

pessoas pararem de baixar músicas pela *internet*. A greve da então desconhecida banda *Moop* passa a receber grande cobertura por parte da grande mídia e, conseqüentemente, adesão de diversos artistas famosos: além do *Metallica*, *Alanis Morissette*, *Blink 182*, *Britney Spears*, entre outros. Enquanto isso, a banda de Cartman consegue atingir a marca de um milhão de cópias. Assim, os meninos percebem que para o artista, o importante é o ato da arte e não a indústria. Eles decidem terminar a greve, pois enquanto eles se preocupavam em proteger sua música, Cartman tocava e com isso, conseguia levar a sua música até as pessoas. *Lars Ulrich* protesta: - por que tocar se não vamos ganhar milhões de dólares? E a resposta de Kyle vem seca e direta: - por que isso é o que artistas de verdade fazem. As pessoas sempre darão um jeito de trocar e copiar músicas. Artistas de verdade deveriam ficar satisfeitos apenas por tocar e por as pessoas estarem ouvindo as canções. Stan completa: - As pessoas podem baixar as músicas gratuitamente mas se gostarem, pagarão para ver nossos shows. Kyle novamente: - a greve acabou! *Moop* não é sobre o dinheiro, é sobre música. Quem está conosco? *Britney Spears* responde: nós estamos nisso pelo dinheiro e os demais artistas concordam em coro. Em suma, a própria crítica efetuado pelo *cartoon* opera dentro de um registro ideológico e até mesmo ingênuo. Gostamos de acreditar que as pessoas fazem seus trabalhos por amor ou prazer e não por dinheiro, mesmo sabendo que isso não é totalmente possível em boa parte dos casos. Espera-se, especialmente no caso da arte, que o artista tenha uma relação de amor com a arte, talvez pelo fato de nos relacionarmos intimamente com o discurso artístico, enquanto experiência sensível. Talvez uma música que nos emociona demais possa se tornar completamente irrelevante se descobirmos que os autores não se relacionem com ela da mesma maneira ou admitam tê-la escrito de maneira fria e matemática, utilizando regras de composição e manipulando o texto de maneira a atingir determinado público-alvo. Ou, de certo modo, sabemos que é assim que ocorre sob o domínio do monopólio da indústria cultural, não só em relação à música, mas também em relação à moda e ao cinema, entre outros.

A crítica subjacente ao episódio descrito é a crítica acerca da totalização discursiva que a indústria fonográfica emprega a respeito das trocas de arquivos através da internet. Discurso que coloca o consumidor em posição de criminoso por estar adquirindo inapropriadamente algo que é protegido pela lei de direitos autorais, como se os formatos analógicos não permitissem cópias em fitas cassete, como de fato permitiam, e qualquer aparelho 3 em 1 era capaz de fazê-las. O discurso antipirataria coloca o artista em papel de fragilidade e, no entanto, quem corre o maior risco de extinção é a própria indústria, pois ao artista sempre foi delegada parcela ínfima da venda de discos e outros produtos licenciados. A própria facilidade atual de produzir música, com a facilidade de acesso aos meios de produção, tem feito muitos artistas trocarem as grandes gravadoras e produtoras e optarem pelo autogerenciamento de suas carreiras.

Em suma, podemos concluir que o que coloca um artista em papel de herói no universo de *South Park* é sua postura anticomercial, muito mais do que o fato de pertencerem a um nicho de mercado apreciado (ou seja, ser roqueiro não lhe fará escapar ileso do programa, é preciso mais). Tanto *Radiohead* quanto *Metallica* são bandas de rock e, no entanto se posicionaram de formas completamente diferentes em relação ao surgimento dos meios digitais de reprodução e compartilhamento de arquivos. Ao passo que o *Radiohead* soube se adaptar ao formato e à possibilidade de ter suas canções compartilhadas gratuitamente, oferecendo inclusive a possibilidade de que nada fosse pago pelas canções dentro de seu próprio site, deixando o ônus ético a cargo do consumidor. Já o *Metallica* tomou as dores da indústria e viu seu prestígio desabar, tendo perdido uma série de fãs, que inclusive destruíram camisetas e CDs da banda em represália a sua atitude de processar o *Napster*. Em última instância, segundo Stan e Kyle, cabe ao artista separar sua arte da indústria e deixar que os executivos preocupem-se com o problema da pirataria e dos *downloads* ilegais. Ao artista cabe concentrar-se em fazer o seu trabalho, ou sua arte, da maneira mais honesta possível, mesmo que para isso precise ignorar até mesmo o seu “próprio” público, pois só assim poderá produzir arte genuína.

## 2. O PARADOXO DA ARTE NO MUNDO ADMINISTRADO

A crítica operada pelo *cartoon* é uma crítica nos moldes da crítica tradicional da indústria de massa, no entanto, identificamos aqui uma contradição em termos, pois a própria estrutura do programa sendo como é, seria alvo fácil da crítica frankfurtiana. Segundo Seligmann-Silva: “Adorno foi, como é bem conhecido, um crítico radical da indústria cultural, e uma das características dessa indústria é tanto o culto de seus “ícones” como a tendência para a banalização” (Seligmann-Silva, 2010, p. 83). Para tal, Adorno passa a propor a leitura crítica em um registro transitório em detrimento de aspectos pretensamente universais e, conseqüentemente, imutáveis: “Seu resultado é a construção não de conceitos fechados, mas sim, novamente, de campos de força marcados pela tensão. A verdade é pensada, desse modo, a partir do transitório, e não de uma suposta “eternidade”. (Seligmann-Silva, 2010, p. 84).

234 Enquanto produto cultural, *South Park* encontra-se preso numa fórmula mercadológica, a estrutura seriada. Formato proeminente nas televisões norte-americanas e, por isso mesmo, extremamente banalizado. Se por um lado, seu inacabamento e sua falta de compromisso com a grande narrativa histórica podem ser criticados negativamente dentro do registro adorniano, por outro lado o próprio Adorno identificou que: “os autênticos artistas do presente são aqueles em cujas obras ressoa o terror mais radical”. (Seligmann-Silva, 2010, p. 97). A proposição de Adorno identifica uma alteração profunda no terreno da estética, não mais sujeita ao primado do iluminismo: “essencial é pensar com Adorno essa nova passagem artística a partir da noção de sublime [...] o que entra na cena artística agora é a *mise en scene* de vidas danificadas, fragmentadas e esmagadas pelo real da história” (Seligmann-Silva, 2010, p. 97).

Ainda sobre a obra de arte no século XX, o que foi observado foi uma profunda alteração no registro estrutural da arte e da literatura, onde “não se trata mais de pensar em uma construção de retóricas realistas, mas de uma quase antiestética da ruína e do fragmento”. (Seligmann-Silva, 2010, p. 84):

A teoria estética, que nasce para pensar o elemento sensual, submetendo-o às “faculdades superiores” do entendimento, aos poucos vai sendo suplantada pelas próprias manifestações artísticas que apontam para o fim do modelo clássico e para uma não possibilidade de amordaçamento do sensual. Pode-se falar portanto, de um sistema estética-arte no qual a arte atua para desconstruir o estético. (SELIGMANN-SILVA, 2010, p. 96).

Dessa forma, não nos furtamos à audácia de atribuir a *South Park* o mérito de figurar como uma das mais importantes obras de arte do final do século XX. Além disso, assim como a crítica adorniana, a crítica efetuada em *South Park* elege como alvo os ícones do *star system* contemporâneo, numa atitude que faz eco à proposição de Adorno. Adorno identifica como traço constituinte da crítica radical justamente a presença dessa aporia em detrimento da sociedade: “Adorno tinha muito claro que a crítica radical deve ser necessariamente aporética e não se furtava diante dessa situação, de certo modo angustiante, em que se situa esse pensar.” (Seligmann-Silva, 2010, p. 105). Além disso, ele identifica a necessidade estrutural da manifestação aporética da obra de arte. Outro aspecto de proa do programa é a manifestação constante de uma aporia trágica: “A própria obra de arte, de resto, está submetida a esta aporia: ela deve ser autônoma e contrapor-se à sociedade, ainda que, ao afirmar-se como autônoma, se apresente como ideologia” (Seligmann-Silva, 2010, p. 105).

Uma figura de linguagem comum na retórica norte-americana recorrente no cinema e na televisão é: “nós teremos que concordar em discordar”<sup>6</sup>. Todas as vezes que essa referência é posta em cena é com o intuito de acabar com uma discussão logo no começo, demonstrando a inércia e falta de disposição em defender sua posição:

Adorno e Horkheimer, na Dialética do esclarecimento, apontaram tanto para o fim da possibilidade do trágico na era da indústria cultural, uma vez que o “indivíduo trágico”, aquele que resiste, deixou de existir, bem como para a apropriação do trágico por aquela mesma indústria cultural que o pasteuriza e o reduz aos seus fins (SELIGMANN-SILVA, 2010, p. 99).

<sup>6</sup> We have to agree in disagree (tradução literal).

Žižek enxerga com olhar crítico a apregoadada liberdade pós-moderna, uma vez que, como dito anteriormente, estabelecer todos os discursos como válidos teria o mesmo efeito que invalidá-los. Essa pretensa liberdade de pensamento que o pós-moderno possibilita seria o estratagema perfeito para inviabilizar a ação prática: a liberdade de pensamento não somente solapa a servidão social real, mas na verdade, a sustenta. (ŽIŽEK, 2002, p. 17). Apesar de sua radicalidade, entende-se que essa crítica opera no sentido de restituir certa hierarquia que foi desestabilizada na passagem do pensamento moderno para o pós-moderno:

A noção “totalitária” de um “mundo administrado”, em que a experiência mesma da liberdade subjetiva seja a forma como surge a sujeição a mecanismos disciplinadores, é na verdade o verso fantasmático obscuro da ideologia (e prática) pública “oficial” da autonomia individual e da liberdade: a primeira tem de acompanhar a segunda, suplementando-a como sua cópia obscena e nebulosa (ŽIŽEK, 2002, p. 116).

Por essa razão, a pretensa liberdade pós-moderna seria fachada perfeita para o funcionamento da ideologia como tal. Žižek postula, numa perspectiva chestertoniana que o caminho para a liberdade só se torna possível na obediência a um dogma inquestionável (IDEM, p. 17), ao passo que demasiada abertura para a coexistência de discursos diversos transforma o pós-moderno numa babel de palavras e, no entanto, incapaz de ação. Assim, tudo é posto como aparência, inclusive os discursos mais corrosivos. Uma antiga anedota pode ilustrar a situação: num congresso sobre a questão do racismo, brancos e negros discutiam veementemente para saber quem ocuparia os melhores lugares. Como os ânimos se exaltaram demasiadamente, um dos organizadores tomou a palavra ao microfone e proferiu o discurso a seguir: - *Companheiros, estamos aqui hoje justamente para tentar equalizar nossas diferenças de maneira a construir um mundo melhor e livre de todo o preconceito, de forma que hoje não existem aqui nem brancos e nem negros, sendo todos verdes*. O discurso foi ovacionado pela multidão e o orador prosseguiu: - *portanto, com o intuito de estabelecer ordem façamos da seguinte maneira, os verde-claros sentam nas fileiras da frente e os verde-escuros nas fileiras do fundo*.

Em suma, sob o guarda-chuva do termo pós-moderno, uma infinidade de discursos encontraram abertura para manifestarem-se, numa tentativa de aliviar qualquer potencial revolucionário, transformando a liberdade pós-moderna no anverso obscuro do monopólio capitalista.

## 3. SOUTH PARK COMO TRAGÉDIA

Existe uma necessidade constitutiva do sátiro em desdenhar dos discursos totalizantes, de orientação centrífuga. Em *Blame Canadá*, Tony Johnson-Woods explora três teorias distintas em torno da questão do cômico:

Basicamente, existem três teorias sobre o riso: teoria do alívio, teoria da superioridade ou teoria da incongruência. Teóricos da superioridade afirmam que rimos do desconforto alheio. Teóricos do alívio acreditam que o riso expelle energia nervosa e nos sentimos melhor quando rimos – é a escola do pensamento de que o “riso é o melhor remédio”. Rir alivia a tensão de situações constrangedoras e até mesmo perigosas; rir alivia o medo. A teoria da incongruência declara que o humor surge do inesperado, do ilógico, do inapropriado. Conforme Pascal: “nada produz mais riso do que a surpreendente desproporção entre o que se espera e o que se vê”. A teoria da superioridade foca nas emoções envolvidas no riso, a teoria do alívio considera as funções biológicas/psicológicas e a teoria da incongruência considera a dimensão cognitiva do riso (Johnson-Woods, 2007, p. 90).

Para que o humor possa ser bem-sucedido é necessário que algo seja retirado de sua posição original. Quando o que é subtraído do objeto parodiado é algo que lhe confere caráter sagrado, o humor pode aproximar-se da profanação. Portanto, de acordo com Fiorin, em épocas de aporia manifesta os discursos satíricos tendem a submergir em maior profusão, encontrando eco numa população descrente de seus déspotas. Não por acaso o senso comum se manifesta na afirmação de que “seria cômico se não fosse trágico”:

É digno de nota que Adorno, ao refletir sobre esse movimento das artes em direção ao sublime, fale também, como vimos, de uma superação do trágico por meio de sua aproximação (e fusão) com o cômico. O cômico, desde a antiguidade, era o

gênero que permitia a apresentação do “baixo” que a tragédia clássica vetava em suas representações. (SELIGMANN-SILVA, 2010, p. 117).

Face ao acima exposto, seria então *South Park* uma possível manifestação estética da experiência trágica contemporânea? Entendemos que sim, à medida que, conforme já pontuado, segundo Adorno, o trágico somente pode evitar seu desaparecimento ao aproximar-se do cínico, assim como o sublime aproximado do ridículo:

Na sua teoria estética ele reafirmou que o trágico “deixou de ser possível”. Apenas com uma reação com o cômico o trágico pôde ainda tentar resistir ao seu desaparecimento: assim como o sublime transmigra para o ridículo e para o jogo. Adorno sonha com uma estética para além da mera aparência, tal como ele lê nas obras de Beckett. Para além da cópia e da afirmação mentirosa do cosmo e do indivíduo. Com um realismo cru – apanágio da comédia – sem cópia, a arte pode se manter em uma esfera crítica e distante da indústria cultural. (IDEM, p. 100).

236 É importante que tenhamos em mente que a experiência da tragédia ao longo do tempo foi substancialmente modificada, conforme demonstrado por Raymond Williams em *Tragédia Moderna*. Williams mapeou o conceito de tragédia no decorrer dos séculos, mostrando que o mesmo conceito pôde sofrer investimentos semânticos diferentes, acompanhando as transformações estruturais ocorridas na civilização. Segundo ele, devido a pressões ideológicas e dominantes, uma percepção temporariamente dominante de tragédia nos é oferecida como imutável e absoluta (WILLIAMS, 2002, p. 68). Interessamos justamente sua definição de tragédia moderna:

Quando se chega a essa derradeira divisão entre sociedade e indivíduo, no entanto, deve se saber que a afirmação de uma crença em qualquer uma dessas instâncias é irrelevante. O que aconteceu, de fato, foi uma perda da crença em ambas, e é nessa nossa maneira de falar de uma perda da crença na totalidade da experiência da vida, como homens e mulheres podem vivê-la. Essa é certamente a mais profunda e mais característica forma de tragédia em nosso século. (WILLIAMS, 2002, p. 182).

Portanto, para Williams, o pós-moderno seria um período essencialmente trágico, uma vez que é

um período marcado pela individualização, em que o predomínio das *políticas do eu* caracteriza-se como tônica do viver pós-moderno. Por outro lado, sendo um período que se presta ao paródico e ao pastiche, especialmente em virtude da apropriação da arte pelos monopólios culturais, é também predominantemente um período que se presta ao cômico. Nesse ponto encontramos nas teorias de Adorno, Žižek e Williams certa similaridade. Para Adorno, a obra de arte distancia-se do realismo na medida em que o Real tem seu espectro modificado. O Real, não mais eufemisticamente modificado para apreciação estética tem seu espectro alargado e o grotesco deixa de representar um limite para a manifestação artística:

(...) o asqueroso como limite do estético: sua aparição nas artes significaria a quebra da ilusão estética e a aparição da própria natureza. É justamente disso que se trata na arte contemporânea. Seu dispositivo visa a uma dissolução das molduras, da cena que traça os limites entre o dentro e o fora, o público e o privado, o externo e o íntimo, a natureza e a cultura. (SELIGMANN-SILVA, 2010, p. 94).

Em *South Park*, podemos encontrar diversos exemplos do grotesco: as violentas mortes de Kenny, as mutilações, o bebê que é chutado para longe, pessoas ingerindo alimentos pelo ânus e excretando-os pela boca, os doces animais dos contos de fada transformados em bestas sádicas, etc. O que nos chama mais atenção é que toda essa exposição do grotesco tem como intuito (ao menos em sua dimensão interpretativa mais superficial) proporcionar riso e, para além dele, estranhamento com nossa própria *situação-no-mundo*:

O véu que mantinha o real envolto e distante para apreciação estética ou científica começou a se romper. Este “vir à tona” é apresentado na esfera pública justamente através das encenações estéticas. Ele corresponde, no entanto, não a uma impossível erupção total do magma inconsciente, mas ocorre, como é bem conhecido, segundo o modelo de uma válvula de escape e a partir de uma perversa “divisão de trabalho” no qual o sistema econômico cobra tanto mais recalque, vigilância social e autorepressão quanto também permite uma controlada aparição no campo das artes do que escapa e é esmagado pela prosa da vida cotidiana. (SELIGMANN-SILVA, 2010, p. 94).

O véu a que se refere Adorno atenua o efeito do Real e, portanto, ao cair, possibilita que a obra de arte opere em outro regime. Essa analogia também é explorada por Žižek. O Real de Adorno seria em Žižek, a realidade: “*Lembre-mos das doxas pós-modernas segundo as quais a “realidade” é um produto do discurso, uma ficção simbólica que erroneamente percebemos como entidade do real.*” (ŽIŽEK, 2002, p. 34). Žižek trabalha o conceito de Real associado à teoria lacaniana do *nó-borromeano* que compõe a tríade Real – Simbólico – Imaginário. Segundo Lacan, o real é um núcleo duro da cultura que sempre escapa à simbolização.

Žižek propõe falarmos de uma *paixão do real*, que determinaria a tônica do século XX, tema que será explorado mais profundamente a seguir. Por enquanto nos mantemos somente na questão da possibilidade de leitura do programa como espaço de tematização da tragédia contemporânea. Entendemos que seguindo os critérios operados pelos três autores (Adorno, Williams e Žižek), uma obra para ser trágica precisa contemplar os seguintes elementos: quebra de parâmetros clássicos através da inclusão do grotesco, da aporia e da alteração do real, confrontando assim um *eu-sociedade* e um *eu-natureza*, bem como a remoção de camadas ideológicas no âmbito discursivo. São justamente esses os elementos presentes com mais regularidade na constituição da série: a própria estética inacabada do desenho e os movimentos truncados dos personagens operariam a partir da lógica da desconstrução fragmentária que Adorno propõe. Outro exemplo disso está nas constantes mortes de Kenny: *cartoons* trabalham com dois conceitos que são a supressão da realidade (quando o personagem está andando e o solo acaba, ele anda mais cinco passos e somente ao olhar para baixo e perceber que vai cair é que ele realmente começa a despencar) e a supressão cronológica (a impressão de que o tempo não passa naquele universo). O perpétuo morrer/ reaparecer de Kenny impede que a série possa ser colocada numa perspectiva cronológica, pois cronologicamente ela não faria sentido. Também já foram trocados de presidente nos EUA por três vezes e todos eles apareceram em algum momento no programa e, no entanto, os alunos ainda frequentam a quarta série. Outro indício

seria a aporia manifesta em relação aos discursos de autoridade, em que não se espera dos líderes sociais realização significativa de nenhuma natureza: Bush é retratado como um idiota (No episódio *A ladder to heaven*, um jornalista pergunta para Bush se ele está “chapado” ou se ele é simplesmente muito estúpido e Bush responde apenas que “chapado” ele não está). Clinton, é retratado como um pervertido sexual que frequenta uma terapia de grupo unicamente com o intuito de aprender como continuar sendo pervertido e não ser flagrado, Al Gore um lunático que pensa ser um super-herói (com direito a capa vermelha, numa analogia clara ao super-homem: Al Gore anda com os braços esticados para cima, como geralmente as crianças fazem para imitar o super-homem), bem como a própria estagnação de Jesus Cristo, que na série é um reles morador da cidade e apresentador de um *Talk-show* da TV Comunitária. No episódio *A little bit country*, é postulado que o fundamento dos Estados Unidos seria dizer uma coisa e poder fazer outra completamente diferente (o episódio alude a invasão do Iraque). Em suma, centenas de outros exemplos da aporia manifesta nas narrativas de *South Park* poderiam ser citados.

#### 4. CONCLUSÃO: A PAIXÃO PELO REAL EM *SOUTH PARK*

Žižek define o século XX como um momento histórico de paixão pelo real, em contraposição ao grande projeto moderno do século XIX, definido como século das utopias (políticas, sociais, científicas, tecnológicas, etc.). Para ele: “*o momento último e definidor do século XX foi a experiência direta do real como oposição à realidade social diária - o real em sua violência extrema como o preço a ser pago pela retirada das camadas enganadoras da realidade*” (2002, p. 19). É importante que se tenha em mente a distinção entre «real» e «realidade». A realidade, entendida em termos lacanianos, é uma trama simbólico-imaginária composta por palavras e imagens, ao passo que o Real é justamente aquilo que não encontra representação psíquica (COUTINHO, M. A e FERREIRA, N. P. 2011, p. 32), que não foi simbolizado. Esse conceito de paixão pelo real dialoga com outras teorias relativas à pós-modernidade, desde a concepção de abso-

luta transparência (cf. Adorno) ou de pós-ideologia que caracterizaria este século. Versa Adorno que “a sociedade, injustamente censurada por sua complexidade, transformou-se em algo demasiadamente transparente”. (ADORNO *apud* SAFATLE, 2008, p. 11). Essa transparência pode ser entendida como a falta de pudor do poder hegemônico em dispensar a maquiagem de seus mecanismos ideológicos. Nesse registro é possível compreender o desenvolvimento de uma estética da violência, seja política, sonora, visual, etc. Basta olharmos ao nosso redor e perceberemos como os discursos publicitários, musicais, esportivos, etc. incorporaram determinada dose de violência. A nova febre esportiva atende pelo nome de MMA<sup>7</sup> e oferece aos espectadores verdadeiros espetáculos de selvageria num ringue octogonal cercado por um alambrado, onde lutadores de estilos diferentes se agredem como se fossem inimigos mortais, para depois se abraçarem como velhos amigos.

Ainda segundo Žižek, essa paixão pelo real converte-se em mero semblante do real, à medida que para o sujeito o cerne de sua fantasia lhe é intolerável. Sendo assim, teriam os sujeitos “mais satisfação ao dançar em torno deste do que se dirigindo diretamente a ele” (Žižek, 2006, p. 97). Desse modo, não há como o sujeito lidar com a violência quando esta lhe atinge diretamente. A virtualização da violência promovida pela espetacularização da guerra nas diversas mídias nos daria a impressão de que o terror está lá, longe. O que o 11 de setembro fez foi trazer para perto a violência em seu estado puro, como núcleo duro, não simbolizável do Real.

A leitura atenta dos tópicos anteriores deve sustentar a tese de que *South Park* é um dos expoentes dessa poética da violência a que tanto se presta nosso momento histórico. Em todos os episódios há algum tipo de violência, desde a repetitiva morte de *Kenny* ou dos comentários anti-semitistas que *Cartman* direciona para *Kyle*.

O que Žižek desenvolve com perspicácia é a percepção de que esta paixão pelo real transforma-se em mero semblante do real. Conforme Safatle assinalou no posfácio da mesma obra, “a astúcia dialé-

tica de Žižek lhe permite demonstrar como tal paixão pelo Real inverteu-se necessariamente em seu contrário, anulando seu verdadeiro potencial corrosivo” (SAFATLE *in* ŽIŽEK, 2002, p. 186). Dessa paixão pelo efeito espetacular do Real resulta numa paixão falsa, em que a busca incessante pelo real “transforma-se no estratagema perfeito para evitar o confronto com ele” (ŽIŽEK, 2002, p. 39). Portanto, seria a zombaria praticada por *South Park* apreciada pelas mesmas pessoas que agem como se as celebridades efetivamente fossem, de alguma maneira, especiais? Caso a resposta se suponha afirmativa, então não só a efetivação da crítica não seria possível, como ousamos ir além e afirmar que impediria os espectadores de confrontarem a fantasia que legitima a autoridade das celebridades, conforme dito por Žižek: “hoje os crentes são assim – zombam de suas crenças, apesar de continuar a praticá-las, ou seja, apoiam-se nelas como a estrutura oculta de suas práticas diárias” (2002, p. 90).

Assim sendo, a recepção cínica de certa forma anula a crítica de *South Park* resultando em seu contrário, não somente resulta incapaz de demolir o *star system* como se tornaria um impeditivo ao enfrentamento da fantasia da celebridade:

E é assim que a ideologia parece trabalhar hoje, no nosso autoproclamado universo pós-ideológico: executamos nossos mandatos simbólicos sem admiti-los e sem “levá-los a sério”: apesar de funcionar como pai, este faz acompanhar essa função de um fluxo constante de comentários irônicos ou reflexivos sobre a estupidez de ser pai, etc. (ŽIŽEK, 2002, p. 89).

Não seria esse o paradoxo do *status* célebre em nosso momento atual? As celebridades desfrutam uma vida repleta de oportunidades e no entanto, desdenham dela como se a vida anônima nas grandes metrópoles fosse tão boa quanto. Em contrapartida, as audiências consomem cada aspecto da vida das celebridades, mesmo daquelas completamente sem importância (participantes de *reality-shows*, por exemplo) da mesma forma, criticando a especialidade daqueles que estão sob os holofotes.

Lembremo-nos agora da proposição de Deleuze e Guattari de que o capitalismo é capaz de abarcar “tudo aquilo que lhe escapa”. (DELEUZE e GUATTARRI,

1997, p. 156). Essa proposição parece ilustrar perfeitamente o funcionamento da ideologia hoje:

Estamos de novo perante a estrutura da transgressão inerente: hoje, a transgressão já não são as irrupções de temas subversivos reprimidos pela ideologia patriarcal dominante (como a *femme fatale* no *fime noir*), mas a imersão prazerosa nos excessos racistas/sexistas politicamente incorretos proibidos pelo regime liberal e tolerante preponderante. (ŽIŽEK, 2009, p. 127).

Esse parece ser o aspecto fundamental de crítica ao programa *South Park*. Em detrimento de todo o potencial corrosivo de seu discurso, a série encontra-se inserida no espaço da grande mídia, em horário nobre e, portanto, legitimada pela ideologia dominante. Seu discurso encontra-se colonizado pelo *modus operandi* da indústria do entretenimento e oferece aos expectadores meia hora semanal de “imersão prazerosa nos excessos contemporâneos”. Além disso, pode e consegue ser distribuído livremente pela internet. A sagacidade da atitude capitalista reside em não censurá-lo de forma nenhuma e, dessa maneira, esvaziá-lo de seu verdadeiro potencial corrosivo:

Portanto, se me permitem uma alusão de mau gosto ao *Homo sacer*, de Agamben, quero afirmar que o modo liberal dominante é o *Homo otarius*: ao tentar explorar e manipular os outros, acaba sendo ele o verdadeiro explorado. Quando imaginamos estar zombando da ideologia dominante, estamos apenas aumentando seu controle sobre nós. (ŽIŽEK, 2002, p. 90).

Talvez a censura despertasse uma percepção diferente a respeito da crítica elaborada pelo programa, não somente aquela feita às celebridades, mas também do ataque, em geral, a aspectos socialmente compartilhados e sintomáticos do viver contemporâneo, entremeado por palavras de ordem do mundo dos *media* e da publicidade e sob a pressão esmagadora do imperativo do gozo, sempre impossível de ser alcançado. Seria, portanto, o inverso obsceno do potencial crítico identificado no programa a adaptação cínica ao *star system* por aqueles que, se ocupam das realizações de outros, no caso, das celebridades, justamente pela impossibilidade de realizarem algo por si mesmos.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. *Vida Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

\_\_\_\_\_. *Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005b.

DELEUZE, Gilles e GUATTARRI, Felix. *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia* vol. 5. São Paulo: Editora 34, 1997.

UARTE, Rodrigo. *Adorno/Horkheimer & a dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, 2ª edição.

FIORIN, José Luiz. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2008.

\_\_\_\_\_. *Elementos de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2009, 14ª edição.

JORGE, Marco Antonio Coutinho e FERREIRA, Nádia Paula. *Lacan: o grande Freudiano*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

JOHNSON-WOODS, Tony. *Blame Canada! South Park and contemporary culture*. New York: Continuum Books, 2007.

ROJEK, Chris. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SAFATLE, Vladimir. *Cinismo e falência da crítica*. São Paulo: Boitempo, 2008.

SELIGMANN-SILVA, Márcio. *A atualidade de Walter Benjamin e de Theodor W. Adorno*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2ª edição, 2010.

WEINSTOCK, Jeffrey Andrew (org). *Taking South Park Seriously*. New York: Sunypress, 2008.

ŽIŽEK, Slavoj. *Bem vindo ao deserto do real*. São Paulo: Boitempo, 2003.

Recebido em 28 de março de 2016.

Aprovado em 18 de maio de 2016.

7 (Mixed Martial Arts: Artes marciais misturadas (tradução literal).

# As três fases do personagem Félix, de Amor à Vida, à luz do pensamento de Bakhtin

**Guilherme Moreira Fernandes**

Doutorando com Comunicação e Cultura pelo PPGCOM da UFRJ. Bolsista Capes.

E-mail: gui\_facom@hotmail.com.

## Resumo

Nosso objetivo é analisar o personagem Félix (Matheus Solano) da telenovela *Amor à Vida* (Rede Globo, 21h, 2013-14) de Walcyr Carrasco. Félix, um dos personagens mais ricos de nossa teledramaturgia, teve durante os oito meses de exibição da telenovela três fases bem marcadas, a primeira, em que era o vilão absoluto da trama e tentava alçar o posto de presidente do hospital San Magno, o segundo, mostra o personagem assumidamente homossexual, mais humano e exagerado em sua comicidade. O terceiro momento, o personagem é colocado como o mocinho da história. Analisaremos estas três fases à luz dos conceitos bakhtinianos para o estudo da linguagem e da estética, tais como autor/autoria e carnavalização. No campo metodológico, temos o objetivo de mostrar que embora o teórico russo não tenha se preocupado em refletir sob a linguagem televisiva, seu pensamento pode ser aplicado a essas análises.

**Palavras-chave:** Telenovela; Homossexualidade; Bakhtin.

## Abstract

Our article has the goal to analyze Félix (Matheus Solano), a character from the telenovela *Amor à Vida* (Rede Globo, 9p.m., 2013-14) by Walcyr Carrasco. Félix, one of the richest characters from Brazilian teledramaturgy, had three well defined phases throughout the eight months of exhibition. At first, he was the absolute villain and sought for the position of president in San Magno hospital. Then, as an openly homosexual character, with more humane traces and comic to an extreme. Finally, in his third phase, Félix is depicted as a good guy in the story. We shall analyze these three phases enlightened by the concepts of Bakhtin on the study of language and aesthetics, such as author/authorship and carnivalization. On the methodology field, we aim to show that, although the Russian scholar did not worry on reflecting under the television language, his thinking may be applied to this analysis.

**Keywords:** Telenovela; Homosexuality; Bakhtin.

## 1. INTRODUÇÃO: A TELENVELA E A REPRESENTAÇÃO DA HOMOSSEXUALIDADE

Há mais de 60 anos o brasileiro se encontrou com um autêntico fenômeno de massas. A telenovela brasileira, herdeira cultural dos folhetins franceses e das radionovelas cubanas, é capaz de proporcionar verdadeiras catarses coletivas. A telenovela é tão vista como discutida. Lopes (2009) apresenta uma dupla categorização para a telenovela brasileira, além de narrar a nação, ou seja, de fazer com que o brasileiro se encontre e se reconheça nas tramas, este produto cultural também é tido como “recurso comunicativo”, assim importantes assuntos da pauta social ganham a telinha e é transposto para a sociedade.

Um dos assuntos de interesse social que é debatido cada vez mais - tanto no âmbito da telenovela, como também na esfera pública, - é a homossexualidade. Desde “Assim na Terra como no Céu”, telenovela de Dias Gomes exibida pela Rede Globo em 1970, personagens homossexuais estão cada vez mais presentes, e, em cada aparição, novos temas sociais emergem. Em pleno regime militar, sob ação da Divisão de Censura às Diversões Públicas (DCDP), a emissora carioca exibiu três personagens pertencentes ao núcleo protagonista que propuseram apresentar a homossexualidade de forma tímida e sutil. Assim foi com Conrad Mahler (Ziembinski) dá ousada telenovela policial de Bráulio Pedrosa “O Rebu” (1974-75). A homossexualidade de Mahler não foi problematizada na trama, mas o espectador mais atento sabia o real sentimento que o velho nutria ao protegido Cauê (Buza Ferraz). Lauro César Muniz, em “Os Gigantes” (1979-80) - aproveitando da ampla aceitação do seriado “Malu Mulher” (1979-80), concebido por Daniel Filho - quis apresentar outra imagem da mulher moderna. Diferentemente da prota-

gonista do seriado, a personagem principal da novela de Muniz - Paloma (Dina Sfat) - seria apresentada como o sujeito da ação, uma mulher imperfeita, mas forte. Sua ampla liberdade e sua condição bissexual seriam o suficiente para ela assumir um romance com uma mulher, tão livre como Paloma, trata-se de Renata (Lídia Bronchi). O romance, contudo, ficou apenas em meias palavras. (FERNANDES, 2012).

Bem diferente foi o personagem Inácio (Dennis Carvalho) da telenovela “Brilhante” (1981-82) de Gilberto Braga. Inácio vivia sob pressão de seus pais para casar-se e assumir a presidência da empresa da família. Contudo, o personagem não se interessava pelos negócios da família, preferia dedicar-se a sua verdadeira vocação, a de músico clássico. O personagem teve mais sorte do que as tentativas que o antecederam, pois conquistou o direito de estudar música e também o de ter seu *happy end* ao lado de um rapaz, trata-se de Cláudio (Buza Ferraz). (FERNANDES, 2012).

Com o passar dos anos, e também com a extinção do DCDP, a homossexualidade passou a ser discutida de forma mais ampla e mais aberta. Foi assim que Sílvio de Abreu deu vida aos jovens Sandro (André Gonçalves) e Jefferson (Lui Mendes) em “A Próxima Vítima” (1995), cuja orientação sexual foi discutida na esfera familiar e os personagens foram aceitos como tal. A mesma sorte não teve as lésbicas que o mesmo autor criou em sua telenovela seguinte: Leila (Sílvia Pfeifer) e Rafaela (Christiane Torloni) não foram aceitas pelo público de “Torre de Babel” (1998-99) e acabaram sendo limadas da trama. (MARQUES, 2003).

A partir dos anos 2000, especificamente após “Mulheres Apaixonadas” (2003) de Manoel Carlos, todas as tramas do horário nobre - com exceção de Caminho das Índias (2009 - de Glória Perez) - tiveram ao menos um personagem homossexual. Dentre eles, muitos tiveram amplos destaques narrativos. Por exemplo: as adolescentes Clara (Alinne Moraes) e Rafaela (Paula Picarelli) de “Mulheres Apaixonadas”; as jovens Jenifer (Bárbara Borges) e Eleonora (Mylla Christie) de “Senhora do Destino” (2005-06 - de Aguinaldo Silva) - que, inclusive conquistaram o direito à adoção; o jovem Júnior (Bruno Gagliasso) de América (2005 - Glória Perez), que

gerou polêmica por ter gravado um beijo - que não foi exibido - com o peão Zeca (Erom Cordeiro); e Bernardinho (Thiago Mendonça) em “Duas Caras” (2007-08 - de Aguinaldo Silva), que foi expulso de casa, viveu um triângulo amoroso que ainda contava com um “quarto elemento” e a fim casou-se perante toda a comunidade da Portelinha com o controvertido Carlão (Lugui Palhares).

A segunda década deste século vai problematizar ainda mais a questão da homossexualidade nas telenovelas. “Insensato Coração” (2011) de Gilberto Braga e Ricardo Linhares traz, pela primeira vez, um núcleo homossexual. Personagens com as mais diversas características tinham como ponto de encontro um quiosque na praia de Copacabana. Do processo de *comme out*, passando pelo modo *queer*, a telenovela também discutiu a homofobia e o casamento gay. “Fina Estampa” (2011-12) de Aguinaldo Silva, deve grande parte do seu sucesso ao caricato mordomo Crô (Marcelo Serrado), com inclusive virou em 2013 um filme dirigido por Bruno Barreto. (BRANDÃO; FERNANDES, 2013).

Mesmo deixando de lado alguns personagens, chegamos à telenovela “Amor à Vida” (2013-14) que ficará eternamente marcada por ter sido a primeira trama do horário nobre da Rede Globo a exibir um beijo homoafetivo. O exemplo e o pioneirismo da trama repercutiram nas seguintes. Manoel Carlos, na telenovela “Em Família” (2014), também mostrou beijos homoafetivos por meio das personagens Clara (Giovanna Antonelli) e Marina (Tainá Muller). Já a telenovela “Império” de Aguinaldo Silva, discutiu o direito de permanecer, no âmbito social, no “armário”, ou seja, o direito de não revelar publicamente a homossexualidade. Nas duas últimas semanas do mês de setembro de 2014, o principal enredo desta telenovela girou em torno da bissexualidade de Cláudio (José Mayer), seu casamento com Beatriz (Susy Rêgo) - que sabe e aceita a orientação sexual do marido - e seu romance com o jovem Leonardo (Kleber Toledo). O colunista Téo (Paulo Betti) revela a bissexualidade de Cláudio e, com isso, causa diversos transtornos no âmbito familiar, expressados por meio da homofobia de seu filho Enrico (Joaquim Lopez). Cláudio e Leonardo terminaram

juntos. A trama seguinte, “Babilônia” (2015), de Gilberto Braga, Ricardo Linhares e João Ximenes Braga também exibiu beijos homoafetivos protagonizados pelas personagens Estela (Nathalia Timberg) e Teresa (Fernanda Montenegro). A telenovela também mostrou o romance entre Ivan (Marcello Melo Jr.) e Sérgio (Claudio Lins).

## 2. “AMOR À VIDA” E OS TRÊS MOMENTOS DE FÉLIX

“Amor à Vida<sup>1</sup>” conta a história da família Khory. O patriarca, César (Antônio Fagundes), dono do hospital San Marcos, sua esposa Pilar (Susana Vieira) e os filhos Paloma (Paolla de Oliveira) e Félix (Matheus Solano). No primeiro capítulo da trama deparamos com a insegurança de Paloma – a mocinha – e a vilania de Félix – seu principal antagonista. Também foi perceptível a rejeição de Pilar a filha e a de César ao filho. Um amplo conflito familiar foi apresentado. Nesta primeira fase da telenovela podemos perceber que Félix se comportava como um vilão. Contudo, diferentemente dos clássicos vilões de nossa teledramaturgia – másculos, fortes, viris, frios - Félix tinha um ar de comicidade e, também, não escondia sua homossexualidade, apresentada ao público logo na primeira semana do folhetim eletrônico, quando o vilão marca pela internet um encontro amoroso com “Anjinho” (Lucas Malvacini). Edith (Bárbara Paz), esposa de Félix, descobre e ameaça separar-se do marido, que, temendo uma rejeição ainda maior de seu pai, diz que retornaria ao “armário” e que “aquele pequeno deslize” não iria acontecer novamente.

Diversos foram os atos de vilania cometidos pelo personagem. No primeiro capítulo Félix rouba sua sobrinha e a joga em uma caçamba de lixo. Desvia dinheiro do hospital da família, com a intenção de abrir uma empresa de silicone industrial, é descoberto por um dos sócios – Atílio (Luís Mello) e trama o assassinato do contador do San Magno. O rapaz também chegou a aplicar pequenos golpes: a exem-

1 Exibida às 21h, pelo Rede Globo, de 20 de maio de 2013 a 1º de fevereiro de 2014, com 221 capítulos. Novela de Walcyrr Carrasco. Colaboração de Daisy Chaves, Eliane Garcia, Daniel Berlinsky e Márcio Haiduck. Direção de André Barros, André Felipe Binder, Marcelo Travesso, Marco Rodrigo e Marcus Figueiredo. Direção geral de Mauro Mendonça Filho. Núcleo Wolf Maya.

plo da falsa promessa de investimento financeiro feito à dermatologista Amarylis (Danielle Winits), entre outros atos. O diferencial do rapaz aos grandes vilões de nossa teledramaturgia, especialmente das décadas de 1960, 1970 e 1980, está na comicidade – neste momento “quase” carnavalesca – do personagem. Tal fato fez com que o público tecesse uma comparação entre o personagem de Walcyrr Carrasco com Carminha, personagem de Adriana Esteves na novela “Avenida Brasil” (2013) de João Emmanuel Carneiro. Em termos de repercussão, esta novela de Carneiro foi a que tem marcado esta década.

Félix - assim como os mocinhos de telenovela - também passou por momentos nada agradáveis. Ao descobrir que o marido ainda saía com o amante “Anjinho”, Edith com a ajuda da vilã Aline (Vanessa Giacomini), consegue fotos reveladoras do romance entre eles e mostra ao homofóbico César. Seu pai fica furioso e passa a mostrar um profundo desprezo. O personagem recebeu apoio de seus entes familiares – a irmã Paloma, a mãe Pilar, a avó Bernarda (Nathalia Timberg) e o filho Jhonatan (Thales Cabral). Os contornos discursivos de Carrasco proporcionaram uma reviravolta. Aline fica grávida de César, o que faz com que Pilar parta para um divórcio litigioso. Desta forma, as ações do hospital foram divididas entre os dois, o que faz com que finalmente Félix consiga seu objetivo mor de chegar à presidência do San Magno. Sua administração foi um desastre, o que fez com que ele colecionasse ainda mais inimigos. A grande marca do fim desta primeira fase do personagem é quando seu cunhado Bruno (Malvino Salvador), com a ajuda de César, consegue provas que Félix foi o responsável por jogar a própria sobrinha em uma caçamba de lixo. Diante de tal fato, Pilar, sua mãe-protetora, o expulsa de casa e do hospital. Félix se vê abandonado e rejeitado por todos.

O processo de arrependimento do personagem veio quando ele foi morar com sua antiga babá – Márcia (Elizabeth Savalla), a ex-chacrete Tetê Parachoque, para-lama – e passa a vender *hot dog* na popular rua 25 de maio. Esta foi a fase mais carnavalesca do personagem e com isso forte empatia foi criada com o público. Félix havia perdido sua empáfia, se mostrava verdadeiramente arrependido de

seus atos e se mostrava mais humano. Nesta época da trama, Valdirene (Tatá Werneck) havia viajado ao Rio de Janeiro com o intuito de conseguir uma vaga no reality show *Big Brother Brasil* e deixou sua filha Merijeyne aos cuidados da avó. Félix também passou a nutrir um amor por essa criança. Foi também nesta época que Félix conheceu Niko<sup>2</sup> (Thiago Fragoso) e se encantou pela doçura do rapaz. O mecânico Juscelino (Werles Pajero) cortejava o rapaz, contudo não chegaram a ter qualquer envolvimento amoroso.

Uma forte amizade nasceu entre Niko e Félix, contudo o chefe de cozinha não sabia exatamente qual era o ofício do ex-presidente do San Magno. Certo dia, Niko vai até à 25 de maio para comprar presentes de Natal para as crianças do orfanato de Jaiminho e se depara com Félix vendendo *hot dog* e vestido com uma cueca vermelha. Niko fica comovido com o fato e procura Pilar para explicar que o filho tinha realmente mudado. Pilar, embora não acreditasse na redenção do filho, acompanha Niko até à Rua 25 de maio e verifica que o filho realmente estava diferente.

Assim começa a terceira fase do personagem. Com o perdão de Pilar, Félix retorna à sua casa. Contudo, sem os mesmos privilégios de outrora. Inclusive, Pilar obriga o filho a pedir perdão e a confessar todas as suas vilanias. Ele assim o fez. Duas ações chamam a atenção nesta fase. O romance com Niko, que conquistou a audiência e fez o vilão se transformar em mocinho. Inclusive, quase 45% das cenas do último da trama contou com a presença do personagem. O casto beijo selado por eles no fim proporcionou um momento de catarse coletiva e casou mais impacto que o final destinado a Paloma. Outra marca do personagem nesta fase foi sua preocupação com o pai. Aline, já casada com César, o convence a morar em um local mais isolado e lá se viu livre para fazer suas armações. Aline foi responsável por fazer

2 No início da trama o chefe de cozinha Niko foi apresentado como companheiro do advogado Eron (Marcello Anthony). Os dois almejavam ter um filho. Com a ajuda da médica Amarylis eles fazem uma inseminação artificial. Amarylis, contudo, diz que o filho é de Eron e consegue fazer com que o advogado se separe de Niko e leve a criança (Fabrício) junto. O casal ainda tentava a adoção de Jaiminho (Kayky Gonzaga), contra a vontade da médica. Niko estava desolado por perder o companheiro e o filho. Após um teste de DNA é comprovado que Niko é realmente o pai de Fabrício e que o óvulo utilizado para a inseminação não era de Amarylis, mas sim de uma doadora anônima.

com que César ficasse cego e que tivesse um AVC no capítulo de fecho. Félix e Niko se mudam para a casa de praia da família e levam César junto. A cena final, baseada no filme “Morte a Veneza” de Luchino Visconti, mostra o perdão e César afirma que ama o filho. De certa forma, pensando no personagem como um todo, sua vilania na primeira fase se mostra justificada pela anulação que Félix sempre sofreu em relação ao pai.

## 3. BAKHTIN E OS ESTUDOS DE TELENÓVELA

O teórico russo Mikhail Bakhtin é um dos maiores pensadores do século XX. Seus estudos tiveram impacto em diversas partes do mundo, e no cenário brasileiro não foi deferente. Especialmente a partir da década de 1980, com tradução de diversos livros, Bakhtin tem sido estudado em diversas áreas. Sem perder de vista que Bakhtin é essencialmente um teórico da linguagem, vamos utilizar seu pensamento no universo da ficção seriada. Tal aproximação teórica não é uma novidade. No cenário internacional Robert Stam (2010) e Horace Newcomb (2010) já realizaram aproximações do pensamento bakhtiniano com a crítica midiática e a comunicação de massa, respectivamente. Ribeiro e Sacramento (2010) realizaram uma ampla recapitulação dos usos do teórico nos estudos de comunicação e advertem “é possível constatar, no entanto, que há – em especial no campo da comunicação – uma crescente banalização dos conceitos bakhtinianos em artigos, dissertações e teses que tentam aplicá-los na análise dos mais variados objetos” (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p. 12). Os autores apontam que são os conceitos de “dialogismo” e “polifonia” os mais problemáticos e com usos redutores. De fato, são conceitos amplos, que vão muito além do “vozes em diálogo” ou “muitas vozes”. O conceito de “carnavalização” – que será utilizado por nós – segundo os autores, também tem sido utilizado de forma descontextualizada. Utilizaremos, neste estudo, além do conceito de carnavalização (Bakhtin, 2010a), o texto “O autor e a personagem na atividade estética” (Bakhtin, 2011).

A telenovela – principal produto da televisão brasileira – também já foi estudada sob o olhar de

Bakhtin, especialmente com a utilização dos conceitos de “gênero do discurso” e de “atividade estética”. Faz-se necessário, neste âmbito, resgatar o pensamento de Umberto Eco (2011) a respeito da mensagem televisual e dizer que a televisão faz uso – simultaneamente – dos códigos icônico, linguístico e sonoro<sup>3</sup>. Sabemos que a principal preocupação de Bakhtin é o código linguístico, contudo, metodologicamente, é complicado fazer dissociações destes códigos ao pensar em estudos de televisão (ou telenovela). Embora, comumente, os estudos de telenovela tem privilegiado apenas um dos códigos e não o conjunto deles. Outro problema metodológico nos estudos de telenovela que temos percebido é relativo ao recorte. Comumente uma telenovela tem mais de 200 capítulos e, por vezes, ultrapassa o número de 100 personagens (contanto com eventuais participações especiais). Neste trabalho, concentraremos nossos esforços na análise de apenas um personagem, contudo pensaremos nos 221 capítulos da obra de Carrasco. Em relação aos códigos elencados por Eco, tentaremos fazer um uso combinado dos três, embora certamente os códigos icônicos e linguísticos vão se sobrepuser ao sonoro.

#### 4. AUTOR E HERÓI EM AMOR À VIDA

Como já argumentamos, Félix foi o principal personagem na telenovela de Walcyr Carrasco, além do mais foi o personagem que mais sofreu uma “metamorfose” psicológica, tendo atitudes antagônicas, principalmente se levarmos em consideração a primeira e a terceira fase do personagem. É interessante observarmos os conceitos de autor-pessoa e autor-criador, defendidos por Bakhtin (2011) e observar a relação deles com a telenovela. Como autor (“o agente da unidade tensamente ativa do todo acabado, do todo do personagem e do todo da obra”) (BAKHTIN, 2011, p. 10) podemos considerar tanto a criação linguística de Carrasco, como a criação icônica de Solano<sup>4</sup>. Entendemos o autor-pessoa

<sup>3</sup> Ver: Eco (2011, p. 374-381).

<sup>4</sup> Naturalmente o processo é um pouco mais complexo, pois também envolve a figura dos diretores e dos editores e demais agentes do processo produtivo e criativo, contudo centraremos na figura do autor-escritor e do autor-ator.

(elemento do acontecimento ético e social da vida) por a pessoa (Carrasco e Solano<sup>5</sup>, neste caso) per se, ou seja, ambos em sua individualidade e crenças, mas queremos chamar atenção é justamente para o autor-criador (elemento da obra) que na teoria de Bakhtin é quem dá forma ao objeto estético, assim fica mais fácil “aceitar” as modificações psíquicas e cognitivas apresentadas na obra, ou seja, a passagem, no âmbito do mesmo personagem, para as categorias éticas de “mau” e “bom”. Embora Carrasco e Solano sejam diferentes “autores-pessoa”, vamos tratá-los, no âmbito do autor-criador, como um só, ao entendermos que o personagem Félix é resultado de uma simbiose entre os dois.

De acordo com Faraco (2013, p. 39) “o autor-criador é, assim, quem dá forma ao conteúdo: ele não apenas registra passivamente os eventos da vida (ele não é um estenógrafo desses eventos), mas, a partir de uma certa posição axiológica, recorta-os e reorganiza-os esteticamente”. Entendendo o autor-criador como posição axiológica e como elemento significante da atividade estética, é a análise dele que passaremos a nos deter, sendo a leitura que fazemos de Félix o resultado da múltipla simbiose.

Nas palavras de teórico russo “a consciência da personagem, seu sentimento e seu desejo de mundo – diretriz volitivo-emocional concreta -, é abrangida de todos os lados, como em um círculo, pela consciência concludente do autor a respeito dele e de seu mundo” (BAKHTIN, 2011, p. 11). É fato que o personagem vive, como diz Bakhtin, se próprio modo cognitivo e ético e isto, no âmbito da teleficção, deve ser apresentado de forma verossimilhante: “o autor vivencia a vida da personagem em categorias axiológicas inteiramente diversas daquelas em que vivencia sua própria vida e a vida de outras pessoas” (BAKHTIN, 2011, p. 13).

Bakhtin (2011), prosseguindo nas considerações sobre o autor e a personagem, aponta que deve haver uma distância entre autor e personagem e que

<sup>5</sup> Naturalmente Solano é um ator. A esse respeito Bakhtin (2011, p. 70) argumenta que a posição do ator é muito complexa do ponto de vista da relação entre autor e personagem. Acreditamos que se outro ator tivesse dado vida a Félix teríamos outro resultado final, por isso insistimos que a criação de Félix é resultado da simbiose entre Carrasco e Solano.

o autor deve encontrar um ponto de apoio fora da personagem. A telenovela, como obra aberta, exige uma dedicação absurda ao autor, além do mais, há a figura do receptor, que também pode ser considerado como autor, pois é ele quem dá o termômetro da atração televisiva. Esse conjunto de fatores pode fazer com que o autor perca esse ponto de distância necessária em relação ao personagem. O teórico russo expõe três casos em que essa perda da distância pode se fazer presente. Gostaríamos de chamar atenção ao terceiro ponto: “a personagem é autora de si mesma”, pois acreditamos que advém daí as características que demarcamos para estabelecer os três momentos de Félix. Intuímos isso graças às características dadas por Bakhtin ao dizer que

a diretriz volitivo-emocional concreta da personagem pode ser autorizada para o autor em termos cognitivos, ético, religioso – heroificação; essa diretriz pode ser desmascarada como pretendente indevida à condição de importante, e então teremos a sátira, a ironia, etc. Cada elemento concludente, transgrediente à autoconsciência da personagem, pode ser empregado em todas essas tendências (satírica, heroica, humorística, etc.). (BAKHTIN, 2011, p. 19).

De certa forma foi exatamente isso que aconteceu com Félix. Félix foi autorizado a viver uma ampla diretriz volitivo-emocional. Ao traçarmos um paralelo da apresentação do personagem ao fecho, vemos que cada elemento ético e estético vivenciado por ele faz sentido como um todo. Félix foi satírico e heroico sem deixar seu lado humorístico de lado. Talvez seu humor fosse uma forma de escapismo, desde sua condição sexual até seu relacionamento interpessoal, passando pela necessidade de reconhecimento e realização profissional. No âmbito da narrativa (textual e icônica) tudo fez sentido, mas se transpormos para o universo da realidade (e não do realismo) certamente teríamos problemas axiológicos estéticos – afinal temos que convir que a mesma pessoa que foi capaz friamente de deixar sua própria irmã, ao acabar de dar a luz, padecer em um banheiro público e abandonar sua sobrinha em uma caçamba de lixo, não seria capaz de apaixonar-se (a ponto de chamar de seu) por um garoto adotivo do cônjuge. Essas colocações não estão apenas no âmbito ético do personagem, mas no âmbito estético, pois se tratam da

representação do mundo na visão singular do personagem. Certamente a noção de “ética” para Félix não foi a mesma do princípio ao fim, mas as características estéticas permaneceram as mesmas, perfazendo um específico excedente da visão estética, pois cada personagem da narrativa pode fazer uma leitura bastante distinta do personagem. O mesmo vale para a audiência, a mesma que exigia uma punição na primeira fase, foi a mesma que aplaudiu seu *happy end*.

Tal feito foi possível graças ao elevado grau de tipicidade do personagem e a empatia ingerida por ele. Empatia, na visão de Bakhtin, é apresentando como o ato de

ver axiologicamente o mundo de dentro dele tal qual ele o vê, colocar-me no lugar dele e, depois de ter retornado ao meu lugar, completar o horizonte dele com o excedente de visão que desse meu lugar se descortina fora dele, convertê-lo, criar para ele um ambiente concludente a partir desse excedente da minha visão, do meu conhecimento, da minha vontade e do meu sentimento. (BAKHTIN, 2011, p. 23).

Há dois distintos modos de entrar em empatia com Félix. Um, no universo dos personagens da ficção, sendo que boa parte deles desconheciam traços da sua personalidade. Acreditamos que apenas dois personagens, de fato, entraram em empatia com Félix. Primeiramente Tetê, possivelmente arrependida de der ajudado na denúncia daquele que ajudou a criar, teve que apreender a ler o personagem e o fazer retornar a alguns valores que ele tinha deixado de lado. Outro personagem foi Niko. Contudo a empatia mútua entre Félix e Niko foi responsável por uma entropia que transformou sensivelmente o personagem. A empatia de Félix para com Niko o fez repensar valores éticos que foram capazes de transformar sua personalidade. Como adverte Bakhtin, não estamos falando de ajuda, salvação ou consolação, mas sim de transformação.

O outro modo lembra em partes o processo de projeção descrito por Edgar Morin (1977), contudo de formas diferenciadas. Félix foi um “vilão” atípico, assim poderíamos pensar na vilã anterior (que inclusive o personagem vivido por Solano foi comparado a ela, como já dissermos), ou seja, na Carminha. É possível se projetar, nos termos de Morin, em um/a vilã/o,

contudo, geralmente, por outras características que não a cognitiva. No caso da empatia de Bakhtin, ela também acontece no viés ético, de tal maneira que para usarmos esse termo temos que pensar no todo do personagem e não em apenas algum fragmento. Um dos fatores que podemos apontar para a realização dessa empatia, que não deixa de ser um pacto de recepção, foi o processo de carnavalização do personagem (mais evidente na segunda fase), traço do acabamento plástico-pictural do personagem.

A riqueza de Félix (e também de Bakhtin) nos permitiria ainda colocarmos mais alguns pontos em debate, por ora vamos ficar apenas nestes e passar a pensar o personagem em sua principal característica, a carnavalização – fruto de sua tipicidade, que proporcionou elementos de empatia (com outros personagens e com o público [autor-espectador]) e, provavelmente, derivado do fato do personagem ser autor de si mesmo.

## 5. A CARNAVALIZAÇÃO DE FÉLIX

246 O conceito de carnavalização é traçado por Bakhtin (2010a) na obra “A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento – o contexto de François Rabelais<sup>6</sup>”. Como expresso no título do livro, Bakhtin traz o conceito de carnaval num tempo e espaço definido. Ele não trata do processo, por exemplo, da espetacularização, ou outros comumente usados para a análise do carnaval na atualidade - e tão pouco compreende o carnaval como o período que antecede a quaresma, como em nossa cultura. Bakhtin (2010a, p.4) traça três formas principais da expressão da carnavalização: 1) ritos e espetáculos, tais como carnaval e peças cômicas; 2) obras cômicas verbais; 3) desenvolvimento de um vocabulário familiar e grotesco. De certa forma, Félix está contido nestas três formas. Pensando também nas três fases do personagem, como recurso didático, dividiremos o personagem nas fases: pré-carnavalesca, carnavalesca e pós-carnavalesca. Lembramos que a carnavalização para Bakhtin, como bem pontua Discini (2012), está ligado a visão oficial de inferno. Temos então a pri-

6 Na obra “Problemas da Poética de Dostoiévski”, lançada anteriormente, o teórico russo já assinalava o conceito de carnavalização. (BAKHTIN, 2010b).

meira fase como o pecado, a segunda como o acerto de contas e julgamento, e a terceira como a redenção.

O inferno carnalizado, apresentado por Bakhtin como constituinte do sistema de imagens rabelaisianas, testemunha a permutação do alto e do baixo ou a lógica da inversão, própria à cultura popular: os grandes são destronados, os inferiores são coroados. Esse inferno confirma ainda dois princípios da literatura cômica popular, fonte de criação para Rabelais: o inacabamento de tudo e o que há e o dos baixos regenerados, porque regeneradores. (DISCINI, 2012, p. 55).

Pensemos então na trajetória do personagem. Félix havia conquistado o posto que sempre havia sonhado: ser presidente do San Magno. Sempre teve rejeição a tudo que remetesse o popular (não apenas no âmbito cultural). Em diversos momentos tentou boicotar projetos sociais do hospital (liderados, sobretudo, por Paloma). Era ríspido com todas as pessoas que não eram de seu nível social. Sempre externou hábitos eruditos, especialmente relativos à gastronomia. Após ser julgado e condenado por todos, Félix vive praticamente no inferno e adota um estilo de vida totalmente inverso ao que vivia. Seu confortável escritório foi substituído pela rua mais popular da cidade de São Paulo. Os refinados restaurantes outrora frequentados pelo rapaz foram substituídos para um carrinho de *hot dog*. As roupas de grife, por sua vez, deram lugar a fantasias. A cada dia de trabalho uma nova performance entrava em evidência e aos “berros” o rapaz gritava: “*Hot Dog do Félix!*”: era seu acerto de contas. As aparições de Félix podem ser entendidas como verdadeiros espetáculos em praça pública. Com o objetivo de chamar a atenção para a venda do *hot dog*, Félix utiliza o humor, tal qual Bakhtin chama a atenção para a primeira forma de expressão da carnavalização. Contudo, são nas duas características seguintes que o personagem pode ser melhor enquadrado.

Bakhtin, ao retratar as obra cômicas, chama atenção para a paródia. As atitudes de Félix também podem ser lidas como paródia. Já na primeira cena em que Félix e Márcia estão na 25 vendendo *hot dog*, a personagem de Savalla pede para “seu menininho” colocar uma flor vermelha no cabelo (característica da personagem dela) e assim chamar atenção para

o produto. Com o sucesso da rosa vermelha, outras indumentárias foram utilizadas pelo personagem. Uma das cenas mais marcantes foi quando Félix ganhou de Juscelino uma cueca vermelha e Márcia disse que ele deveria usá-la para vender *hot dog*. Em outra cena, Félix fez uma recriação de Papai Noel, contudo com as peculiaridades do nosso verão, além da vestimenta Félix ainda soava um sino dizendo “*Jingle Bell*”. Foi justamente neste dia que Niko soube que o amigo era um vendedor de *hot dog*. Reproduzimos abaixo algumas fotos de Félix atuando como vendedor.



Ao retratar a terceira forma de carnavalização, Bakhtin chama a atenção para as novas formas linguísticas e a mudança de sentido de certas palavras. Foi com esse intuito que o personagem surgiu na rua 25 de março. Félix gritava, criava neologismo, e se fazia comunicar remetendo ao grotesco. Inclusive, a forma grotesca de Félix chamou a atenção de outros vendedores que viram nele uma forma de concorrência “desleal”: “a linguagem familiar da praça pública caracteriza-se pelo uso frequente de grosserias, ou seja, de expressões e palavras injuriosas, às vezes bastante longas e complicadas” (BAKHTIN, 2010 a, p. 15).

Também podemos enquadrar Félix no que Bakhtin chama de realismo grotesco, exatamente pela característica corporal assumida pelo personagem de Solano, ou seja, os gestos exagerados, o grito e a vestimenta.

Findado o momento da carnavalização vem a regeneração e a reviravolta do personagem. Com o perdão de Pilar, Félix volta a morar em sua mansão e a receber uma mesada, não sendo mais necessário retornar a rua para vender *hot dog*. O ponto de partida para essa fase é a aproximação com Niko e o posterior romance entre os dois, com direito a inédita cena do beijo homoafetivo no horário. Félix

ficou mais humano e mais sensível, embora ainda continuasse com o humor grotesco que perdurou por toda a trama, com seus inúmeros bordões, sendo o mais famoso o “será que eu salguei a Santa Ceia”.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo procuramos observar características apontadas por Bakhtin para analisar as características do personagem Félix de “Amor à Vida”. Certamente não esgotamos o assunto. Outros conceitos-chave na obra de Bakhtin poderiam ter sido aplicados, a exemplo dos conceitos de polifonia e dialogismo, centrais para a análise da telenovela, um produto híbrido que prima pela reprodução de arquétipos, muitos deles estudados pelo próprio Bakhtin na obra de Dostoiévski, cujo interior de cada personagem do literário russo pode ser percebido nos representados pela telinha. Um dos pontos fortes desta telenovela, em nossa opinião, foi a discussão da homofobia (FONSECA, 2013), especialmente reproduzida no âmbito familiar, por meio do embate entre Félix e César. A cena final, inspirada em um famoso filme italiano, também poderia ter sido nosso foco de análise. Os personagens de Walcyr tiveram mais sorte do que os do filme de Visconti, pois conquistaram seu *happy end*, aos moldes da cultura de massa da década de 1960.

Poderíamos também nos deter na homossexualidade do personagem e o modo como ele foi alçado ao posto de herói. Apesar de não termos utilizado conceitos de Bakhtin, já fizemos esse trabalho antes (FERNANDES, 2014). Enfim, teríamos múltiplas formas de trabalhar o personagem a luz deste grande teórico russo. A eleita por nós foi essa: trabalhar o processo criativo e o ato da carnavalização. Acreditamos que conseguimos atingir nossos objetivos e abrir caminhos para novas investigações sobre o tema.

## REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rabelais*. Trad. Yara F. Vieira. 7ª edição. São Paulo: Hucitec, 2010a.

\_\_\_\_\_. *Problemas da poética de Dostoiévski*. Trad. Paulo Bezerra. 5ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010b.

\_\_\_\_\_. O autor e a personagem na atividade estética. In: *Estética da Criação Verbal*. Trad. Paulo Bezerra. 6ª edição. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011. p. 3-192.

BRANDÃO, Cristina; FERNANDES, Guilherme M. Na Fronteira: identidade, teoria *queer* e estética *camp* nas representações teledramatúrgicas. In: MUSSE, Christina F; SILVEIRA, Potiguara M. (orgs.). *Comunicação: redes, jornalismo, estética e memória*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2013. p. 181-205.

DISCINI, Norma. Carnavalização. In: BRAIT, Beth (org.). *Bakhtin: outros conceitos-chave*. 2ª edição. São Paulo: Contexto, 2012. p. 53-93.

ECO, Umberto. Para uma investigação semiológica sobre a mensagem televisual. In: *Apocalípticos e Integrados*. Trad. Pérola de Carvalho. 7ª edição. São Paulo: Perspectiva, 2011. p. 365-386.

FARACO, Carlos Alberto. Autor e Autoria. In: BRAIT, Beth (org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. 5ª edição. São Paulo: Contexto, 2013. p. 37-60.

FERNANDES, Guilherme Moreira. *A representação das identidades homossexuais nas telenovelas da Rede Globo: uma leitura dos personagens protagonistas no período da censura militar à televisão*. 2012. 362f. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012.

\_\_\_\_\_. A representação do protagonismo homossexual masculino nas telenovelas do horário nobre da Rede Globo: revivendo os amores de Inácio e de Félix. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37, Foz do Iguaçu, PR. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2014.

FONSECA, Tiago. *Merchandising social na telenovela: a homofobia em “Amor à Vida”*. 2013. 99f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação,

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2013.

LOPES, Maria Immacolata V. A telenovela como recurso comunicativo. *Matrizes*. Ano 3, nº 1, São Paulo: ECA-USP, 2009. p. 21-47.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. *Da esfera cultural à esfera política: a representação de grupos de sexualidade estigmatizada nas telenovelas e a luta por reconhecimento*. 2003. 197f. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2003.

MORIN, Edgar. *Cultura de massa no século XX – o espírito do tempo*. Vol. 1: Neurose. Trad. Maura R. Sardinha. 4ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1977.

NEWCOMB, Horace. Sobre aspectos dialógicos da comunicação de massa. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. (orgs.). *Mikhail Bakhtin: linguagem, cultura e mídia*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010. p. 359-387.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. Mikhail Bakhtin e os estudos de comunicação. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. (orgs.). *Mikhail Bakhtin: linguagem, cultura e mídia*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010. p. 9-34.

STAM, Robert. Bakhtin e a crítica midiática. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. (orgs.). *Mikhail Bakhtin: linguagem, cultura e mídia*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010. p. 331-357.

**Recebido em 22 de março de 2016.**

**Aprovado em 27 de abril de 2016.**

# A produção de sentido no videoclipe interativo: uma abordagem semiótica da construção narrativa da experiência The Johnny Cash Project

**Carlos Henrique Sabino Caldas**

Doutorando do curso de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp, membro do GEA (Grupo de Estudos Audiovisuais) e do CPS (Centro de Pesquisa Sociosemiótica).

**E-mail:** carloscaldas@faac.unesp.br.

## Resumo

O artigo analisa o videoclipe a partir de sua construção narrativa, observando como os recursos de produção presentes nos diferentes dispositivos de comunicação infoeletrônicos agem no processo de constituição de sua linguagem. Estruturados sobre as relações interativas possibilitadas pelas tecnologias digitais das mídias contemporâneas, pretende-se demonstrar como as estruturas narrativas são construídas em novos formatos de vídeos. Nesta perspectiva, realizar-se-á a análise da experiência de videoclipe interativo desenvolvida pelo diretor Chris Milk, “The Johnny Cash Project”, a partir do arcabouço teórico-metodológico da semiótica greimasiana.

**Palavras-chave:** Videoclipe interativo; narrativa; Semiótica.

## Abstract

The article analyzes the music video from its narrative construction, observing how production resources present at the different infoelectronic communication devices act in their language formation process. Structured on the interactive relationships made possible by digital technologies in contemporary media, as it is intended to demonstrate the narrative structures are built in new music video formats. In this perspective, it will be held in the analysis of the interactive music video experience developed by director Chris Milk, “The Johnny Cash Project”, from the theoretical and methodological framework of greimasian semiotics.

**Keywords:** Interactive Music Video; narrative; semiotics.

Parte deste trabalho foi apresentado no XII Congresso da Asociación Latinoamericana de Investigadores de las Ciencias de la Comunicación, ALAIC, 2014, no Grupo Temático 14, Discurso y Comunicación.

## 1. INTRODUÇÃO

O videoclipe, enquanto produção audiovisual, sempre esteve ligado a contextos de forte influência das novas tecnologias de imagem e som, incorporando procedimentos do fazer artístico, mas, ao mesmo tempo, adentra-se no ambiente de mídia de massa com forte presença da lógica de mercado e venda de produtos. Assim como a videoarte e o cinema experimental e de vanguarda influenciaram sua configuração como produto midiático, observamos os recursos de produção presentes nos diferentes dispositivos de comunicação infoeletrônicos contribuindo na constituição de sua linguagem, criando experiências inovadoras nos modos de fruição e nas novas realidades de consumo. Nessa alteração na maneira de consumir e produzir os meios de comunicação observa-se que a interatividade é utilizada como um recurso das formas de produção e consumo da contemporaneidade.

Alterando a maneira de produzir e consumir vídeos, nos meios de comunicação, observa-se que a interatividade é utilizada como um recurso das formas narrativas e expressivas da contemporaneidade, mas agora na internet. Nesse sentido, à luz da semiótica greimasiana, este trabalho pretende lançar um olhar sobre os princípios semióticos da organização narrativa, observando os mecanismos de estruturação da narrativa e as questões enunciativas no videoclipe interativo The Johnny Cash Project, dirigido por Chris Milk. A seleção desse experimento foi motivada pela premissa de que esse videoclipe instaura uma nova prática na produção e fruição de vídeos, modificando as formas de consumo e possibilitando novas formas de produção de sentido na composição audiovisual interativa.

## 2. THE JOHNNY CASH PROJECT

The Johnny Cash Project é um projeto de videoclipe interativo que reuniu mais de 250 mil contribuições de pessoas de mais de 160 países. Um vídeo com imagens de Johnny Cash foi desmembrado em *frames* e cada *frame* ficou disponível para ser manipulado. O projeto, conduzido por Chris Milk, foi lançado em março de 2010.

Ao acessar o site [www.thejohnnycashproject.com](http://www.thejohnnycashproject.com) (Figura 1), visualizaremos a tela matriz do projeto. Na interface do site encontra-se, na parte central, o texto “A unique communal work, a living portrait of the man in black”<sup>1</sup>. Ao lado, observamos dois parágrafos que apresentam o projeto e convidam o usuário a participar:

[...] Through this interactive website, participants may draw their own portrait of Johnny Cash to be integrated into a collective whole. As people all over the world contribute, the project will continue to evolve and grow, one frame at a time. Submit your drawing to become a part of the new music video for the song “Ain’t No Grave”. Strung together and relayed in sequence your art, paired with Johnny’s haunting song, will become a living, moving, and ever changing portrait of the legendary Man in Black<sup>2</sup>.



Figura 1 – Tela inicial do site [www.thejohnnycashproject.com](http://www.thejohnnycashproject.com).  
Fonte: [www.thejohnnycashproject.com](http://www.thejohnnycashproject.com)

Abaixo, há três links de acesso: *Watch the video*, *Contribute* e *Watch the doc*. Na primeira opção, *Watch the video*, somos direcionados para a tela em que assistimos ao videoclipe (Figura 2). Nela visualizamos, acima, um monitor com o vídeo, no centro, uma linha do tempo dos *frames* e, abaixo, os *frames* que foram desenhados pelos usuários. Nesse reproduzidor é permitido visualizar qualquer *frame*, com os dados do autor, local de origem, o número do *frame* desenhado, a avaliação feita pelos próprios usuários e escolher qual perfil de reprodução o usuário quer assistir.



Figura 2 – Telas de *Watch the video*. Fonte: [www.thejohnnycashproject.com](http://www.thejohnnycashproject.com)

Na segunda opção, *Contribute*, são abertos três *frames* aleatórios para serem desenhados. Depois de escolher o *frame*, é habilitada a opção *Start Drawing*. Automaticamente é aberta a tela de desenho (Figura 3). No início, uma janela de instruções é disponibilizada para auxiliar o manuseio das ferramentas. Tudo em Preto e Branco. As ferramentas de caneta e *brush*, juntamente com as opções de *zoom*, *opacity* e controle de níveis compõem as possibilidades de desenho.



Figura 3 – Tela de desenho do The Johnny Cash Project.

Fonte: imagem nossa no site [www.thejohnnycashproject.com](http://www.thejohnnycashproject.com)

Após o desenho ser feito há a possibilidade de submetê-lo para avaliação ou desenhar outro. Para submissão, exige-se o cadastramento do usuário. Após o cadastramento, é necessário categorizar a obra em quatro opções: *Realistic*, *Sketchy*, *Abstract* ou *Pointillism*<sup>3</sup>. Outra possibilidade que o aplicativo disponibiliza é a reprodução do desenho e suas etapas de produção em forma de animação. Na terceira opção, *Watch the doc*, é apresentado um documentário sobre o projeto com depoimentos de pessoas que contribuíram, dos organizadores e um trecho do clipe.

Na parte superior do site existem quatro botões de acesso, *Explore*, *Contribute*, *About* e *Credits*. Na opção *Explore* é permitido ao usuário escolher oito categorias de videoclipe, sendo elas: *Highest Rated Frames*, *Director Curated Frames*, *Most Brush strokes Per Frame*, *Most Recent Frames*, *Random Frames*, *Pointillism Frames*, *Realistic Frames* e *Abstract Frames*<sup>4</sup>. A opção *About* traz uma espécie de tutorial interativo do projeto. A opção *Credits* mostra todos os profissionais envolvidos no trabalho, além de todas as pessoas que contribuíram desenhando os *frames* por categorias.

A música utilizada no videoclipe é a “*Ain’t no*

*Grave*”<sup>5</sup>, uma canção folclórica americana que faz parte do álbum póstumo de Cash *American VI: Ain’t no Grave*, lançado em 2003. Com o tema religioso, a música aborda a questão da morte, vida eterna e ressurreição<sup>6</sup>. A primeira parte da canção diz: “*There ain’t no grave can hold my body down; There ain’t no grave can hold my body down; When I hear that trumpet sound I’m gonna; rise right out of the ground; Ain’t no grave can hold my body down*”<sup>7</sup>.

O videoclipe em si mostra cenas da última gravação de Johnny Cash caminhando em várias localidades. O clipe começa com Cash segurando seu violão e andando de costas sobre um trilho de trem. Na sequência, corta a cena em primeiro plano do rosto de Cash com o fundo de paisagem. A próxima imagem é ele caminhando com um rebanho de ovelhas. A próxima cena é a mão de Cash aberta e apontada para o sol. Em seguida, corta para ele caminhando à beira de um lago. Após, são colocadas algumas cenas de búfalos correndo. Na próxima cena Cash retorna, mas agora com um corvo em sua mão direita e uma arma em sua mão esquerda e, logo depois, fica com os olhos fixos no corvo. Após essa cena aparecem imagens de um trem em movimento. Agora, a imagem é de Cash olhando para uma grande cruz com um movimento de aproximação. As próximas cenas são novamente do trem e em seguida dos búfalos correndo. Depois dessa imagem, Cash aparece caminhando sobre o trilho de trem até chegar a um cemitério. Ele acende um cigarro e deita de costas em um túmulo. Em seguida, volta a cena de Cash caminhando sobre o trilho, mas com o trem ao fundo e ele carregando seu violão. Agora Cash segue em direção a uma casa. Ele entra na casa e perambula sobre os cômodos. Após isso, ele sai da casa e volta a caminhar de costas sobre o trilho de trem até a imagem escurecer.

1 Tradução livre: Um trabalho único comunal, um retrato vivo do homem de preto.

2 Tradução livre: Por meio deste website interativo participantes podem desenhar seu próprio retrato de Johnny Cash para ser integrado numa produção colaborativa. Assim como pessoas por todo o mundo contribuem, o projeto continuará a evoluir e crescer, um quadro por vez. Envie seu desenho para se tornar parte do videoclipe da canção “Ain’t No Grave”. Enfileire e recoloque na sequência sua arte, juntamente com a canção de assombração de Johnny, se tornará viva, comovente, e sempre um retrato de transformação do legendário Homem de Preto.

3 Tradução livre: Realista, esboçado, abstrato ou pontilhismo.

4 Tradução livre: Quadros com a maior avaliação, quadros escolhidos pelo Diretor, quadros com maiores pinceladas, quadros mais recentes, quadros aleatórios, quadros de pontilhismo, quadros realistas e quadros abstratos.

5 Tradução livre: Não há um túmulo.

6 Resenha do álbum disponível em: <<http://arraf.forumaqui.net/t5269-johnny-cash-american-vi-ain-t-no-grave-resenha>>. Acesso em: 7 jun. 2012.

7 Tradução livre: Não existe cova que possa conter meu corpo; Não existe cova que possa conter meu corpo; quando eu ouvir a trombeta soar vou me erguer do chão; Nenhuma cova pode conter meu corpo.

No documentário produzido sobre o projeto<sup>8</sup> Chris Milk declara: “*We created this project to give Johnny Cash fans a chance to collectively make his final music video*”<sup>9</sup>. Seu companheiro de criação, Aaron Koblin, afirma: “*Each person created their own frame of the video to make a tribute for Johnny*”<sup>10</sup>.

### 3. NOVAS NARRATIVAS, NOVOS DIRETORES, NOVOS VIDEOCLIPES

O videoclipe interativo The Johnny Cash Project foi dirigido por Chris Milk em parceria com Aaron Koblin, chefe do Data Arts Team do Google Creative Lab. Além desse projeto, outros projetos de vídeos interativos foram produzidos por essa dupla. Segundo Aaron Koblin:

[...] muitos dos projetos mais recentes em que trabalhei foram colaborações com Chris Milk. Tem sido principalmente uma investigação de novas tecnologias e oportunidades, descobrindo os tipos de histórias que podem ser conduzidas e tecidas nessas tecnologias. Se queremos fazer um videoclipe diretamente para um navegador, o que podemos construir? Como podemos fazer alguma coisa sob medida para indivíduos? Podemos mostrar que você consegue ter uma experiência muito interessante com dados e criar uma história em volta disso? (CreatorsProject, 2012).

O que podemos perceber na parceria de Koblin com Milk é um exemplo que Médola já predizia em 2009 a respeito da televisão digital. Para ela, “o planejamento de qualquer produção criada e executada para atender às novas tendências de consumo terá que contar com a colaboração de profissionais de outras áreas do conhecimento. É o caso do desenvolvimento das interfaces” (Médola, 2009, p. 5). Nessa situação, ocorre o inverso, pois os profissionais das tecnologias da informação trabalham em parceria com um especialista da comunicação, o diretor Chris Milk.

Direcionando para Chris Milk, ele é um diretor

8 Vídeo disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=WwN-VINt9iDk> >. Acesso em: 15 jun. 2012.

9 Tradução livre: Criamos este projeto para dar aos fãs de Johnny Cash a chance de fazer coletivamente seu vídeo da música final.

10 Tradução livre: Cada pessoa criou seu próprio quadro do vídeo para fazer uma homenagem para Johnny.

norte-americano de videoclipes e filmes publicitários. Em seu currículo encontramos desde videoclipes para bandas como U2, Chemical Brothers, Kanye West até comerciais para marcas e empresas como a Nike, a Nintendo e a Sprite (Hanson, 2006). Chris Milk pode até ser o “*Steven Spielberg of music video. There’s nothing particular showy or overtly ‘auteurish’ about his style, but he knows how to make videos that connect with people. Artists love him because he adds an extra dimension to the music without overpowering it*”<sup>11</sup> (Hanson, 2006, p. 74).

O uso da performance narrativa é uma característica marcante na obra de Milk. Para ele, “*Humans love stories. Beginning, middle, and end is universal. If you can pull it off in a four-minute music video, you are in pretty good shape*”<sup>12</sup> (Hanson, 2006, p. 21). Ele revela que na infância amava gravar vídeos de suspense e zumbis com o irmão e os amigos utilizando a câmera VHS de seu avô (Hanson, 2006, p. 74). Milk afirma que deixa a música e a narrativa direcionar o estilo, pois “*I really try and let the music and the narrative dictate the style. [...] You have to serve the story, not yourself. It’s my job as the director to try and find the style that best complements the story*”<sup>13</sup>. Milk considera a história como o elemento mais importante, sendo que sua filosofia é a de “contar histórias em múltiplos canais (Hanson, 2006, p. 74). Hoje, podemos levar essas histórias em múltiplas plataformas e por longos períodos de tempo” (MTV, 2012). Para Hanson, essa veia conservadora de usar a narrativa em videoclipes na atualidade torna Milk um potencial diretor a ter sucesso em filmes de longa-metragem (Hanson, 2006, p. 75).

Podemos perceber o estilo de Milk nesta afirmação:

11 Tradução livre: O cara pode ser até o Steven Spielberg do videoclipe. Não há nada particularmente esplendoroso ou evidentemente “de autoria própria” no estilo dele, mas ele sabe como fazer vídeos que se conectam com as pessoas. Artistas o amam porque ele adiciona uma dimensão extra à música sem exagerar na dosagem.

12 Tradução livre: Os humanos amam histórias. Começo, meio, e fim é algo universal. Se você conseguir chamar sua atenção em quatro minutos de videoclipe, você está num bom caminho.

13 Tradução livre: Eu realmente tento e deixo a música e a narrativa direcionar o estilo. [...] Você tem que servir à história, não a você mesmo. É meu trabalho como diretor tentar e encontrar o estilo que melhor complementa a história, que é sempre a coisa mais importante, o estilo só a enquadra.

[...] *I think, if anything, my style and sensibility come through in the subject matter and the stories I choose to tell. I like things that are dark with some duality. Narrative is how I approach almost every track. It’s not that I don’t like performance videos; I just can’t come up with any that I think will be compelling for four minutes. I wish I could, it would make my life so much easier. I over-compensate by writing over-complicated narratives*<sup>14</sup> (Hanson, 2006, p. 74).

Nesse estilo de produzir e dirigir videoclipes denominados narrativos, a problemática da construção narrativa e discursiva torna-se um desafio para a análise de um gênero mais conhecido por abordagens performáticas e sincrônicas de edição de imagem e som. Neste sentido, aborda-se narrativa a partir da semiótica greimasiana, também denominada como semiótica narrativa. Desde modo, serão examinadas, a partir do percurso gerativo de sentido, as isotopias temáticas, os programas narrativos do enunciado da música e seu desenvolvimento, a figuratividade e plasticidade do videoclipe interativo, apontando os tipos de contribuição que os actantes da enunciação fazem ao enunciado audiovisual interativo.

### 4. O PERCURSO DE JOHNNY CASH PROJECT

Neste artigo, a narrativa é entendida a partir do arcabouço teórico da semiótica greimasiana, também chamada de semiótica narrativa ou semiótica discursiva. Segundo o dicionário de semiótica de Greimas e Courtes (2001), “o termo narrativa é utilizado para designar o discurso narrativo de caráter figurativo (que comporta personagens que realizam ações)” (Greimas; Courtes, 2001, p. 327). Para os autores, pensando a partir de um esquema narrativo já colocado em discurso, “alguns semioticistas definem a narrativa – na esteira de V. Propp – como uma sucessão temporal de funções (no sentido das ações)” (Greimas; Courtes, 2001, p. 327). Desde

14 Tradução livre: Eu acho, na verdade, que meu estilo e sensibilidade concretizam-se no tema e nas histórias que eu escolho contar. Eu gosto das coisas que são sombrias com alguma dualidade. Narrativa é como eu abordo quase todas as faixas. Não que eu não goste de vídeos de performance. Eu simplesmente não consigo criar nada que vá ser penetrante por quatro minutos. Eu gostaria de conseguir, faria minha vida muito mais fácil. Eu compenso escrevendo narrativas super complicadas.

modo, Greimas e Courtes (2001) compreendem que a narratividade não concerne senão a uma classe de discursos. Entretanto, pode se destacar, segundo Santos (2013), que os estudos da semiótica narrativa se deram em duas fases:

Podemos falar, cronologicamente, em duas fases que caracterizaram as origens da Semiótica Narrativa: a primeira ocorreu nas décadas de 1920 a 1930 em que os primeiros estudos formalistas foram publicados: de V. Propp, de A. Jolles e de B. Tomachevski. A segunda ocorreu nas décadas de 1960 a 1980 e foi quando esses trabalhos foram retomados e A. Dundes (ainda formalista), T. Todorov, C. Bremond, C. Lévi-Strauss, R. Barthes e o próprio A. J. Greimas criaram modelos baseados no pensamento estruturalista em voga, leram-se e criticaram-se contribuindo, assim, para o desenvolvimento da teoria e do método de análise estrutural da narrativa (Santos, 2013, p. 1385-1386).

Aprofundando a discussão sobre a narrativa, Barros (2005), define que a “*sintaxe narrativa deve ser pensada como um espetáculo que simula o fazer do homem que transforma o mundo*” (Barros, 2005, p. 16). Segundo a autora, para que se entenda a organização narrativa de um texto, “é preciso, portanto, descrever o espetáculo, determinar seus participantes e o papel que representam na historiazinha simulada” (Barros, 2005, p. 16). Barros (2005) afirma que a semiótica parte de uma mirada espetacular da sintaxe e propõe duas concepções complementares de narrativa: a narrativa como mudança de estados e a narrativa como sucessão de estabelecimentos e de rupturas de contratos entre um destinador e um destinatário. Desde modo, as estruturas narrativas, segundo Barros (2005), simulam tanto a história do homem em busca de valores ou à procura de sentido quanto a dos contratos e dos conflitos que marcam os relacionamentos humanos (Barros, 2005, p. 16). Nesse caminho, Barros (2005) define que para construir sentido de determinada objeto, neste caso o texto audiovisual interativo, “a semiótica concebe o seu plano do conteúdo sob a forma de percurso gerativo” (Barros, 2005, p. 8). Assim, nossa análise se dará a partir do percurso gerativo de sentido, sendo que o nível narrativo é parte de outros dois níveis, o nível fundamental e o nível discursivo. Em nosso *corpus*, temos duas possibilidades de observação da

narrativa, a primeira sendo o clipe final matriz no qual o enunciário é convocado a desenhar em frames específicos, e a segunda sendo o clipe final com as intervenções.

Para análise do videoclipe interativo, temos nesse projeto um exemplo de textos sincréticos no audiovisual. Além da canção, o videoclipe possui as imagens em alta figuratividade e os desenhos que se comutam a essas cenas. Conforme já mencionado, as análises do videoclipe interativo será realizada a partir do aporte teórico-metodológico da semiótica greimasiana, utilizando elementos do percurso gerativo de sentido<sup>15</sup>, considerando as isotopias temáticas de cada um, partindo de um programa narrativo do enunciado da música, seguindo o desenvolvimento desse programa, na figuratividade e plasticidade do videoclipe interativo, culminando com o tipo de contribuição que o actante da enunciação fez ao enunciado, construindo-o de uma forma mais ampla.

Inicia-se o percurso de análise observando abaixo o quadro descritivo do enunciado audiovisual do The Johnny Cash Project, em que apontamos o percurso figurativo e temático da canção e da imagem:

No nível profundo pode-se identificar a oposição fundamental vida vs morte. Esses elementos explicitam o tema religioso através dos artifícios figurativos da canção e da imagem, como, por exemplo, na estrofe 9, em que ele invoca Jesus para encontrá-lo no ar, e na estrofe 3, na qual ele clama pela ressurreição, além de imagens como ele olhando para a cruz e deitado junto à lápide no cemitério.

No nível narrativo nos interessa a narratividade enunciativa, na qual se trabalha com os actantes da enunciação, pois uma das características basilares do gênero videoclipe não é a narrativa teleológica linear, mas apresenta propriedades de descontinuidade e fragmentação em seu formato, como ocorre em nosso objeto de análise. Mesmo que tenhamos

<sup>15</sup> Fecine (2006) define o percurso gerativo de sentido como um simulacro metodológico que descreve a produção e a interpretação do significado, do conteúdo, ainda que, para isso, considere também sua expressão. A descrição desse percurso culmina com o desenvolvimento do que hoje conhecemos como gramática narrativa, um modelo que pretende dar conta justamente das relações entre sujeito e objeto, a partir de esquemas invariantes, observados na totalidade dos discursos enunciados (Fecine, 2006, p. 4).

o personagem Johnny Cash caminhando por várias locações, é na canção que uma certa linearidade se estabelece. Mas como o nosso objetivo não é desincretizar esse videoclipe interativo, a análise se dá pela observação do seu plano de conteúdo explorando menos o plano de expressão.

Nesse sentido, em The Johnny Cash Project temos o olhar do enunciador que projeta o enunciado com alta complexidade a tal ponto de desenvolver um esquema narrativo geral e solicitar a contribuição de coenunciadores, outros actantes individuais que são integrados na competência do enunciador. Entretanto esses sujeitos são limitados a determinadas ações, pois não possuem a capacidade de modificar a história. Isso fica evidente ao observarmos as intervenções, como exemplo o frame 127 (Figura 4). (Nesse frame o interator fica condicionado a ações predeterminadas, como o estilo do desenho, o frame original e o estilo pictórico).

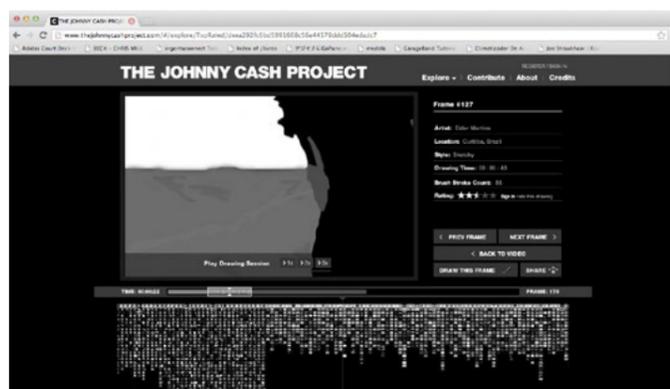


Figura 4 – Frame 127 do The Johnny Cash Project. Fonte: <http://www.thejohnnycashproject.com/>

Direcionando nosso olhar para o nível discursivo, partimos da tese de Fiorin (2005), o qual afirma que “as formas abstratas do nível narrativo são revestidas de termos que lhe dão concretude” (Fiorin, 2005, p. 28). Nessa linha, Barros (2005) declara também que as oposições fundamentais se desenvolvem em forma de temas concretizados por meio de figuras (Barros, 2005, p. 11). Em nosso caso, sendo a temática religiosa, percebemos que a figuratividade do videoclipe é marcadamente figural, ou seja, as figuras são expressas por seus traços essenciais, porém essas contribuições partem de imagens com alta figuratividade. Observamos nas imagens originais que foram utilizadas para a montagem do clipe, em alta figura-

QUADRO DE ANÁLISE		
NÍVEL DISCURSIVO	ENUNCIADO AUDIOVISUAL	
	ÁUDIO	VÍDEO
Percurso Figurativo	<b>Canção:</b>	<b>Planos em sequência:</b>
	1. Instrumental	1. PG da imagem do trem entrando em um túnel; PG de Johnny saindo caminhando do túnel do trem;
	2. Não há tûmulo Que consiga prender o meu corpo Não há tûmulo Que consiga prender o meu corpo	2. PG de Johnny saindo caminhando do túnel do trem; PP do perfil do rosto de Johnny com a imagem de um vale no fundo;
	3. Quando eu ouço o som da trombeta Eu vou me levantar da terra Não existe sepultura Que consiga prender o meu corpo	3. PC de Johnny caminhando com ovelhas; PP da mão de Johnny Cash estendida em direção ao sol;
	4. Bem, olhe bem longe do rio E o que você acha que eu vejo Eu vejo um bando de anjos E eles estão vindo atrás de mim	4. PG de Johnny caminhando na beira de um lago; PM de Johnny caminhando na beira de um lago; dois takes de cenas de búfalos correndo;
	5. Não há tûmulo Que consiga prender o meu corpo Não há tûmulo Que consiga prender o meu corpo	5. PM de Johnny caminhando na beira de um lago; PP de Johnny caminhando na beira de um lago;
	6. Bem, olhe para baixo, Gabriel Coloque seus pés na terra e no mar Mas Gabriel, você sopra seu trompete Até que que tenha notícias minhas	6. Plano de sequência do rosto de Johnny em PP para o corvo em PP terminando em PM de Johnny com o corvo; Plano de sequência de Johnny caminhando em PA carregando o corvo na mão direita e na mão esquerda uma arma terminando o plano no perfil de Johnny em PA;
	7. Não há tûmulo Que consiga prender o meu corpo Não há tûmulo Que consiga prender o meu corpo	7. PP do perfil do rosto de Johnny cantando o refrão da música; PM do perfil de Johnny segurando o corvo;
	8. Instrumental	8. PP das rodas de um trem; PG do trem andando nos trilhos; PC de Johnny olhando para uma cruz; PP do rosto de Johnny; Plongée de baixo para cima do trem; PG de búfalos correndo pelo campo; PG de Johnny caminhando no trilho do trem; PM dos pés de Johnny caminhando; imagem preta;
	9. Bem, me encontre Jesus, me encontre Encontre-me no meio do ar E se essas asas não me deixarem na mão, Vou encontrá-lo em qualquer lugar	9. PA de Johnny caminhando pelo cemitério; PG de Johnny deitado e apoiado na lápide de um túmulo fumando um cigarro; PM de Johnny deitado e apoiado na lápide de um túmulo fumando um cigarro;
	10. Não há tûmulo Que consiga prender o meu corpo Não há tûmulo Que consiga prender o meu corpo	10. PC de Johnny caminhando sobre o trilho do trem carregando um violão com o trem ao fundo; PP do perfil do rosto de Johnny; PM do perfil de Johnny com um lago ao fundo;
	11. Bem, me encontrar Mãe e Pai, Encontrem-me no caminho do rio E mamãe, você sabe que eu estarei lá Quando eu me libertar do meu fardo	11. PG de Johnny caminhando em direção a uma casa; PP de Johnny caminhando e entrando na casa;
	12. Não há tûmulo Que consiga prender o meu corpo Não há tûmulo Que consiga prender o meu corpo Não há tûmulo Que consiga prender o meu corpo	12. PM de Johnny andando dentro da casa; PP de Johnny saindo pela porta da casa; PG de Johnny já fora da casa; PP do rosto de Johnny em perfil;
13. Instrumental	13. PG de Johnny de costas carregando o violão caminhando pelo trilho do trem.	
<b>Temas subjacentes</b>	Religião	Religião

tividade, em que Cash é filmado<sup>16</sup> (Figura 5).



Figura 5 – Imagens originais utilizadas na produção do The Johnny Cash Project. Fonte: montagem nossa do vídeo <http://youtu.be/McV7pjwVFbE>

Observamos as figuras da cruz, da sepultura, do violão, do corvo e, à espreita: a figura da morte. Tais figuras apresentam o seguinte percurso: o sujeito que quer alguma coisa, ele quer durar. Todo sujeito que quer durar, encontra antissujeitos, sujeitos que não querem que ele dure. Esses antissujeitos podem ser vistos no corvo e na cruz, por exemplo. Podemos destacar também as representações desse trajeto, da continuidade do trem e as figuras que remetem ao percurso do sujeito em direção à eternidade.

Notamos que os programas narrativos em The Johnny Cash Project não se alteram e o ponto chave está na figuratividade. Observamos isso na plasticidade, na qual o sujeito escolhe o estilo pictórico em que ele vai desenhar. Categorias como *Realistic*, *Sketchy*, *Abstract* ou *Pointillism* são apresentadas em uma dimensão cromática preto e branco com suas respectivas ferramentas de desenho, em que figuras como representações de Jesus Cristo, cruz, caveiras e mensagens escritas fazem parte das mais de 250 mil contribuições (Figura 6). Em relação ao estilo pictórico, a plasticidade pode ser solicitada em momentos e finalidades específicas. Por exemplo, o estilo realista sempre estará presente paralelamente aos outros estilos para garantir a narratividade, caso a figuratividade esteja se dissolvendo, voltando à alta figuratividade<sup>17</sup>.

16 As imagens que compõem The Johnny Cash Project são filmes e vídeos de arquivo sobre o cantor.

17 Quando são selecionadas especificamente as categorias *Abstract* e *Pointillism* apenas os frames dessas categorias são exibidos, mesmo que haja intervalo de frames pretos ausentes.



Figura 6 – Frames dos participantes do The Johnny Cash Project. Fonte: montagem nossa do site <http://www.the-johnnycashproject.com/>

Em The Johnny Cash Project o enunciador propõe, em sua essência, uma experiência de interatividade com o elemento da colaboratividade. Porém ele oferece a narrativa, a música, a tematização e a figuratividade, mas de uma maneira estanque, pois limita os sujeitos a funções específicas que não podem ser alteradas, como, por exemplo, a forma essencial das figuras e a necessidade de censura dos desenhos antes de serem publicados.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No videoclipe interativo The Johnny Cash Project, após descrevermos suas características e funcionalidades, observamos como o texto audiovisual foi figurativizado e tematizado e como foi articulada a produção de sentido pelo público ao interagir com os vídeos por meio de aplicativos desenvolvidos para internet. Nessas análises foi nítida a estratégia do enunciador de criar o efeito de sentido de novidade tecnológica e exclusividade como forma de manipulação por sedução e tentação. Com esses elementos de manipulação e papéis temáticos determinados, esse videoclipe interativo mostrara-se como um projeto ousado que ultrapassa um audiovisual um tanto fechado/ limitado quanto à interação, pois a possibilidade de quebra na rotina estabelecida na sua programação é feita na composição imagética do desenho.

Este videoclipe interativo, objeto de análise neste trabalho, é um exemplo de como as possibilidades narrativas e discursivas decorrentes dos dispositivos digitais alteram não apenas os sistemas produtivos, mas a natureza do próprio objeto. Como o uso da narrativa é uma característica mar-

cante na obra de Milk, neste projeto ela se deu mais pela figuratividade e pela experiência do enunciatário em experienciar sensações no videoclipe em fluxo e pela interatividade em desenhar um *frame*. Nesse sentido, entende-se que a experiência do enunciatário é potencializada no momento da interação do clipe em fluxo, já que pelo nível de atenção e percepção, os frames desenhados criam um efeito de sentido de polissemia imagética. Essa espécie de bombardeio imagético, produz o sentido de quebra temática através das figuras, pois, em determinados momentos, as figuras imagéticas não equivalem as figuras cantadas, produzindo um sentido disfórico ao sincretismo de linguagem do videoclipe.

## REFERÊNCIAS

BARROS, D.L.P. *Teoria semiótica do texto*. São Paulo: Ática, 2005.

CREATORSPROJECT. *Aaron Koblin: Transformando Software Em Histórias*. Disponível em: <http://www.thecreatorsproject.com/pt-br/creators/aaron-koblin>. Acesso em: 15 jun. 2012.

FECHINE, Y. Uma proposta de abordagem do sensível na TV. In: *XV Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 2006, Bauru (SP). Anais do XV COMPÓS - CD. Bauru (SP): UNESP, 2006. v. 15.

FIORIN, J.L. *Elementos de análise do discurso*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

GREIMAS, A.J.; COURTES, Joseph. *Dicionário de semiótica*. Tradução de Alceu Dias Lima *et al.* São Paulo: Contexto, 2011.

HANSON, M. *Reinventing music video*. Oxford, UK. Editora Focal Press, 2006.

MÉDOLA, A.S.L.D. *Televisão digital brasileira e os novos processos de produção de conteúdos: o desafio para o comunicador*. *E-Compós*. v. 12, n.3 set.-dez, 2009.

SANTOS, A. A. Teorias fundadoras da Semiótica Narrativa. *Estudos Linguísticos*. V. 42, p. 1399-1408, 2013.

Recebido em 23 de fevereiro de 2016.

Aprovado em 27 de abril de 2016.

# A teoria literária a serviço do jornalismo: a estética da recepção aplicada ao conceito antoniano de conto-reportagem

**Leandro de Oliveira Lopes**

Jornalista graduado pelo FIAM-FAAM – Centro Universitário e mestrando do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Literatura – PPGLit, da Universidade Federal de São Carlos – UFSCar.

## Resumo

O artigo traz uma ligeira conceituação fundamental da teoria literária difundida por Hans-Robert Jauss, a estética da recepção, para depois aplicá-la, analiticamente, a três diferentes leituras de “Um dia no cais” (1968), de João Antônio. Além de estabelecer, na já longínqua relação entre a escola literária e a jornalística, outra aproximação, o objetivo deste estudo, nos alicerces daquela teoria, é mensurar a significação histórica e o valor estético de “Um dia no cais” - texto categorizado, à época, como *conto-reportagem*. A escolha do corpus de pesquisa, composto de recepções textuais datadas de, pelo menos, 40 anos depois da publicação original na revista *Realidade*, prezou por corresponderem, cada material e público escolhido, a diferentes perfis e meios de reprodução.

Palavras-chave: Estética da recepção; jornalismo e literatura; conto-reportagem.

## Abstract

This article fundamentally conceptualizes the literary theory spread by Hans-Robert Jauss, the aesthetics of reception, and then apply it analytically to three different readings of “Um dia no cais” (1968), João Antônio. The objective of this study, in foundations of that theory, is to measure the historical significance and the aesthetic value of “Um dia no cais” - text categorized as short story-report. The choice of the corpus, composed of textual receptions dated at least 40 years after the original publication, prized by match, each material and public chosen, from different profiles of readers.

**Keywords:** Aesthetics of reception; journalism and literature; short story and journalism.

## 1. A ESTÉTICA DA RECEPÇÃO

Foi em 1967, na aula inaugural do curso de Letras da Universidade de Constança, na Alemanha, que Hans-Robert Jauss principiou a estética da recepção. Muito embora o termo tenha sido utilizado em estudos ulteriores (Ferreira, 1998, p. 5), a comunidade acadêmica trabalha com o entendimento de que Jauss em muito avançou o conceito de recepção, e por isso tenha se tornado seu precursor. A miniseração, publicada em livro intitulado *A história da literatura como provocação à teoria literária*, também de 1967, fez surgir, para a crítica literária, outra perspectiva analítica. Na contramão das principais escolas em vigor até então, o marxismo e o formalismo, que davam conta, segundo Jauss, do “espelhamento da realidade social”, no caso da primeira, e “do objeto artístico”, na segunda, como “autônomo de investigação”, a estética da recepção focalizaria, como se supõe por sua nomenclatura, na recepção do leitor (Jauss, 1997, p. 4); e além, por conseguinte, na resposta dessa leitura. Para Jauss, as teorias marxista e formalista falhavam em não valorizar o leitor. “Com isso, ambas privam a literatura de uma dimensão que é componente imprescindível tanto de seu caráter estético quanto de sua função social: a dimensão de sua recepção e de seu efeito” (Jauss, 1997, p. 22).

A estética da recepção, ao atribuir significação a leitor, recepção e resposta, passa a permitir que críticos literários atuem para compreender o valor estético e também o histórico de determinado texto a partir da conjunção resultante desta relação. A “provocação à teoria literária”, do título do livro, se dá na medida em que são, na verdade, como não supunham as teorias em voga, o leitor e sua recepção a escrever, de fato, a história da literatura.

Uma renovação da história da literatura demanda que se ponham abaixo os preconceitos do objeti-

vismo histórico e que se fundamentem as estéticas tradicionais da produção e da representação numa estética da recepção e do efeito. A historicidade da literatura não repousa numa conexão de “fatos literários” estabelecidos post factum, mas no experienciar dinâmico da obra literária por parte de seus leitores. (Jauss, 1997, p. 24).

Jauss estabeleceu, nos entendimentos de sua teoria, que o leitor, quando em contato com o texto literário, “como em toda experiência real”, também nesta, possui o que ele chama de “saber prévio” (Jauss, 1967, p. 28). Trata-se, neste caso, do conhecimento decorrente de leituras já experienciadas por este leitor. Esse saber, anterior à fruição literária do dado momento, cria o que o autor chama de horizonte de expectativa; que, em outras palavras, é o que o leitor, baseado noutras leituras, espera do texto a ser lido. Para Jauss, é ao “atender, superar ou decepcionar” estas expectativas que se pode mensurar o valor estético de uma obra (Ferreira, 1998, p. 5). O ideal, para sua teoria, são “obras que, primeiramente, graças a uma convenção do gênero” provocam, de maneira proposital, um certo grau de horizontes de expectativa “para, depois, destruí-lo passo a passo” (Jauss, 1997, p. 28).

Quanto à seu valor histórico, que também pode ser mensurado, Jauss propõe que sua implicação “manifesta-se na possibilidade de, numa cadeia de recepções, a compreensão dos primeiros leitores ter continuidade e enriquecer-se de geração em geração, decidindo, assim, o próprio significado histórico de uma obra” (Jauss, 1997, p. 23). Portanto, “Jauss formula um novo conceito de leitor, onde este e a sua experiência estética são privilegiados. Assim, o leitor e a recepção que este faz de uma obra são dados a partir dos quais pode-se analisar a obra literária” (Ferreira, 1998, p. 5). É propondo renovar a maneira de se enxergar o leitor que Jauss sugere que se repense a teoria literária e a historicidade própria da literatura, pois é ao atribuir ao leitor o seu papel genuíno (Jauss, 1997, p. 23), e colocar sua recepção e resposta à frente de aspectos biográficos que se fundamentará sua teoria.

Eu vejo o desafio da ciência literária na retomada do problema da história da literatura deixado em aberto pela disputa entre o método marxista e o

formalista. Minha tentativa de superar o abismo entre literatura e história, entre o conhecimento histórico e o estético, pode, pois, principiar do ponto em que ambas aquelas escolas pararam. Seus métodos compreendem o fato literário encerrado no círculo fechado de uma estética da produção e da representação. Com isso, ambas privam a literatura de uma dimensão que é componente imprescindível tanto de seu caráter estético quanto de sua função social: a dimensão de sua recepção e de seu efeito. (Jauss, 1997, p. 22)

## 2. JORNALISMO, LITERATURA, JOÃO ANTÔNIO E REALIDADE

Tanto o jornalista quanto o escritor ficcional se utilizam da mesma ferramenta de trabalho, a palavra, e suas missões convergem, também, em contar histórias. Ainda que o primeiro seja norteador teórica e exclusivamente pelo factual e o segundo por imaginação e capacidade criativa, jornalismo e literatura misturaram-se diversas vezes ao longo dos tempos. João do Rio, jornalista e escritor, já se perguntava, em 1904: “o jornalismo, especialmente no Brasil, é um fator bom ou mau para a arte literária?” (Vanzella, 2006). Esta relação, benéfica ou não, movimenta as redações brasileiras desde, pelo menos, os séculos XVIII e XIX, “quando escritores de prestígio tomaram conta dos jornais e descobriram a força do novo espaço público” (Pena, 2007, p. 47). A união dos dois estilos, como benefício aos donos de jornais, “proporcionava um significativo aumento nas vendas e possibilitava uma diminuição dos preços, o que aumentava o número de leitores” (Pena, 2007, p. 48). Já os profissionais das letras, em contrapartida, conquistavam notoriedade e elevavam seus nomes na medida em que os textos eram publicados na imprensa. A mistura entre os dois discursos, entretanto, não pode ser resumida só na atuação de mercado, já que “o termo jornalismo literário”, por exemplo, “dá margem a uma série de diferentes interpretações sobre seu significado” (Pena, 2007, p. 55). Há os que o caracterizam como a publicação de resenhas literárias em jornais. Outros defendem que significa a união, em texto, de ferramentas literárias aliadas ao jornalismo comum. À um terceiro grupo, nem o primeiro nem o segundo, mas crítica de obras literárias veiculadas em jornais (Pena, 2007, p. 55).

João Antônio, de “Um dia no cais”, é exemplo dessa incógnita. Aclamado pela crítica e público já no momento primeiro da publicação de seu livro de estreia, *Malagueta, Perus e Bacanaço*, de 1963, foi, com a obra, vencedor do prêmio Jabuti de melhor livro de contos e considerado o autor revelação. Característica de seus textos, a mistura de aspectos jornalísticos e literários marcou sua trajetória. “A vivência jornalística é assumida nos termos de uma literatura que incorporará as forças do gênero essencial do jornalismo, a reportagem, no interior de uma expressão esteticamente poderosa” (Bulhões, 2007, p. 187). Alguns de seus principais trabalhos como repórter/escritor foram publicados pela revista *Realidade*, da editora Abril; publicação que circulou de abril de 1966 a março de 1976 e é considerada, por causa da profundidade de suas reportagens, como o principal expoente do jornalismo literário brasileiro<sup>1</sup> - principalmente nos três primeiros anos de sua existência, período em que a equipe original permaneceu trabalhando e que ficou conhecido como o momento áureo da revista.

260

“É possível conjecturar que o Novo Jornalismo<sup>2</sup> americano tenha influenciado dois veículos lançados em 1966 que se notabilizaram exatamente por uma proposta estética renovadora: a revista *Realidade*, considerada a nossa grande escola da reportagem moderna e o *Jornal da Tarde*”. (LIMA, 2004: 192)

João Antônio escreveu sete textos para *Realidade* (Jorge e Barros, 2011, p. 11) (Tabela 1) e neles tratou de diferentes assuntos.

<sup>1</sup> Entenda-se (como é mais comumente tratado) jornalismo literário como a união, em texto, de aspectos oriundos dos dois estilos.

<sup>2</sup> Tradução para a expressão americana new journalism, cunhada por Tom Wolfe, em 1973, no livro *The New Journalism*. Traduzida, no Brasil, na maioria das vezes, por “jornalismo literário”. Significa, segundo Pena, “potencializar os recursos do jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do lide, evitar os definidores primários e, principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos. No dia seguinte, o texto deve servir para algo mais do que simplesmente embrulhar o peixe na feira” (PENA, 2007: 48 – 49). Grifos nossos.

Tabela 1

EDIÇÃO	TÍTULO DA REPORTAGEM	TEMA
Outubro de 1967	Este homem não brinca em serviço	Uma noite na sinuca com jogadores paulistas
Julho de 1968	Quem é o dedo-duro	Atuação de marginais como informantes da polícia
Setembro de 1968	A morte	A relação com a morte e vários jeitos de morrer
Setembro de 1968	Um dia no cais	A vida no porto de Santos, em São Paulo
Outubro de 1968	Ela é o samba	Perfil da cantora Aracy de Almeida
Novembro de 1968	É uma revolução	Uma partida de futebol
Dezembro de 1968	O pequeno prêmio	Corridas de trote

A aliança de sua produção jornalística com o texto de ganho literário confluíram com o proposto pela publicação. No contexto de *Realidade*, e dos profissionais que lá trabalhavam, a revista surgia justamente para agregar este valor textual de qualidade literária com a reportagem.

Esta publicação revolucionou tanto pela amplitude da abordagem temática quanto pela linguagem utilizada. O jornalismo produzido por *Realidade* introduziu o segmento brasileiro de revistas de informação geral na imprensa moderna, uma vez que estava em sintonia com as tendências jornalísticas mais inovadoras, contemporâneas à revista, como por exemplo, o Novo Jornalismo. (Moraes; Ijuim, 2009, online).

O quadro político do momento de criação de *Realidade* (pós-guerra e aumento significativo do populismo) tornava cada vez mais necessária a atuação da imprensa; como se sabe, desde 1964, o Brasil estava inserido num contexto de regime autoritário. A ditadura política estremecia a relação do governo com os jornalistas e com uma nova Lei de imprensa e um presidente militar, o diálogo ficou ainda mais difícil. “Com a censura incidindo sobre as redações, eles passaram do conhecimento das regras para divulgar notícias, imposto autoritariamente, a um

estado que sabiam o que não deveria ser noticiado” (Jorge; Barros, 2011, p. 6). A principal missão de *Realidade*, então, além de sustentar a inovação em seu discurso, era resistir, harmoniosamente, com o período e suas adversidades. E a confluência entre os dois estilos, literário e jornalístico, era parte integrante dessa resistência. “O resultado foi que, como unanimemente tem registrado a crítica do período, à literatura da época coube, então, o papel de resistir politicamente às arbitrariedades dessa censura nos jornais e nos outros meios de comunicação” (Cosson, 2001, p. 16). Foi assim com João Antônio.

Ler João Antônio é participar de um jogo em que, malandramente, a fala dos marginalizados se cruza com o português-padrão, driblando o leitor desatento. Assim, encontramos, ao lado de gírias e palavras de baixo calão, estruturas gramaticais (sobretudo no que se refere às orações subordinadas) que apenas grandes mestres do idioma utilizam. (Macedo, 1997, online)

Pois foi aliando o talento de João Antônio ao espírito de liberdade criativa de *Realidade*, que lhes ocorreu, em 1968, que o autor escrevesse sobre a vida no porto de Santos (à época um dos três maiores do mundo e o maior da América Latina). Resolveu-se, daí, chamar o texto como conto-reportagem – modalidade inédita no Brasil. João Antônio, hospedado no porto durante um mês a fim de ter convívio com a realidade do lugar, escreveria, em casa, o que lá encontrasse. “Um dia no cais” foi publicado na página número 98 da edição de número 30 de *Realidade*, datada de setembro de 1968. A chamada da revista, em seu índice, anunciava: “conto-reportagem: Um dia no cais”. O texto, supostamente inaugural dessa dita modalidade, pressupõe que estejam unidos, em texto, aspectos de conto e também de reportagem. Neste trabalho, não obstante a essa questão, o que se verificará, a fim de um melhor entendimento do surgimento do “conto-reportagem”, é a recepção mesma do termo e sua repercussão.

### 3. A RECEPÇÃO: ADAPTADO DO JORNALISMO LITERÁRIO, INAUGURAL EM GÊNERO

Jauss conceituou, para a historicidade da obra

literária, três diferentes meios de estudá-la e determiná-la. O diacrônico, da recepção de uma obra na sucessão histórica, o sincrônico, da recepção num dado momento, e o relacionamento entre a literatura e a vida prática, como a função social do texto literário. Para ele, é através da confluência dos três modelos que a historicidade da literatura manifesta-se em sua totalidade (Jauss, 1997, p. 50). Neste estudo, por causa de suas limitações de tempo e espaço, priorizou-se o método sincrônico; foram destacadas leituras realizadas nos anos de 2008, 2009 e 2011 – quando “Um dia no cais” completou 44 anos de publicação. Considerou-se, também, no intuito de compreender como se deu sua recepção nos mais diversos públicos, que correspondessem, as leituras, a diferentes perfis de leitores. São eles: 1) revista jornalística, representando a visão da imprensa; 2) blog, representante do leitor comum; 3) artigo científico publicado em revista especializada, da visão acadêmica. Dá-se, então, as leituras de “Um dia no cais” que compõem esta pesquisa.

A revista *Brasileiros*, publicação conhecida, ela também – como *Realidade* –, por proporcionar, contemporaneamente, espaço para reportagens de fôlego, tratou assim “Um dia no cais”:

261

O conceito do conto-reportagem surgiu na revista *Realidade* a partir de conversas entre o editor Sérgio de Souza, que morreu este ano, e o escritor João Antônio, falecido em 1996, que também trabalhava na redação. A ideia era usar elementos de ficção para escrever uma reportagem, baseada na apuração do escritor-repórter. Era criar um texto inspirado na realidade. Segundo Mylton Severiano, o “Myltainho”, que foi editor da *Realidade* e hoje comanda a redação da *Caros Amigos*, Um Dia No Cais é o melhor exemplo do conto-reportagem no Brasil. (Fuhrmann, 2008).

É leitura, como se vê, que atribui valor ao texto de João Antônio. Leitura que o caracteriza não só como o primeiro a praticar, no Brasil, o conto-reportagem, mas também de ser, ainda hoje, o melhor exemplo da modalidade de que dispomos. A publicação da *Brasileiros*, na verdade, é mais que uma simples leitura: “Quarenta anos depois, inspirado no conto-reportagem Um Dia No Cais, do escritor João Antônio para a revista *Realidade*, o repórter da *Brasileiros* passou uma semana hospedado em um hotel na zona

portuária de Santos.” (Fuhrmann, 2008). Trata-se, a publicação da *Brasileiros*, de uma nova reportagem, inspirada no texto original de João Antônio.

Jauss diz que uma obra literária não perde seu poder de ação quando transpõe seu período de surgimento, podendo sua importância crescer ou diminuir no tempo. O novo é tido como uma categoria estética e histórica. Esta mudança não atinge só a noção de novo, mas também a noção de história da literatura, que deixa de significar uma sequência cronológica de fatos, para se fazer de avanços e de recuos. (Ferreira, 1998, p. 51).

Além de caracterizar, então, a relevância histórica e estética de “Um dia no cais”, a revista *Brasileiros* propôs-se, ela mesma, a reescrever, dando-lhe aspectos e números atuais, o texto de João Antônio.

O que se tem, um ano mais tarde, e de leitura não especializada, é outra referência elogiosa ao autor paulista. Esta será nossa segunda recepção. No blog “João Antônio: vida e obra”, mantido por administrador virtual denominado apenas por Isaac – que se declara estudante de jornalismo do 8º período da UERJ (Universidade do Estado do Rio de Janeiro) –, em postagem denominada “Um dia no cais”, de dezembro de 2009, numa linguagem informal, diz:

O escritor e jornalista João Antônio trabalhava como redator-chefe do caderno de Cultura do Jornal do Brasil em julho de 1965 quando foi convidado pelo amigo Paulo Patarra para participar da equipe fundadora de Realidade (1966 – 1976). Foi nessa revista da editora Abril, influenciada pelo *new journalism* e especializada em tratar de temas tabus no Brasil dos anos 60, onde João Antônio inaugurou o gênero conto-reportagem no país. (Antonio, 2009).

Isaac, nosso leitor, completa, abrindo aspas a Sérgio de Souza, editor de texto de *Realidade*, numa entrevista que este teria concedido: “Apostar em um conto-reportagem poderia descredibilizar qualquer coisa que publicássemos [...] Era cortar na carne a tênue linha que separa fato e ficção” (Antonio, 2009). Destaca-se, dessas passagens: o termo, conto-reportagem, atribuído de maneira inaugural a João Antônio, dando a texto e autor caráter inventivo uma vez mais; e a aceitação, de fato, que havia, ali, união de dois discursos textuais diferentes: literário e jornalístico, fato e ficção – relação, diga-se, de suposta

influência do estilo norte-americano denominado *new journalism*.

Como dito neste mesmo estudo, Jauss articula uma sequência de recepções da seguinte maneira: “A historicidade da literatura não repousa numa conexão de fatos literários estabelecidos post factum, mas no experienciar dinâmico da obra literária por parte de seus leitores” (Jauss, 1997, p. 24) e, além, “numa cadeia de recepções, a compreensão dos primeiros leitores ter continuidade e enriquecer-se de geração em geração” é que decide, para o autor, “o próprio significado histórico de uma obra” (Jauss, 1997, p. 23). É por isso que, para encerrar a cadeia de recepções de que tratamos aqui, como única que ainda nos resta tratar, atentemos, agora, à academia.

A visão acadêmica que leremos, de artigo científico intitulado “Repórter-marginal: o Novo Jornalismo no Brasil e a produção de João Antônio na Revista Realidade, entre 1966 e 1968”, de 2011, de autoria de Thais de Mendonça Jorge, doutora em comunicação, e Bruna Renata Cavalcante de Barros, à época mestranda em comunicação, apresentado no VIII Encontro Nacional de História da Mídia<sup>3</sup>, traz, quanto às questões levantadas por este estudo, o caráter inaugural e inventivo do termo conto-reportagem. Há trecho, com aspas e citação de Mylton Severiano da Silva, de *Paixão de João Antônio*, que diz, sobre o caráter inaugural do gênero: “Durante os entendimentos com Realidade, nasceu da cabeça do editor de texto Sérgio de Souza o gênero conto-reportagem. João Antônio saía da redação com uma pauta e cobrir, e escrevia em casa” (Silva, 2005, p. 64-65 *apud* Jorge; Barros, 2011, p. 10). E, sobre uma suposta influência de discurso do jornalismo literário norte-americano, diz:

Seja batizando a escrita de João Antônio como conto-reportagem, seja abrindo o leque das pautas que ele escolhia como material de trabalho, seja prestando atenção a um modo particular de exercer o jornalismo, vemos, pois, que João Antônio assumiu o papel de representante de um novo estilo, que nos Estados Unidos mostrava características semelhantes. Os personagens e

3 Realizado de 28 a 30 de abril de 2011 em Guarapuava, no Paraná. Neste ano o Encontro Nacional de História da Mídia celebrou sua décima edição na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre, entre os dias 03 e 05 de junho.

situações talvez não tenham muita afinidade com o Novo Jornalismo descrito por Wolfe, mas isso apenas demonstra como um mesmo estilo ou um punhado de técnicas pode ser absorvido atendendo-se às configurações da cultura local. (Jorge; Barros, 2011, p. 12).

Vê-se, novamente, o *new journalism* como influência inata do estilo, e, quase que na contramão, uma natureza de invenção e inauguração do gênero conto-reportagem. Características impregnadas, pelo que se viu das recepções aqui abordadas, em “Um dia no cais”. Como a recepção “enriquecer-se de geração em geração” é determinante para mensurar o valor histórico de determinada obra, o que se encontra, de “Um dia no cais”, são características suficientes para aferir, nos entendimentos da estética da recepção, sincronicamente, e gabaritado pelos leitores do texto, que João Antônio é autor do primeiro conto-reportagem brasileiro, e por aí, diga-se, tem-se muito de seu valor histórico explicitado. Além disso, há, também, certa relação com o *new journalism* norte-americano – atribuído à revista *Realidade* e carregado, neste caso, por João Antônio.

#### 4. HORIZONTES DE EXPECTATIVA E O CONTO-REPORTAGEM

Até o momento da publicação de “Um dia no cais”, em 1968, não se ouvia nada a respeito de conto-reportagem. O termo, que pressupõe que se misturem, num único texto, aspectos de conto e de reportagem, era, até ali, desconhecido. Não havia, portanto, qualquer expectativa em relação a modalidade. Como se viu no começo deste estudo, vale lembrar, a estética da recepção trabalha com a concepção de que, baseado por leituras precedentes, o leitor fruidor possui repertório prévio e, com ele, formula suas expectativas em relação ao que está prestes a ler. Disse-se, também, que é na medida em que essas expectativas são atendidas ou frustradas que se pode medir, então, o valor estético da obra. Pois como medi-lo se é novo, desprovido de leituras prévias? Primeiro, para que se comece este raciocínio, diga-se, segundo Jauss, que “a obra que surge não se apresenta como novidade absoluta num espaço vazio”, mas sim, valendo-se de “sinais visíveis e invisíveis, traços familiares ou indicações implícitas, predispõe seu público para recebê-la de uma maneira

bastante definida” (Jauss, 1997, p. 28).

Nesses preceitos, então, no já referido *História da Literatura como provocação à Teoria Literária*, Jauss referendou assim, casos como esse:

A possibilidade da objetivação do horizonte de expectativa verifica-se também em obras historicamente menos delineadas. E isso porque, na ausência de sinais explícitos, a predisposição específica do público com a qual um autor conta para determinada obra pode ser igualmente obtida a partir de três fatores que, de um modo geral, se podem pressupor: em primeiro lugar, a partir de normas conhecidas ou da poética iminente ao gênero; em segundo, da relação implícita com obras conhecidas no contexto histórico-literário; e, em terceiro lugar, da oposição entre ficção e realidade, entre a função poética e a função prática da linguagem, oposição esta que, para o leitor que reflete, faz-se sempre presente durante a leitura, como possibilidade de comparação. (Jauss, 1997, p. 29).

Analisemos, pois, as três possibilidades levantadas pelo autor alemão.

A primeira, que dá conta de uma poética que concerniria ao gênero, nos dá, então, uma única saída. A expectativa do leitor de “Um dia no cais”, no momento de seu lançamento, estaria fundamentada nas premissas de, respectivamente, conto e reportagem. E, embora não seja esse o intuito deste estudo, é possível presumir que esperassem, os leitores, se fosse este o caso, por uma junção incomum. Assume-se, por conto, ainda que de maneira, digamos, ingênua, que seja ficcional; ao contrário da reportagem, é claro, que se supõe factual. A união desses dois modelos, portanto, em relação a suas missões e objetivos, pareceria impossível – pareceria caminhar, inclusive, em contraposição total, como se verá adiante, à terceira possibilidade levantada por Jauss neste mesmo raciocínio (comparação entre o ficcional e o real). Da segunda, “da relação implícita com obras conhecidas no contexto histórico-literário” (Jauss, 1997, p. 29), temos, já, um caminho. O leitor de *Realidade*, que em 1968 já estava em seu terceiro ano de publicação, é municiado, no contexto mesmo da revista, por obras que trabalhavam com aquela mistura entre o discurso literário e o jornalístico. Esta era, como já dito, uma marca. O que não nos faz concluir, entretanto, que no momento de sua

publicação se refletia conscientemente tal relação. A renovação do discurso de suas reportagens era óbvia. O entendimento de seu público, porém, agravado por aquele contexto, era ainda embrionário. Mesmo embora, diga-se, sua característica textual fosse conhecida, e um grande sucesso.

O primeiro número surge em abril do ano seguinte [1966], com mais de 250 mil exemplares e se esgota em três dias. A partir daí, a ascensão da revista foi fulminante, surpreendendo seus próprios editores. Em fevereiro de 1967, quase um ano após seu lançamento, Realidade chegava a uma tiragem de mais de 500 mil exemplares. (Faro, 1999, p.13)

Nessa perspectiva, portanto, o que se esperava do conto-reportagem, a partir das duas possibilidades de que tratamos, é que continuasse, de maneira geral, a temática aglutinadora daqueles discursos (literário e jornalístico) e que, em suma, tentasse trabalhar numa união de seus dois gêneros predecessores (conto e reportagem), o que, já vimos, seria missão – aparentemente – inexecutável.

264 À terceira possibilidade, oposição entre o ficcional e o real, soma-se a relação que jornalismo e literatura mantêm ao longo dos tempos. O termo jornalismo literário, que não poucas vezes aparece nos estudos de *Realidade*, é exemplo definitivo que essa “possibilidade de comparação” (Jauss, 1997, p. 29), antes mesmo de servir como elemento formador de horizonte de expectativa é, na verdade, elemento textual.

O que se conclui dessa linha de pensamento é que o conto-reportagem, no momento de sua publicação, pressupunha, àqueles que se dedicavam a sua leitura, uma inovação. A expectativa que nele se depositava, trata do discurso aglutinador de *Realidade* e de uma junção, digamos, impraticável. Aí estão, em evidência, fatores suficientes para que se determine o valor estético de “Um dia no cais”, uma vez que seus horizontes de expectativa, por ocasião mesmo de sua inventividade, foram absolutamente afastados e destruídos, como pedira Jauss.

“Um dia no cais” não é só mais um texto de *Realidade*, mas sim, aproximação textual de conto e reportagem: “Os dados documentais entram dis-

simuladamente na história e o texto aproxima-se tanto do conto, que incorpora até fluxos de consciência dos personagens” (Sodré; Ferrari, 1986, p. 81). “Um dia no cais” tem, por essência, uma confluência do real com o inventivo, do factual com o ficcional. “No texto, não fica muito claro o que é apuração e o que foi criado. As duas prostitutas (Rita Pavuna e Odete Cadilague), por exemplo, parecem a fusão de várias pessoas que foram observadas na apuração” (Fuhrmann, 2008). Ainda, entretanto, lembremos: “A história da literatura é um processo de recepção e produção estética que se realiza na atualização dos textos literários por parte do leitor que os recebe, do escritor, que se faz novamente produtor, e do crítico, que sobre eles reflete” (Jauss, 1997, p. 25). O fato mesmo, portanto, de refletirmos sobre “Um dia no cais”, é elemento, também, de seu valor. O fato de ser reescrito, como fez *Brasileiros*, e de ser considerado inaugural, como fizeram as outras duas recepções aqui apresentadas, dão-lhe, como pedia Jauss, mais que conexões de “fatos literários” (Jauss, 1997, p. 24).

Nos entendimentos da estética da recepção, pondo em linhas finais o que se apresentou neste estudo, diz-se:

Afinal, a qualidade e a categoria de uma obra literária não resultam nem das condições históricas ou biográficas de seu nascimento, nem tão somente de seu posicionamento no contexto sucessório do desenvolvimento de um gênero, mas sim dos critérios da recepção, do efeito produzido pela obra e de sua fama junto à posteridade, critérios estes de mais difícil apreensão. (Jauss, 1997, p. 4-5).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pesquisas que relacionem, num mesmo termo, conto e reportagem, encontrarão referências a João Antônio e “Um dia no cais”. A estética da recepção, de Jauss, em seus conceitos de horizonte de expectativa e historicidade da literatura, ajuda a compreender o porquê destas citações. A teoria permite que sejam determinados, na medida da recepção e resposta dos leitores, os valores estéticos e históricos de obras literárias – neste caso, jornalístico-literária. Dadas as recepções aqui estudadas, e considerando-

-se, também, o horizonte de expectativa dos leitores em relação ao conto-reportagem, pode-se aferir que da mesma maneira em que a junção textual de jornalismo e literatura é tratada, no Brasil, na ampla maioria dos estudos, como influência do movimento norte-americano denominado *new journalism*, parte da recepção de “Um dia no cais” enxerga, também nesta publicação, a mesma influência. Seu caráter inovador, entretanto, é unânime. “Um dia no cais” tornou-se, a partir de suas recepções, referência desta nova modalidade. Mesmo a despeito de ser, essa confluência de jornalismo e literatura, já estabelecida há muito tempo, e haver, então, possibilidade de, noutros autores, também contistas e também repórteres, existir elementos suficientes para que seus textos fossem denominados conto-reportagem, João Antônio e “Um dia no cais” são, mais uma vez, por historicidade de sua literatura e recepção de seu conteúdo (definidos pelos leitores), primeiros e inaugurais. As expectativas prováveis do público leitor e as indagações e intenções daqueles que idealizaram o estilo colaboram para que não seja, como definia Jauss, obra “culinária” (Jauss, 1997, p. 32); mas, em contrapartida, que destrua, pouco a pouco, seus horizontes. Estas inferências, que se deduzem graças a uma teoria literária, acrescentam outra maneira de se relacionar jornalismo e literatura. Esta união se faz, desta vez, através da aplicação teórica e analítica de uma, na recepção de outra. É a multiplicidade desta relação, sempre dinâmica, atuante uma vez mais. A teoria literária a serviço do jornalismo. O leitor, como parte fundamental de todo o processo, como definidor da qualidade e história de obras, dessa vez, jornalística. Diga-se, como referendou Jauss, o leitor em seu papel genuíno.

## REFERÊNCIAS

- BULHÕES, Marcelo. *Jornalismo e literatura em convergência*. São Paulo: Ática, 2007
- COSSON, Rildo. *Romance-reportagem: o gênero*. Brasília: Editora UnB, 2001
- FARO, J. S. *A imprensa brasileira e a revista*

*Realidade*. 1999. Universidade de São Paulo. Disponível em <<http://www.eca.usp.br/associa/alaic/Congreso1999/14gt/Jos%C3%A9%20S.rtf>> Acesso em 28 setembro 2015

FERREIRA, Raquel Terezinha Rodrigues. *Marguerite Duras no Brasil: aspectos da recepção crítica*. 1998. 121 f. Dissertação (Teoria Literária) – Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina. 1998 Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/77942>> Acesso em 28 setembro 2015

FUHRMANN, Leonardo. “Outras noites no cais”. *Revista Brasileiros*. 2008. Disponível em <http://brasileiros.com.br/2008/11/outras-noites-no-cais/> Acesso em 28 setembro 2015

JAUSS, Hans-Robert. *A história da literatura como provocação à teoria literária*. São Paulo: Editora Ática, 1997

JOÃO ANTÔNIO: VIDA E OBRA. *Um dia no cais*. 2009. Disponível em <http://joaoantonio-isaac.blogspot.com.br/2009/12/um-dia-no-cais.html> Acesso em 28 setembro 2015

JORGE, Thais de Mendonça. BARROS, Bruna Renata Cavalcante de. *Repórter marginal: o Novo Jornalismo no Brasil e a produção de João Antônio na revista Realidade, entre 1966 e 1968*. VIII Encontro Nacional de História da Mídia. Unicentro, 2011. Guarapuava – PR. Disponível em <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/8o-encontro-2011-1/artigos> Acesso em 28 setembro 2015

LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas ampliadas*. Barueri: Editora Manolê, 2004

MACÊDO, Tânia Celestino de. “João Antônio, esse (des)conhecido”. *Proleitura, Assis*, v. 01, n. 17, p. 04-04, 1997. Disponível em <http://www.umacoisaeoutra.com.br/literatura/jantonio.htm> Acesso em 28 setembro 2015

MORAES, Vaniucha. IJUM, Jorge Kanehide. *Jornalismo de profundidade: o jornalismo literário de Realidade (1996 – 1968)*. Universidade de São Paulo, São Paulo. 2009. Publicação Acadêmica de Estudos

sobre Jornalismo e Comunicação. Disponível em [http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos12\\_d.htm](http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos12_d.htm) Acesso em 28 setembro 2015

PENA, Felipe. *O jornalismo literário como gênero e conceito*. Revista Contracampo, v. 2, n. 17, p. 43 – 58, 2007 Disponível em: <<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/349>> Acesso em 28 setembro 2015

SILVA, Mylton Severiano da. *Paixão de João Antônio*. São Paulo: Casa Amarela, 2005.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. *Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*. Summus Editorial, 1986.

VANZELLA, Camila. “A saga dos jornalistas escritores”. *Revista PJ:Br Jornalismo Brasileiro*. 6ª ed. 2006. Disponível em [http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/resenhas6\\_d.htm](http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/resenhas6_d.htm) Acesso em 28 setembro de 2015.

266

**Recebido em 12 de abril de 2016.**  
**Aprovado em 16 de julho de 2016.**

# Incêndio na Boate Kiss em Santa Maria: a cobertura jornalística regional e global

## Vanessa Oliveira

Jornalista. Mestranda em Desenvolvimento Regional na Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC.

### Resumo

Este texto pretende discutir os tensionamentos entre o regional e o global na cobertura do incêndio na boate Kiss, em Santa Maria, que ocorreu no dia 27 de janeiro de 2013. Utilizaram-se relatos de profissionais tanto da TV Santa Maria, quanto do jornal *Diário de Santa Maria*, bem como as fotografias publicadas em capas de jornais internacionais, a fim de problematizar e ilustrar essa discussão. Constatou-se que a cobertura internacional se constituiu, inicialmente, pelo trabalho de atores regionais que, portanto, contribuíram com uma perspectiva regional ao material publicado em escala global. No entanto, é preciso lembrar que, se de um lado o olhar era de atores regionais, de outro, as técnicas empregadas na cobertura jornalística foram globais.

**Palavras-chave:** Jornalismo, Boate Kiss, Regional, Global.

### Abstract

This article intends to discuss the tensions between regional and global coverage in fire at *Boate Kiss* in Santa Maria, which took place on 27 January 2013. It was used reports professionals both TV Santa Maria, as the newspaper *Diário de Santa Maria*, as well as the photos published on the covers of international newspapers in order to discuss and illustrate this discussion. It was found that international coverage was constituted initially by the work of regional actors therefore contributed to a regional perspective to material posted on a global scale. However, it must remember that if on one side the look was of regional actors, on the other, the techniques used in media coverage were global.

**Keywords:** Journalism, Boate Kiss, Regional, Global.

### 1. INTRODUÇÃO

O incêndio na boate *Kiss*, ou a *Tragédia de Santa Maria*, como ficou conhecido, ocorreu na madrugada de 27 de janeiro de 2013, no centro de Santa Maria, município do interior do estado do Rio Grande do Sul. Morreram, ao todo, 242 jovens. O incêndio teve início durante um show. Em determinado momento, um dos músicos da banda acionou um sinalizador do qual as faíscas alcançaram a forração acústica da boate, originando o incêndio. O fogo se espalhou rapidamente, a fumaça tóxica liberada pela forração asfixiava as pessoas e a saída era comprometida em decorrência da estrutura do *Kiss*<sup>1</sup>.

Santa Maria é um município da região central do Rio Grande do Sul, com população estimada em 274.838 habitantes e distante 290km de Porto Alegre, capital do estado<sup>2</sup>. Uma particularidade do município é sua população flutuante de estudantes universitários. São mais de 35 mil alunos, distribuídos nas sete instituições de ensino superior e 350 cursos de graduação<sup>3</sup> oriundos de diversos municípios do Rio Grande do Sul e até mesmo de outros estados. Esse fato colaborou para a grande comoção que ultrapassou os limites do município<sup>4</sup>, e gerou repercussão nas diferentes escalas, da regional à internacional. A força do evento em termos de impacto, aliados a outros critérios de noticiabilidade, colaboraram para

1 Essas informações vêm dos inúmeros relatos feitos por testemunhas e veiculados de forma massiva pelos veículos de comunicação na época.

2 Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), de 2014, disponível em: [ibge.gov.br](http://ibge.gov.br).

3 Informações obtidos no site da agência de Desenvolvimento de Santa Maria, no endereço eletrônico: [adesm.org.br/santa-maria](http://adesm.org.br/santa-maria).

4 Santa Maria possui uma população flutuante de jovens, na faixa etária das vítimas do incêndio na Boate Kiss, por se tratar de uma cidade universitária.

267

que os interesses mundiais se voltassem para o centro do RS.

Município de médio porte, Santa Maria não estava preparada para atender as demandas decorrentes da tragédia. As notícias veiculadas davam conta de que faltaram caixões e locais para velórios, por exemplo. Equipes multiprofissionais foram articuladas para atender a situação e foram reforçadas com profissionais de outros municípios. Uma frente de voluntários foi organizada para o resgate das vítimas e dos corpos, para o transporte e alojamento dos corpos, reconhecimento das vítimas fatais, e encaminhamento dos feridos em estado grave para outros hospitais, como os da capital, entre outras necessidades.

A mídia, por sua vez, também não estava preparada. Muito em decorrência do período, boa parte dos profissionais estava de férias ou de folga, já que o incêndio ocorreu em janeiro e em um final de semana. Faltava também estrutura e profissionais. Sparremberg (2013), editora-executiva do jornal *Diário de Santa Maria*, relata que, apesar do quadro, os profissionais se voluntariavam a trabalhar e que a estrutura do jornal serviu tanto para eles, quanto para a equipe do jornal *Zero Hora*, que se deslocou até Santa Maria<sup>5</sup>.

As variáveis do acontecimento, ou critérios de noticiabilidade, como se chama no jornalismo – tragédia, singularidade, vida humana, números de pessoas envolvidas e atingidas, inusitado, inesperado, morte, emoção, entre outros – contribuíram para que, além da mídia regional, a global voltasse sua atenção para o epicentro do acontecimento. Naturalmente, os primeiros a terem acesso às informações, foram os veículos do município, que chegaram de forma mais rápida ao local do acontecimento. Enquanto os mais distantes se dirigiam para Santa Maria, os textos, fotografias e imagens feitas pelos veículos mais próximos, já eram vendidos para o mundo.

Esse texto pretende compreender os tensiona-

mentos das coberturas<sup>6</sup> da mídia regional e internacional. Tomando-se, na região, a *TV Santa Maria*<sup>7</sup> e o jornal *Diário de Santa Maria*<sup>8</sup>, e no exterior, a capa de jornais de repercussão internacional. Em outras palavras busca entender como esses veículos, representando as escalas mencionadas, cobriram um mesmo fato. Para compreender a dinâmica desse processo utilizou-se pesquisa bibliográfica e entrevista<sup>9</sup>. Para tal, empregou-se o relato<sup>10</sup> de profissionais que participaram da cobertura do incêndio em Santa Maria, nos dois primeiros dias que seguiram à tragédia.

## 2. O LOCAL E O REGIONAL: A IMPORTÂNCIA DO TERRITÓRIO

Para que seja possível discutir os tensionamentos entre o regional e o global, na cobertura do incêndio na boate *Kiss*, em Santa Maria, é preciso ter claro alguns conceitos, como o de território, o de global, regional e local. Ao mencionar o território nesse texto, parte-se da compreensão de um lugar em processo, tanto em forma quanto conteúdo, que une perspectivas históricas e culturais. Santos (1982) destaca que são as formações sociais que definem o território<sup>11</sup>. Para Etges (2001), na mesma linha, o território deve

6 Rabaça e Barbosa (2002) definem a cobertura jornalística como a apuração de um fato para transformá-lo em notícia. Ela pode ser feita de forma individual ou em equipe, quando o acontecimento exige apuração de informações de forma simultânea.

7 Televisão comunitária que teve suas primeiras transmissões em agosto de 2010. Ela pode ser assistida pelo CANAL 19 da Net e pelo [www.santamaria.tv.br](http://www.santamaria.tv.br).

8 O jornal *Diário de Santa Maria* é um dos oito veículos impressos do Grupo RBS. Ele foi lançado em 19 de junho de 2002. Circula em 39 municípios gaúchos, com edições de segunda a sexta-feira, com uma média diária de 20 mil exemplares.

9 A entrevista com a editora-executiva do *Diário de Santa Maria*, Fabiana Sparremberg, foi realizada em 2013, para uma pesquisa que buscou identificar o discurso dos jornais *Diário de Santa Maria* e *Zero Hora*, na cobertura do incêndio da *Kiss*. Ela retomada, aqui, para contribuir na problematização.

10 O relato tomado aqui, de Anelise Schütz Dias, foi publicado em forma de artigo nos anais do Intercom Júnior, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, em 2013. A menção de outras experiências foram retiradas do e-book organizado por Ada Cristina Machado da Silveira, midiatização da tragédia de Santa Maria, publicado em 2014.

11 Em seu texto, Santos (1982) utiliza o termo espaço, como sinônimo de território.

ser visto como um campo de forças, um lugar de contradições e de exercício, entre o uso econômico e social dos recursos. Interessa, aqui, refletir sobre esse uso social dos recursos, partindo do entendimento de que o que compõe o território de Santa Maria está diretamente relacionado aos elementos utilizados na cobertura jornalística do incêndio.

Em Santa Maria é possível identificar tanto singularidades, como particularidades, dada a representatividade de suas atividades perante sua mesorregião, sendo o município polo do Centro-Ocidental Rio-Grandense<sup>12</sup>. Dada sua importância, o município conta com veículos de comunicação que possuem características locais e regionais.

Utiliza-se aqui o conceito de Pecqueur (2009, p.78-79) sobre globalização, para discutir o conceito de global: “[...] dinâmica homogeneizadora, insensível a nuances, aponta no sentido de uma *visão de mundo* onde as particularidades seriam eliminadas”. Entende-se por global, portanto, aquilo que, no intuito de se enquadrar em um grande movimento, ou uma grande compreensão, segue um modelo pronto, em que o global se sobrepõe ao território, como se não houvesse particularidades entre um lugar e outro. Pensando no social, que nos interessa nessa discussão, o global estabelece, de forma vertical, ou seja, de cima para baixo, uma sociedade homogênea. Destaca-se que, entre as muitas diferenças e conflitos entre o regional e o global, no produto isso se evidencia no resultado final do trabalho jornalístico.

Na ocasião do incêndio da boate *Kiss*, tinha-se um território expandido, visto que as particularidades daquele lugar foram repercutidas ao mundo, tendo uma criação e recriação do local (SANTOS, 1996). No regional, a

[...] cooperação e conflito são a base da vida em comum. Porque cada qual exerce uma ação própria, a vida social se individualiza; e porque a contiguidade é criadora de comunhão, a política se territorializa, com o confronto entre organização e espontaneidade. O lugar é o quadro de uma referência pragmática ao mundo [...]. (SANTOS,

12 Informações da Agência de Desenvolvimento de Santa Maria. <http://santamariaemdados.com.br/1-aspectos-gerais/1-2-localizacao/>.

1996, p.258).

Santos (1996) afirma que fortalecer o regional é a única forma de enfrentar o global, por meio do que, Etges (2005) identifica como a reação e superação dos atores ao processo de globalização dos territórios. Nesse sentido, reafirma-se a importância do território nesse processo, caracterizado por Etges (2005) como um lugar que traz as marcas das gerações que viveram e trabalharam nele, bem como dos conflitos nas diferentes dimensões, como a econômica e a política, mas principalmente da organização social. Santos (1996) traz uma constatação que é de grande relevância nessa discussão. Diz que o local é, ao mesmo tempo, objeto de uma razão local e também de uma razão global na sua constituição.

## 3. A COBERTURA JORNALÍSTICA REGIONAL COM VISTAS AO TERRITÓRIO

Sempre ligada à vida social, a existência do jornalismo influi na fixação de conceitos e faz com que ideias circulem, tornem-se públicas e, com isso, agrupem-se nas correntes de opinião sobre os acontecimentos, podendo vir a alterar o pensamento coletivo (BELTRÃO, 1992). O autor afirma que a essência do jornalismo é a informação. Sejam fatos correntes, acontecimentos registrados no setor da vida social ou em qualquer outra parte do universo, das ciências, artes, natureza e espírito, desde que eles despertem o interesse dos cidadãos. Essas informações, devidamente interpretadas, necessitam ser transmitidas periodicamente à sociedade para, então, difundir conhecimento, orientá-la e promover o bem comum (BELTRÃO, 1992).

O fazer jornalístico perpassa a escolha dos acontecimentos que virão a ser notícia. Trata-se de uma decisão calcada em diversos fatores como a política editorial do veículo de comunicação, a plataforma em que a notícia será veiculada e também o tipo de leitor/ouvinte/espectador do veículo. Há, ainda, uma lista de atributos que mudam de um pesquisador para outro, os quais devem ser identificados no acontecimento para que ele seja digno de ser apurado e publicado. São os chamados critérios de noticiabilidade. Entre os muitos critérios de noticiabilidade

presentes no incêndio da boate *Kiss*, destaca-se o valor *tragédia*, apontada por Traquina (2005), como sendo de interesse público desde os primórdios do jornalismo.

A cobertura de tragédias de grandes proporções, como a de Santa Maria, despertam o interesse não apenas dos veículos regionais, mas também de todo o mundo. No entanto, os veículos regionais acabam tendo um maior compromisso na divulgação das informações e, também, acesso mais rápido ao acontecimento. Para Duarte (2010, p.5), uma diferença bem demarcada nessa imprensa, é “mais atenção ao próximo. [...] a história do cotidiano das comunidades locais do que para o país ou o mundo”. Foi exatamente o que sobressaiu nos relatos sobre a cobertura.

Fabiana Sparremberg (2013), editora-executiva do jornal *Diário de Santa Maria*<sup>13</sup>, afirma que não havia tempo para organizar uma cobertura, mas havia muita vontade em informar a população. Disse que o principal objetivo do jornal, um veículo regional, era ser útil à população santa-mariense naquele momento, prestar serviço e aquelas informações que as pessoas precisavam para saberem como e onde agirem. A edição do dia 28 de janeiro de 2013 do jornal, na segunda-feira, um dia após o incêndio, foi temática sobre a tragédia e teve o dobro de páginas<sup>14</sup>. “Para nós, ter feito o dobro é muito diante do caos. E foi isso, o caos aconteceu até o último momento de a gente fechar a edição, que foi por volta da uma da manhã” (SPARREMBERG, 2013). O caos mencionado por ela, diz respeito ao cenário em que se deu a cobertura. Dentro do objetivo de ser útil, a editora destaca que a divulgação dos nomes das vítimas fatais foi um dos pontos de maior cuidado.

Como se pode observar, o território foi de extrema importância na cobertura dos veículos locais. Anelise Schütz Dias, repórter da TV comunitária local, TV Santa Maria, conta como foi a cobertura do veículo, primeiro a transmitir ao vivo de frente da boate *Kiss*, e que seguiu com programa-

13 O Diário de Santa Maria tem sede no município de Santa Maria e circula em 39 municípios.

14 A edição de segunda-feira do Diário de Santa Maria, de acordo com Sparremberg, costuma ter 16 páginas. Na segunda-feira, 28 de janeiro, a edição teve 32 páginas.

ção ao vivo de doze horas ininterruptas, até o último corpo ser identificado e iniciarem o velório coletivo. De acordo com ela, a ancoragem ficou sob responsabilidade de João Ricardo Vargas<sup>15</sup> que “em meio ao caos da cidade, foi uma voz de comando, que ajudou a articular os primeiros pedidos por voluntários para ajudar no acolhimento e cuidado dos familiares das vítimas, que não tardaram a se apresentar no local solicitado” (DIAS, 2013, p.7).

Dias (2013) relata que, assim como no Diário de Santa Maria, o objetivo era ser útil e auxiliar com informações que fossem de interesse do público. A importância da informação e da comunicação em todos os aspectos da vida social (SANTOS, 1997), reforça essa ideia. Para Santos (1997), dessa forma se enriquece o cotidiano das pessoas e ganha destaque a dimensão espacial. Como se pode detectar, para a imprensa regional de Santa Maria, importava atender as demandas da região que, naquele momento, não eram poucas. Dias (2013, p.8) atribui essa preocupação “à vinculação com o território” e também com o compromisso da TV comunitária com a sociedade.

A necessidade de instruir a comunidade e de estabelecer redes de solidariedade nos pareceu, nestes momentos, muito maior do que relatar a dor e o desespero que víamos no rosto dos que ali chegavam. O interesse do nosso público e a demanda dele por informações era, certamente, diferente dos públicos não atingidos diretamente pela tragédia e, por isso, o nosso posicionamento precisou ser diferente. (DIAS, 2013, p.9).

A preocupação de Sparremberg (2013) e Dias (2013) em seus relatos conota o peso que o vínculo dos veículos de comunicação tinham com a região e o local. Dias (2013), ao concluir, afirma que houve uma articulação com o global, ou seja, em algum momento o trabalho foi conjunto, mas reafirma que em nenhum momento foi esquecido quem era o público-alvo e o que ele esperava da TV Santa Maria. Duarte, em seu texto, (2010) faz uma observação bastante interessante nessa articulação entre o global e o regional e suas diferenças. Para ele, não se tratam de extremos que se opõem, mas sim, que interagem,

15 João Ricardo Vargas foi o âncora, apresentador, que, de dentro do estúdio, fazia a chamada dos repórteres que entravam ao vivo na programação.

mesmo de forma desequilibrada. A relação é estabelecida pelo fato de o regional ser um lugar de compromisso comunicativo, que tanto pode se dedicar às demandas do lugar, como para as lógicas globais desterritorializadas.

#### 4. O TRABALHO DO JORNALISMO GLOBAL

O incêndio na boate *Kiss* foi noticiado com destaque na imprensa internacional, muito em decorrência dos valores notícia já mencionados. A forma como essa cobertura internacional se deu, bem como a interferência do regional, é o que interessa nessa seção. A complexidade existente na relação entre o regional e o global é destacada por pesquisadores como Pequeur (2009). De fato, o recorrente nos processos, principalmente relacionados ao capital, é que o global se sobrepõe ao regional/local. Na sequência, apresentam-se recortes da cobertura internacional sobre o incêndio da boate *Kiss*, em Santa Maria, que mostram exatamente o contrário: a cobertura foi construída, inicialmente, por atores regionais e, posteriormente, transmitida ao mundo. Mesmo quando feita por jornalistas externos à região, as diferenças de foco de cobertura eram bastante significativas.

É necessário destacar ainda que, além dos critérios de noticiabilidade, previamente estabelecidos no jornalismo, outros elementos são fundamentais para esse compartilhamento de informações entre nações. Para Santos (1997), por exemplo, o sentido do mundo está em ser comum e, por meio disso, alcançar as relações de reciprocidade, que levam à alteridade e comunicação, muito observadas no caso da *Kiss*. Ele também vê essas relações num processo de interlocução e interação, resultante de negociações sociais e partilhamento de experiência.

O Portal *Comunique-se* noticiou no dia 29 de janeiro de 2013: *Imagens da RBS*<sup>16</sup> que retratam fatalidade rodam o mundo<sup>17</sup>. De acordo com a notícia, a

16 Rede Brasil Sul de Comunicação é o grupo líder na área de comunicação no Rio Grande do Sul e Santa Catarina e a maior filiada da Rede Globo.

17 Disponível em: < <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/imprensa/70805-imagens-da-rbs-que-retratam-fatalidade-rodam-o-mundo>>

RBS vendeu fotografias para as principais agências de notícia no mundo, bem como os principais jornais. Uma das fotografias que mais ganhou destaque (Fig. 1), foi a do fotógrafo Germano Rorato, freelancer do *Diário de Santa Maria*, feita na noite da tragédia, na rua em frente à boate, em Santa Maria.



Fig. 1 – Fotografia de Germano Rorato/DSM. Fonte: [http://portal.comunique-se.com.br/images/stories/Fotografia\\_de\\_Germano\\_Rorato\\_que\\_registra\\_a\\_movimentao\\_em\\_frente\\_boate\\_Kiss\\_estampou\\_a\\_capa\\_do\\_jornal\\_The\\_New\\_York\\_Times.jpg](http://portal.comunique-se.com.br/images/stories/Fotografia_de_Germano_Rorato_que_registra_a_movimentao_em_frente_boate_Kiss_estampou_a_capa_do_jornal_The_New_York_Times.jpg). Acesso em: 18maio2015.

Fica evidente que essa imagem foi feita por equipe regional, assim como outras identificadas nos demais jornais de renome internacional. Àquela hora da madrugada, não havia tempo de nenhuma equipe, que não próxima ao acontecimento, houvesse chegado para iniciar a documentação da tragédia. Essa foi a imagem que estampou a capa do jornal *The New York Times*, um dos mais importantes do mundo, considerado aqui, como um veículo de comunicação global, visto que circula e publica notícias do mundo. Além dele, observou-se essa mesma imagem nas capas dos jornais *Global Times* (China), *Correio da Manhã* (Portugal), *Clarín* (Argentina), *Corriere Della Sera* (Itália) e *The Guardian* (Inglaterra). Outros jornais que publicaram na capa foto (Fig. 2) do momento do socorro às vítimas, produzidas por atores locais foram o *El país* (Espanha), *La Nación* (Costa Rica) e *La Vanguardia* (Espanha). E ainda o *The Washington Post* (Estados Unidos) e *The Wall Street Journal* (Estados Unidos), com uma imagem do velório coletivo das vítimas (Fig. 3), que ocorreu no Centro Municipal de Desportos, em Santa Maria.



Fig. 2 – Fotografia de Deivid Dutra/ A Razão Disponível em: <http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/01/saiba-como-ajudar-as-vitimas-do-incendio-em-santa-maria>. Acesso em: 18maio2015.



Fig. 3 – Fotografia de Agência RBS. Disponível em: [http://www.correio24horas.com.br/fileadmin/user\\_upload/tt\\_news/AFotos1/VELLOR.jpg](http://www.correio24horas.com.br/fileadmin/user_upload/tt_news/AFotos1/VELLOR.jpg). Acesso em: 18maio2015.



Fig. 4 – Algumas das capas onde foram encontradas as fotografias selecionadas. Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2013/01/jornais-pelo-mundo-ama-nhecem-com-tragedia-de-santa-maria-estampada-nas-capas-4025435.html#>. Acesso em: 18maio2015.

beu inúmeras ligações no domingo, 27, de veículos internacionais que solicitaram material, mas os pedidos foram negados em função da demanda de trabalho, no entanto, comercializados posteriormente. Também foram vendidas as imagens feitas pela TV Santa Maria, dos primeiros momentos do incêndio e da tentativa dos frequentadores da Kiss de saírem da boate (DIAS, 2013). As imagens foram vendidas para a agência *France-Presse* e rodaram as televisões pelo mundo.

Além da comercialização do material produzido regionalmente, de acordo com o relato de Dias (2013), os jornalistas serviam de fonte para os veículos internacionais, cujas equipes de cobertura chegaram só à tarde em Santa Maria. Até então, as informações veiculadas por eles foi o material feito no município. Por desconhecerem o território, recorriam aos colegas jornalistas locais, para saberem quem era quem no poder executivo, por exemplo, quem eram os donos da boate e como funcionavam as festas universitárias. A partir disso, a cobertura passou a se diferenciar, muito em função da pauta e dos objetivos de cada um. Enquanto os meios de comunicação regionais buscavam prestar serviço e auxiliar a comunidade, os globais precisavam ainda, contextualizar sobre o território.

Houve ainda, muitos casos, como menciona Silveira (2014), em que estudantes de jornalismo trabalharam como *freelas*<sup>18</sup> para os veículos estrangeiros, produzindo boletins. Como Gianluca Simi, agora formado em jornalismo pela UFSM<sup>19</sup>, que produziu boletins para a *Rádio France Internationale*. Evidencia-se que a razão global e a razão regional estão em um processo dialético (SANTOS, 1997), podem se associar ou se contrariar. O fato é que defronta o mundo e também o confronto.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se evidenciar com teoria e relatos que a cobertura dos veículos internacionais sobre o incêndio da boate *Kiss* foi uma cobertura regional, e não

global, como se espera. De maneira geral, principalmente nas relações políticas e econômicas, e até nas culturais, o natural é que o global prevaleça e haja uma desterritorialização e uma homogeneização. No entanto, nessa cobertura jornalística, observou-se o contrário. Sabe-se que se trata de um caso bastante específico, mas que mostra ser possível, e muitas vezes necessário, o regional confrontar o global.

Ainda que o jornalismo tenha regras globais, ou seja, a técnica final é a mesma em qualquer lugar, pode-se afirmar que o material publicado ou exibido em veículos de comunicação internacionais - fotos, vídeos, textos ou áudios - foram produzidos sob uma perspectiva regional dentro de um processo global. Se de um lado o discurso era regional, inclusive produzido por atores envolvidos com o acontecimento, uma vez que é bastante provável a proximidade com as vítimas, de outro, ele era global, pois era apurado e elaborado com base nas premissas do jornalismo e seus critérios de noticiabilidade, bem como da técnica utilizada.

## REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, Luiz. *Iniciação à filosofia do jornalismo*. São Paulo: Com-Arte, 1992.
- DIAS, Anelise Schütz. *Incêndio na boate Kiss: o papel da TV Santa Maria na cobertura da tragédia*. Anais do Intercom Júnior, no DT Comunicação, Espaço e Cidadania do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sul2013/resumos/R35-1.pdf>. Acesso em: 15maio2015.
- DUARTE, Ângela Filipa Alves. *Jornalismo de proximidade: o papel informativo da imprensa local*. In: Seminário de Questões Contemporâneas do Jornalismo. Portugal: Universidade Nova Lisboa, 2010. Disponível em: <https://localmediapt.files.wordpress.com/2010/11/duarte2010-jornalismo-proximidade.pdf>. Acesso em: 15maio2015.
- ETGES, Virginia Elisabeta. *A região no contexto da globalização: o caso do vale do Rio Pardo*. In: VOGT, Olgário e SILVEIRA, Rogério. *Vale do Rio pardo: (re)*

*conhecendo a região*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2001.

\_\_\_\_\_. *Desenvolvimento Regional sustentável: o território como paradigma*. REDES, Santa Cruz do sul, v.10, n.3, p.47-55, set/dez.2005.

PECQUEUR, Bernard. *A guinada territorial da economia global*. Políticas & Sociedade – Revista de Sociologia Política, PPSP UFSC, 2009. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/viewArticle/11615>. Acesso em: 17maio2015.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: HUCITEC, 1997.

\_\_\_\_\_. *Espaço e Sociedade*. Petrópolis: Vozes, 1982.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado da. *Midiatização da tragédia de Santa Maria*, Santa Maria: FACOS-UFSM, 2014. [recurso eletrônico]. Disponível em: <http://comunicacaoeidentidades.wordpress.com/2014/01/20/midiatizacao-da-tragedia-de-santa-maria-e-book/>. Acesso em: 17maio2015.

SPARREMBERG, Fabiana. *A cobertura do Diário de Santa Maria no episódio do incêndio da Boate Kiss*. Entrevistadora: V. C. Oliveira, 2013. 1 arquivo de áudio digital (21 minutos). Entrevista concedida à pesquisa *As vozes e a construção de sentidos: uma análise do discurso dos jornais Zero Hora e Diário de Santa Maria na cobertura do incêndio na Boate Kiss*.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, 2005.

Recebido em 28 de março de 2016.  
Aprovado em 17 de julho de 2016.

# Do Local aos Insumos Criativos: a concepção de um modelo de comunicação cidadão e colaborativo no interior paulista

**Angelo Sottovia Aranha**

Jornalista, doutor em Comunicação e Poéticas Visuais pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, mestre pelo Programa Projeto, Arte e Sociedade. Docente do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP com experiência em jornal laboratório e jornalismo comunitário.

**Email:** angelosottovia@faac.unesp.br

**Giovani Vieira Miranda**

Mestrando em Comunicação Midiática e graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), câmpus de Bauru.

## Resumo

A consolidação das novas tecnologias de comunicação e a possibilidade de se produzir conteúdos noticiosos locais, de forma descentralizada e horizontalizada, podem ser vistas como fatores que impulsionam o desenvolvimento jornalístico em ambientes digitais e possibilitam a valorização do local e o reforço de identidades culturais, que passam a configurar como fontes básicas de significados sociais em contraste com o processo de comunicação habitual dos *mass media*. A partir desses conceitos, sob as óticas da Economia Criativa e do Jornalismo Social, é analisada a experiência de comunicação da Casa do Hip Hop de Bauru, arranjo produtivo criativo local de Bauru, cidade do interior de São Paulo, que tem inovado com a criação de um modelo colaborativo e cidadão frente ao da mídia *mainstream* da cidade, com novas possibilidades para a seleção, captação, edição e difusão de conteúdos informativos.

**Palavras-Chave:** Arranjo Produtivo Local. Jornalismo Cidadão. Jornalismo Local. Novas Tecnologias.

## Abstract

The consolidation of new communication technologies and the ability to produce content for local, decentralized and horizontally, can be analyzed as elements that drive the journalistic development in the digital environment enabling the development of local and strengthening of identities that, start to set as a basic source of social meaning in contrast to the usual process of the media. Using these concepts, from the perspective of the Creative Economy and Social Journalism, it analyzes the communication experience of the House of Hip Hop Bauru, creative production arrangement place of Bauru, city in the interior of São Paulo, which has innovated with the construction a collaborative model and citizen against the mainstream media of the city with new possibilities for the creation, capture, production and distribution of informative contents.

**Keywords:** Citizen Journalism. Local Journalism. Local Productive Arrangement. New technologies.

## 1. COMUNICAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS

As tecnologias da informação e da comunicação, atreladas à formação de uma economia global têm influenciado as relações humanas ao criar novos processos sociais, econômicos e culturais (Castells, 1996). As mídias se convergem num processo que, segundo Jenkins (2009, p. 29), não deve ser vislumbrado apenas no âmbito tecnológico, mas em meio a “uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a [...] fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos”. A informação se tornou um bem disputado e de valor crescente – as pessoas querem produzir e compartilhar conhecimento, em uma cultura cada vez mais participativa.

A efetivação das interações mediadas pelo virtual fez com que fossem criadas e ampliadas novas formas de relações sociais e pessoais, com base na proximidade de interesses e identidades, a partir da

emergência e consolidação das novas tecnologias de comunicação e informação (Peruzzo, 2003). E a digitalização tem afetado também, intensamente, os espaços dos suportes culturais. A qualidade e a rapidez na transmissão de pacotes de dados em ambientes que permitem a comunicação de forma anônima, e a livre circulação de informações, criaram cenários propícios para a criação e o compartilhamento de conteúdos – por qualquer pessoa; a qualquer tempo e lugar (Silveira, 2010).

As novas tecnologias têm afetado as relações humanas de tal maneira que tais relações já não conseguem mais ser completamente entendidas fora de seu “diálogo” com a tecnologia. Entenda-se, nesta reflexão, o termo ‘tecnologia’ com o significado apresentado por Castells (1996, p. 5), ao apontar que “a tecnologia não é somente a ciência e as máquinas: é também tecnologia social e organizativa”. Em outras palavras, a revolução tecnológica está diretamente relacionada às habilidades de uma sociedade para a difusão e a troca de informações, relacionando-as com o restante do mundo.

A disseminação das tecnologias digitais criou uma nova ambiência para a captação, edição e difusão de conteúdos de interesse público. Esse processo favorece os agentes criativos, que se apropriam dessa tecnologia para a composição de novas narrativas. Ao se apropriarem dessa nova ecologia digital, e das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC’s), os grupos vinculados ao jornalismo cidadão produzem conteúdos informativos que rivalizam com as narrativas hegemônicas (Aranha; Xavier, 2015, p. 05)

Os projetos alicerçados nesses dispositivos digitais (Aranha; Xavier, 2015) inovam aspectos norteadores do jornalismo e insinuam novas modelagens no fluxo de informações: pautas com foco na cidadania, organização de redações virtuais, processos colaborativos de produção de conteúdo, objetividade da informação compreendida como categoria cognitiva, posicionamento crítico na cobertura, remodelagem do modelo anglo-saxão, experimentalismo formal – estilo, estrutura narrativa e sistema de codificação – e conceitual – pesquisas universitárias – e novas possibilidades de tipos de financiamento (Squirra, 2012).

Os consumidores de conteúdos informativos

podem se tornar produtores e o caminho contrário também é válido, porque a informação segue fluxos diversos e sofre modificações ao longo do percurso. Isso se justifica, segundo Jenkins (2009), sobretudo pela redefinição do papel e da posição do consumidor midiático:

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos. (Jenkins, 2009, p. 47)

Essa mudança na posição do consumidor midiático ocorre, principalmente, porque a internet permite a qualquer pessoa criar conteúdos e formatos. Esses conceitos de Jenkins (2009) podem ser comparados às indicações de Benkler (2006), para quem a internet representa uma mudança radical nas antigas tendências de comunicação, justamente porque é o primeiro meio de comunicação que consegue expandir o seu alcance ao descentralizar a estrutura de produção e de distribuição de informações, cultura e conhecimento. A maior parte das tecnologias que compõem a internet é baseada em recombinações e está aberta, ou seja, não está sob o controle de patentes ou outras formas que bloqueariam o acesso à rede, o que facilita o compartilhamento e a recombinação de conteúdos.

Silveira (2008), em uma interpretação similar à de Benkler, observa que há uma série de práticas socioculturais que reconfiguraram as redes informacionais, transformando-as em um espaço comum:

uma série de práticas socioculturais reconfiguraram as redes informacionais como um terreno comum — *commons*, no sentido anglo-saxônico — e incentivaram a produção de processos, repositórios e interfaces a partir do ciberespaço ou em seu redor, tais como, a música tecno, a Wikipedia, as redes sociais, a blogosfera, o jornalismo *open source*, o desenvolvimento de *softwares* livres, [...] as licenças Creative Commons e até o YouTube. (Silveira, 2008, p. 86)

Em tese o tipo de comunicação que prospera no ambiente digital está relacionado à livre expressão. “É a transmissão de fonte aberta, a livre divulgação, a transmissão descentralizada, a interação fortuita, a comunicação propositada e a criação compartilhada que encontram sua expressão na internet” (Castells, 2003, p. 165). O ambiente digital permite, portanto, uma nova cultura: a cultura participativa. Os dispositivos das novas tecnologias de comunicação e informação, por sua interatividade e multifuncionalidade, são potenciais para fortalecer o processo democrático; proporcionam trocas de informações, consultas, debates, de maneira direta e rápida, livres de obstáculos burocráticos. Como aponta Correia (2008, p. 83-84),

insiste-se num apelo a um novo paradigma que conduziria ao desenvolvimento de uma nova variedade de democracia, cujos traços seriam: a) interactividade – com todos os utilizadores comunicando uns com outros numa base de reciprocidade; b) globalidade – graças à ausência de fronteiras nacionais; c) liberdade de discurso e de associação; d) construção e disseminação de informação não submetida à censura oficial; e) consequente possibilidade de desafiar as perspectivas oficiais, as rotinas oficiais e instaladas.

Na tentativa de entender como as novas tecnologias possibilitam novos modelos de comunicação, sobretudo em âmbitos locais, optou-se por analisar, sob a ótica da Economia Criativa, as atividades de comunicação da Casa do Hip Hop Bauru, projeto gerenciado pelo Ponto de Cultura Acesso Hip Hop. A escolha da cidade, bem como desse Arranjo Produtivo Local (APL) justifica-se, como Santos e Silveira (2001) apontam, pelo fato de Bauru fazer parte de uma região concentrada, ocupada por próteses tecnológicas digitais e analógicas, que criam uma ecologia criativa facilitadora de projetos inventivos no campo da cultura e comunicação. O município tem *hardware* e *software* para a articulação de projetos do campo da economia criativa em seus principais componentes: patrimônio histórico, mídias, artes e inovações técnicas funcionais (Plano da Secretaria de Economia Criativa -2011-2014)<sup>1</sup>.

1 [http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/08/livro\\_web2educacao.pdf](http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/08/livro_web2educacao.pdf) (Acesso 15/11/2013, às 10h08).

Ainda de acordo com o Relatório de Economia Criativa da Organização das Nações Unidas em 2010, a economia criativa pode ser definida como um

conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico: 1. Ela pode estimular a geração de renda, a criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano; 2. Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo; 3. É um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral; 4. É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial; e 5. No centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas. (Creative Economy Report, 2010, p. 9).

## 2. O LOCAL E CIDADÃO NO JORNALISMO

Apesar do cenário globalizado, Barbosa (2003) lembra que as informações de caráter local também sempre foram de grande relevância para o jornalismo. Entretanto, “o dado novo é que, no jornalismo digital, a estrutura das redes permite novas possibilidades para a geração dos conteúdos locais, ampliando o espaço para a sua veiculação” (Barbosa, 2003, p. 1). Grier (2008) destaca o jornalismo cidadão como sendo aquele que incide sobre histórias locais em contraponto com eventos nacionais; podendo ser produzido tanto por organizações noticiosas estabelecidas quanto por meio daqueles que não estão inseridos, e nem sempre é ‘notícia’ no sentido tradicional.

Operações de mídia Hiperlocal são geograficamente baseadas, voltadas para a comunidade, organizações nativas e originais em reportar notícias para a web e pretendem preencher as lacunas percebidas na cobertura de uma questão ou região e promovem o engajamento cívico (Metzgar et al, 2010, p. 7).

Para López García (2008), a comunicação local interpreta a realidade pela ótica dos valores compartilhados e tem contribuído para a personificação de um cenário da comunicação atual, no qual a dupla e

simultânea tendência do local e do global apresenta novos recursos, cujas referências dos comunicantes são extraídas das duas esferas, que são complementares durante as ações comunicativas.

O jornalismo cidadão envolve uma proposta de produção de informação que contribua para que a/o cidadã/cidadão seja livre e independente, satisfatoriamente informado para que possa tomar decisões políticas que fortaleçam a democracia. Esse é um dos pressupostos do jornalismo ocidental, desde o advento da revolução francesa. Sua capacidade de articulação de narrativas sobre a atualidade, a validação de seus conteúdos e análises, a amplitude de suas observações, o foco crítico em setores significativos da realidade factual e a extensão de sua divulgação deram ao jornalismo, ao longo dos últimos duzentos anos, uma base de credibilidade e autoridade social. (Aranha; Xavier, 2015, p. 9).

No âmbito do jornalismo digital, o local pode ser compreendido a partir da sobrevivência dos antigos modelos, em sintonia com as apostas e recursos midiáticos dos novos tempos. Nesse ponto,

a informação local do terceiro milênio tem que ser uma informação de qualidade, plural, participativa, imaginativa, que explique o que acontece no âmbito onde está sediado o veículo de comunicação, para quem informa e que narre o que afeta e interessa os habitantes desse território espacial, inclusive, quando se produz fora. A informação local do terceiro milênio deve promover a experimentação e converter os cenários de proximidade em lugares de comunicação eficiente e lugares de onde possam ser exportadas novas linguagens e formatos para a comunicação mundial (López García, 2008, p. 34).

Lemos (2011, p.12) aponta o jornalismo digital localizado como uma conjunção de funções pós-massivas e massivas, onde o usuário pode ter informações mais precisas sobre o seu local de interesse a partir de um cruzamento de notícias.

A dimensão hiperlocal no jornalismo (já que ele é sempre local) refere-se, em primeiro lugar, a informações que são oferecidas em função da localização do usuário (sobre o bairro, a rua, etc), e em segundo lugar, pelas características pós-massivas desse novo jornalismo onde qualquer um pode ser produtor de informação. Essa é uma das tendências atuais do jornalismo: vinculação de notícias cruzando diversas

(Lemos, 2011, p. 12).

A partir desse entendimento, pode-se observar a aproximação das práticas do jornalismo hiperlocal com as do jornalismo cidadão, em especial no que se refere ao envolvimento das comunidades e suas organizações com relação aos problemas sociais, econômicos e ambientais urbanos que enfrentam e que, sistematicamente, não são noticiados ou são mal noticiados pelo jornalismo tradicional. Tal aproximação reforça o que convenhamos em chamar de Jornalismo Social, no sentido de que cidadãos ditos comuns passam a cooperar com jornalistas compartilhando notícias por meio de seus blogs e dispositivos móveis, o modelo de negócio se altera e permite a inserção de novos agentes, de mídias independentes e novas formas de produção, distribuição e monetização de conteúdo, reforçando o empoderamento social desses novos agentes.

A partir da inserção do cidadão nas etapas de coleta e crítica das informações, surge uma relação mais próxima entre jornalistas e seu público. O profissional está nas redes sociais, dialoga com seus leitores e ganha a possibilidade de se tornar sua própria marca. Aumentam as possibilidades de valor-notícia. O cidadão não quer saber apenas aquilo que acontece no seu país e no mundo. Ganham importância os fatos do seu bairro, abrindo espaço para uma nova categoria de jornalismo: o hiperlocal, que expande não só os objetos que serão noticiados, mas também a possibilidade de atuação de agentes locais, diretamente ligados aos fatos relatados.

O jornalismo cidadão deve ser entendido como um dos meios de o jornalista, na atualidade, preencher um papel de ativista político caracterizado pela defesa de valores como rejeição à corrupção, defesa dos direitos dos cidadãos, igualdade no tratamento e na aplicação das leis etc. (Abreu, 2003, p.38).

## 3. O LOCAL COMO TERRITÓRIO CRIATIVO

Os denominados territórios criativos são formados por organizações, instituições e espaços de produção de conhecimento cultural. Nesses espaços,

são atores os homens na sua ontológica vocação para serem sujeitos em sua autorreflexão e na reflexão sobre seu espaço e seu tempo, são seres de relação (Freire, 1967). No espaço urbano, esses territórios são ocupados por *ateliers* criativos de produtos, processos e serviços de cultura, próteses tecnológicas digitais e analógicas. O geógrafo Milton Santos (2001) vê esse processo de ocupação territorial complexo e contraditório por criar a possibilidade de múltiplas leituras do real. Leituras como fábula, leituras como perversidade e leituras como possibilidades. Nos Círculos de Cultura esses conceitos são revisitados e ressignificados pelos sujeitos aprendentes (Xavier; Xavier, 2015). O estágio da fábula se apresenta como a da visão de mundo que cada sujeito traz para o círculo de diálogo. No estágio da perversidade, as visões de mundo de cada sujeito são problematizadas no coletivo aprendente. No terceiro estágio, como fruto do diálogo e da confrontação de visões de mundo, se revelam como possibilidades as intervenções futuras dos sujeitos aprendentes desse coletivo, caracterizado como Círculo de Cultura.

278

De fato, se desejamos escapar à crença de que esse mundo assim apresentado é verdadeiro, e não queremos admitir a permanência de sua percepção enganosa, devemos considerar a existência de pelo menos três mundos num só. O primeiro seria o mundo tal como nos fazem vê-lo: a globalização como fábula; o segundo seria o mundo tal como ele é: a globalização como perversidade; e o terceiro, o mundo como ele pode ser: uma outra globalização (Santos, 2001, p. 18).

Conceitos fundamentais da reflexão de Santos (2001) podem ser eleitos como temas geradores, e reinventados pelos agentes, tais como “unicidade técnica”, “convergência dos momentos”, “motor único” e “cognoscibilidade do planeta”.

Todavia, pode-se pensar na criação de um outro mundo, mediante uma globalização mais humanizada. As bases materiais do período atual são, entre outras, a unicidade da técnica, a convergência dos momentos e o conhecimento do planeta. É nessas bases técnicas que o grande capital se apoia para construir a globalização perversa citada acima. Mas, essas mesmas bases técnicas poderão servir a outros objetivos, se forem postas a serviço de outros fundamentos sociais e políticos. Parece que as condições históricas do fim do século XX apontavam para essa última

possibilidade. Tais novas condições tanto se dão no plano empírico quanto no plano teórico (SANTOS, 2001, p.20).

A unicidade técnica é a “malha de tecnologia” – analógica e digital – que se desenvolve em um determinado espaço territorial (Xavier; Xavier, 2015), e essa “malha” forma uma ecologia digital que permite aos agentes a captação, edição e difusão de elementos culturais e simbólicos em *ateliers* criativos formados por coletivos de cultura. “As conexões desses *ateliers* criativos permitem a convergência de momentos virtuais – espaços digitais de trocas de informações com os momentos históricos e espaços reais de construção coletiva de conhecimentos” (Xavier; Xavier, 2015, p.12). Essa articulação entre os dois momentos amplia os espaços aprendentes, com a apropriação dos diversos segmentos sociais das tecnologias digitais capilarizadas, o alargamento dos espaços de leitura, interpretação e intervenção, e a ampliação do diálogo entre os diversos agentes aprendentes.

Os investimentos concentrados em tecnologia formam as regiões concentradas (Santos, 2001), ocupadas por próteses digitais e analógicas, espaços próprios para a troca de informações de agentes inovadores e a construção coletiva, de forma vertical, mais aprofundada, e de forma horizontal; ampliada. No cenário constituído pelos Círculos de Cultura presencial e digital os sujeitos históricos aprendentes produzem novos conhecimentos de gestão de processos, de pessoas e recursos, gestão de valores materiais e imateriais, nos espaços de intersecção dos diversos territórios criativos de cultura.

#### 4. PONTO DE CULTURA ACESSO HIP HOP

Reconhecida como Ponto de Cultura pelo Governo Federal desde 2011, a ONG Ponto de Cultura Acesso Hip Hop tem o objetivo de promover a inclusão social por meio do hip hop. Isso ocorre em consequência de iniciativas que procuram dar a artistas locais oportunidades para que expressem sua criatividade. O Acesso Hip Hop consolidou-se na cidade como um ponto de conexão que se caracteriza como um círculo de cultura, nos seus aspectos fundamentais, com experiências presenciais e digi-

tais. Esse ponto de conexão atua como protagonista na articulação dos arranjos produtivos locais de cultura (APLc) e das cadeias produtivas de produtos, serviços e processos criativos na cidade. Suas operações se estendem para arranjos culturais, em várias linguagens, das mais tradicionais às mais recentes. Como gestores de projetos culturais, os responsáveis por esse ponto de cultura contribuem para o fortalecimento do cenário independente – em diversas linguagens e plataformas culturais -, e para a formação de novos públicos, não apenas os tradicionais do mercado de cultura, aquele mercado coordenado pelos arranjos produtivos locais de cultura e bens simbólicos monopolistas e centralizadores da criação, seleção, edição e difusão de produtos, serviços e processos culturais hegemônicos.

Esse projeto contribui para a consolidação de uma leitura crítica sobre a gestão dos processos culturais locais, como se viu nos debates que aqueceram as discussões durante o processo de criação do Conselho Municipal de Cultura, em articulação com o poder público local e com organizações culturais da sociedade civil e de setores organizados focados na cultura. Esse debate estimulou a reflexão coletiva e trouxe à tona novos desafios, como o ingresso no Sistema Nacional de Cultura – SNC -, instrumento de política pública inclusiva do governo federal, que investe na pluralidade cultural, na formação de novos produtos e novos públicos alinhada à visão do Ministério da Cultura e da Secretaria Nacional de Economia Criativa. Uma das principais características dos projetos relaciona-se à formação de novos operadores, produtores culturais e fruidores, em todas as etapas do ciclo criativo: elaboração, planejamento, análises, proposição de planos, execução de funções e mecanismos de mensuração dos resultados. Cada etapa procura desenvolver ferramentas específicas baseadas no conceito de “tecnologias sociais”, processos inovadores construídos de formas coletivas e colocados à disposição de atores sociais. Esse processo impulsiona a ampliação progressiva de protagonistas em redes horizontais, articuladas e capilarizadas em bairros centrais e periféricos, mais qualificados nos planos intelectuais, conceituais, técnicos e ético-estéticos. Tais protagonistas em rede ampliada qualificam seus processos de comu-

nicação multilaterais: poder público, agentes elaboradores de políticas públicas, produtores culturais independentes e de mercado, organizações sociais e culturais, instituições de ensino e arranjos culturais institucionalizados.

Diante das atividades realizadas e da intervenção na cidade, o ponto de Cultura Acesso Hip Hop “Iê”, interpreta e intervém no território criativo da cidade de Bauru. Suas ações propositivas imprimem “digitais” em todas as topografias da cidade, por meio de vários projetos culturais. Seus projetos estimulam inovações em gestões de processos, pessoas e recursos, características dos projetos em desenvolvimento no município, como o “Projeto Ensaio2”, o Projeto Rap Hour3, o Combo 5 Elementos4 e o da Semana Municipal de Hip Hop. Já em sua quinta edição, em 2015, a Semana Municipal do Hip Hop se tornou por meio de mobilização social, há dois anos, uma política cultural da cidade após a aprovação da lei 6358/2013. Por determinação dessa lei, parte do orçamento municipal direcionado à cultura é destinado para a realização de um festival que, além de oferecer shows e oficinas para a população, também valoriza a diversidade cultural e o conhecimento sobre questões sociais, raciais e de gênero, discussões que também chegam às escolas e entidades públicas da cidade.

279

Em 2015, ocorreu a inauguração da “Casa do Hip Hop Bauru” com uma ocupação ativa da antiga Estação Ferroviária, localizada no centro antigo de Bauru em um prédio tombado como patrimônio histórico-cultural pela Prefeitura. A Casa também faz parte da Rede Nacional de Economia e Empreendimentos Solidários do Hip Hop, abriga coletivos independentes como a Frente Feminina de

2 O projeto Ensaio é realizado mensalmente pelo Ponto de Cultura Acesso Hip Hop, em parceria com a Secretaria Municipal de Bauru. Cada mês, o evento acontece em um bairro periférico diferente, e visa a fomentar a cultura hip hop na cidade. A Semana Municipal do Hip Hop é realizada em espaços públicos, periféricos e centrais, em articulação com o poder público local, realizado em vários pontos da cidade.

3 Lançado em 2013, o Rap Hour leva shows de rap de convidados de Bauru e região para o Teatro Municipal da cidade.

4 Projeto que leva os quatro elementos do Hip Hop para as escolas públicas de Bauru e todo o interior de São Paulo.

Hip Hop de Bauru<sup>5</sup> e a Biblioteca Móvel – Quinto Elemento<sup>6</sup>, e oferece atividades diárias gratuitas, entre oficinas dos quatro elementos básicos da cultura, oficinas de dança, projetos musicais e audiovisuais, cine debate, além de cursinho pré-vestibular. A articulação em rede ampliada mobiliza e qualifica a utilização dos recursos presentes no município.

## 5. UM NOVO MODELO DE COMUNICAÇÃO CIDADÃ E COLABORATIVA

Na plataforma online ([www.casahiphopbauru.com.br/](http://www.casahiphopbauru.com.br/)), a Casa do Hip Hop Bauru produz e gera conteúdos relativos a assuntos de relevância para a cultura Hip Hop no cenário bauruense. Um dos principais focos de atuação desse *site* objetiva a divulgação e cobertura de eventos culturais independentes, que ocorrem sob a gerência do Ponto de Cultura Acesso Hip Hop. Ao darem visibilidade aos produtores culturais autorais da cidade nesse espaço de comunicação, os comunicadores procuram fomentar o cenário independente de Bauru, bem como destacar determinados aspectos sociais, econômicos e políticos da cidade.

Segundo Berger e Luckmann (2004), um meio de comunicação com tais configurações promove uma renovação do espaço público com a inclusão pelo jornalismo de “instituições intermediárias”, aquelas que reconhecem no cidadão o direito de participar da construção de sentido e, conseqüentemente, da construção social da realidade, o que reduz a crise subjetiva e intersubjetiva de sentido alimentada pela tendência à alienação e anomia que se verifica na modernidade (Vizeu; Rocha; Mesquita, 2010). Com isso, há um aumento considerável no potencial de engajamento cívico:

A atividade *online* de pessoas interessadas em expor ideias, defender suas causas ou simplesmente opinar a respeito de fatos políticos do

5 Desde 2012, as mulheres que compõem o movimento Hip Hop em Bauru têm se organizado em coletivo para realizar debates, oficinas, saraus e rodas de conversa com o objetivo de discutir o papel da mulher no movimento Hip Hop.

6 A Biblioteca Móvel – Quinto Elemento existe desde 2014, com ações de distribuição e troca gratuita de livros no Calçadão de Bauru, uma das principais vias de comércio popular da cidade.

cotidiano mostra uma vitalidade inédita para o debate político. Mais do que partidos e governos, esse engajamento com questões políticas a partir do uso de mídias talvez seja um dos principais horizontes da democracia. [...] Política, neste sentido amplo, diz respeito às possibilidades de ação no espaço público, isto é, à possibilidade de ser quem se é, defender publicamente as ideias que se tem não só sobre governo e administração, mas também sobre modos de pensar e estilos de vida (Martino, 2014, p. 108-109)

O projeto de comunicação da Casa conta com quatro gestores fixos que dividem entre si funções essenciais para o funcionamento do *site*. A organização dos textos a serem publicados, a revisão, diagramação para a web e também o auxílio aos demais participantes em coberturas textuais cabe a uma representante da Casa do Hip Hop que acumula a função colaborativa de assessora da Casa do Hip Hop e do Ponto de Cultura. Há também a gestora de imagens/fotos, responsável pela organização das imagens a serem divulgadas no *site* (e em outras mídias digitais), pela instrução e auxílio aos demais participantes do projeto em coberturas fotográficas. O gestor de mídias sociais controla a divulgação do *site* na internet e é o responsável pela manutenção das páginas de mídias sociais, principalmente as contas no Facebook da Casa<sup>7</sup> e do Ponto de Cultura<sup>8</sup>. Além de suas funções específicas, todos os gestores auxiliam na criação de pauta e no recrutamento de novos colaboradores, nas instruções à equipe existente e aos novos integrantes, nas reuniões com possíveis e atuais parceiros e também nas coberturas de eventos.

Apesar de funções definidas no modelo de comunicação, o diferencial adotado para a manutenção do *site* é a sua gestão de caráter colaborativo, aberto a todos os cidadãos bauruenses que queiram colaborar. Nesse aspecto, para Varella (2008), o jornalismo-cidadão diz respeito mais a um desejo coletivo de participação na produção de informação do que à ampliação de mecanismos de interação *on-line*. Não se trata, portanto, de um movimento derivado de um aumento da oferta de meios sociais *on-line*, distanciando-se de uma explicação mais tecnicista; ao contrário, a oferta dos meios

7 [fb.com/Casa-do-Hip-Hop-Bauru-459089607594322](http://fb.com/Casa-do-Hip-Hop-Bauru-459089607594322)

8 [fb.com/Ponto-De-Cultura-Acesso-Hip-Hop-169696546470431](http://fb.com/Ponto-De-Cultura-Acesso-Hip-Hop-169696546470431)

que é condicionada, em termos, por uma demanda crescente de participação social na produção de mídia. Sendo assim, o jornalismo participativo, colaborativo ou cidadão é “uma ação por meio da informação”, porque, segundo Varella (2007, p. 80), o cidadão-repórter informa algo porque quer que algo seja feito, “que seu bairro esteja limpo, que a prefeitura proporcione melhor atendimento, que o professor ensine com mais dedicação ou que a coleta de lixo seja mais organizada e eficiente”. Essa visão localiza o “jornalismo-cidadão” como uma narrativa local.

No caso do projeto da Casa do Hip Hop de Bauru, apesar de ser um projeto aberto à livre colaboração, por natureza, a maioria dos colaboradores são estudantes universitários, com boa parte de graduandos dos cursos de Jornalismo da cidade. De acordo com os coordenadores do Ponto de Cultura, as pautas são encaminhadas para uma lista de emails e a produção de conteúdos se dá de acordo com o interesse, disponibilidade e acordo entre os colaboradores e os gestores do projeto. Todas as decisões são discutidas e tomadas em conjunto pelos colaboradores, sendo cada um deles também responsável pela sugestão e produção contínua de pautas, textos, fotos e materiais em diversos formatos. Por meio de oficinas e da prática do que se estuda, os colaboradores podem compreender o funcionamento do processo de cobertura colaborativa por meio da troca de tecnologias sociais e experiências envolvidas no processo, desde o planejamento da cobertura até a divulgação do produto final, sempre trabalhando nas plataformas digitais. Em cada cobertura, os colaboradores interessados realizam trabalhos de produção de textos (caracterizando a obra artística vista), entrevistas (colhendo impressões de públicos e artistas), fotografias (registrando os momentos e conceituando-os) e produções em vídeo (exercitando a linguagem audiovisual).

As experiências do trabalho colaborativo permitem trocas de conhecimentos entre os membros do grupo, resultando numa formação cidadã, consciente e atuante a partir da prática colaborativa e espontânea. Essa cobertura potencializa a expressão

dos eventos, agrega valores às ações realizadas na cidade e estimula a criação de um acervo de registros da “cena atual” que seria, praticamente, ignorado pelo jornalismo convencional. E essa cobertura colaborativa democratiza a cultura ao viabilizar a veiculação de seus produtos, promover iniciativas culturais e cobrir jornalisticamente os acontecimentos em uma plataforma livre, a internet. Deve-se considerar, ainda, que o processo de registro de produções culturais decorrente da cobertura de eventos gera não só incentivo à produção artística local, como também a compilação e preservação da memória cultural. Contribui, portanto, para a criação de uma identidade artística e social para a cidade.

Como apontam Aranha e Xavier (2015), com as novas possibilidades oriundas de um modelo colaborativo e cidadão, o

“discurso único” e unidimensional passa a sofrer a concorrência das narrativas organizadas por esses novos Arranjos Produtivos Locais Intensos de Conteúdo Cultural (ApliCs). A fábula informativa agora disputa espaço com as narrativas das perversidades da exclusão na exclusão, e abre espaço para o discurso da possibilidade da mudança. “A tirania da informação e do dinheiro” – que caracteriza o sistema ideológico – é desnudada pelos conteúdos críticos que articulam uma esfera pública radical, precária, alternativa. As trocas de informações e conteúdos nessa esfera pública radical ampliam as percepções da realidade. Aumenta a cognoscibilidade do planeta, que passa a ser escrutinado de forma intensa e extensa em seus estudos sobre o processo da globalização, assim como a necessidade de superação do pensamento único pela consciência universal.

## 6. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

As mudanças tecnológicas estabelecidas no final do século XX mudaram o ecossistema dos meios de comunicação e tocam, neste início do século XXI, todos os domínios da vida humana. Com o jornalismo, em específico, não foi diferente. A alteração do papel do jornalista, o uso massivo de redes sociais e o crescimento de coberturas colaborativas questionam o modelo industrial de jornalismo que se consolidou no século passado. Além da mudança no processo, as empresas jornalísticas passaram a

sofrer para se manterem sustentáveis financeiramente. A valorização da cobertura de âmbito local pode oferecer alguma esperança nesse momento de incerteza do jornalismo. Embora algumas dúvidas se mostrem, o enfoque no local cidadão pode proporcionar um maior envolvimento da audiência. Juntamente com a criatividade, a prática jornalística calcada na localidade pode trazer grandes ganhos ao jornalismo atual. Resta tirar proveito disso e equacionar questões como fidelização, ampliação da audiência e financiamento para que a inovação propiciada pela criatividade e pela tecnologia possa trazer desenvolvimento econômico e social, não só para o jornalismo.

Ademais, o jornalismo local praticado nos ambientes digitais fornece um importante referencial de sustentação das identidades culturais locais e pode colaborar com a participação cidadã mais qualificada e envolvida com os temas inerentes a cada local, principalmente aqueles em que as mídias tradicionais e hegemônicas costumam excluir da cobertura praticada atualmente, como é o caso operado pela Casa do Hip Hop de Bauru.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves. Jornalismo cidadão. *Revista Estudos Históricos*, v. 1, n. 31, p. 25-40, 2003.

ARANHA, A. S.; XAVIER, J. T. P. Jornalismo cidadão e o protagonismo político local: as experiências do jornal “Voz do Nicéia” e do “Portal Participi”. *ÂNCORA-Revista Latino-americana de Jornalismo*, v. 2, n. 2, 2015.

BARBOSA, S. *Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, na UFBA, Salvador (BA), Novembro de 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-portais-mestrado.pdf>. Acesso em: 31 jun. 2015.

BERGER, P.; LUCKMAN, T. *A construção social da realidade*. Lisboa: Dinalivro, 2004.

CASTELLS, M. Fluxos, Redes e Identidades: Uma Teoria Crítica da Sociedade Informacional. In: CASTELLS, M. (Org). *Novas perspectivas críticas em educação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

\_\_\_\_\_. *A sociedade em rede*. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FREIRE, P. *Educação como prática da liberdade*. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1967.

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

LEMOS, A. Nova Esfera Conversacional. In: KUNSCH, D. et ali. *Esfera Pública, redes e jornalismo*. Rio de Janeiro. Editora. E-papers, 2009.

LÓPEZ GARCÍA, X. *Ciberperiodismo en la proximidade*. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2008.

PERUZZO, C. M. K. Mídia Local, uma mídia de proximidade. *Comunicação: Veredas*, Ano 2 – nº 02 – novembro 2003. Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/comunicacao-veredas/article/viewFile/5105/4723> . Acesso em: 28.07.2013.

\_\_\_\_\_. Mídia Local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil. Trabalho apresentado no Núcleo de Comunicação para a Cidadania, XXVI Congresso Anual em Ciências da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003. Acesso no dia 28.07.2014, em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99061099541813324499037281994858501101.pdf>.

METZGAR, Emily et ali. Defining Hyperlocal Media: Proposing a Framework for Discussion. Annual meeting of the International Communication Association, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, Singapore, Jun 22, 2010 Disponível em: <[http://citation.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/4/0/4/9/9/p404999\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/4/0/4/9/9/p404999_index.html)>. Acessado em: 23 jul. 2015.

PERUZZO, C. M. K.; VOLPATO, M. O. Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e dife-

renças. *Artigo apresentado II Colóquio Binacional Brasil-México de Ciências da Comunicação*, em abril de 2009. Disponível em: <http://www.espm.br/ConhecaAESPM/Mestrado/Documents/COLOQUIO%20BXM/S1/cecilia%20krohling%20e%20marcelo%20volpato.pdf>. Acesso em 15 jun. 2015.

SANTOS, M. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 5. ed. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2001.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2001.

SILVEIRA, S. A. Cibercultura, commons e feudalismo informacional. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, nº 37, dez. 2008.

SQUIRRA, Sebastião (Org.). *Ciber Mídias: extensões comunicativas, expansões humanas*. Porto Alegre: Buqui, 2012.

UNCTAD. *Creative economy report 2010: a feasible development option*. Genebra: United Nations, 2010.

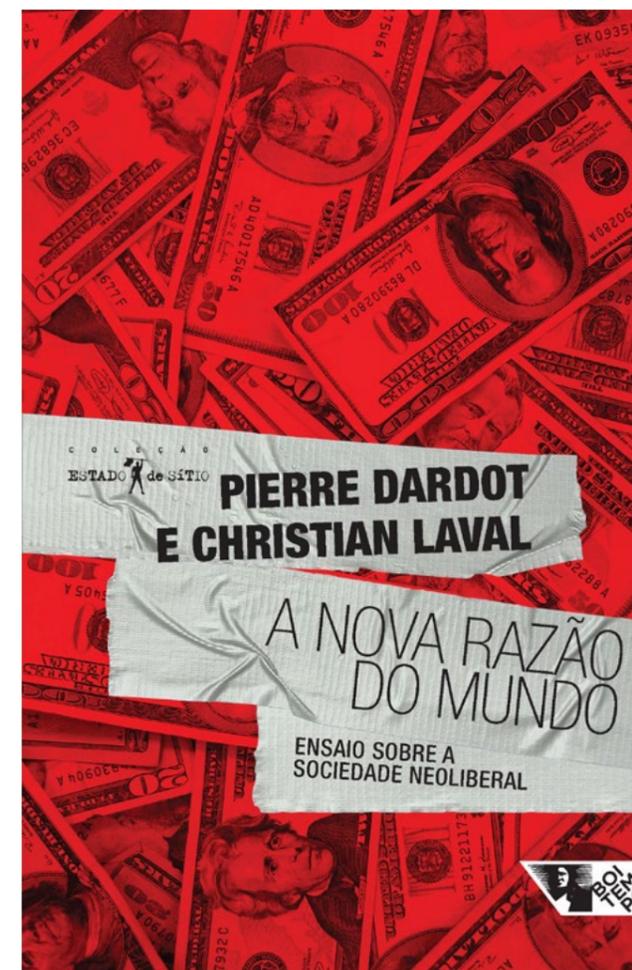
XAVIER, J. T. P.; XAVIER, P. A. M.. *Ler, Interpretar e Agir: um Círculo de Cultura Fora do Eixo*. *Razón y Palabra*, v. 19, n. 89, 2015.

Recebido em 15 de dezembro de 2015.

Aprovado em 12 de abril de 2016.

# Sem rota de fuga: trabalho e vida sob a nova razão do mundo

Por Antenor Ferreira Mendes Neto



O receituário neoliberal já é parte do senso comum: Estado mínimo, privatizações, contenção de gastos sociais, expropriação de recursos públicos etc. No centro da concepção que sustenta tais medidas estaria uma suposta realidade natural que norteia o mercado, este que, por sua vez, dispensa intervenções e alcança espontaneamente o equilíbrio, a estabilidade e o crescimento. É assim, entendido sob o signo do *Laissez-faire*, que o neoliberalismo é, muitas vezes, reduzido à aplicação de métodos político-econômicos particulares, o que levou muitos a anunciarem o seu declínio durante a crise financeira de 2008. A limitação dessa leitura está no não reconhecimento da normatividade prática que caracteriza a proposta neoliberal. Mais do que o dismantelamento de estatutos e instituições, ou seja, para além dos aspectos nocivos das políticas implementadas, este modelo define-se como uma racionalidade que impõe uma lógica de sistematização, não só do funcionamento do governo, mas da própria conduta dos homens. Essa é a principal tese defendida pelos pensadores franceses Pierre Dardot e Christian Laval, no livro *A Nova Razão do Mundo*.

Já na introdução, os autores revelam a que vieram: “ainda não terminamos com o neoliberalismo” (Dardot; Laval, 2014, p. 13). O caráter investigativo e, por que não, desmistificador da obra, fica evidente no cuidado dos pesquisadores em examinar a natureza do capitalismo contemporâneo. Para tal, realizam a genealogia da política neoliberal explorando seus desdobramentos no decurso do século XX. Do seu nascimento, na década de 1930, à “grande virada” nos 1980, em que nomes Ronald Reagan e Margaret Thatcher rompem com a social democracia e defendem o neoliberalismo como resposta à crise “fordista” dos anos 1970. Nessa reconstituição histórica, os autores resgatam o Colóquio Walter Lippman, em 1938, quando pensadores como Hayek, Rueff e Röpke promoveram

**Antenor Ferreira Mendes Neto** é Mestrando do Programa de Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM – Centro Universitário. Jornalista formado pela mesma instituição. Pesquisador do Grupo “Jornalismo, Mercado de Trabalho e Novas Linguagens” (CNPq).

o início da refundação teórica da doutrina liberal. É base deste processo de reformulação a compreensão de que a crise do liberalismo se deu pela dificuldade em incorporar o fenômeno da empresa, “sua organização, suas formas jurídicas, a concentração de seus recursos, as novas formas de competição” (Dardot; Laval, 2016, p. 40). A noção de empresa é cara aos franceses, ao passo que ela compõe uma das dimensões do que eles entendem por “razão neoliberal”, sendo a outra a ideia de concorrência.

De um lado, o modelo empresarial do qual provém todo o arcabouço gerencial da racionalidade em questão; de outro, a lógica da concorrência, que faz eco a certo *Darwinismo Social* defendido por filósofos como Spencer, no século XIX. Essas dimensões dão forma a uma razão que atravessa o Estado, as instituições e as subjetividades dos sujeitos. Por isso mesmo, defendem os autores, o neoliberalismo não se resume a uma ideologia, doutrina ou política econômica, mas a uma racionalidade difundida através de “um conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modo de governo dos homens segundo o princípio geral da concorrência” (Dardot; Laval, 2016, p. 17). É também através do Estado que esta lógica normativa é disseminada, “isso porque ele próprio está inserido num campo de concorrência regional e mundial que o leva a agir dessa forma” (Dardot; Laval, 2016, p. 19). Por meio da implantação de recursos estratégicos e disciplinares como avaliações de resultados, benefícios e sanções, análises de desempenho, constrói-se uma dinâmica competitiva feroz, que, como dito, é também incorporada pelos sujeitos num âmbito privado, modificando sua conduta e suas relações. O neoliberalismo, assim, difunde-se pela coerção, tendo no controle de corpos e mentes o lastro de seu poder.

Essa razão, segundo Dardot e Laval, apoia-se na ideia de *governamentalidade* apresentada por Foucault, que significa diferentes formas pelas quais homens buscam conduzir a conduta de outros homens, isto é, governá-los (Dardot; Laval, 2016, p. 18). Para o próprio Foucault, dizem os autores, esta noção também agrega a percepção de um *governo de si mesmo*. Dessa forma, governar é agir no espaço de liberdade dado aos indivíduos “para que estes

venham a conformar-se por si mesmos a certas normas” (Dardot; Laval, 2016, p. 19).

É com os austríacos Hayek e Mises que esta ideia do homem que se governa, do homem-empresa, desenvolve-se. Este sujeito neoliberal ou *neosujeito*, como definem Dardot e Laval, é dotado de um espírito empreendedor, estando sempre conectado, informado, buscando, a todo o momento, meios de superar a si e aos outros na corrida pelo lucro. A concorrência, a rivalidade, a competição não são mais efeitos de uma lógica de mercado, mas as condições que promovem a sua ascensão pessoal e profissional, a regra do jogo da vida, não por acaso, comumente relacionada à abstrações como a ideia de felicidade. Ao se perceber como capital humano, o neosujeito transfere a análise de desempenho para todas as suas ações, mesmo as mais subjetivas, que passam a ser avaliadas por medições quantitativas, entendidas como investimento. Trata-se de um atleta projetando constantemente sua carreira em busca de sucesso.

Como consequência, vemos, por exemplo, o crescimento do individualismo e uma tendência à destruição da dimensão coletiva das relações, dos laços afetivos, da solidariedade, fazendo com que “todas as formas de crise social sejam percebidas como crises individuais, todas as desigualdades sejam atribuídas a uma responsabilidade individual” (Dardot; Laval, 2016, p. 348). O campo moral é de suma importância nessa conjuntura de controle, pois estar de acordo com o espírito empreendedor é ser supostamente portador de virtudes como honestidade, coragem, força de vontade, civilidade. Do contrário, é vincular-se a pobreza e a inaptidão típica da mentalidade dos programas assistencialistas.

Como percebemos, essa racionalidade é global e totalizante, no sentido de que parte de “uma sociedade que conhece um processo de transformação global devido à extensão da racionalidade capitalista a todas as atividades, instituições, relações sociais” (Dardot; Laval, 2015, S/N). Todavia, os autores ponderam que o controle das subjetividades é eficaz, especialmente, “dentro de um contexto de mercado de trabalho flexível, em que a ameaça do desemprego está no horizonte de todo assalariado” (Dardot; Laval, 2016, p. 229). Surge, aí, uma relação de causa e

efeito: o contexto flexível põe no horizonte a ameaça de desemprego, o que fortalece o controle das subjetividades; e é a partir da efetivação desse controle que, como aponta Antunes (2009, p. 233), difunde-se uma velha modalidade de trabalho, o precário, à sombra de rótulos como “empreendedorismo”.

No jornalismo, são sinais dessa precarização: a proliferação do regime de colaboradores, baixos salários, instabilidade no emprego e o aumento do número de profissionais submetidos a variadas relações contratuais. O prazer, a satisfação na realização de determinadas atividades, também são formas de coerção da razão neoliberal, servindo para justificar a submissão às tais condições. Pegando como base o caso *Google*, Casaqui e Riegel (2009) mostram que o trabalhador pode se converter numa espécie de consumidor do universo representativo da marca, composto por significações de valorização positiva. Ou seja, ideias como criatividade, despojamento, modernidade compõem o espetáculo simbólico do *Google*, “que sublima o caráter competitivo e demais conotações negativas associadas a essa esfera de atuação humana” (Casaqui e Riegel, 2009, p. 163). Faz-se necessário, então, “uma reação contra a glamourização do trabalho (...), cuja formação discursiva silencia a degradação e a precarização” (Grohmann, 2013, p. 5).

Por conta do seu caráter totalizante, a razão neoliberal parece compreender todas as esferas da vida, tornando o vislumbre de outras dinâmicas de trabalho, de formas de resistência, no mínimo, nebuloso. A dificuldade se materializa no que Marisol Sandoval (2016a, p. 64) define como contradições entre os “potenciais anti-capitalistas” e a “realidade capitalista”. A autora trata de cooperativas no setor cultural, que buscam uma alternativa de trabalho mais humana e solidária, através de uma propriedade coletiva e horizontal, pautada por uma economia democrática. Segundo ela, de um lado, essas organizações precisam desafiar os princípios do capitalismo, como divisão de classes e expropriação, e de outro, as estruturas legais e a necessidade de competir neste mercado. Ou seja, elas estão amarradas no sistema capitalista, sob a tutela da razão neoliberal, de modo que contradizê-la significa, em princípio, inviabilizar seus projetos. Sendo assim, “a medida da

capacidade das cooperativas de trabalho confrontar a precariedade econômica depende de sua habilidade em navegar por essas contradições” (Sandoval, 2016a, p. 64)<sup>1</sup>.

Essa tarefa, como é de se imaginar, não é simples. Sandoval (2016) destaca como a própria definição de cooperativa pode carregar um sentido empreendedor, quando entendida, por exemplo, na chave de uma *startup*. Isto é, se não há um potencial “igualitário” inerente à ideia de cooperativa, ela pode, assim, reproduzir as mesmas mazelas que buscam resolver, sobretudo, por continuar operando dentro da estrutura precária do mercado. John Restakis (*apud* Sandoval, 2016a) argumenta que as cooperativas não questionam o capitalismo, mas são capazes de melhorá-lo. O perigo dessa acepção, diz Sandoval (2016a), está justamente no não questionando do sistema, pois assim elas podem acabar servindo para criar seus próprios capitalistas, o que resolveria problemas individuais, mas não os estruturais que geram crises e desigualdades.

Ainda segundo a autora, por conta da dificuldade em superar essas incongruências, os grupos devem lançar mão de uma frente política. As *cooperativas radicais*, como ela define, precisam alterar radicalmente o sistema atuando tanto num nível pessoal, mudando a realidade imediata dos trabalhadores, como num nível social. Para isso, devem se aliar às “redes radicais de cooperação, grupos ativistas, sindicatos, partidos de esquerda e outras organizações radicais e progressivas a fim de formular demandas conjuntas, criando uma voz forte que pode ser ouvida” (Sandoval, 2016b, p. 109). Mais do que uma motivação profissional ou financeira, é preciso ter um ideal. Nas palavras de um dos trabalhadores ouvidos por Sandoval (2016b, p. 104): “isso não é sobre o lucro, mas sobre uma renda justa, e pessoas acima do lucro”. Um objetivo um tanto utópico, dado a atual conjuntura que discutimos até aqui. Entretanto, Sandoval (2016a, p. 57) esclarece que ainda que se trate de uma utopia, é uma “utopia concreta”, conectada com o real. Segundo ela, as cooperativas não só visionam, mas antecipam uma alternativa social para uma organização econômica.

<sup>1</sup> Todas as citações de Marisol Sandoval (2016a; 2016b) são de tradução livre do autor.

Os coletivos de jornalismo se assemelham as cooperativas. Podemos entendê-los como organizações, em princípio, horizontais, sem fins lucrativos, que atuam de forma independente. Contudo, o terreno torna-se arenoso quando vamos a fundo nessa relação. Muito do que entendemos sobre o jornalismo e, mais precisamente, sobre seus profissionais, é fruto de um processo histórico de construção de significados e valores sobre a atividade, que foram alcançando legitimidade ao longo dos anos. Sobretudo a partir do século XX, os jornalistas começam a se constituir como grupo social específico, portador de saberes e habilidades particulares. Ou seja, surge um conjunto de valores e representações que dá forma ao “polo simbólico” da atividade, valores esses que ajudam a constituir o campo jornalístico e, mais do que isso, distanciam-no, ainda que relativamente, de outros campos, como o político e o literário (Traquina, 2013).

A proposta de Sandoval (2016a) por um movimento radical, politizado, que flerta com o ativismo, traz, no mínimo, tensões quando transferida para o jornalismo. Incorporar a dimensão política ou aceitá-la como parte constituinte da cultura jornalística contraria um movimento também político de delimitação e legitimação de seu território e saberes. Podemos, ainda, argumentar que todo jornalismo é político, e que o que se constituiu historicamente, nomeadamente o realizado pela chamada grande imprensa, tem um teor político ainda mais explícito, com forte carga ideológica, porém

Seria simplista sugerir que a seleção de assuntos a cobrir e a escolha de fontes a apresentar ao público nas notícias tem motivações políticas. Embora seja verdade que a notícia legítima e defende o sistema político-econômico existente, já não o é a seleção que os jornalistas fazem das notícias que reflete um desejo consciente da sua parte para as relatar de tal modo que o status quo seja mantido. (Soloski, 1993: 96 *apud* Oliveira, 2005, p. 90).

Quer dizer, parece haver uma tensão entre idealização e realidade (Oliveira, 2005), de modo que essas leituras acerca da “natureza do jornalismo” geram impasses conceituais. Nos termos de Bourdieu (1997), são disputas que ocorrem entre gentes do campo.

Como as cooperativas, os coletivos também precisam estar atentos às contradições. Wagemans, Witschge e Deuze (2016) argumentam que a ideologia, a causa da organização, semelhante ao ideal apontado por Sandoval (2016a), pode ser utilizada como estratégia de mercado. Citando como exemplo o site francês, *Mediapart*, os autores dizem que a iniciativa utiliza um discurso de inovação, por supostamente produzir um jornalismo que não é mais feito pelos grandes meios, como “técnica para ganhar visibilidade, o que tem sido útil em atrair leitores e financiamento” (Wagemans Witschge; Deuze, 2016, p. 173)<sup>2</sup>.

Em seu manifesto, os Jornalistas Livres se intitulam uma rede de coletivos que se opõe “aos estratégias da tradicional indústria jornalística (...), que, antidemocrática por natureza, despreza o espírito jornalístico em favor de mal-disfarçados interesses empresariais e ideológicos”. Em contrapartida, o grupo diz produzir um jornalismo outro: “humano, humanizado e humanizador, ancorado principalmente em personagens da vida real (não só em estatísticas)” (Jornalistas Livres, 2015). O nosso objetivo aqui, obviamente, não é caracterizar os valores e as propostas do coletivo como táticas promocionais, apenas mostrar que é comum a existência de uma “causa”, e que esta ideia de propor um trabalho “diferenciado”, “inovador”, em alguma medida, também se associa a uma gramática empreendedora (Oliveira; Grohmann, 2015). Em outras palavras: queremos alertar para a linha tênue entre resistência e coerção, efeito da natureza difusa da racionalidade neoliberal.

Isso não significa que as cooperativas e os coletivos são modelos descartáveis na luta por melhores condições de trabalho, pelo contrário. Dardot e Laval frisam que, ainda que global e totalizante, esta razão não é totalitária, de modo que tais iniciativas são necessárias, pois “resistir não consiste apenas em se defender contra um ataque ou uma agressão, mas em coproduzir novas regras e, assim, produzir-se a si mesmo nessa coprodução” (Dardot; Laval, 2015, S/N). Para Sandoval (2016b), as cooperativas reconhecem sua limitação em apresentar um modelo de organização absolutamente livre de contradições, mas isso não diminui sua importância no combate

<sup>2</sup> Tradução livre do autor.

à precariedade do trabalho, trazendo a política para a discussão e “preparando o terreno no qual grandes ações políticas possam florescer” (Sandoval, 2016, p. 109). No entanto, os franceses alertam que existe uma armadilha, principalmente na esquerda moderna, em esperar que uma mudança de política crie condições para a construção de outro sujeito, desprendido das amarras do neoliberalismo. Segundo os autores, se a razão neoliberal parte de um sujeito voltado para si, é preciso uma contraconduta, uma ação de recusa em funcionar como uma empresa de si.

Ao tratar de um tema cada vez mais pertinente, com uma abordagem que correlaciona disciplinas diversas – psicanálise, filosofia política, direito -, e complexifica não só questões relativas ao mercado de trabalho, mas a nossa própria maneira de viver, *A Nova Razão do Mundo* avança nos estudos sociológicos a respeito do tema. Pensar o jornalismo à luz dessa perspectiva nos traz mais do que esclarecimentos acerca do momento atual, oferecendo pistas de como podemos contorná-lo. A própria consciência dos meandros dessa racionalidade, de sua operacionalidade e artimanhas, parece abrir brechas para que possibilidades de resistência e emancipação sejam percebidas. Para isso, é preciso mobilizar-se e confrontar o individualismo alienante, uma vez que “novas formas de vida somente pode ser uma invenção coletiva” (Dardot; Laval, 2016, p. 401).

## REFERÊNCIAS

- ANTUNES, Ricardo. *Infoproletários*. São Paulo: Boitempo, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- CASAQUI, Vander; RIEGEL, Viviane. “Google e o consumo simbólico do trabalho criativo”. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*, vl. 6, n. 17, p. 161-180, São Paulo, nov. de 2009.
- DARDOT, Pierre; LAVAL. *Uma alternativa ao neoliberalismo: Entrevista com Pierre Dardot e Christian Laval*. Entrevista concedida a Daniel Pereira Andrade e Nilton Ken Ota. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_art-](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_art-)

[text&pid=S0103-20702015000100275](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_art-text&pid=S0103-20702015000100275) Acesso em: 14/07/2016.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *A nova razão do mundo*. São Paulo: Boitempo, 2016.

GROHMANN, Rafael. OLIVEIRA, Michelle Roxo de. “Os discursos sobre o jornalista-empendedor em sites especializados na cobertura do campo profissional”. *Revista Contemporanea* – v.13 – n.2 – p. 471 – maio-ago 2015.

GROHMANN, Rafael. “O trabalho dos jornalistas como sintoma da lógica dos conglomerados.” *Revista Alterjor*, ano. 4, vl. 2, ed. 8, jul/dez de 2013

LIVRES, Jornalistas. *Nós somos @s #JornalistasLivres*. Disponível em: <https://medium.com/jornalistas-livres/n%C3%B3s-somos-s-jornalistaslivres-651d193d664#4vkju5ymw> Acesso em: 20/07/2015.

OLIVEIRA, Michelle Roxo de. “Profissão jornalista: um estudo sobre representações sociais, identidade profissional e as condições de produção da notícia”. *Dissertação de Mestrado*. Bauru, UNESP, 2005

SANDOVAL, Marisol. “Fighting Precarity with Co-operation? Worker Co-operatives in the Cultural Sector”. *New Formations: a journal of culture/theory/politics*, p. 51-68, 04 – 2016a.

SANDOVAL, Marisol. “What would Rosa do? Co-operatives and radical politics”. *Soundings: a journal of politics and culture*, p. 98 – 111, 2016b.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo Vol. 2: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, 2013.

WAGEMANS, Andrea; WITSCHGE, Tamara; DEUZE, Mark. “Ideology as resource in entrepreneurial journalism: the French online news startup Mediapart”. *Journalism Practice*, vol. 10, n. 2, 160 – 177, 2016.

**Recebido em 30 de julho de 2016.  
Aprovado em 26 de agosto de 2016.**