

A cultura da imagem e a inovação da linguagem estética da televisão

Eliziete dos Santos Padilha¹
Ana Paula da Rosa²

Resumo: A popularização das imagens registradas por meio de dispositivos móveis como celulares e câmeras portáteis torna cada vez mais comum a presença da marca midiática no discurso do telejornalismo. A partir de um estudo de caso, investigam-se os movimentos entre recepção, produção e instituições, com base no uso de dispositivos, principalmente *smartphones*. Assim, a proposta deste artigo é compreender quais imagens são essas que afetam a cultura jornalística reformulando o *status* de notícia e como implicam no modo de ser e estar da sociedade permeada pela cultura midiática da interação.

Palavras-chave: Imagem amadora. Jornalismo. Televisão.

¹ Jornalista, Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), RS. Linha de Pesquisa 4 - Mídia e Processos Sociais. E-mail: zete.padilha@rbstv.com.br

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), RS. Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos. E-mail: anaros@unisinos.br

La cultura de la imagen y la innovación del lenguaje estético de la televisión

Resumen: La popularización de las imágenes registradas mediante dispositivos móviles como teléfonos celulares y cámaras portátiles hace cada vez más común la presencia de la marca mediática en el discurso del periodismo televisivo. A partir de un estudio de caso, se investigan los movimientos entre recepción, producción e instituciones, con base en el uso de dispositivos, principalmente *smartphones*. De esta manera, la propuesta de este artículo es comprender qué imágenes afectan la cultura periodística reformulando el *status* de la noticia y qué implican en el modo de ser y estar de la sociedad atravesada por la cultura mediática de la interacción.

Palabras clave: Imagen amateur. Periodismo. Televisión.

The culture of image and the innovation of the aesthetic language of television

Abstract: The popularization of images recorded through mobile devices such as cell phones and portable cameras makes the presence of the media increasingly common in the discourse of telejournalism. By using a case

study, we investigate them ovements between reception, productionan d institutions, base don the use of devices, mainly smartphones. Thus, this article aimsto understand which images affect the journalistic culture by reformulating the status of new sand how they affect a society permeated by the media culture of interaction.

Keywords: Amateurimage. Journalism. TV.

Introdução

Diariamente quando os telejornais abrem as cortinas para o seu show de imagem/notícia, novos elementos discursivos destoam do cenário padrão o qual estávamos acostumados a ver na televisão. Imagens escuras que dificultam o entendimento da cena, enquadramentos esquizofrênicos, câmeras tremidas, imagens desfocadas fazem parte de um vale-tudo ilustrativo que resgata uma máxima do jornalismo: “uma imagem vale mais do que mil palavras” e, aparentemente, vale tanto que a qualidade parece dispensável diante da força do seu conteúdo.

É notável que vivemos hoje a cultura do *software* (MANOVICH, 2013). Os programas de computador, as máquinas fotográficas, ossmartphones formam camadas tecnoculturais que cobrem todos os campos de uma sociedade em vias de midiatisação, um fenômeno que, para Fausto Neto (2015), apresenta-se num palco maior, para uma plateia ampla, indo além das funcionalidades ou do papel instrumental atribuído às questões midiáticas. Para o autor, o conceito de midiatisação emerge da própria comunicação, que impõe sobre os demais campos suas próprias regras e lógicas, rompendo com protocolos preestabelecidos. Por essa perspectiva, a Sociedade dos Meios, em que as mídias organizavam as interações, está ultrapassada. A multiplicação de suportes tecnológicos de comunicação tornou a sociedade mais complexa do que era quando esses suportes não existiam. Desse modo, pensando a sociedade como um sistema dinâmico, é central, para o autor, o fato de a midiatisação estar associada a uma nova realidade, intensa, de natureza sociotécnica, da qual resulta a emergência de uma nova organização que transcende o social, que transcende a tecnologia em si e que envereda pela dimensão sociossimbólica.

Por esse viés, a oferta de tecnologia, acionada pelo indivíduo presente nesse cenário, culmina em novas formas de produção, distribuição e consumo de produtos culturais. Nesse ambiente midiatisado, emergem novos padrões, linguagens e valores rapidamente assimilados pela sociedade e que permeiam todos os campos sociais. Nunca se viu tantas imagens de celular e de câmeras de vigilância sendo usadas pelo telejornalismo. Também nunca se viu indivíduos tão equipados com tecnologia e cidades tão vigiadas por lentes que nunca desligam.

Mas, afinal, que imagens são essas que alteram a atividade discursiva do jornalismo televisivo, o qual nasceu e se fortaleceu tendo a imagem como

informação? Para compreendê-las, é preciso entender a relação delas com a sociedade. É preciso traduzi-las como mediações entre o homem e o mundo (FLUSSER, 2007).

Aparentemente, o que se vê é considerado uma verdade, um fato (CONTRERA; FIGUEIREDO; REINERT, 2004) e o telejornalismo usufrui desse apelo visual para se manter atual, consistente e atrativo. Benjamin (1986) diria que esse realismo advém, em grande parte, do fato de as câmeras serem aparelhos capazes de nos dar porções ou aspectos da realidade em imagens que parecem ter autonomia em relação aos aparelhos. Nessa relação com os aparelhos, o acionamento da tecnologia por parte do indivíduo diluiu diferenças entre quem produz o quê. Para o autor, o leitor, a cada instante, está pronto para converter-se a escritor. Isso quer dizer que há um receptor ativo que também transita na instância da produção. Nesse contexto, o pesquisador visita a ideia de apropriação dos usos e das técnicas dos campos sociais, principalmente do jornalismo, quando diz que, num processo de trabalho cada vez mais especializado, cada indivíduo se torna, bem ou mal, um perito em qualquer setor. Benjamin (1986) usa a obra de arte como exemplo para explicar a apropriação de técnicas, lembrando que esta sempre foi reprodutível e o que os homens faziam sempre podia ser imitado por outros.

Entretanto, o teórico considera a reprodução técnica um contraste em relação à imitação. Para ele, foi um processo novo que se desenvolveu ao longo da história, deu saltos importantes quando a reprodução da imagem não precisou mais da mão para pintar e passou para o aparelho, a máquina fotográfica, até o aparato tecnológico que conhecemos hoje. Essa seria uma transição importante para explicar o fenômeno da reprodução da técnica das imagens contemporâneas.

Pela primeira vez no processo de reprodução da imagem, a mão foi liberada das responsabilidades artísticas mais importantes, que agora cabiam unicamente ao olho. Como o olho apreende mais depressa do que a mão desenha, o processo de reprodução das imagens experimentou tal aceleração que começou a situar-se no mesmo nível que a palavra oral. Se o jornal ilustrado estava contido virtualmente na litografia, o cinema falado estava contido virtualmente na fotografia (BENJAMIN, 1986, p. 167).

Trata-se de um movimento de massa que, segundo Benjamin (1986), mostra uma tendência cada vez maior de superar o caráter único de um fato por meio da reprodutibilidade das imagens, pois a cada dia fica mais irresistível possuir o objeto, fazer as coisas ficarem mais próximas. Se, para o espectador, a proximidade das coisas realiza-se na relação entre o olho e o aparelho, registrando o próprio cotidiano, para a televisão, essa proximidade acontece na interação como seu público, que se concretiza progressivamente por meio das imagens.

O aprimoramento das técnicas associado ao acesso crescente às tecnologias, que facilitam os registros audiovisuais, dá à imagem o poder de

ser uma avalista midiática (CONTRERA; FIGUEIREDO; REINERT, 2004). Vivemos hoje uma epidemia de imagens. Saturados ou não por elas, o hábito do audiovisual cria uma cortina que dificulta conseguimos ver os detalhes de uma linguagem em mutação. Para Bellour (1993, p. 214), fica cada vez mais difícil saber o que é imagem.

Nosso problema é, antes, a diversidade de modos de ser da imagem. O mínimo de imagem(s) que supõe a proliferação doravante virtualmente infinita de imagens, mais caracterizadas pelas linhas de fratura e de conjugação, de indeterminação entre seus diversos modos, do que por sua pregnância no sentido próprio que deve sempre ser inferida.

A colocação do autor destaca a imagem como uma apresentação mecânica de um objeto que é próximo ao real, mas que se constitui numa construção codificada. Na sua visão, são entre as imagens que se efetuam, cada vez mais, as passagens, as contaminações de seres e regimes. Mediante a cortina do hábito, a saturação que vivemos do audiovisual, essas contaminações são difíceis de serem percebidas e nomeadas.

Entretanto, observando esse atravessamento nas imagens, Bellour (1993) diz que, se tantas coisas novas e indecisas passam entre as imagens, é porque nós passamos também, cada vez mais, diante das imagens e elas passam igualmente diante de nós. Nessa circulação, podemos tentar delimitar alguns efeitos, segundo sua análise. Na visão do autor, o vídeo potencializa, ou arruína, o caráter de tempo real da imagem, da instantaneidade. Ele lembra que se trata de um olho mecânico, mas que é uma técnica que se transformou rapidamente em arte.

O vídeo estende diretamente a analogia do movimento ao tempo: tempo real, instantâneo, que duplica e ultrapassa o tempo diferido do filme, e do qual as câmeras de vigilância oferecem a imagem atroz e pura. Invisível de ser por toda parte, cego à força de tudo ver, ele vem para além dos séculos figurar a versão neutra e negativa do Cristo Pantocrator, visível e que tudo vê. O vídeo leva assim à sua perda essa capacidade de analogia dilatada às dimensões do universo: pela primeira vez, os corpos e os objetos do mundo são virtualmente desfiguráveis (e, logo, refiguráveis), ao sabor de uma potência que transforma, em tempo real ou quase não diferido (e não mais somente, como no cinema, por uma lenta elaboração cujas trucagens constituem o modelo), as representações que capta seu olho mecânico (BELLOUR, 1993, p. 223).

Com isso, os equipamentos que colocam em diálogo informações, movimentos e cores explicam, na visão de Bellour (1993), porque o vídeo-imagem apareceu como uma nova imagem irreduzível ao que a precede. Essas imagens são capazes de atrair, de absorver, de misturar todas as imagens anteriores, como a pintura, a fotografia e o cinema. Talvez essa

condição explique a multiplicação bem-sucedida das imagens amadoras na televisão, porque, para o autor, mesmo preso, por natureza, à televisão, o vídeo é uma forma nova de utopia, ou pelo menos, da diferença da arte.

O problema, conforme Flusser (2007), é que as imagens técnicas já oferecem todo o sentido e limitam a capacidade de se pensar além delas. Para ele, quanto mais técnicas e perfeitas vão se tornando as imagens, melhor elas se deixam substituir pelos fatos que, em sua origem, deveriam representar. A consequência seriam os fatos deixarem de ser necessários porque as imagens passam a se sustentar por si mesmas (FLUSSER, 2007). Desse modo, o mundo das massas vai mascarando cada vez melhor seu caráter fictício.

Não podemos mais passar do pensamento conceitual para o fato por falta de adequação e também não podemos passar do pensamento imagético para o fato por falta de um critério que nos possibilite distinguir entre o fato e a imagem. Perdemos o senso de realidade nas duas situações e nos tornamos alienados (FLUSSER, 2007, p. 117).

Percebemos tal compreensão se desenrolar em nosso próprio cotidiano. Nunca vimos um mundo com tanta violência, barbáries, injustiças, ou nunca vivemos uma epidemia tão grande de imagens que retratam uma realidade cruel porque é o espetáculo que vende, que gera audiência e compartilhamentos. Na ótica de Flusser (2007), esquecer que as imagens são instrumentos criados pelo homem e que elas não são o mundo é um problema. Por isso, o autor considera a desconfiança do visível, que vivemos hoje, um sintoma de uma crise passageira, principalmente quando se esquece que mídias não são representações do mundo, são instrumentos que nos ajudam a nos orientar pelo mundo.

2 Cogestores da informação

Para desentranhar essas questões, precisamos ir além do âmbito televisivo a fim de entender que o uso da imagem amadora não se trata apenas de um novo fazer do jornalismo, mas de compreender a cadeia de acionamentos que move a engrenagem midiática. Norteados pelos conceitos de midiatização e circulação, depositamos nosso olhar também sobre o jogo de lógicas que se desenrola fora da instituição jornalística, envolvendo os produtores de conteúdo amador denominados, neste trabalho, como atores sociais e instituições não midiáticas e a inscrição deste conteúdo em múltiplos dispositivos. O desafio é compreender a constituição do processo de midiatização do jornalismo, inerente à produção de conteúdo noticioso para a televisão. Para tanto, situamos o objeto de estudo constituído pelos usos e pelas apropriações dos atores sociais, instituições não midiáticas e instituição jornalística, com o propósito de verificar de que modo as rotinas produtivas da televisão absorvem os insumos produzidos fora da instituição midiática, transformam o fato em acontecimento jornalístico (SODRÉ, 2009)

e posteriormente acionam o processo de circulação midiática, devolvendo a imagem amadora ao consumo, porém revestida das lógicas televisivas.

A crescente inclusão dos atores sociais na produção jornalística revela indícios de que o indivíduo/telespectador, que habitava apenas a instância da recepção, consumindo o que era ofertado pela mídia, incursiona, de modo crescente, pela instância da produção para alcançar o sistema midiático (ROSA, 2012). Para isso, são incorporadas lógicas televisivas tornando habitual para os atores sociais registrar fatos com fins de midiaticizá-los, ou seja, de tornar o seu cotidiano midiaticizado em imagens públicas, visíveis, seja nos dispositivos de seu controle, como as redes tecnológicas, seja em dispositivos jornalísticos. Assim, o estudo desenvolveu-se em duas vertentes: de um lado, a percepção sobre a crescente participação do público na produção de notícias, isto é, reportagens ilustradas com fotos ou vídeos produzidos por telespectadores e, de outro, a suspeita de que a força da imagem emerge como elemento de seleção das notícias, chancelando os critérios de noticiabilidade da agenda do telejornal.

No intuito de efetivamente analisar essa problemática, entendemos que se trata de uma complexidade para ser examinada a partir do *status* de um estudo de caso. A definição do método adotado abre caminho para o pesquisador entender as mudanças e afetações do telejornalismo a partir da inserção do telespectador como cogestor da informação. Como sugere Yin (2001), o estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e no qual múltiplas fontes de evidência são utilizadas. Na sua visão, o estudo de caso é uma estratégia adequada quando é preciso responder a questões do tipo “como” e “por que” e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real. Essas perguntas são, para Braga (2010), essenciais, têm a capacidade de gerar indícios e trazem uma reflexão para o estudo de caso por meio do paradigma indiciário. Na sua perspectiva, como característica desse modelo, está a busca pelo indício para compreensão de fenômenos complexos.

Esta estrutura se constitui, em termos performativos, através de uma série de movimentos, como em um jogo de xadrez. Parte-se de um determinado ponto; constroem-se bases de sustentação; são tomadas decisões de encaminhamento; planeja-se o modo de observar; observa-se; são feitas referências complementares; tiram-se inferências, fazem-se deduções; elaboram-se reflexões para articular fragmentos; percebem-se relações entre “objetos” e entre conceitos; derivam-se conseqüências (BRAGA, 2010, p. 425).

Na prática, o método indiciário implica levantar estrutura e movimentos do conjunto que será analisado. Assim, delimitamos o nosso campo de observação à procura de características que mostrassem a incidência de conteúdo amador inserido em reportagens de telejornais.

Decidimos, operacionalmente, identificar, em reportagens televisivas, aspectos singulares do uso de imagens amadoras que possibilitassem reunir características semelhantes para delinear um campo de observação. Optamos por desbravar o telejornalismo da Rede Globo em função de esta manter padrões constantemente citados nos cursos de jornalismo e que abarcam um dos telejornais mais tradicionais do país: o Jornal Nacional, em atividade e com edições diárias há mais de 50 anos. Num movimento descendente, que nos levasse dos indícios aos empíricos, nosso primeiro nível de observação detectou reportagens com as seguintes características: imagens de celular como único recurso audiovisual da matéria; ausência de repórter no local do fato; atores sociais e instituições não midiáticas identificados pela instituição midiática como autores das imagens.

Esse movimento ocorreu de forma aleatória durante um ano. O telejornal supracitado foi acompanhado em diferentes dias da semana. Dessa observação, reunimos 25 peças com tais características e, para fins de análise neste trabalho, selecionamos uma reportagem exibida pelo Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, por apresentar marcas significativas da presença de um novo operador discursivo, materializado na figura de motoristas presos em um congestionamento devido a um tiroteio entre traficantes no Rio de Janeiro. As gravações feitas por celulares foram transformadas em um vídeo híbrido, exibido pelo Jornal Nacional. No dia 10 de novembro de 2015, o Jornal Nacional foi ao ar tradicionalmente às 20h30min. O telejornal mantém a mesma formatação de abertura há mais de cinco décadas. Os dois apresentadores começam o programa pelas manchetes, que é um resumo dos principais assuntos da edição do telejornal.

Neste dia, o primeiro assunto da escalada/manchete foi um tiroteio entre policiais e traficantes no Rio de Janeiro que acabou provocando um congestionamento, em uma das principais vias expressas da cidade. As imagens que surgem no vídeo chamam a atenção porque escapam do padrão do telejornalismo brasileiro. A gravação está tremida e apresenta uma sequência de movimentos esquizofrênicos, comum em gravações feitas pelo celular. O vídeo gravado, de dentro de um carro, mostra outros veículos parados à frente. Surge a voz de um homem e o que ele diz é legendado em letras amarelas sobre a imagem, facilitando a compreensão da mensagem emitida (Figura 1). “*Meu Deus do céu. Olha o tiroteio aqui na linha Vermelha. Tudo parado*”.

Figura 1: Frame do vídeo - Jornal Nacional (10/11/2015).



Fonte: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/11/tiroteio-para-o-transito-em-importante-do-rio-de-janeiro.html>

O homem que registra a cena deixa transparecer o momento de tensão que vive e parece buscar proteção do tiroteio. Pelo ângulo das imagens, o homem parece rastejar entre os carros. Apesar do perigo que corre, denunciado pelos movimentos bruscos que faz com o celular, o equipamento continua gravando. As imagens e o áudio capturados pelo motorista ficam 23 segundos no ar, sem interferência do apresentador. Ouvem-se apenas vozes e barulho de tiros. A escalada segue dando destaque a outros assuntos daquela edição do Jornal Nacional. A notícia completa do tiroteio só é exibida depois de meia hora de programa, sendo que o Jornal Nacional daquela noite teve duração de 54 minutos. Para quem esperava a reportagem “completa”, no formato televisivo padrão, a surpresa: não há narração de repórter, *off*, boletim, ou qualquer outra marca de uma reportagem televisiva. A reportagem, com duração de 02 minutos e 04 segundos, apresentou um fato apenas pela ótica dos motoristas presos ao congestionamento e que filmaram e informaram o que viviam. Enquanto a câmera de um celular passeia entre os carros, os autores das imagens são identificados em *legendas* que aparecem sobre os vídeos. Imagens enviadas por telespectadores (Figura 2).

Figura 2: Frame do vídeo - Jornal Nacional (10/11/2015).



Fonte: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/11/tiroteio-para-o-transito-em-importante-do-rio-de-janeiro.html>

Diferentemente do padrão exercido pelo telejornalismo brasileiro, com reportagens compostas por repórter atuando como narrador do fato, validado por imagens, *off* e entrevistas, neste vídeo percebe-se a ausência de repórter e de outros elementos inerentes a uma reportagem televisiva. São os próprios atores sociais que narram a cena, conforme decupagem:

Voz 1: – Meus Deus do céu: olha o tiroteio aqui na Linha Vermelha, tudo parado. Eu não consigo sair do carro, tô com medo. Meus Deus do céu como é que eu faço pra sair dessa... linha de tiro.

Voz 2: – Tamos jogado, cara, nesse Rio, cara. Ó o tempo que já tem, tinha que ter polícia pra caramba aqui já, cara.

Voz 3: – Já tamo aqui há 15 minutos.
Voz 2: – Já era para ter mais policiamento já... chegar.
Voz 4: – Não sei como que tem carro passando.
Voz 5: – Tiroteio na Linha Vermelha. Agora mais ou menos 10h20 da manhã. Linha Vermelha parada dos dois lados. Carro virado na contramão. Tava indo pra prova, fazer exame. Isso daqui é sentido centro da cidade. Agora tudo parado...e aqui é sentido baixada. Também tudo parado.
Voz 1 – Desculpe, eu tô tremendo aqui. Eu tô justamente, ó, debaixo dessa passarela, na linha de fogo. Tamo aqui parado. Todo mundo deitado como vocês podem ver. Olha aqui! Olha aqui a vergonha! Olha a vergonha!(Figura 3).

Figura 3: Frame do vídeo - Jornal Nacional (10/11/2015).



Fonte:<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/11/tiroteio-para-o-transito-em-importante-do-rio-de-janeiro.html>

É possível perceber a existência de uma narrativa, possivelmente conduzida pelo processo de edição do jornal. A união de vários vídeos amadores criou uma sequência para a história, oferecendo informações fundamentais para dar sentido à notícia como o local, a hora, o motivo do congestionamento e o que os personagens da cena sentiam naquele momento.

Entretanto, fica claro que, mesmo autorizando a entrada de uma nova narrativa num campo exclusivo dos jornalistas, a instituição midiática enquadra vozes e imagens em um roteiro semelhante ao de uma reportagem. Essa interferência da televisão aos insumos dos amadores é percebida na mudança de enquadramento das imagens. Para criar um vídeo com a narrativa jornalística, foram utilizados fragmentos de, pelo menos, outros quatro vídeos feitos por amadores. Justificamos a nossa suspeita depois de localizar na internet vários registros audiovisuais de diferentes motoristas que ficaram presos no mesmo congestionamento por causa de um tiroteio entre criminosos e a polícia. São vídeos mais longos, postados em páginas individuais na internet, como *facebook*, e em sites como o *youtube*. A partir dessa constatação, podemos perceber como a televisão se apropria desses insumos, modifica-os e reinsere-os em um novo produto midiático.

Nesse âmbito, também visualizamos como essa produção foi replicada em dispositivos múltiplos, acionando a circulação e gerando novas afetações. A expressiva replicação da notícia evidencia a força da imagem. Os vídeos registrados por atores sociais aparecem em centenas de jornais *on-line*, blogs, sites informativos, canais de vídeos, portais que hospedam vídeos de telejornais, além de em páginas individuais nas redes tecnológicas.

O flagrante do tiroteio pode ser encontrado na íntegra, editado, fundido com outros vídeos, acompanhado ou não de texto jornalístico (Figura 4).

Figura 4: Exemplos de circulação referente ao vídeo de instituição midiática



Fonte: Site Google

Sem que tenha um acordo prévio, a maioria das publicações tem manchetes semelhantes. A palavra “pânico” aparece replicada por diferentes instituições midiáticas, o que reforça nossa hipótese sobre a força da imagem. O pânico só existe porque há o flagrante e a narrativa de um indivíduo que reproduz no vídeo a sensação de estar no meio de um tiroteio. O conteúdo em circulação também evidencia outra instância da midiaticização, a autorreferência (FAUSTO NETO, 2010). O produto em circulação, com origem em uma recepção produtiva, foi absorvido pelo sistema midiático que passou a replicar o que já estava publicado.

Outro movimento que emerge dos indivíduos midiaticizados é percebido em postagens em redes sociais. Fragmentos dos vídeos, tanto amadores como de instituição jornalística, são replicados acompanhados de comentários que vão da análise da cena a críticas sobre a segurança pública do país. O usuário da rede, além de compartilhar a imagem, de proliferar o conteúdo na internet, evidencia como novos atores sociais se inserem no processo de circulação reproduzindo conteúdo. Assim, adequado às lógicas narrativas de cada dispositivo, o vídeo amador entra numa montagem discursiva com cortes e reprodução do trecho factualmente mais relevante. A própria reportagem exibida pelo telejornal, que já é resultado de um vídeo amador moldado às lógicas da televisão, continua em circulação na internet, passando por mutações e gerando novos sentidos (ROSA, 2012).

Esse *status* de recepção ativa, de indivíduos conectados, apresenta-se, na visão de Ferreira (2013), como indícios de uma internacionalização

dos sistemas de produção. Os efeitos do digital no campo da comunicação, enquanto processo social, atingem uma reestruturação do mercado das mídias no Brasil. Na medida em que a mídiatização da sociedade se complexifica, o conceito de circulação, para Fausto Neto (2010), torna-se nuclear para pensar a circulação como zona de trânsito, tráfego ou zona de passagem, na qual produtores e receptores se encontram em jogos complexos de oferta e reconhecimento. Para o autor, a circulação somente adquiriu *status* problematizador no contexto recente da *Sociedade em Vias de Mídiatização*, ganhando vigor e relevância. Em estudos mais recentes, acerca do conceito, o teórico reflete sobre a circulação como um elemento constituinte da comunicação, que afeta tanto quem emite quanto quem recebe. Sendo assim, a circulação emerge como uma zona de impacto em que emissores e receptores se encontram munidos de lógicas e as realidades são afetadas.

A partir dessa percepção, de que os receptores não ocupam um ponto de passividade nas novas atividades discursivas midiáticas, Braga (2010) também entende que a circulação é um espaço de reconhecimento e de desvios produzidos pela apropriação. Assim, compreendemos a circulação como uma instância intermediária entre recepção e produção, um espaço no qual se articula o trabalho de emissores e receptores, não de modo automático, mas de um modo complexo, constituindo uma instância capaz de redesenhar ambos os polos. Torna-se, portanto, um espaço de maiores possibilidades de ocorrência interacional na prática social. Sobre a possibilidade de desarticulação entre essas lógicas por suas diferenças, Fausto Neto (2010) destaca a questão de contratos que, na sua perspectiva, servem para descrever as possibilidades de construção de vínculos entre produção e recepção. Tal zona de contato é transformada num espaço em que receptores e produtores se encontram em jogos complexos de oferta e reconhecimento. Nesse estágio, segundo o autor, emergem as lógicas de contratos. “Os receptores perambulam por várias mídias, migrando em seus contratos com os mesmos, quebrando zonas clássicas de fidelização” (FAUSTO NETO, 2010, p. 40). Assim, a nova forma de relação entre produtores e receptores impõe novos *status*. Conforme Fausto Neto (2010), o crescente processo de mídiatização altera os contratos que o público mantém pelos meios e este pelo público. Não se trata mais de se buscar o vínculo com o público, mas de identificar novas formas de contato, na medida em que tanto os representantes do mundo da instituição como aqueles dos atores sociais são convertidos em personagens ativos do processo de informação da atualidade.

A partir dessas reflexões, percebemos como as operações televisivas são evidentes no aproveitamento dos insumos produzidos por atores sociais. É notório que a disseminação dos vídeos amadores, que entram imediatamente em circulação no ciberespaço da internet, permeou as lógicas das instituições midiáticas compondo novas marcas, exigindo mudanças mais rápidas, novos movimentos tanto do público quanto da instituição jornalística. Com base nessa hipótese, questionamos: qual

a força que faz a televisão romper com os protocolos de qualidade da imagem, de narrativas, ao absorver cada vez mais registros audiovisuais amadores? E, além dos efeitos provocados pelo processo de midiática da sociedade as operações da TV, na instância de produção consumidora, seria uma alternativa para sobreviver à disputa por audiência e ao enxugamento das redações?

Observando os telejornais, notamos, em sua grande maioria, um fenômeno imagético de ordem crescente sobre jornalismo. O vídeo amador surge como uma nova angulação da realidade, um ponto de vista testemunhal, dando novas vozes ao produto até então dominado pelo discurso singular da instituição jornalística. Entretanto, essa prática, apesar da aparente diversidade discursiva, apresenta-se engendrada as lógicas da instituição midiática. Na observação dos empíricos, percebemos como os insumos produzidos por atores sociais entram num esquema de montagem. A televisão recorta o que lhe é mais interessante, extrai dos vídeos amadores fragmentos que se encaixam na sequência discursiva criada para a reportagem. A instituição midiática apropria-se dos insumos, delimitando o discurso original. Contudo, ainda que o sistema midiático detenha o poder de operação, nosso estudo expõe um jornalismo afetado pelo regime da imagem inusitada. Em termos de noticiabilidade, as imagens parecem se sobrepor aos fatos, são a informação e, sem elas, possivelmente a notícia, analisada neste estudo, não fizesse parte da agenda do telejornal. Para Contrera, Figueiredo e Reinert (2004), em um universo em que nada mais é sentido como novidade, devido à aceleração dos tempos informativos, a informação nova é trocada pelo inusitado. Nesse contexto, a imagem amadora surge como uma marca, cumprindo com o seu papel de alimentar um sistema midiático ávido por algo que lhe tire do estado de saturação.

3 Conclusão

A popularização e a valorização do audiovisual mostram como as imagens passaram a ter um papel central na vida das pessoas. Como podemos observar, em nossas reflexões, isso se deve, de um lado, pelo acesso cada vez maior do cidadão comum aos dispositivos midiáticos e, de outro, ao hábito da reprodutibilidade técnica, estimulado pelo próprio meio midiático. Percebemos o olhar do cidadão comum coabitando a cena jornalística, porque os meios de comunicação também estimulam essa participação, chancelando seus critérios de noticiabilidade.

Nosso estudo também evidenciou que, para alcançar o sistema midiático, seja por meio de páginas individuais na internet ou na agenda/notícia dos telejornais, os indivíduos apropriam-se das lógicas do jornalismo e adotam critérios para registrar seu próprio cotidiano midiaticizado, cientes de que a força de uma imagem, inserida no processo de circulação, tem potencial para ganhar a chancela da televisão. Notamos ainda que, para os indivíduos que produzem conteúdo e alcançam o sistema midiático por

meio das imagens, nasce uma necessidade, um compromisso de produzir novos conteúdos, como se integrassem uma rede de produção paralela à instituição midiática. Emerge desse processo a lógica de produzir o registro para a midiática, visando torná-la pública. Talvez, inconscientemente, haja um compromisso de registrar o cotidiano a espera de um novo momento, de uma nova imagem com potencial que ultrapasse a circulação na web e alcance o *status* de notícia na instituição jornalística. Em outras palavras, é mais do que testemunhar o fato, trata-se da ótica sobre ele e, conseqüentemente, do desejo pelo reconhecimento simbólico. Ao “se ver” no jornal, o ator social sente-se “com mais poder”, porque a televisão atribui legitimidade ao seu discurso.

Essa articulação também mostrou que, concomitantemente ao crescente processo de midiática dos atores sociais, as redações de televisão lidam com a crise do jornalismo, o que não é uma novidade, mas que oferece um cenário progressivamente mais propício para a utilização dos insumos amadores, visto que, para se manter atual e interessante, esteprecisa preservar seu caráter onipresente e realista, mesmo com mão de obra cada vez mais enxuta. Desse jogo, vimos emergir movimentos que redimensionam as instâncias da recepção e produção, nos quais ora percebemos uma televisão que produz e, ao mesmo tempo consome, assim como seu público que recebe, mas também produz (ROSA, 2012). Sendo assim, a televisão tem se mostrado como o meio que vem popularizando a ocupação dessas novas marcas. Por meio da interatividade, foi criada uma nova dimensão da experiência de unir tecnologia, técnica, apropriações de sua própria lógica, arte e sociedade, reduzindo a diferença e a distância entre produção e recepção.

Do ponto de vista do telejornalismo, a chancela à produção amadora configura-se como uma alternativa para manter o elo com o público por meio de um realismo que já é típico das redes. Permitir o ingresso dos atores sociais como cogestores de informação é como dizer que a televisão também abriga os internautas, mesmo que essa liberdade seja restrita. No entanto, ao recorrer cada vez mais ao público para saber do que ele está falando, a televisão ignora o sistema de pressão que cria sobre si mesma, segundo Wolton (2006). São como pontos de instabilidade que fragilizam a condição de credibilidade da televisão, adquirida ao longo de sua história. A força das imagens como critério central, independentemente de outros elementos para compor uma notícia, inclui a televisão em um mundo conectado, portanto, integra-a em um contexto digital, próprio de uma sociedade atravessada pelos protocolos sociossemiotécnicos, mas que a coloca numa posição de concorrente, em disputa por um mercado tecnológico. Como refletem Contrera, Figueiredo e Reinert (2004), não importa mais que tipo de comunicação se dá através do meio, contanto que o meio em si se mantenha fortalecido e legitimado pelo consentimento geral dos que acessam a mídia na ilusão de estarem conectados a algo ou a alguém.

Por outro lado, a ideia de que a imagem amadora, mesmo como um fragmento televisivo, ainda assim permanece ligada ao que ela

figura, independente das condições de formatação e do aparecimento dessa marca, que pode ser no modo da interatividade ou do espetáculo, e, no caso dos telejornais, ela está ligada aos dois. O que ela não vai perder será o registro do tempo e da representação simbólica. Isso se dá, pois, a força desse discurso é central nas imagens que olhamos e que nos olham de volta, que nos colocam no mesmo cenário, no lugar das pessoas, uma vez que o espectador olha do ponto de vista do cidadão e não do aparato da instituição midiática, havendo, com isso, um sentimento de pertença, uma solidarização que torna a imagem amadora uma referência de realidade.

Referências

- BELLOUR, Raymond. A dupla hélice. In: PARENTE, André (Org.). **Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campus sociais. In: JAMOTTI JUNIOR, J.; MATTOS, M. A.; JACKS, N. (Orgs.) **Mediação & midiatização**. Salvador: Ed. UFBA; Brasília, DF: Compós, 2012. p. 31-51.
- CONTRERA, M. S.; FIGUEIREDO, R. R.; REINERT, L. **Jornalismo e realidade: a crise de representação do real e a construção simbólica da realidade**. São Paulo: Mackenzie, 2004.
- FAUSTO NETO, Antonio. **Mediação & midiatização**. Salvador: Edufba; Brasília, DF: Compós, 2012.
- FAUSTO NETO, Antonio. **As bordas da circulação**. 2010. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Neto.pdf>. Acesso em: nov. 2015.
- FAUSTO NETO, Antonio. **Midiatização e processos sociais**. Seminário Teoria da Comunicação, 2015. Disponível em: <http://prezi.com/nlit_hgyfqmi/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share>. Acesso em: nov. 2015.
- FERREIRA, Jairo. **10 perguntas para produção e conhecimento em comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 2013.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. Organizado por Rafael Cardoso. São Paulo: Cosac

Naify, 2007.

MANOVICH, Lev. **El software toma el mando**. Barcelona: Editorial UOC, 2013.

ROSA, Ana Paula. **Imagens-totens**: a fixação de símbolos nos processos de midiaticização. 360 p. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, 2012. Disponível em: <<http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/000003/0000033A.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2016

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

RECEBIDO EM: 07/03/2017 ACEITO EM: 09/04/2017