

# **O DESLIZE DA AUTORIA**



**Das Aproximações e Distanciamentos**

**Entre Participação e Autoria**

**na Narrativa Audiovisual Factual**

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE – UFF  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - PPGCOM

**LEONARDO MORAES MENEZES<sup>1</sup>**

***O DESLIZE DA AUTORIA***  
**DAS APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS**  
**ENTRE PARTICIPAÇÃO E AUTORIA**  
**NA NARRATIVA AUDIOVISUAL FACTUAL**

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal Fluminense (UFF) como requisito para obtenção do grau de doutor.

Orientador: Fernando Resende

Niterói/RJ

2014

---

<sup>1</sup> Bolsista Reuni e do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE - Capes - Processo: BEX 12303/12-7) no Communication and Media Research Institute da University of Westminster, no Reino Unido.

**Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do Gragoatá**

**M543 Menezes, Leonardo Moraes.**

*O deslize da autoria: das aproximações e distanciamentos entre participação e autoria na narrativa audiovisual factual* / Leonardo Moraes Menezes. – 2014.

239 f. : il.

Orientador: Fernando Resende.

Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2014.

Bibliografia: f. 217-237.

1. Participação. 2. Narrativa. 3. Autoria. 4. Organização.  
I. Resende, Fernando. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. III. Título.

CDD 006.7

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE – UFF  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - PPGCOM

**LEONARDO MORAES MENEZES**

***O DESLIZE DA AUTORIA***  
**DAS APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS**  
**ENTRE PARTICIPAÇÃO E AUTORIA**  
**NA NARRATIVA AUDIOVISUAL FACTUAL**

**BANCA EXAMINADORA**

Professor Dr. Fernando Resende  
*Orientador*

Professora Dra. Beatriz Becker (UFRJ)

Professor Dr. Bruno Campanella (UFF)

Professor Dr. Felipe Muanis (UFF)

Professora Dra. Patrícia Rebello (UERJ)

## AGRADECIMENTOS

Ao Rian, paciente companheiro para toda a vida. Ao Fernando Resende, por sempre me incentivar a ir além. A Anastasia Kavada, pelo acolhimento durante o doutorado-sanduiche no Reino Unido e significativas contribuições. Aos meus pais. Aos colegas da UFF pelo apoio - em especial ao LAN - e a todos os meus queridos amigos pelo estímulo.

## RESUMO

Este trabalho pretende investigar de que forma a participação do produtor amador ou semiprofissional, por meio da apropriação das tecnologias digitais em narrativas audiovisuais jornalísticas e documentais, pode gerar mudanças na configuração da autoria e se estas variações podem afetar o próprio processo participativo em si. Em uma época na qual, no senso comum, as mídias digitais são celebradas pelo potencial participativo dos consumidores, possivelmente influenciando mídias tradicionais no desenho de diferentes estratégias de engajamento do público, o conceito de participação nas narrativas audiovisuais pode ser pensado tendo-se em vista um procedimento diferenciado de produção. Essa nova narrativa, que envolve diversos atores sociais – tanto indivíduos, como instituições –, reflete uma convergência em direção a um consenso de produção de sentido admitido por todos os envolvidos. Uma suposta coautoria seria um dos aspectos mais importantes na caracterização desse modo de criação e produção audiovisual. Mas como essa coautoria, caso exista, se configuraria nos discursos audiovisuais participativos presentes em certos objetos de estudo veiculados na mídia eletrônica? Onde e de que forma a interação ocorreria entre as equipes de produção e membros da sociedade civil? Essas perguntas nos movem criticamente em direção a possíveis transformações na paisagem midiática, nos fazendo refletir sobre a faceta participativa das organizações da mídia audiovisual em distintos suportes eletrônicos, cada vez mais usados simultaneamente. Esta tese pretende verificar se a reconfiguração do lugar da autoria nos discursos audiovisuais multimidiáticos de fato altera o processo de participação e produção de conteúdos audiovisuais.

## ABSTRACT

This thesis aims at investigating in what perspective the participation of the amateur or semi-professional producer, through the use of digital technologies in news and documentary audiovisual narratives, can promote changes in the configuration of authorship and if this variations can affect the process of participation itself. In a time when, in the common sense, digital media is praised for its potential of participation by consumers, possibly forcing the traditional media to draw distinct strategies of public engagement, the concept of participation in audiovisual narratives can be thought of as a differentiated procedure of production. This new narrative, involving various social actors - both individuals and institutions - reflects a convergence toward a consensus of meaning production accepted by all involved. An alleged co-authoring would be one of the most important aspects of this mode of creation of audiovisual productions. But whether and how this co-authorship is configured in the audiovisual participatory discourses present in the study cases broadcasted on digital media? Where and in which form the interaction occurs among the professional production crew and individual and groups of civil society? Those critical questions move us towards possible changes in the media landscape, making us reflect on the participatory aspects of audiovisual organizations in different electronic media, many times used simultaneously. This thesis aimed to assess whether the reconfiguration of authorship in multimediatic audiovisual discourses actually alters the participation process and production of audiovisual content.

<b>SUMÁRIO</b>	<i>PÁG.</i>
<b>INTRODUÇÃO</b>	8
<b>1 AUTORIA E PARTICIPAÇÃO - CULTURA DIGITAL E DEMOCRATIZAÇÃO DAS MÍDIAS AUDIOVISUAIS</b>	21
1.1 CONSUMO MUDIÁTICO E AGENDAMENTO POLÍTICO	31
1.2 MÍDIA E IDEOLOGIA	35
1.3 CIDADANIA, AUTORIA E PARTICIPAÇÃO	47
<b>2 O DISCURSO PROFISSIONAL E O OUTRO - INSTITUIÇÕES DO AUDIOVISUAL, ATUALIDADE E VISUALIDADE DO REAL</b>	59
2.1 O REAL NO DISCURSO DE UMA TV PÚBLICA	66
2.2 REPRESENTAÇÕES DA REALIDADE PELA SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA	78
2.3 O REAL FICCIONALIZADO PELA PARTICIPAÇÃO NO DOCUMENTÁRIO	83
2.4 A REALIDADE IDEOLÓGICA DAS INSTITUIÇÕES DE MÍDIA NAS NARRATIVAS DE PARTICIPAÇÃO	98
<b>3 COAUTORES? – PARTICIPAÇÕES E DESLIZES NO JORNALISMO AUDIOVISUAL E NO CINEMA DOCUMENTAL</b>	103
3.1 A CONSTITUIÇÃO DA AUTORIA PELA PARTICIPAÇÃO	114
3.2 COAUTORALIDADES	127
3.3 A AUTORIA DESLIZANTE	137
3.4 DO PROCESSO PARTICIPATIVO ENQUANTO MARCA AUTORAL	148
<b>4 TRANSGRESSÃO COMO EXPLOSÃO DA AUTORIA – APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS NO PROCESSO PARTICIPATIVO</b>	156
4.1 PROCESSOS PARTICIPATIVOS E QUALIDADE	174
4.2 COLABORAÇÃO E CONFLITO NO PROCESSO AUTORAL	182
4.3 TRANSGRESSÃO DA AUTORIA, EXPLOSÃO DO AUTOR	198
<b>CONCLUSÕES</b>	209
<b>GLOSSÁRIO</b>	214
<b>REFERÊNCIAS</b>	217
<b>ANEXO</b>	238

## INTRODUÇÃO<sup>2</sup>



*Fonte: Viva Favela*

---

<sup>2</sup> Usarei a 1ª pessoa do plural para destacar o trabalho feito em parceria com o orientador.

**N**os parece ser cada vez mais senso comum vermos organizações midiáticas anunciando como uma inovação a incorporação da participação do público em suas produções audiovisuais factuais. Diversos canais de TV, sites jornalísticos e inclusive documentários têm aberto espaços dedicados à colaboração de autores, produtores e cinegrafistas<sup>3</sup> amadores<sup>4</sup> em uma crescente interação com a audiência através das plataformas digitais. Entretanto, se o lugar de fala dos autores de narrativas factuais, com destaque para o jornalismo profissional, geralmente enaltecem a credibilidade do trabalho de apuração de dados e verificação de fontes desempenhado pelos grandes grupos de mídia (BECKER; TEIXEIRA, 2009), como os profissionais do audiovisual factual têm configurado essa participação com o seu público? De que forma e em qual extensão a interação ocorre na relação das redações e produtoras profissionais com organizações e membros da sociedade civil? Será que as tecnologias digitais possibilitam uma autonomia que reconfigure o lugar da autoria e o próprio processo participativo em documentários ou no telejornalismo?

Creio que algumas das perguntas que norteiam esta tese começaram em 2009, quando, sendo coordenador do Núcleo de Relações Internacionais do Canal Futura, tive a oportunidade de comparecer ao MIPCOM, a maior feira e encontro mundial de produtores audiovisuais para TV fixa, móvel e Internet realizada anualmente em Cannes, na França. Entre os cinco dias do evento com mais de 50 palestras, dois foram inteiramente dedicados à discussão do impacto das novas tecnologias sobre a maneira como as narrativas poderiam engajar a participação do público.

Percebi ali que o fascínio tecnológico era tratado como uma inovação. Contrariando o discurso dos canais e produtoras, percebi que o uso das interfaces digitais não modificava

---

<sup>3</sup> Nesta pesquisa, o termo “cinegrafista” faz referência à pessoa que faz a captação de imagens (e por vezes de áudio simultaneamente) para qualquer suporte, seja para exibição no cinema, na TV, ou em sites, por exemplo.

<sup>4</sup> Para facilitar o entendimento e evitar repetição de termos, proponho que o uso da categorização do produtor/autor amador compreenda também aqueles que possuem um conhecimento mais aprimorado das técnicas de produção midiática, conhecidos como semiprofissionais. Por ambos estarem fora da lógica de produção industrial das organizações profissionais midiáticas, pressupomos que as diferenças resultantes entre os trabalhos do amador e do semiprofissional trazem pouca relevância para a análise a ser desenvolvida.

radicalmente a construção da narrativa audiovisual criada pelas equipes profissionais, levantando para mim alguns problemas que as abordagens discursivas participativas envolvendo produtores profissionais e amadores traziam para o campo da comunicação contemporânea. Acredito que olhar para os questionamentos presentes no caleidoscópio que as narrativas de participação me apresentavam, me estimularam a retornar ao campo acadêmico da Comunicação Social.

Ao longo desses quatro anos, esta tese se construiu pela copresença de muitos outros autores. A supervisão e o apoio do professor Fernando Resende foram essenciais para o desenvolvimento da proposta de pesquisa, dentro e fora das disciplinas. A análise conjunta de diferentes conceitos, em especial a tríplice mimese de Paul Ricoeur, foram fundamentais para a reestruturação conceitual dos primeiros avanços da tese, além de me revelar perspectivas metodológicas que permitiriam examinar meus objetos de estudo sem cair na armadilha de vê-los como processos absolutos ou sem conflitos.

Um divisor de águas na perspectiva conceitual do trabalho desenvolvido na UFF foi a participação como membro do Laboratório de Experimentação e Pesquisa de Narrativas da Mídia, também conhecido como LAN. Coordenado pelo professor Fernando, esse coletivo acadêmico se dedica a debates teóricos periódicos entre alunos de doutorado, mestrado e iniciação científica, incluindo eventualmente outros grupos de pesquisas. A continuidade dos encontros do LAN propiciaram discussões que me ajudaram a estruturar tanto o esqueleto teórico da tese, quanto a repensar abordagens metodológicas. Além da constante reflexão em textos de autores seminais, as trocas no grupo permitiram o aprofundamento de categorias teóricas e a descoberta de novos autores e perspectivas. Possibilitaram também a discussão de questões que alguns objetos trouxeram, por vezes gerando o meu próprio reposicionamento conceitual a partir das contribuições do LAN.

Um aprendizado suplementar foi conquistado pelo contato por quatro meses com a professora Anastasia Kavada durante o doutorado-sanduiche no Communication and Media Research Institute (CAMRI) da University of Westminster, no Reino Unido, em 2013. A experiência de Anastasia no imbricamento entre questões políticas e o uso dos

suportes midiáticos digitais acrescentou profundidade teórica e metodológica a esse trabalho. A participação em seminários e a apresentação da minha pesquisa constituíram excelentes oportunidades de aprender com a equipe docente e discente de tão prestigiosa instituição acadêmica britânica, estabelecida em 1838.

Também pude apresentar os passos desse estudo em um dos maiores congressos acadêmicos de Comunicação, a Conferência Anual da International Association for Media and Communication Research (IAMCR) na Kadir Has University em Istambul, Turquia, em 2011. Dialogar sobre a pesquisa desenvolvida na UFF com a comunidade acadêmica nacional e internacional em outras apresentações feitas no Brasil e no Uruguai me revelou dúvidas e desafios que impactaram minhas abordagens na tese. A aproximação com pesquisadores me instigou a ter questionamentos mais complexos, compreendendo, por exemplo, que a produção participativa de conteúdos audiovisuais está relacionada a um contexto mais amplo de produção social que podemos denominar de comunicação colaborativa.

Podendo ser compreendida como o conjunto das “(...) práticas midiáticas que estão ancoradas nos usuários para a produção dos conteúdos” (BARROS, 2007, p.2), a colaboração na mídia ganhou mais visibilidade nos últimos anos devido às várias experiências de produção de conteúdo que eclodiram na Internet. É neste contexto histórico, político e social no qual acontece uma expansão das ferramentas de comunicação participativa e que vem sendo chamada de “web 2.0”. Estas mudanças na paisagem midiática “(...) geram uma reconfiguração no campo da comunicação tencionando o modelo vigente do *broadcast*<sup>5</sup>, no qual apenas um seria responsável pela comunicação” (BARROS, 2007, p.4).

Para o audiovisual factual, o conceito de participação<sup>6</sup> pode ser pensado tendo-se em vista um processo diferenciado de produção. Isto é, para o qual concorreram diversos atores sociais – indivíduos, grupos ou instituições - de modo a configurar um resultado

---

<sup>5</sup> Grifo do autor.

<sup>6</sup> No nosso ver, um termo mais apropriado para o caso do jornalismo devido à configuração estabelecida com a interatividade nos sites noticiosos, mas que também se enquadra para alguns documentários.

que reflita a convergência em direção a um consenso de produção de sentido que seja admitido por todos os envolvidos. Assim, deve ser evitado o uso da expressão “produção participativa” para designar unicamente a aquisição/captação<sup>7</sup> e veiculação de produtos audiovisuais de autoria de terceiros e que não resulte em algum tipo de interação envolvendo o grupo de mídia e sua audiência.

Uma suposta coautoria seria um dos aspectos mais importantes na caracterização desse modo de criação e produção de narrativas audiovisuais. Mas será que essa dupla autoria se configura plenamente nos discursos audiovisuais participativos? E como este imbricamento autoral repercute na construção sociopolítica da realidade pelos meios midiáticos? As indagações que surgem nesta argumentação inicial nos levaram a investigar se a apropriação das tecnologias digitais por autores amadores no jornalismo audiovisual e nos documentários pressupõe condições de mudança na configuração da autoria e do próprio processo de participação dessas narrativas. A análise das relações entre narrativas audiovisuais que emergem do ambiente transmídia pela participação dos autores amadores pode justificar a seleção dos objetos de estudo para esta pesquisa.

Para ilustrarmos a estruturação do discurso factual pelas mídias digitais, nos propusemos utilizar como metodologia análises quantitativas e qualitativas e a abordagem de parâmetros oriundos de pesquisas de jornalismo e dos Estudos Culturais, enfatizando três exemplos de narrativas factuais<sup>8</sup> que utilizam a Internet como ponto de encontro entre autores profissionais e amadores: a Revista Viva Favela (da ONG Viva Rio), o telejornal Repórter Brasil (da TV Brasil) e o documentário “A Vida em um Dia” (do YouTube).

Começaremos pela ONG Viva Rio, que além de promover ações voltadas para a inclusão digital<sup>9</sup> em diversas favelas do Rio de Janeiro, tem entre um dos seus principais projetos o Portal Viva Favela, criado em 2001 para estimular a participação dos moradores das comunidades de baixa renda nas ferramentas *online* de produção jornalística. O portal

---

<sup>7</sup> Ver glossário.

<sup>8</sup> Importante ressaltar que não nos deteremos somente a estes casos, trazendo outros exemplos de produtos midiáticos que possam contribuir com a complexificação dos conceitos ao longo da tese.

<sup>9</sup> A ONG ganhou o Prêmio Telemar de Inclusão Digital em 2004, à época concedido pelo Instituto Telemar.

divulga notícias produzidas por correspondentes moradores das comunidades, em sua maioria jovens, com a coordenação de jornalistas profissionais (RAMALHO, 2007). São em torno de 360 mil *page views* por mês para mais de 400 matérias a cada ano, sendo 15% do acesso originado do exterior (NAZARENO, 2006).

Com patrocínio da Petrobras, Ministério da Cultura e duas entidades norueguesas, o Portal Viva Favela tem correspondentes em diversas comunidades cariocas: Rocinha, Alemão, Maré, Cidade de Deus, Cantagalo, Pavão-Pavãozinho, Tuiuti, Mangueira, Queimados, entre outras. Em torno de 200 correspondentes atuam não só no Rio de Janeiro como em outros Estados do país. Segundo a ex-editora do portal, Cristiane Ramalho (2007), a maioria dos correspondentes moradores de favelas recebem capacitações através do Programa de Formação de Correspondentes Multimídia do próprio portal.

Esse processo se complexifica no envolvimento dos correspondentes com a Revista Viva Favela, revista eletrônica multimídia de variedades. Eles são moradores de favelas e comunidades de baixa renda que atuam como repórteres, fotógrafos, produtores de conteúdo multimídia e videastas. Criada em 2010, a Revista Viva Favela é uma publicação eletrônica multimídia bimestral produzida e hospedada pelo site de notícias Viva Favela. A Revista visa tematizar a produção de reportagens em texto, fotos e vídeos a cada número, diferenciando-se do fluxo jornalístico contínuo do site. Totalmente produzida por moradores de espaços em geral vistos como marginalizados pela mídia hegemônica, a Revista Viva Favela utiliza ferramentas *online* como parte de formação tanto digital como jornalística dos seus correspondentes através das orientações de um editor específico a cada edição. A cada dois meses, em torno de 15 mil assinantes (VIVA RIO, 2012) recebem por e-mail uma *newsletter* com o sumário da Revista, que também está disponível gratuitamente no portal.

Em cada edição, um editor convidado explica o tema através de um vídeo e orienta os correspondentes na elaboração das pautas para a Revista. Entre alguns dos editores convidados já estiveram o repórter da TV Globo Caco Barcellos (“Festa na Favela”), a

professora de Comunicação da UFRJ e crítica de cinema Ivana Bentes (“Cultura Digital”) e o documentarista e escritor Sérgio Bloch (“Gastronomia”). Cada editor é responsável por orientar os correspondentes a produzirem os conteúdos publicados no site até o prazo acertado para compor a edição. Os autores de todos os conteúdos selecionados são remunerados, em 2010, no valor de R\$ 170,00, mais impostos (VIVA FAVELA, 2010). As reuniões de pauta e produção acontecem pela ferramenta de Redação Virtual como parte do processo de capacitação dos envolvidos para o uso das tecnologias digitais.

Para este estudo, foram selecionadas quatro edições ao longo de um ano e meio – “Festa na Favela” (1º edição, Maio/2010); “Esporte na Favela” (3º edição, Novembro/2010); “Trabalhadores” (6º edição, Maio/2011); “Pacificação” (9º edição, Novembro /2011) – com um intervalo de duas edições entre cada uma, acompanhando a evolução do discurso telejornalístico, com um total de 13 vídeos, em geral entre 2 a 5 minutos. Seguem os títulos do total de treze vídeos respectivos a cada edição para que se tenha uma percepção das perspectivas abordadas nesta pesquisa<sup>10</sup>:

- “Festa na Favela” (quatro vídeos): “Flashes e Atabaques”; “Jongo da Serrinha”; “A Tradicional Festa de São Jorge em Nova Iguaçu”; “Zona Sul de São Paulo, um Polo de Cultura”.
- “Esporte na Favela” (seis vídeos): “Flamengo até Morrer”; “Goleada pela Paz na Maré”; “De Japeri para as Piscinas de Natação”; “Judô, o Caminho da Mudança”; “Projeto Vida Corrida – Capão Redondo”; “Boas Ondas no Cantagalo”.
- “Trabalhadores” (um vídeo): “A Reciclagem em Jardim Gramacho”.
- “Pacificação” (dois vídeos): “Pacificação?!”; “Visões da Pacificação”.

Na análise das quatro edições selecionadas, percebemos que o discurso da Revista Viva Favela sugere uma ligação direta com os interesses das comunidades envolvidas. O temário, a abordagem, as imagens, os quadrinhos são produzidos a partir daquilo que a grande mídia geralmente não pauta: a vida cotidiana dos sujeitos que estão fora do “asfalto”. A Revista Viva Favela tem uma produção considerável por edição para a sua estrutura, com editorias, reportagens, galeria de fotografias, criação de *podcasts* e produção de vídeos, mobilizando geralmente entre 9 a 14 correspondentes por número.

---

<sup>10</sup> Ver Anexo para sinopses completas dos vídeos analisados da Revista Viva Favela. Não há sinopses disponíveis do quadro “Outro Olhar” no site do programa Repórter Brasil, sendo cópia do texto de apresentação do âncora narrado antes da veiculação do quadro.

Sobre a criação audiovisual para a Revista, a cada edição são produzidos em média quatro vídeos - com significativa variação na quantidade entre as edições -, além do vídeo editorial no qual o próprio editor apresenta o enfoque da respectiva edição. Os vídeos são produzidos integralmente pelos correspondentes, do roteiro à finalização, geralmente em parceria com outros videastas amadores. A opção pelo estilo jornalístico está presente na maior parte dos vídeos, com eventuais inserções nos gêneros da vídeo-arte e do experimentalismo. Devido à pequena estrutura para a produção, poucos vídeos exibem repórteres na frente da câmera fazendo passagens e entrevistas, ficando a maior parte deles oculta, embora ainda estejam presentes na condução da narrativa pelo uso de locução em *off*<sup>11</sup> na maioria dos vídeos.

Segundo objeto de estudo, a TV Brasil é uma emissora pública nacional criada em 2007 e gerida pela Empresa Brasileira de Comunicação (EBC) que, desde seu início, estruturou uma programação de cunho nacionalizante e com pretensões de constituir-se como um espaço alternativo à mídia comercial hegemônica. O canal investe em ações de programação diferenciadas como coproduções, editais, aquisição de vídeos e programas de produtores independentes nacionais e relativa participação da sociedade civil (VALENTE, 2009). Principal telejornal da maior emissora pública brasileira, o programa Repórter Brasil assumiu as funções jornalísticas dos extintos Repórter Nacional da NBR<sup>12</sup> e Edição Nacional da TVE Brasil no dia 3 de dezembro de 2007, um dia depois do início das transmissões da TV Brasil. É exibido em duas edições diárias, uma de manhã e outra à noite, de segunda a sábado.

O caráter participativo do programa Repórter Brasil foi construído com a veiculação do quadro “Outro Olhar”, um espaço para a divulgação de vídeos feitos pela sociedade civil. Anunciado como uma marca de diferenciação telejornalística durante o lançamento da

---

<sup>11</sup> Ver glossário.

<sup>12</sup> A TV NBR é um canal voltado para a transmissão de eventos e assuntos ligados exclusivamente ao Poder Executivo do Governo Federal vigente. Se distingue portanto da TV Brasil, que é um canal público com programas de abordagem prioritariamente educativa e com temáticas variadas, voltadas para o público em geral e infanto-juvenil, mas que também aborda projetos do Governo Federal, geralmente através da equipe jornalística.

TV Brasil, o quadro é exibido em geral duas vezes na semana, normalmente na edição noturna, e possui uma área permanente no site do programa. Estreou com o título “Outro Olhar – Jornalismo Participativo”, que se manteve por apenas alguns meses. Nele, são exibidos vídeos geralmente baseados no formato documental ou jornalístico, mas produzidos com formatos variados (entrevistas, institucionais de projetos, relatos de encontros e eventos, campanhas) e equipamentos distintos (câmeras profissionais e semiprofissionais, vídeos de celulares, máquinas fotográficas). Os vídeos são de produtores independentes, pontos de cultura, cooperativas, cidadãos comuns, grupos e movimentos sociais de diferentes partes do país. Mais de 300 produções independentes já foram ao ar no “Outro Olhar”.

Como corpus de análise desse objeto, selecionei o mês de maio de 2011, quando foram exibidos oito vídeos no quadro “Outro Olhar”, por se revelar uma amostragem significativa em comparação a outros meses do mesmo ano (tabela 1), já que a quantidade de exibições do quadro neste mês ficou um pouco acima da média de 6 vídeos/mês. Os títulos dos vídeos, a serem analisados posteriormente, são: “Líderes indígenas”; “À Margem da Memória”; “Orquestra Jovem do Mato Grosso”; “Quilombo São Roque”; “Itu Arte ao vivo”; “Material radioativo”; “Marcha Nacional Contra a Homofobia”; “Massacre da Sé”.

Janeiro - 6 vídeos	Junho - 7 vídeos
Fevereiro - 4 vídeos	Julho - 2 vídeos
Março - 9 vídeos	Agosto - 6 vídeos
Abril - 5 vídeos	Setembro - 8 vídeos
Maio - 8 vídeos	

Tabela 1 – Quantidade de vídeos/mês em 2011 do quadro “Outro Olhar”

E por último, o documentário longa-metragem “A Vida em um Dia” (2011), uma produção americana da Scott Free Productions em parceria com o YouTube, site de vídeos da Google, e o fabricante de eletrônicos LG. Foi criado como um projeto de conteúdo original para comemorar os cinco anos do portal (WATERCUTTER, 2011). O

documentário promoveu uma campanha mundial de geração de vídeos durante o dia 24 de julho de 2010.

A partir do material audiovisual encaminhado ao projeto, o diretor Kevin MacDonald selecionou trechos de quase duzentos produtores<sup>13</sup> para editar os noventa minutos do filme. O filme estreou *online* - disponível para visualização integral e gratuita pelo YouTube estadunidense - e no *Sundance Film Festival* em 2011. Seria, segundo seus produtores, o primeiro filme *crowdsourced*<sup>14</sup>, ou seja, feito com material especialmente produzido e cedido por produtores amadores. Para estimular a participação dos usuários, o filme foi acompanhado por uma tática de divulgação na mídia tradicional em paralelo a ações nas redes sociais. Por este motivo, neste estudo foram analisados também os vídeos da equipe profissional postados no perfil do filme no site YouTube, já que eles são parte integrante da estratégia de participação dos produtores amadores no projeto.

A temporalidade dos três objetos se refere principalmente ao ano de 2011, quando o foco desta pesquisa se tornou mais estruturado. Assim, as quatro edições da revista *Viva Favela* cobrem quatro semestres de publicações, da primeira à nona edição. O mês de maio de 2011 foi selecionado devido à pesquisa para a disciplina lecionada pelo orientador Fernando Resende e a professora da UFRJ Beatriz Becker, porém também abordou um mês sem eventos nacionais de valor noticioso de peso que pudessem priorizar alguma temática específica na mídia. E o documentário foi lançado internacionalmente no início de 2011 e estreou tardiamente no circuito de cinemas brasileiros em abril de 2012.

Creemos que a análise de três produtos factuais de naturezas discursivas distintas como o telejornalismo e o documentário é possível devido ao gênero audiovisual ter uma dualidade que o permite ser reinventado o tempo todo. Para entender como as narrativas audiovisuais se desenvolvem, Bakhtin (1992) nos diz, por meio do termo de

---

<sup>13</sup> Nos caso de “A Vida em um Dia”, buscamos distinguir entre autores e produtores pois a maioria das cenas utilizadas são muito curtas, utilizadas apenas como ilustração temática em sequências que agrupavam imagens de conteúdo similar, diminuindo a perspectiva autoral de um discurso singular. A esses casos, chamamos seus realizadores apenas de produtores.

<sup>14</sup> Ver glossário.

translinguística, que todos os enunciados são constituídos por pedaços de enunciados originados de outros prévios e que também antecipam os que ainda virão (FAIRCLOUGH, 2001). Mesmo implícitos ou incompletos, os assimilamos, por vezes atribuindo sentidos distintos ao contexto original.

Apoiados no conceito de hipertextualidade, podemos compreender como os textos podem transformar obras anteriores e reestruturar os discursos existentes, possivelmente resignificando os gêneros (BECKER, 2010). Por mais que os gêneros possuam regularidades em suas estruturas textuais, isso não quer dizer que elas não podem ser mescladas, reinventando o próprio gênero. Esse não deixa de ser um viés delicado, principalmente considerando a pluralidade do audiovisual contemporâneo.

Embora os modos de produção dos objetos analisados neste estudo possuam poucas similaridades, seus discursos audiovisuais tratam de atributos que se tangenciam ao revelar o jogo discursivo de poder existente entre autores – amadores, semiprofissionais e profissionais, que ora se respaldam ou contradizem tradições institucionais como o jornalismo profissional, e ora alargam as fronteiras do factual pela negociação de diferentes pontos de autoria, como no documentário. Daí a reinvenção constante do gênero audiovisual, no seu incessante diálogo proveniente das relações entre suportes, grupos, indivíduos e a mídia. Devemos, destarte, compreender como as produções simbólicas de sentido se estruturam nas narrativas e o que dizem sobre a participação em si. Nossa hipótese: a reconfiguração da autoria nas narrativas audiovisuais factuais participativas influencia e desestabiliza o próprio processo de participação.

Nessa perspectiva, propomos a seguinte estrutura para o sumário de forma a complexificar gradualmente o desenvolvimento da pesquisa e tentar dar conta das diferenças nas condições particulares de produção de cada objeto. O capítulo I discute a possibilidade de se relacionar autoria, participação e cultura digital com cidadania pelo acesso - pleno ou não - do autor amador ao fluxo industrial de produção audiovisual. A referência teórica para abordar cibercultura será Francisco Rüdiger. Jesus Martín-Barbero e Luis Felipe Miguel nos apoiarão na mediação entre as tecnologias comunicacionais e

seus usos políticos para a cidadania. Autoria será discutida principalmente com Roland Barthes e Michel Foucault e o conceito de Participação com Nico Carpentier e Clay Shirky.

O Capítulo II tem como foco a construção e invenção da legitimidade das equipes profissionais das organizações de mídia pelo questionamento dos seus lugares de fala na relação com as narrativas audiovisuais participativas factuais para a constituição do real. O autor com quem dialogaremos o discurso jornalístico será Marcos Palacios e Jean-Louis Comolli para a narrativa documental. A análise se dará principalmente através da categoria Visualidade, que, segundo Alfredo Vizeu, compreende a opção pelos enquadramentos e a estética videográfica e de navegação *online* que compõem a leitura conjunta de texto e imagem nas narrativas exibidas nos diferentes suportes que compreendem a indústria audiovisual; e da subcategoria Atualidade, analisando a construção de sentidos da realidade pela estrutura do texto e sua relação temporal com os acontecimentos narrados como factuais, apoiados em Mikhail Bakhtin e Beatriz Becker.

O capítulo III analisará como a participação afeta a autoria, isto é, como a tessitura entre participação e autoria do amador se dá a ver em determinadas narrativas audiovisuais do jornalismo e do cinema documental construídas em um ambiente de Multimídia, conceituada como o processo de circulação simultânea de conteúdo em múltiplas plataformas midiáticas, segundo Marcos Palacios. Para analisar os critérios de competências e limitações na participação do autor amador através das mídias eletrônicas, buscaremos nos aliar conceitualmente a autores como Andrew Keen, Vilém Flusser e Nico Carpentier. Entre as referências conceituais para discutir mudanças na configuração da autoria nos apoiaremos na tríplice mimese de Paul Ricouer.

Para estudar a possibilidade de um ciclo no qual os processos de autoria e participação se auto-influenciam, no capítulo IV veremos como as relações entre autores profissionais e amadores se tornam demasiado complexas para terem seus espaços formalmente delimitados no uso de formatos televisivos e cinematográficos através das mídias digitais. Este capítulo aborda também como Interatividade, balizada por Luciana Mielniczuk,

Alex Primo e Francisco Antônio Crocomo, e Qualidade, vista por Nico Carpentier, podem gerar uma transgressão da autoria e do próprio papel do autor nas narrativas audiovisuais de participação.

## 1 AUTORIA E PARTICIPAÇÃO - CULTURA DIGITAL E DEMOCRATIZAÇÃO DAS MÍDIAS AUDIOVISUAIS



*Fonte: A Vida em um Dia*

O crescimento vertiginoso do acesso aos meios de produção eletrônicos nas últimas décadas fez com que as massas consumidoras de mídia conseguissem penetrar com mais influência na esfera comunicacional pública, à medida que aumentava seu poder aquisitivo. Some-se a isso o fato de que a produção audiovisual está se tornando mais acessível a cada ano, com câmeras de qualidade razoável de captação custando a partir de R\$1.000,00. Em 1997, numa entrevista para a revista estadunidense *Wired*, o produtor e diretor de filmes George Lucas disse acreditar que produções audiovisuais de qualidade poderiam ser feitas com equipamentos cada vez mais caseiros (KELLY; PARISI, 2013). Mesmo relativizando esse depoimento, quando tantas pessoas podem ter acesso a equipamentos de vídeo, pressupomos que a colaboração – potencialmente autoral - torna-se não apenas possível, como provável.

O vídeo oferece relativa rapidez e espontaneidade. Clipes podem ser transmitidos instantaneamente pela Internet ou então montados em programas de edição gratuitos que já acompanham quase todos os sistemas operacionais de informática mais usados, podendo, por exemplo, ser produzidos durante eventos específicos e rapidamente divulgados nas redes sociais.

Indivíduos e grupos estabeleceram maneiras alternativas de adquirir informação, inclusive pela criação ou uso de espaços para narrativas que abordassem seus interesses e expressões nas plataformas digitais, fazendo demandas e reivindicando direitos para além dos seus territórios físicos e, no caminho, se fortalecendo enquanto autores de suas próprias narrativas. Grande parte desse processo se deu em função de uma crescente desilusão popular diante das burocracias estatais, partidárias e sindicais, fazendo com que membros organizados da sociedade civil recorressem ao rádio e à televisão para conseguirem o que os organismos oficiais de validação da cidadania não lograram plenamente, como serviços, justiça, reparações e identificação ou simplesmente para terem sua voz ouvida: “Há uma linha que diz que na História Oral vamos dar voz aos depoentes. Ninguém dá voz a ninguém. O máximo possível, ao desenvolver um projeto, é fazer com que essas vozes possam ser escutadas” (FERREIRA, 2006).

A identificação comunitária, necessária a uma atuação cidadã, sofre crescente influência da mídia por esta tentar se consolidar como espaço de discussão de questões públicas nos centros urbanos (MARTÍN-BARBERO, 2001b). De acordo com Thompson (1995), o desenvolvimento dos meios de comunicação destacou tipos de relacionamentos sociais paralelos à tradicional sociabilidade baseada na copresença. Para explorar os tipos de situações interativas criadas pelo uso dos meios de comunicação, este pesquisador os distingue da seguinte forma: “interação face a face”, “interação mediada” e “quase-interação mediada” (1995, p.83). A última se refere às relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação de massa – principalmente a televisão -, implicando uma extensa disponibilidade de conteúdo simbólico e envolvendo também um estreitamento das “deixas simbólicas”, mais ricas quando a interação acontece face a face.

As mensagens da mídia, para ele, adquirem o que pode ser chamado de “elaboração discursiva”: são trabalhadas pelo público como matéria-prima para alimentar a discussão e o debate em uma interação face a face com indivíduos que podem ou não ter participado da “quase-interação mediada” (THOMPSON, 1995, p.83). No caso da TV, o que ela veicula seria potencialmente discutido por indivíduos que - além de possuírem características políticas, sociais e intelectuais díspares - podem ou não ter assistido à programação que originou o debate sobre os temas em questão.

Segundo Dominique Wolton, “a televisão é um fator de identidade cultural e de integração nacional, devido à dupla condição de ser uma televisão assistida por todas as classes sociais e de ser um espelho da identidade nacional” (1996, p.157). A analogia de Wolton com o espelho, por sua vez, poderia ser incrementada pelo que Sodr e chama de “astúcia do vídeo” (2004), oferecendo uma distra o fácil na qual o conhecimento emanado pela televisão consiste em um “saber comum” no qual o espetáculo vai ao espectador.

Sodr e argumenta que, depois de algum tempo, a televisão e seu público acabam confundindo-se, pois uma das matérias-primas para as narrativas televisivas são as representa es sociais (2001). Na fronteira do individual com o social, essas

representações incorporam conteúdos realistas e imaginários na dinâmica político-comunicativa entre indivíduos, grupos e organizações de mídia.

Neste contexto, o surgimento da Internet, mais do que uma simples ferramenta de trabalho ou distração, lançou as bases de uma reconfiguração política, econômica e cultural, o que alguns teóricos chamaram de Sociedade da Informação (POLIZELLI; OZAKI, 2007). Efetivamente, apesar de a noção de Sociedade da Informação evocar o conceito de globalização (MEDINA, 2007), a uniformidade de culturas e comportamentos não constitui uma consequência inevitável. Podemos analisar esta questão nos referindo à ideia de globalização, que implica, na sua faceta mais forte, uma certa homogeneização dos mecanismos de apropriação simbólica. Mesmo a serviço de interesses corporativos ou institucionais em maior ou menor grau, contudo, as mídias digitais não podem ir ao outro extremo e serem porta-vozes da maioria das demandas públicas.

Pesquisas mostram que o consumo de Internet vem crescendo a cada ano, rivalizando com a TV. De acordo com terceira edição da pesquisa "O Futuro da Mídia"<sup>15</sup> (TELA VIVA, 2009), que, pela primeira vez, incluiu o Brasil no quadro de países participantes, junto com Estados Unidos, Japão, Alemanha e Grã-Bretanha, os entrevistados passaram três vezes mais tempo por semana conectados à Internet do que assistindo televisão. O estudo diz ainda que o Brasil apresenta crescimento em termos de consumo de mídia eletrônica, com gasto de 82 horas por semana na utilização de diversas tecnologias midiáticas. Já o número de pessoas com acesso à Internet em qualquer ambiente - domicílios, trabalho, escolas, *LAN houses*, entre outros - chegou a 83,4 milhões no segundo trimestre de 2012, de acordo com investigação do Ibope Nielsen Online (TELA VIVA, 2012).

Pelo crescente número de usuários e também por conta do baixo custo ou até gratuidade, a Internet parece atrair parte da sociedade civil organizada para distribuição do seu conteúdo, algumas vezes contando com o apoio das ferramentas de compartilhamento nas

---

<sup>15</sup> No Brasil, foram ouvidas 1.022 pessoas, com idades entre 14 e 75 anos.

redes sociais e de blogueiros influentes. Um desafio para os videoativistas é a transição da simples documentação de mobilizações para a elaboração de narrativas autorais mais complexas, relacionando os diferentes atores envolvidos em possíveis resoluções de demandas sociais pelo uso do vídeo, em vez de apenas divulgar manifestações públicas da sociedade civil. Muitas instituições também estreitam suas relações com as organizações de mídia ao investirem em pesquisa e se especializarem em certos assuntos (SILVA, 2010), estimulando um sentido inverso, ao serem procuradas por profissionais da mídia, eventualmente prestando consultorias pagas.

Observamos, porém, que parte dos *vlogs* (ou vídeo *blogs*) de maior destaque na página inicial do YouTube em geral se dedica à divulgação de fragmentos de informação ou replicação de conteúdo previamente divulgado pelo jornalismo hegemônico, com pouca evidência para os vídeos com comentários críticos. Por esse motivo, o termo Videoativismo nos pareceu inadequado para analisar produtos midiáticos que pretendem dialogar com a participação do público, mas que nascem dentro da lógica de produção e exibição de um grupo de comunicação massivo como, por exemplo, sites jornalísticos, programas de TV e documentários para o cinema.

Na Internet e na TV, indagamos se os vídeos de produção original que se dedicam à apuração e formulação de conteúdos analíticos também originais poderiam ser vistos como jornalismo participativo, isto é, um instrumento para cidadãos na produção própria de conteúdo autoral – quer dizer, por meio de um discurso singular de ordenamento de mundo - em sites de opinião, em comunidades jornalísticas virtuais, fóruns e sistemas de publicação colaborativa, entre outros. Contudo, quando acolhidos e reexibidos dentro de um produto midiático como os programas jornalísticos da TV aberta, geralmente tornam-se enquadrados e categorizados em um processo de produção de informação construído em uma concepção histórica linear própria do espaço público moderno (RESENDE, 2005). Nas dicotomias entre a produção profissional e amadora, mesmo assimétricas e longe de serem lugares absolutos, talvez seja possível questionar o papel de *gatekeeper* dos grupos midiáticos profissionais no controle autoral das narrativas produzidas pelo público (BOWMAN; WILLIS, 2003) por meio da apropriação das tecnologias digitais.

O termo jornalismo participativo (GILLMOR, 2004) descreve o conteúdo e a customização de um processo colaborativo de produção autoral, seja entre cidadãos e organizações da sociedade civil ou entre indivíduos e empresas midiáticas. Vemos o jornalismo participativo como um fenômeno emergente que inverte a lógica de produção de notícias – da sociedade civil para a mídia –, no qual haveria limitada supervisão editorial ou formalização no processo de trabalho. Propomos que o jornalismo participativo possa ser encarado como uma tentativa de diálogos - simultâneos ou intermitentes - entre diferentes atores no uso das ferramentas disponibilizadas pelos suportes virtuais que rapidamente surgem ou se atrofiam, conforme o interesse que geram nos usuários.

Contudo, o jornalismo participativo não se trata de uma via dupla para a livre construção de notícias. Enquanto as instituições midiáticas profissionais aparentam encorajar a participação dos seus consumidores, elas ainda mantêm um considerável controle autoral por meio da proposição de agendas e temas, escolha dos participantes e moderação dos comentários. Em certo sentido, ao invés da perspectiva participativa colocar mais ênfase na divulgação de narrativas produzidas por usuários que poderiam – de forma mais ou menos assimétrica - inovar na maneira de relatar acontecimentos, nos questionamos em que medida as organizações de mídia audiovisual seguem na manutenção de um modelo de poder que filtra e ordena a circulação da informação em contraposição a um espaço de comunicação que possa potencializar a relação das diferenças sobre nossos modos de estar no mundo (FLUSSER, 2008). Estes desencontros nos indicam que devemos nos distanciar do jornalismo tradicional como um lugar estático e sedimentado de abordar o real e nos aproximar do conceito de factualidade – termo que Bakhtin denomina como uma “atualidade que se impõe” (1992, p.147) - como uma estratégia que poderia se conectar com a perspectiva de mudança nos processos de produção e conteúdos discursivos que constroem a realidade por meio da mídia audiovisual.

De outra natureza discursiva na abordagem da factualidade, a análise da narrativa documental<sup>16</sup> nos orienta para o pressuposto de que não existe método ou técnica específica que assegure uma captação verossímil da realidade (COMOLLI, 2008). O trabalho autoral do documentarista está na seleção e na composição de seus relatos e argumentos com o que foi captado pela câmera. Não se pode fugir à subjetividade. O documentário é uma expressão autoral particular de cada diretor sobre determinada temática. Contudo, pensamos que a diferença do documentário está na narrativa que é tecida entre o mundo acontecido e o apresentado por quem ordena o discurso como sendo um retrato do real, principalmente quando o mesmo ordenamento encontra-se distribuído em múltiplas mídias consumidas de forma simultânea e, por vezes, complementar. O discurso aqui pode ser compreendido como uma estruturação que articula diferentes elementos e cujo significado muda pela própria articulação (LACLAU; MOUFFE, 1985).

Por mais que artifícios tecnológicos possam aparentar uma diminuição do ordenamento do discurso promovido pelo diretor – como a ferramenta de exibição aleatória de cenas presentes nos DVDs dos filmes dirigidos por Eduardo Coutinho<sup>17</sup> ou a edição de cenas por amadores a partir de um material bruto em comum como no documentário canadense “RIP: A Remix Manifesto” (GAYLOR, 2009) –, estes subprodutos não possuem a potência simbólica da versão original e oficial lançada massivamente no circuito cinematográfico. Coutinho, aliás, sempre ressaltou que a verdade está no encontro entre o realizador com o entrevistado. Em “Edifício Master” e “Jogo de Cena”, personagens flertam de maneira declarada ou não com a mentira<sup>18</sup>, mas que não deixam de configurar atos de verdades sobre o que há de mais humano nas relações reveladas pelas narrativas factuais.

Quem se sabe filmado, termina sempre por encenar uma imagem de si para o diretor ou repórter poder, na edição, reconstruir o acontecido, constituindo um jogo de autorias em que um depende do outro para contar a sua história. A dependência autoral também se

---

<sup>16</sup> Abordagem de um dos objetos a serem analisados por este estudo: documentário longa-metragem “A Vida em um Dia” (2011).

<sup>17</sup> Ferramenta presente nos lançamentos em DVD de Coutinho desde “Edifício Master” (2002).

<sup>18</sup> Em “Edifício Master”, destaque para a jovem Alessandra que assume mentir com frequência. E em “Jogo de Cena” (2007), para as atrizes conhecidas e desconhecidas que encenam histórias de outras mulheres.

destaca no caso de “A Vida em um Dia”, já que a produção das narrativas amadoras só se realizou por uma chamada promovida pelo projeto no YouTube, elas foram selecionadas por critérios subjetivos ocultos e foram reordenadas com outras narrativas sob orientação da equipe profissional na montagem final do documentário. Assim, vale refletirmos sobre a forma como o público conseguiria então, numa referência à tríplice mimese de Ricoeur (1994), retomar este tecer autoral multimidializado utilizando o seu repertório discursivo sobre o mundo:

(...) todo ‘produto audiovisual’ é mais um ‘ser’ de linguagem; é um objeto (assim como todo objeto de arte é, antes de tudo, um objeto), e, portanto, nenhum documentário se reduz a uma representação do mundo – sua reprodução imagética e sonora, seu duplo ou cópia -, bem como não traz um conhecimento maior ou melhor sobre este mundo. Tal como uma sociedade, uma manifestação cultural, um evento histórico, um pensamento crítico, um mito, o documentário só pode ser apreendido numa análise de sua rede (no sentido dado por Bruno Latour) que é ao mesmo tempo técnica, sociopolítica e discursiva (COMOLLI, 2008, p.38).

Entretanto, entendemos que uma análise dessas questões dividida por setores econômicos ou por suportes midiáticos nos parece demasiado limitada. Nenhuma das instâncias sociais é totalmente coesa e una, ainda mais quando a sociedade civil - especialmente a urbana - encontra-se cada vez mais fragmentada em grupos com diferentes estilos de vida e de consumo, tendo alguns deles, inclusive, mais acesso aos modos de produção de conteúdos nos meios digitais. Além disso, governo, empresas e grupos civis não estão isolados, como se somente estabelecessem relações por meio da mídia. Na fluidez das negociações que estabelecemos no cotidiano com as organizações sociais e com a mídia, compreendemos que o cerne desta investigação acadêmica está em olharmos de maneira menos transversal para os modelos de relações que surgem dos discursos produzidos nesses encontros e desencontros entre autores, aqui inicialmente classificados como profissionais e amadores para facilitar contrapontos e distinções nas posições de poder.

Por engendrarem a produção simbólica de sentidos, os meios de comunicação apresentam uma crescente relevância política neste contexto, devido à dupla mediação que promovem: a mediação do discurso político e da construção da realidade. Hoje, o acesso do público a um determinado acontecimento depende, muitas vezes, de sua veiculação

pela mídia. Tal processo faz com que pese sobre os meios de comunicação, em especial os veículos jornalísticos, um elemento crítico na disputa política que é “a criação de sentido: a construção de crenças sobre o significado de eventos, de problemas, de crises, de mudanças políticas e de líderes” (EDELMAN, 1985, p.10).

Além da busca das equipes jornalísticas profissionais por eventos que tenham um caráter noticioso, entidades da sociedade civil também tentam obter a atenção dos meios de comunicação para as suas demandas, o que faz com que diversos acontecimentos tendam a assumir a forma daquilo que Daniel Boorstin chamou de “pseudo eventos” (1964), ou seja, eventos planejados para se tornarem notícia. Isto nos leva a pensar sobre o possível uso de estratégias políticas como critérios para a produção jornalística hegemônica, como por exemplo a personalização dos movimentos coletivos e a preferência por ações de caráter espetacular em detrimento do acompanhamento de casos de valor noticioso a longo prazo ou da valorização de perspectivas plurais coexistentes na sociedade. A forma do discurso político também é afetada. Sob o predomínio dos meios eletrônicos, ele se torna mais imagético, mais fragmentário, mais intimista e mais difuso (MIGUEL, 1998).

Por mais que haja um debate sobre se e como os meios eletrônicos poderiam afetar positivamente a participação política, eles configuram espaços para discussões acerca do papel das mídias digitais no cenário democrático. No entanto, a visão da participação como deliberação de temas políticos pela interação entre membros da sociedade civil também apresenta limitações. Outros modelos de comunicação participativa devem ser examinados para termos um entendimento da complexidade destas relações.

Por vezes os conceitos de engajamento (MORAES, 2007; HARVEY, 2005) e participação (PATEMAN, 1970; CARPENTIER, 2011b; JENKINS, 2009a) são usados como sinônimos em um contexto político, mas é interessante vê-los como distintos. O engajamento, em geral, envolve estados subjetivos, isto é, o engajamento indica uma atenção mobilizada e focada sobre algum objeto, como se fosse um tipo de pré-requisito para a participação. Participar politicamente pressupõe algum grau de engajamento. Para

o engajamento se corporificar em participação que signifique um agenciamento político, é preciso que os estados subjetivos que expressam o engajamento se conectem com situações práticas e exequíveis, nas quais os cidadãos possam se sentir empoderados. O engajamento é, em certo sentido, uma potência que precisa se realizar no curto prazo.

Nesse contexto, a mídia jornalística é especialmente importante, já que ela se torna, de maneira direta ou indireta, uma fonte essencial no fornecimento dos estímulos cognitivos para que o público se torne mais ou menos engajado em suas escolhas políticas. Não há como negar, contudo, que a equipe profissional segue detendo o controle autoral sobre a maior parte dos conteúdos que circulam na mídia massiva. O que os meios de informação veiculam ou deixam de veicular é significativo do ponto de vista da percepção da realidade social que estará disponível para seus consumidores: “O poder de decisão continua centrado em um profissional, ou equipe, que estabelece o que deve ser feito e como, ou decide sobre o que se encaixa nos padrões preestabelecidos” (CANNITO, 2010, p.185). Tal procedimento pode ser notado no caso do quadro “Outro Olhar”, no qual os critérios de escolha de tema e seleção do material enviado não são esclarecidos ao público. Entretanto, a criação também pode se construir colaborativa e coletivamente:

(...) o coletivo demanda discussão ampla durante o processo de criação, o qual não se encerra enquanto não houver entendimento ou consenso. Nesse caso, portanto, a democratização vai além da estética final do produto e do acesso aos equipamentos ideais, explorando também o poder criativo dos participantes durante todo o processo (CANNITO, 2010, p.186).

Por mais que o pensamento de Cannito descreva um processo idealizado de criação coletiva, sabemos que a presença de um editor – em praticamente todas as redações tidas com credibilidade - delimita parâmetros na discussão da pauta e na estruturação do discurso jornalístico. Um exemplo que busca equilíbrio na perspectiva colaborativa no jornalismo está na metodologia da Redação Virtual da Revista Viva Favela, em que ferramentas *online*, como o fórum de discussões e o chat, são usados de maneira a agregar colaborações de qualquer usuário cadastrado interessado em se aproximar do processo jornalístico ou até, eventualmente, se tornar um colaborador, atuando como repórter textual, fotográfico ou videasta. Entretanto, nos perguntamos em que medida este

processo, visto em uma perspectiva mais ampla, poderia também engendrar negociações sociopolíticas entre os integrantes do processo comunicativo.

### CONSUMO MIDIÁTICO E AGENDAMENTO POLÍTICO

A consolidação das plataformas digitais de distribuição de mídia, aliada ao aumento vertiginoso do acesso aos meios de produção eletrônicos nas últimas décadas, possibilitou que grupos sociais ligados a organizações civis conseguissem ter mais influência – mesmo que parcial - na esfera comunicacional pública. Com o barateamento dos equipamentos, muitos estabeleceram formas paralelas de disseminação de informações por meio da criação e produção de narrativas que abordam suas demandas políticas para além do seu espaço físico direto de atuação social.

Um elemento relevante para se compreender a centralidade política dos meios de comunicação é a mediação que eles estabelecem em relação à própria realidade. Na atualidade, pode-se dizer que boa parte da capacidade de disseminação de representações da realidade social está concentrada na mídia. Do conjunto inesgotável de eventos, banais ou extraordinários, que ocorrem todos os dias, os jornalistas elegem um pequeno número que se transforma em notícia e ao qual concedem ampla circulação. Fora do seu círculo direto de relações pessoais e profissionais, o cidadão comum praticamente só possui acesso aos eventos que passaram por este filtro e, sobre tais eventos, ele tem acesso apenas aos aspectos que foram considerados dignos de veiculação pela equipe profissional.

Os conteúdos simbólicos presentes na produção artística, cultural e de entretenimento também contribuem para moldar valores e visões de mundo (APPADURAI, 2008) e sofrem, na maior parte dos casos, a mediação dos diferentes tipos de mídia. Não se trata de uma relação de mão única, em que os meios de comunicação despejam conteúdos que são absorvidos passivamente por leitores, ouvintes e espectadores “teleguiados” (ECHEVERRÍA, 1994): o consumidor seleciona, interpreta e enquadra a informação recebida de acordo com os códigos que possui. No entanto, a ênfase no papel ativo do consumidor de informação é tão redutora quanto o discurso acadêmico hegemônico

anterior. Este processo é complexo pois, ainda que ele reelabore as informações, a matéria-prima com a qual precisa trabalhar é dada pelos meios, e os códigos culturais que manipula são produzidos num ambiente social em que a presença da mídia é significativa. Mas há também outros atores sociais participando neste jogo simbólico de criação de sentidos.

Alguns estudos (SAMPEDRO; JEREZ; LÓPEZ, 2002; MIGUEL, 2002) interpretam as estratégias de uso dos meios de comunicação pelas organizações da sociedade civil como estímulo à discussão, no espaço público, dos interesses e demandas de entidades políticas, associações cívicas e movimentos sociais. Contudo, nos indagamos se o uso de recursos de informação - dados ou conhecimento - se traduz em um incremento na participação sociopolítica na sociedade, aprimorando o sistema político ou aumentando o interesse pela política. O simples fato de se assistir a vídeos de conteúdo político como, por exemplo, o vídeo “Pacificação?!<sup>19</sup>” da Revista Viva Favela; a cena do *video-chat*<sup>20</sup> entre o soldado estadunidense em combate na Ásia e sua esposa nos EUA, em “A Vida em um Dia”; e os vídeos de mobilização de grupos da sociedade civil em “Material Radioativo<sup>21</sup>” e “Líderes Indígenas<sup>22</sup>” no “Outro Olhar” - não representa em si uma atuação política (GOMES, 2011). Tal questão nos faz repensar como a representação dos movimentos, suas estratégias de mobilização, suas demandas e protestos se estruturam pelas práticas discursivas presentes na esfera midiática.

Admitindo que informações que contextualizem o momento presente numa perspectiva sociocultural sejam um suporte político estratégico à ação dos atores sociais, devemos analisar como a mídia poderia ser considerada uma mediadora das relações sociais de poder e talvez do próprio agendamento político do público. A hipótese de agendamento baseia-se no seguinte pressuposto: por meio de um fluxo contínuo de informações, os meios de comunicação influenciariam ideologicamente seus consumidores a médio e longo prazos (HOHLFELDT, 1997). A mídia agendaria determinados assuntos que

---

<sup>19</sup> Vídeo cuja narrativa questiona a política de atuação das UPPs no Rio de Janeiro.

<sup>20</sup> Ver glossário.

<sup>21</sup> Vídeo que mostra um protesto de moradores de uma cidade na Bahia contra a chegada de caminhões com resíduos radioativos.

<sup>22</sup> Vídeo apresenta o encontro em Brasília de algumas lideranças indígenas e suas demandas.

passariam a figurar entre as preocupações do público. A agenda da mídia pode se constituir também na agenda individual e até mesmo na de grupos sociais:

Abordagens mais recentes, como a hipótese de *agenda setting*, dialogando com as teorias da construção social da realidade, desfazem a ideia dos determinismos rígidos e cadeias causais delimitadas, indicando a atuação da mídia no estabelecimento da pauta e na criação de um entorno cognitivo. O receptor, no entanto, continua agendado pela mídia, falando sobre o que ela propõe e pensando através das molduras por ela construídas. (FRANÇA, 2006, p.64).

O agendamento ideológico atuaria dentro do que Featherstone conceitua como “cultura de consumo” (1995, p.31), um sistema capitalista de expansão de produtos em forma de mídia, passíveis de serem distribuídos e consumidos no cotidiano. Porém, estamos tratando também de estilos de consumo desiguais, vividos em grupos econômica e culturalmente distintos, ressaltando “o fato de que as pessoas usam as mercadorias de forma a criar vínculos ou estabelecer distinções sociais” (FEATHERSTONE, 1995, p.31).

Compreendida por Jameson (1984) como uma atitude pós-moderna, o estabelecimento de uma cultura superpovoada por signos e mensagens supostamente nos levaria à situação de que “é possível dizer que tudo na vida social tornou-se cultural” (JAMESON, 1984, p.87). O consumo também pode ser analisado como um lugar em que os conflitos entre grupos sociais seriam reforçados por meio da distribuição e da apropriação de bens e sentidos, inclusive pelas narrativas da mídia:

Na sociedade de consumo avançada, o ato de consumir não envolve necessariamente uma troca econômica. Consumimos com os olhos, absorvendo produtos com o olhar cada vez que empurramos um carrinho pelos corredores de um supermercado, assistimos à televisão ou dirigimos ao longo de uma rodovia pontuada por logotipos. O consumo ‘áudio e visual’ é de tal forma parte de nosso panorama cotidiano que não nos damos conta dos significados inscritos em tais procedimentos (WILLIS, 1997, p.44).

Complexificando esta abordagem, podemos pensar na coexistência de um outro fluxo de influência, no qual a sociedade civil, por meio de diversas estratégias, tenta pautar suas questões no espaço midiático, seja de maneira periódica ou quando um tema ganhe destaque – independente do motivo - na grande cobertura jornalística daquele momento,

podendo revelar ao público uma multiplicidade de vieses sobre uma mesma pauta (SILVA, 2010). Em outras palavras, seria uma influência nos cargos de decisão da mídia sobre qual tema ou perspectiva deveriam ser abordados como notícia ou foco de um produto midiático, o que também não deixa de ser uma negociação sobre quais autorias circulam através da e com a mídia massiva. Tais processos possivelmente ocorrem de forma desigual, seja pelo agendamento político interno das equipes profissionais dos veículos ou até pela parceria entre organizações midiáticas e instituições da sociedade civil, em maior ou menor grau:

A busca pela atenção da mídia favorece as atividades mais vistosas, de preferência concentradas num único lugar e esporádicas, em detrimento de um trabalho mais cotidiano e especialmente disperso. Favorece também a personalização de movimentos coletivos. São, sobretudo, características da televisão, que exige uma ancoragem visual para os assuntos de que trata (MIGUEL, 2002, p.172).

O fato ou evento social pode constituir um acontecimento relevante ou não conforme o peso atribuído pela mídia por meio de diferentes elementos presentes no processo de construção da notícia: destaque na diagramação ou na escalada<sup>23</sup> do telejornal, uso de arte gráfica, número de entrevistas com variedade de perfis e perspectivas, entre outros. Ao apresentar um fato, entendido como uma ação física acontecida de suposto valor noticioso, a mídia também interpretaria e avaliaria a sua importância, conforme a sua lógica e interesses institucionais da organização. Destarte, informar o leitor/ouvinte/espectador significa prepará-lo não só para entender e reconhecer os valores e marcas estéticas de determinado discurso - imbuído tanto de resistências quanto de dominâncias -, mas também estimulá-lo a construir a sua própria expressão autoral sobre o real.

Há de se considerar a influência hegemônica da mídia na formação da opinião, dos desejos, atitudes, valores, comportamentos e da subjetividade. Contudo, as interpretações e relações estimuladas pelos processos midiáticos não são unívocas e generalizantes, estando minimamente relacionadas e condicionadas, inclusive, pelas histórias individuais e culturais do grupo e da classe social à qual pertencem ou se identificam os

---

<sup>23</sup> Ver glossário.

consumidores. Em outras palavras, o público não adquire ou absorve mecanicamente e de forma homogênea informações, valores e costumes midiáticos. Alguns estudos (FRANÇA, 2006; HALL, 2003) salientam que a apropriação dos produtos da mídia são processos sociais complexos nos quais os indivíduos dão sentido às mensagens de uma forma ativa, adotando-as de maneira diversa e usando-as em estratégias diferentes no curso de suas vidas:

Ao desenvolver práticas que articulem diferenças em uma vontade coletiva ou ao gerar discursos que condensem uma gama de conotações, as condições dispersas das práticas dos diferentes grupos sociais podem ser efetivamente aproximadas, de modo a transformar essas forças sociais não em uma simples classe ‘em si mesma’, definida por outras relações sobre as quais ela não tem controle, mas também em uma classe capaz de interferir enquanto força histórica, uma classe ‘por si mesma’ capaz de estabelecer novos projetos coletivos (HALL, 2003, p.159).

O conceito de contrato de leitura, proposto por Eliseo Verón em seus trabalhos com mídia impressa, considera não só os modos de dizer ou mostrar, mas também a recepção, que ele prefere chamar de "efeito de reconhecimento" (VERÓN, 1978). Criar um efeito de reconhecimento seria estabelecer uma cumplicidade cultural do autor com o leitor/espectador. Ademais, entendemos que o trabalho de leitura produz sentidos e, como tal, é ideológico e produz poder de forma desigual.

## MÍDIA E IDEOLOGIA

A esta altura, é possível dizermos que a disputa de poder seria intrínseca ao processo comunicacional, mas não é facilmente identificável, não sendo em nenhum momento óbvia para os participantes: “Sabemos que cada palavra se apresenta como uma arena em miniatura onde se entrecruzam e lutam os valores sociais de orientação contraditória” (BAKHTIN, 1997, p.66). O ideológico e o poder não ficariam restritos à esfera da produção-circulação-consumo: eles estariam entrelaçados em todo processo comunicativo. Um movimento contínuo, em que um só se realiza em contato com o outro no interior do mesmo discurso:

(...) na produção o enunciador, consciente ou inconscientemente embute a voz do enunciatário, se no ato da leitura, do reconhecimento o leitor está produzindo discurso é porque este movimento dialético de posição, negação, negação da negação, se efetiva no interior mesmo do discurso. Se é assim, *ideológico e poder* (grifo do autor) participam também deste movimento atomizado, trocando de posição no conflito, que se realiza no corpo discursivo,

tornando-se difícil ou mesmo impossível localizá-los nesta ou naquela esfera (MAGALHÃES, 1998, p.51).

Se a ideologia é a tentativa, por seleção e combinação, de fixar significados por meio de uma cadeia de equivalências (HALL, 2003), ela pode ser encontrada pela interpretação de determinadas marcas discursivas com o intuito de revelar as condições sociais de produção de sentidos nos discursos. Porém, não é fácil interpretar uma marca como ideológica, pois às vezes ela somente chega a esta condição por meio de numerosos embates discursivos assimétricos em busca por consenso, recombina-se de modo a ressaltar alguns códigos e elementos e a desmerecer outros, seja no conteúdo ou na forma, pois ambos são indissociáveis ao gerarem sentidos.

Seria necessário que os interlocutores presentes na cadeia comunicativa também possuíssem certo repertório ideológico prévio que lhes permitisse reconhecer e hierarquizar determinadas marcas discursivas. É nessas pelejas simbólicas que se estabelecem e se reiteram as hierarquias entre os discursos e autorias reconhecidos como hegemônicos e os alternativos. A estratégia de manutenção do poder discursivo (FAIRCLOUGH, 2001) estaria tanto na dimensão analítica - que permite que ele flua entre a esfera pública e a privada travestido como produtos midiáticos, jurídicos, educativos, religiosos, estatais, econômicos ou sociais (PINTO, 1999), como na dimensão concreta - ao ser distribuída e reiterada pelas instituições que habitam esses espaços para moldar relações de dominação e ordens discursivas. No entanto, discordamos de Fairclough quando ele diz que é possível a alguns indivíduos transcender as relações de classe, gênero e grupo e, assim, transcender a ideologia (2001), porque mesmo esse deslizamento social sem fixação a determinados coletivos não exclui o sujeito de ter que estabelecer relações institucionais - mesmo que temporárias - com os diferentes aparelhos culturais, sejam eles físicos ou virtuais.

Tal embate discursivo entre o fixo e o dinâmico nos permite uma relativa analogia com a hipótese das estruturas comunicativas de Flusser (BERNARDO; FINGER; GULDIN, 2008), ao discutir os conceitos de “fidelidade” - que pretende suprimir o ruído presente na emissão da mensagem que potencialmente alteraria a intenção original da informação

a ser transmitida; e “progressão” - que transforma os destinatários das mensagens em futuros remetentes, permitindo que elas possam emergir em contextos sociohistóricos e por meio de perspectivas criativas renovadas pelo diálogo.

Porém, estes dois conceitos são, em certa medida, contraditórios. A questão que surge é como desenvolver uma estrutura de comunicação que possibilite a coexistência de ambos numa mesma mensagem. Flusser vê neste conflito um enredamento essencialmente político, no qual intenção e decisão são elementos com os quais os atores envolvidos terão que lidar para dar continuidade ao processo comunicativo: “Discursos, então, são em si mesmos ambíguos: eles possuem tanto uma dimensão de preservação e conservação quanto um potencial dinâmico de inovação” (BERNARDO; FINGER; GULDIN, 2008, p.89).

A imagem nos parece ser uma possível ponte que permitiria a esse tipo de negociação se tornar mais frequente (FLUSSER, 2008). Em vez de simplesmente serem um suporte para troca de informação - uma prática em processo de entropia -, as imagens mediarão a criação, geralmente negociada, de novas informações entre indivíduos fisicamente dispersos, alocadas em seus discursos. Ao pensarmos as imagens como um lugar de disputas por sentido, reproduzindo conflitos de interesses entre produtores e consumidores de *commodities* culturais (CARPENTIER, 2011b), dialogamos com John Fiske (2002) quando ele enfatiza os aspectos sociais e negociáveis do sentido, que é interpretado como contestável e instável, sempre suscetível à reinterpretação. Segundo Fiske, intertextualidade na TV se refere ao banco de imagens icônicas de cada cultura. Não há necessidade dos espectadores terem familiaridade com os textos similares ou específicos para lerem a intertextualidade. Ela pré-orienta os leitores a explorarem a polissemia da TV por ativar os textos priorizando certos sentidos em detrimento de outros.

As relações intertextuais nos revelam pistas sobre as produções que cada cultura promove a partir destes textos. A intertextualidade horizontal (FISKE, 2002) se refere a conexões que podem ser estabelecidas entre textos primários, isto é, diferentes gêneros

audiovisuais. Por exemplo, filmes de ficção que abordam governos corruptos em países subdesenvolvidos dialogariam com reportagens de telejornais que retratam essas características.

O gênero audiovisual pode ser compreendido como uma estrutura similar que aplica um certo ordenamento a diferentes textos e sentidos que circulam em cada cultura. Por exemplo, vários programas de televisão são claramente encaixados em gêneros audiovisuais como *reality-shows*, programas de auditório, novelas e séries de comédia, entre outros. Estas similaridades levaram a ideia de que os programas de TV seguem uma fórmula de formato, que se consolidou no reconhecimento de perfis de público e um mercado para os anunciantes que buscam consumidores com interesses compartilhados. Tais medidas são em parte justificadas pelo alto custo da produção audiovisual comercial e a imprevisibilidade do mercado cultural.

Fiske (2002) nos diz que os gêneros audiovisuais são intertextuais ou até pré-textuais, pois eles criam uma rede de convenções industriais, ideológicas e institucionais que são compartilhadas entre autores e a audiência por meio da produção e da leitura de produtos da mídia dentro de um contexto histórico e cultural. Contudo, essas convenções podem ser alteradas a cada exemplo inovador produzido. Isso se encaixa no modelo de mercado cultural já que, devido à imprevisibilidade da audiência, pequenas mudanças em um gênero ou até o hibridismo entre eles diminuem as chances de fracasso comercial. O gênero fortalece o conceito dos produtos culturais como *commodity*, pois eles de um lado evocam a padronização e a familiaridade e, por outro, a diferenciação (FISKE, 2002).

Em teoria, qualquer texto não se refere à realidade, mas sim a textos e autores anteriores que circulam na cultura e seguem - em parte - produzindo sentidos, inclusive do real (BARTHES, 2004). Os códigos presentes nos textos formam pontes, construindo sentidos sobre o mundo que vemos e que nos é mostrado. Nessa ótica, a própria realidade poderia ser compreendida como intertextual, pois ela só existe nas interrelações que uma cultura escreve, fala e visualiza sobre ela (FISKE, 2002).

Por correlação, os produtos audiovisuais talvez possam ser compreendidos por suas interrelações com outros produtos, e não somente com o real. Alguns gêneros também são enfatizados no audiovisual factual ao se relacionarem com certos eventos: o encontro entre políticos, o evento cultural, a denúncia, o desastre, o teste. A cada nova reportagem ou documentário, as fronteiras dos gêneros audiovisuais podem se expandir – ou não. As imagens exibidas nessas narrativas também se relacionam com outras anteriores, não fixando sentidos de forma permanente para além do seu próprio universo imagético, formando uma cadeia intertextual. Os telejornais, por exemplo, constituem um mosaico de imagens sobre pessoas da elite, violência e imprevisibilidades da natureza. A leitura destes códigos, porém, pode apresentar momentos eventuais de fixação de sentidos.

A intertextualidade vertical (FISKE, 2002) se configura nas relações de textos primários com outros que se referem especificamente a eles, formando textos secundários, como a crítica ou a publicidade. Eles selecionam os sentidos do texto primário que irão promover. Já os textos terciários são criados na leitura do espectador por meio de suas relações sociais, com outros indivíduos, formando uma coletividade, e/ou com as organizações de mídia.

Analisar essas três categorias de textos e como elas se relacionam verticalmente nos dá uma perspectiva dos sentidos em circulação num determinado contexto. A polissemia do meio indica como os textos primários podem ser articulados a outros na acepção sugerida por Hall (1986), em que significa fala e ligação. A leitura dos textos secundários e terciários nos orienta sobre como o texto primário se articula de distintas maneiras com a cultura geral e as subculturas de consumo. Destarte, seria possível realçar quais sentidos são priorizados pelos textos primários e como eles impõem uma relação de dominação e subordinação nessas culturas (FISKE, 2002).

Com a crescente multimídiaalidade dos produtos audiovisuais nos meios digitais, surgem indícios de que os diferentes suportes se influenciam mutuamente, possibilitando mudanças nas características do gênero por meio dos textos primários, secundários e terciários. Como exemplo, o impacto do YouTube sobre a publicidade em alguns gêneros

audiovisuais, com o aumento dos *merchandisings*<sup>24</sup> durante alguns programas factuais (como no caso do CQC, exibido pela Band) e de ficção (nas novelas e séries) é um sinal da circularidade textual sobre os gêneros audiovisuais presentes de forma quase simultânea em distintos suportes de mídia.

Em exemplos como as recentes produções de longa duração exibidas na faixa de programação “GloboNews Documentário”<sup>25</sup> e a cena da tragédia da Loveparade captada com múltiplos celulares no “A Vida em um Dia”, podemos pensar que existe também uma influência mútua entre jornalismo e documentário enquanto abordagens e espaços que, em distintas lógicas de produção e distribuição, dialogam com os acontecimentos ao alcance de quem possui uma câmera, independente da qualidade técnica ou formação para o audiovisual. Ao observarmos a ligação entre a produção e os usos que a audiência faz das narrativas, compreendemos que o poder simbólico está presente na produção, no consumo e na interpretação dos interesses das organizações de mídia. Consumir imagens – em especial nas mídias eletrônicas - é um processo complexo, pois as narrativas que elas engendram são produzidas a partir de um conjunto específico de sentidos que atendem às demandas institucionais e/ou comerciais das organizações midiáticas e também são distribuídos massivamente de modo a tornarem-se socialmente negociados e acordados. E o consumo não ocorre somente pela aquisição de materiais e valores, mas também de signos (JAMESON, 1981).

Os produtores de mídia, segundo Hall (2006), inserem nas narrativas produzidas um certo ponto de vista, configurando uma codificação. Os leitores de mídia, por sua vez, podem perceber outras perspectivas pelo processo da decodificação, resultando em três tipos de sentidos: um dominante (perceptível pela maioria do público por estar em destaque na narrativa), um negociável (ativado pela subjetividade individual de cada espectador) e um sentido oposicional (no qual o indivíduo discorda e rejeita o sentido dominante). A interpretação dos sentidos narrativos pela audiência indica que seus membros podem participar do processo comunicacional não como meros consumidores, mas também com

---

<sup>24</sup> Ver glossário.

<sup>25</sup> Destaque para as produções conduzidas pelo jornalista Geneton Moraes Neto, pelo diretor Eryk Rocha e a recente produção “Da Cabeça aos Pés”, exibida em outubro de 2013.

sua criatividade, potencialmente redefinindo o poder simbólico emanado das narrativas (MEIKLE; YOUNG, 2012). Uma perspectiva comunicativa que compreende a participação como uma atuação política em si.

Alguns teóricos (GOMES, 2011; MIGUEL, 2002) enxergam nos meios de comunicação de massa mensagens de desresponsabilização do indivíduo, gerando uma suposta indiferença política: “A democracia – como esforço conjunto de ações e deliberações – é substituída pelo monopólio das informações disponíveis na mídia” (MATOS, 2006, p.21). Não basta pensarmos com os moldes da atuação política das décadas de 1960 e 1970. Por mais que parte da atuação política possa se dar na mediação midiática, os indivíduos hoje estariam menos propensos ao engajamento permanente e pouco dispostos a sacrificar seus projetos, tempos e espaços em nome de ideologias. No entanto, estes indivíduos podem ainda assim atuar politicamente de maneira relevante em circunstâncias específicas (GOMES, 2011), como por exemplo nos movimentos recentes da chamada Primavera Árabe e do *Occupy Wall Street*. Se faz premente dizer que quando a mídia retrata estes grupos, ela por vezes constrói um discurso no qual aparentemente se isenta do seu papel de representação política, como se os fatos falassem por si. No entanto, este discurso com frequência afunila e direciona a interpretação sobre a atuação dos diversos atores envolvidos no processo político:

A mídia é, nas sociedades contemporâneas, o principal instrumento de difusão das visões de mundo e dos projetos políticos; dito de outra forma, é o local em que estão expostas as diversas representações do mundo social, associadas aos diversos grupos e interesses presentes na sociedade. O problema é que os discursos que ela veicula não esgotam a pluralidade de perspectivas e interesses presentes na sociedade. As vozes que se fazem ouvir na mídia são representantes das vozes da sociedade, mas esta representação possui um viés. O resultado é que os meios de comunicação reproduzem mal a diversidade social, o que acarreta consequências significativas para o exercício da democracia (MIGUEL, 2002, p.163).

Neste sentido, uma tentativa de democratizar o discurso midiático poderia representar a redução ou eliminação das marcas textuais de hierarquias, desigualdades de poder e assimetrias de direitos entre os atores sociais (FAIRCLOUGH, 2001), tornando-o mais plural. Alguns exemplos de marcadores seriam: uso de vocabulário especializado, dificultar perguntas ou mais de uma por pessoa, diferenciação de tratamento, uso de imperativos, entre outros. Tais elementos ainda podem ser encontrados nos vídeos e site

da Revista Viva Favela – como, por exemplo, a ausência de *letterings*<sup>26</sup> de apresentação do nome dos entrevistados nos vídeos “Jongo da Serrinha” e “A Tradicional Festa de São Jorge”; a câmera constantemente tremida, evidenciando amadorismo durante as entrevistas em “Zona Sul de São Paulo”; entrevistado que esconde o rosto em “Pacificação?!”; o erro de português do repórter que conduz a matéria em “De Japeri para as Piscinas de Natação”; a presença constante de um membro da equipe da Revista balizando os comentários dos internautas na página da edição da “Festa na Favela”. Em vídeos do “Outro Olhar”, também temos a ausência de identificação de entrevistados em “Marcha Nacional Contra a Homofobia” e identificação de alguns entrevistados como moradores de rua em “Massacre”, possivelmente diminuindo sua potência de cidadão socialmente atuante e capaz perante a audiência.

Estes recursos narrativos, porém, permanecem superficiais na maior parte das vezes, valorizando somente a simulação de uma linguagem mais informal no discurso público, como uma conversa, e uma presença mais sutil dos marcadores de poder, o que Fairclough chama de “personalização sintética” (2001, p.129). Essa tendência revela o crescente entrelaçamento do discurso telejornalístico com estratégias de marketing, além de um aparente equilíbrio de poder autoral entre produtores profissionais e não-profissionais de mídia.

Já no caso do YouTube, o portal enuncia um discurso institucional que constrói uma imagem de si como um arcabouço de vídeos profissionais e amadores de curta duração – em sua maior parte. Mesmo sendo uma iniciativa comercial do Google com este propósito, também pode ser vista como uma plataforma digital criada para promover a produção audiovisual de cidadãos e grupos organizados da sociedade civil. Ao analisarmos o discurso institucional do portal e seu investimento recente em estúdios de gravação (TELA VIVA, 2013), concursos e criação de produções originais e exclusivas, como o documentário “A Vida em um Dia” e diversos canais internos (NAKASHIMA, 2012), nos parece que o YouTube pretende ser reconhecido em parte pela criatividade coletiva do seu acervo e produtos, além de ter simultaneamente motivações comerciais e

---

<sup>26</sup> Ver glossário.

comunitárias enquanto produto midiático (BURGESS; GREEN, 2009; JENKINS, 2009a). Não sugerimos de modo algum que o YouTube tenha entre suas missões estimular a mídia comunitária, mas possivelmente ele tenha se tornado um espaço oportuno para que grupos que produzem audiovisuais possam hospedar e distribuir seu conteúdo mais facilmente justo por ser um empreendimento comercial reconhecidamente global e de inserção aberta, nos afastando da falsa oposição entre uma abordagem comercial e não-comercial da mídia.

Mas será que as diferentes subjetividades que coabitam numa mesma comunidade podem gerar produtos midiáticos que disputem a produção de sentidos numa sociedade dominada por mídias globais como o YouTube? É possível que a resposta esteja em repensarmos a noção de cidadania cultural como uma estratégia política de grupos que unem a produção de conteúdos em formatos de ampla aceitação cultural – como o audiovisual – com a luta política por atenção e poder simbólico em um oceano de narrativas de múltiplas perspectivas culturais disponibilizadas pelas plataformas digitais. Tais táticas fortalecem esses discursos autorais de grupos minoritários para além do círculo social no qual foram produzidos. Compreender o lugar relativo dessas práticas dentro da ordem democrática talvez permita a emergência de autorias individuais ou coletivas com estruturas discursivas alternativas ao fluxo midiático hegemônico e também a manutenção de posições sociopolíticas.

Neste embate de autorias que almejam se legitimar, as relações de poder reproduzem, reestruturam ou desafiam as forças hegemônicas. Por mais que os sujeitos pareçam ter autonomia para falar o que quiserem, entendemos que conviver em sociedade consiste em aceitar – por vezes parcialmente - ou questionar o conjunto de regras e convenções que a regula. É, em parte, admitir os limites impostos e navegar continuamente na articulação discursiva entre o livre e o fixado:

(...) suponho que em toda a sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por um certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade (FOUCAULT, 2004, p.9).

Na procura por demarcar e aumentar seu poder simbólico, Foucault entende que distintos grupos da sociedade organizam seu respectivo discurso por meio do jogo da identidade, que teria uma dinâmica de repetição (FOUCAULT, 2004). Outra forma de organização do discurso seriam as chamadas disciplinas, que se definem por um domínio de métodos sociais e políticos para controle da produção do discurso. Há ainda uma terceira forma que consiste em determinar as condições de funcionamento do discurso, impondo um certo número de regras, limitando a quantidade de sujeitos que falam. A todas essas formas de restrição do discurso Foucault chama de ritual, definindo quais indivíduos podem falar pelo grupo e o comportamento esperado, gestos socialmente significantes (FRANÇA, 2006). Um diálogo entre autoria e autoridade que “fixa (...) a eficácia suposta ou imposta das palavras, seu efeito sobre aqueles aos quais se dirigem, os limites de seu valor de coerção” (FOUCAULT, 2004, p.8).

Mesmo neste cenário de restrições, pensamos que mudanças no discurso somente podem ser conquistadas se os participantes da cadeia comunicativa produzirem formas autorais alternativas de combinar códigos e convenções discursivas, “(...) desarticulando ordens de discurso existentes e rearticulando novas ordens de discurso, novas hegemonias discursivas” (FAIRCLOUGH, 2001, p.128).

A provocação que esta perspectiva política nos traz reside em narrativas audiovisuais participativas que logrem estimular mais diálogos – como debate de angústias e interesses que aproximem e coloquem os sujeitos em relação - do que discursos mantenedores de trocas desiguais. Abre-se assim a possibilidade de um engajamento político de ruptura, permeado por diálogos criativos produzidos por “imaginadores” que visam “politizar” as imagens com valores e significados no intuito de gerar transformação social (FLUSSER, 2008).

Compreendemos que o horizonte social está se configurando como um espaço no qual os conceitos de público e privado perdem o seu sentido como entidades separadas. Entrelaçadas como uma rede que conecta indivíduos em relações mediadas pelas imagens, elas fluem conforme as intenções e a progressão das negociações ali

enunciadas. O que Flusser aponta é que a política pode vir a atrelar-se mais à arte e à estética do que com a ética (2008). Para nos auxiliar nesta perspectiva, Walter Benjamin, partindo da análise da obra de Leskov como um narrador clássico, percebe na sua figura a faculdade de intercambiar experiências por meio da narrativa (BENJAMIN, 1985). Uma habilidade que, segundo Benjamin, há tempos já foi tão segura a todos nós e atualmente nos gera embaraços.

Por ocorrer numa sequência de ações cujos sentidos são negociados e atualizados no mesmo ato de sua produção, a experiência também pode se constituir como uma percepção da realidade. Contudo, ela é exclusivamente individual, única e nunca poderá ser totalmente compartilhada. A chave para tentar transcender esta limitação seria interpretar as “expressões da experiência” (BRUNER, 1986) pelas marcas de autoria em narrativas, dando forma e significado às experiências no âmbito da subjetividade:

É na relação, na tensão e nas inevitáveis lacunas entre a realidade (o que pode estar lá), experiência (como a realidade se apresenta à consciência) e expressões (como a experiência individual é enquadrada e articulada) que está o foco da análise da experiência e a possibilidade para a interpretação dos seus significados. As narrativas surgirão não enquanto objetos fixos, mas como uma forma de expressão inserida no fluxo da ação social (BRUNER, 1986, p.7).

As marcas de autorias nas narrativas, ao se estruturarem como um repertório de formas de agir sobre o mundo e, ao mesmo tempo, serem uma representação sobre ele, podem ser entendidas como uma prática discursiva individual ou coletiva visando à produção de sentidos. Este discurso é regido por processos múltiplos e complexos, como leis e convenções, relações específicas de instituições particulares - como a escola e a imprensa - e padrões discursivos próprios de cada classe social e de cada cultura (FAIRCLOUGH, 2001). Segundo Fairclough, todo discurso possui três funções de sentido social:

A função identitária relaciona-se aos modos pelos quais as identidades sociais são estabelecidas no discurso, a função relacional a como as relações sociais entre os participantes do discurso são representadas e negociadas, a função ideacional aos modos pelos quais os textos significam os mundos e seus processos, entidades e relações (FAIRCLOUGH, 2001, p.92).

Ao olharmos para as narrativas de participação por meio do conceito de campo social - como um espaço multidimensional de relações materiais e simbólicas regidas por leis próprias, no qual se posicionam sujeitos hierarquicamente desiguais conforme a

distribuição de capital específico daquele universo (BOURDIEU, 1996) -, observamos que os indivíduos seriam atravessados por movimentos culturais e processos históricos involuntários regidos pelos aparelhos ideológicos da sociedade. Não está no foco das narrativas participativas uma recuperação de dados biográficos de cunho individualista e psicológico, mas sim a construção autoral, por meio dos relatos, por vezes autobiográficos, da trajetória histórica e cultural de um sujeito, um determinado grupo, ou ainda, das forças que constituem um campo social: “(...) identidade é uma construção que se narra” (CANCLINI, 1997, p.149).

Logo, a análise de narrativas tem de, necessariamente, estudar como o discurso foi produzido e quais foram suas condições de produção. A linguagem, por se realizar na interação entre locutores situados socialmente de forma desigual, não pode ser examinada sem se levar em conta o contexto sociopolítico na qual ela foi produzida:

Uma descoberta que se confirma em diversas pesquisas dos últimos anos é que a imprensa, o rádio e a televisão contribuem para reproduzir, mais do que para alterar, a ordem social. Seus discursos têm uma função de mimese, de cumplicidade com as estruturas socioeconômicas e com os lugares comuns da cultura política (CANCLINI, 2002, p.50).

Na relação entre a sociedade civil, a mídia - sobretudo os meios eletrônicos - e os outros aparelhos ideológicos, há ainda uma outra especificidade do Brasil que merece ser realçada. Segundo Sorj (2003), nos países com economias mais desenvolvidas e menos desiguais socialmente, a penetração da mídia eletrônica é gigantesca, mas a escolaridade é alta e o analfabetismo quase inexistente. Em muitos países africanos e asiáticos, a cobertura escolar é precária e o acesso à Internet é menor, porém crescente. O Brasil combina aspectos destas duas realidades. A escola pública é deficiente, tanto na qualidade da estrutura das instalações, quanto em sua tarefa de socialização de conhecimentos. O analfabetismo atinge 10% dos adultos, segundo o Pnad de 2008, número ao qual devem ser somados os muitos analfabetos funcionais, que frequentaram a escola apenas para aprender a desenhar o próprio nome e são incapazes de absorver informações a partir de um texto escrito. Tal fenômeno ressalta a importância dos meios de comunicação, em especial os eletrônicos, como forma de compreensão do contexto social e político atual de parte da população brasileira:

Como a vasta maioria do público brasileiro não tem acesso aos enredos literários e não se engaja nas explicações sociológicas ou antropológicas da realidade social, a realidade produzida pelas imagens e narrativas midiáticas é uma fonte crucial de constituição de mundo (JAGUARIBE, 2007, p. 112).

Por outro lado, o fenômeno da alfabetização massiva da maior parte da humanidade - absolutamente inédito na História - abre campo para uma grande criatividade política e social, especialmente quando somado ao maior acesso aos instrumentos de comunicação. É o que se está observando nos movimentos decorrentes da Primavera Árabe e nas manifestações populares recentes na Turquia e no Brasil, com celulares, computadores e redes sociais subvertendo os modos tradicionais de mobilização política.

É preciso também lembrar que as demandas políticas tendem a ficar cada vez mais subjetivas, sem deixarem de ser objetivas (ROSZAK, 2003). A demanda por empregos e bens tenderia a ser sempre presente e forte, mas também cresceriam disputas por reconhecimento de identidades culturais, qualidade de vida, bem-estar e auto-realização. Pleitos que vão além da tradicional diferenciação das correntes políticas com base em demandas sociais (subjetivas) e econômico-materiais (objetivas).

#### CIDADANIA, PARTICIPAÇÃO E AUTORIA

A iniciativa de jovens visionários nos anos 1980 nos Estados Unidos inaugurou um processo irreversível de personalização dos computadores e portabilidade de artefatos de informática, com redução crescente no tamanho e no preço de dispositivos. Até pela relativa facilidade de replicação informal dessas tecnologias - como a cópia e a pirataria de tecnologias, parte constitutiva do seu próprio desenvolvimento -, elas se expandem com muito mais velocidade do que outros bens econômicos.

O sistema educacional formal não está acompanhando a velocidade dessas plataformas digitais de aprendizado e participação. Ao escrever seu célebre tratado sobre os aparelhos ideológicos, no contexto europeu após os movimentos de maio de 1968, Althusser assinalou que “o aparelho ideológico de Estado que foi colocado em posição dominante nas formações capitalistas maduras (...) é o aparelho ideológico

escolar” (ALTHUSSER, 1980, p.105). Apesar de ter sido fundamental no processo de alfabetização, ele tem sido muito rígido para atender ao desejo crescente por informação.

As redes sociais e os espaços virtuais de informação – como *websites*, buscadores e redes sociais – estão atendendo parte dessa demanda. Isso pode ampliar o número de cidadãos bem informados, com consequências que podem ser positivas. Esses instrumentos surgiram historicamente no contexto da democratização e massificação educacional, potencializando uma cadeia virtuosa de mudanças.

Na América Latina e sobretudo no Brasil, a combinação de mídia audiovisual altamente disseminada e escola incipiente faz dos meios eletrônicos de comunicação, em especial a televisão, o aparelho ideológico dominante. Compreendemos a mídia eletrônica como uma mediadora de sentidos, “como instituição social produtora de significados que ganham ou não legitimidade frente a sua audiência” (JACKS, 2005). E nesta mediação, possivelmente ampliaria o sentido de cidadania para além da sua perspectiva política:

Ser cidadão não tem a ver com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais para os que nasceram em um território, mas também com as práticas sociais e culturais que dão sentido ao pertencimento e fazem com que se sintam diferentes os que possuem uma mesma língua, formas semelhantes de organização e satisfação de suas necessidades (CANCLINI, 1997, p.22).

O sentido de pertencimento emanado pela mídia, por ser massivo, fluido e gerar menos fixidez territorial, assumiria uma pluralidade de significações: ele se ligaria ora a questões da identidade ou do consumo, ora à expressão da necessidade do estar junto, na esfera simbólica. Contudo, indagamos se a dimensão política presente nestes discursos estaria enfraquecendo seus laços com a cidadania, estando esta mais próxima atualmente do âmbito cultural:

É todo o processo de socialização que está se transformando pela raiz ao trocar o lugar onde se mudam os estilos de vida. Hoje essa função mediadora é realizada pelos meios de comunicação de massa. Nem a família, nem a escola - velhos redutos de ideologia - são já o espaço chave da socialização, os mentores da nova conduta são os filmes, a televisão, a publicidade, que começam transformando os modos de vestir e terminam provocando uma metamorfose dos aspectos morais mais profundos. O que implica que a verdadeira crítica social tem mudado também de lugar: já não é a crítica política, mas a crítica cultural. Aquela que é capaz de propor uma análise que vá mais além das classes sociais, pois os verdadeiros problemas se situam agora nos desníveis culturais como indicadores da organização e circulação da

nova riqueza, isto é, da variedade das experiências culturais (MARTÍN-BARBERO, 2001a, p.70).

O pesquisador Jeffrey Jones propõe que, para compreender o sentido da atuação política como cidadãos, é preciso primeiro reconhecer que parte da mídia contém algum tipo de conteúdo político. Estudos americanos e europeus (JONES, 2006) mostraram que os telespectadores passaram a utilizar uma variedade de programas populares - *talk shows*, ficção e documentários, entre outros - na definição dos seus compromissos com alguma agenda política. Partindo desses pressupostos, as notícias representam apenas um tipo de narrativa dentro do espectro amplo de discursos de cunho político, entre eles a documental.

A ênfase acentuada do papel da mídia como mera fornecedora de informação ignora o fato de que os cidadãos, também e acima de tudo, se envolvem com a mídia para confirmar ou celebrar os valores e crenças que reforçam a sua identidade social, cívica e política (WAHL-JORGENSEN, 2006). A relação da mídia com a cultura política em uma perspectiva cidadã poderia ocorrer por meio de uma abordagem cultural que dê conta da multiplicidade de relações midiáticas - integrativas e interativas - que as pessoas realizam em seus compromissos na vida social e política. Contudo, talvez seja possível pensarmos que este laço entre interesse e senso de responsabilidade política aconteça tanto na mídia pública quanto na comercial. Alguns estudos (BURGESS; GREEN, 2009) sugerem que produtos midiáticos digitais com fins comerciais podem ser constituintes de uma cultura cidadã da mesma forma que espaços formais de viés político, especialmente pela participação do público por meio de comunidades P2P (*peer-to-peer*):

Comunidade, livre de qualquer relação necessária com o Estado-nação, em um sentido ativo, possui dois pré-requisitos para a encenação da cidadania cultural. E é neste contexto que eu reitero que certas formas de participação cultural de fato constituem espaços de cultura cidadã. Eu me refiro aqui em particular às comunidades colaborativas, *web-sites* de atividades coletivas que existem graças à contribuição criativa, à partilha, e ativa participação dos seus membros.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Tradução livre de: *Community, freed from any necessary relationship to the nation-state, and participation, in the sense of active, then, are two prerequisites for the enactment of cultural citizenship. And it is in this context that I want to assert that certain forms of participatory culture in fact constitute sites of cultural citizenship. I refer here particularly to collaborative communities, sites of collective activity that exist thanks to the creative contribution, sharing, and active participation of their members* (URICCHIO, 2004, p.148).

Ao olharmos para a mais consumida das narrativas midiáticas factuais, percebemos que o telejornalismo pode ser considerado, no senso comum, como um dos gêneros audiovisuais mais importantes na representação da realidade, base para a atuação política. Não se pode ignorar a força política das notícias pois, como diz Sartori (2002), a ideia de democracia exige cidadãos informados. E o ordenamento de informações em notícias deve relatar algo que possa ser descrito em termos de sua verdade, falsidade, credibilidade e rigor, entre outros atributos.

Todavia, há também indícios (MOY; XENOS; HESS, 2005) de que produtos midiáticos próximos do gênero audiovisual do *infotainment*<sup>28</sup> se configuram em uma estratégia – orientada parcialmente pela espetacularização do jornalismo - a reforçar o modo como os cidadãos envolvidos na estrutura formal política fazem suas escolhas eleitorais, por exemplo. Nas eleições presidenciais de 2008 e 2012 nos Estados Unidos, os principais candidatos - Barack Obama, John McCain e Mitt Romney - participaram de programas de comédia a *talk shows* (KAVADA, 2013). Obama, inclusive, é por vezes usado como exemplo de sucesso no uso de diferentes suportes midiáticos, principalmente a Internet, durante a sua campanha. Atualmente, não é mais possível negar uma análise das plataformas digitais para uma adequada compreensão da relação entre os cidadãos, a comunicação social e a democracia.

Para além dos usos midiáticos feitos por grupos e coletivos, cremos que o espaço individual e o da intimidade promovidos pela autoria podem também ser considerados parte da esfera pública. É preciso antes ressaltar que existem diferenças entre espaço público - espaços físicos, simbólicos e abstratos - e esfera pública, compreendida aqui como “as condições e o contexto para que existam discurso e polêmica, argumentatividade, debate e deliberação” (SILVA, 2010, p.85). Exemplo: ao analisar vídeos postados em portais de grande acesso e que descreviam o processo de transição de transexuais, Lange (2007) compreende que estes relatos seriam exemplares de constituição de comunidades de interesses em comum. E ao mesmo tempo contribuiriam

---

<sup>28</sup> Tradução livre da junção entre informação e entretenimento.

para o questionamento e a redefinição das fronteiras de diferenciação social, identitária e política por meio de debates descentralizados na esfera pública. Em certa medida, tais considerações sobre o que nos aproxima e nos diferencia em depoimentos íntimos (BURGESS; GREEN, 2009) acerca da sexualidade poderiam ser relacionadas também em algumas cenas cujos discursos dialogam entre a questões de intimidade e identidade no documentário “A Vida em um Dia” – como aquela em que o jovem gay revela sua preferência sexual para a avó - e nas entrevistas com os manifestantes homossexuais e simpatizantes no vídeo “Marcha Contra a Homofobia”:

(...) por estar vulnerável e compartilhar escolhas e momentos íntimos, é possível promover uma expansão do discurso público sobre tópicos anteriormente considerados desconfortáveis, de mau gosto ou difíceis, por caminhos que outras mídias e métodos não conseguiram<sup>29</sup>.

Percebemos que a relação do público com a mídia não pode ser considerada passivamente (Dahlgren, 2006). Um estudo de Lull (2000) sugere, por sua vez, que parte da audiência está atuando como programadora cultural, já que em sua interação com variados produtos culturais – com destaque para a mídia – pode desempenhar potencialmente um papel político de cidadania na contemporaneidade. Podemos pensar que o público não apenas se entretém com os meios de comunicação e suas mensagens, mas pode fazer uso político deles por meio de expressões discursivas singulares. Nesta experiência de constituição - mesmo que parcial - do seu lugar enquanto autor, o indivíduo reforça ou reafirma visões que refletem uma postura política pessoal e com um ou mais grupos com os quais ele se relaciona.

Pensamos, porém, que dificilmente os veículos de mídia promotores de processos participativos podem se constituir como parte da esfera pública se não envolverem negociações baseadas na complexidade e na diferença. No caso do YouTube, por receber diversas horas diárias de material simbólico gerado e debatido por parte de sua própria audiência em sua experiência cotidiana, vemos que ele pode, em certos casos, representar um portal de cultura cidadã para o seu público (BURGESS; GREEN, 2009b).

---

<sup>29</sup> Tradução livre de: (...) *by being vulnerable and sharing intimate moments and choices, it is possible to promote increased public discourse about formerly uncomfortable, distasteful or difficult topics in ways that other media and other methods have not* (BURGESS; GREEN, 2009b, p.80).

Ao exibir no filme “A Vida em um Dia” a cena de uma pequena menina escalando uma pirâmide humana gigante no vilarejo espanhol de San Jaume dels Domenys, tal representação de um ritual da tradição local ganha outros sentidos por ser atrelado ao status midiático do primeiro documentário produzido por um dos maiores portais de acervo audiovisual gerado por usuários no mundo. Temos incertezas, contudo, se a exibição da cena da pirâmide humana no filme opera mais próxima do contexto da espetacularização do cotidiano (DEBORD, 2002) do que movida por razões de perpetuação de culturas tradicionais relacionadas a um grupo específico. Por esta perspectiva, o conceito de cidadania cultural (CIRELLO, 2010) deve levar em conta o contexto do uso que a mídia faz dos discursos comunitários para avaliar se há condições que permitam o diálogo entre a tradição e a transformação do discurso.

Obras da teoria política, social e de comunicação (CANCLINI, 2003; CARDON; GRANJON, 2010; DOWNING, 2004) advertem sobre o longo caminho a ser percorrido na compreensão desta relação entre cidadania, meios de comunicação, participação e autoria. Ao mesmo tempo, essas contribuições sugerem que a cidadania não pode ser entendida sem analisarmos a produção de sentidos que emana do discurso da mídia.

Jones (2006) apresenta quatro propostas que enfatizam a influência da mídia sobre a cidadania. Primeiramente: a mídia é plural. A combinação de mídias define como as pessoas utilizam as tecnologias de comunicação em suas experiências diárias. A variedade de conteúdos políticos que um indivíduo recebe por múltiplas formas de mídia deve direcionar análises das atitudes derivadas dessas mensagens.

Em seguida: o meio afeta os sentidos. Se, como disse McLuhan, “o meio é a mensagem” (1993), diferentes abordagens para uma mesma narrativa podem resultar em diferentes sentidos. A maneira como o meio “fala” determinaria a forma como o usuário seria direcionado para uma interpretação particular de realidade. Assim, a resposta à representação política pode variar dependendo do meio que a gerou.

Terceira proposta: a experiência de mídia vai além da recepção de informações. Por meio da mídia, os cidadãos podem participar em atividades comunicativas que tangenciam o desejo de serem informados. Rituais de comunicação dão aos indivíduos um sentimento de posse, sociabilidade, segurança, conforto ou distração. Logo, os meios de comunicação seriam facilitadores de sentimentos. Os cidadãos têm uma oferta crescente de multiplataformas midiáticas que se relacionam com distintas arenas políticas.

E a última: a relação entre os cidadãos e a política seria, primeiramente, mais textual que participativa. A atividade política pode se manifestar pela seleção, atenção e decodificação de textos da mídia, sejam escritos, fotográficos, infográficos ou audiovisuais. Os meios de comunicação nas suas diversas formas revelam-se como espaços de potência para os mecanismos da política.

Deve-se reconhecer também que o acesso à mídia eletrônica permitiu que parte dos grupos sociais marginalizados pudessem ter uma interação crescente com questões da esfera pública. Por meio do processo participativo na mídia, uma pequena parte da sociedade civil gradualmente pôde criar seus próprios canais de expressão autoral enquanto conquistava algum espaço nos canais tradicionais, logrando participar – ainda que desigualmente - do debate sobre problemas locais, regionais e nacionais e da reelaboração de modos de ver o mundo enquanto autores de suas próprias narrativas.

Propomos que os meios de comunicação podem ser ressignificados – mesmo que eventualmente - como lugares de aprendizado do público e dos profissionais para o exercício de seus direitos, ampliação da cidadania e descentralização do exercício da autoria. Muitas instituições de mídia que incorporam em sua autoimagem a qualidade de veículo consciente de sua atuação cidadã contam com a colaboração de material audiovisual ou mediação - direta ou indireta, ocasional ou duradoura - de organizações não-governamentais, universidades, fundações, igrejas, educadores sociais autônomos, entre outras entidades. Essa intermediação de atributos que dialogam com a autoria das narrativas produzidas pela participação – em geral, em proporções desiguais - indica não só um uso maior das tecnologias de comunicação pelas ONGs e instituições da sociedade

civil, mas também uma circularidade de discursos e processos que se retroalimentam, mesmo que em diferentes graus de interação.

Já podemos perceber que o conceito de participação se refere a uma noção complexa, muitas vezes contestada e que cobre um amplo espectro de sentidos (PATEMAN, 1970). Essas noções, longe de serem neutras ou imparciais, se constituíram por meio de distintos processos ideológicos usados para definir como a participação numa sociedade democrática aconteceria na prática. Pateman dividiu o conceito de participação em Parcial – processo em que dois ou mais indivíduos/grupos se influenciariam mutuamente, mas o poder final de decisão caberia a somente um lado; e Total – quando todos os membros possuem o mesmo poder para determinar o resultado (1970).

Organizações transnacionais também promoveram suas compreensões sobre o processo participativo. Mesmo sendo mais abrangente que o campo da mídia, a Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OECD) definiu recentemente que a participação se daria em três estágios: distribuição de informação, consulta e participação ativa. Já nos debates da Unesco sobre representações da mídia no New Information and World Order (NWICO), definiu-se que:

Participação implica um nível maior de envolvimento público com os sistemas de comunicação. Participação inclui o envolvimento do público no processo de produção e também no gerenciamento e planejamento dos sistemas de comunicação. Participação seria não mais do que representação e consulta do público na tomada de decisão<sup>30</sup>.

Ao focarmos na participação pela mídia, observamos que ela lida com oportunidades de envolvimento da sociedade civil no debate público e impulsiona a circulação de auto-representações – na maior parte das vezes, em consonância com o senso comum - nos espaços que caracterizam o social. Essencial para a participação, o engajamento do autor amador é acionado primeiramente pelos processos de significação e interpretação advindos do consumo midiático. Porém, razões institucionais - normalmente obscuras para a audiência - orientam a estruturação do processo participativo pelas organizações de

---

<sup>30</sup> Tradução livre de: *participation implies a higher level of public involvement in communication systems. It includes the involvement of the public in the production process and also in the management and planning of communication systems. Participation may be no more than representation and consultation of the public in decision-making* (SERVAES, 1999, p.85).

mídia. Esta pode, por vezes, enfatizar desde modos de interação da sociedade civil com o conteúdo midiático - como enquetes nos sites dos veículos - até a produção autoral amadora de uma narrativa que almeja ser reconhecida, utilizada e exibida como mais um produto do fluxo da mídia massiva. Todavia, dependendo da configuração do processo participativo, o autor amador pode ter suas expectativas iniciais contrariadas.

Entre as possíveis gradações de participação midiática, Carpentier (2011b) sugere a diferenciação pelas formas extremas: minimalista e maximalista. Na minimalista, os profissionais de mídia mantêm o controle sobre os processos de produção e seu resultado, restringindo o acesso à seleção e desmerecendo a interação com o amador ao enxergar a audiência como uma massa homogênea. Essa maneira unidirecional de participação retira da mídia seu potencial de uso político.

Já na forma maximalista, há um equilíbrio maior entre controle e a heterogeneidade do público participante, que pode questionar e propor outros métodos e parâmetros para a participação, vista aqui como um processo multidirecional que reconhece a força política da mídia. A participação maximalista deve ir além, possibilitando mudanças na dinâmica do poder e tomada de decisão na relação das organizações de mídia com indivíduos e grupos sociais, compartilhando o espaço da autoria. Distinto do que Jenkins postula (2008), acesso e interação não totalizam a participação, mas são apenas condições para que o processo participatório ocorra na sociedade civil. Situações de maior equilíbrio entre interação e participação criativa e autoral são encontradas com mais frequência na mídia comunitária e alternativa (DOWNING, 2004).

As diferentes gradações participativas são estruturadas conforme a orientação institucional da organização de mídia. No caso da Revista Viva Favela, percebe-se a priorização de uma perspectiva que renove os sentidos políticos e culturais emanados pelas narrativas produzidas com as comunidades retratadas. Contudo, pelo fato de a Revista ser um veículo que tece narrativas sobre e com os próprios moradores de favelas, entendemos que esta metodologia de produção de conteúdo geolocalizado permite que os laços identitários possam se circunscrever de forma mais eficaz nas relações dos

membros das comunidades de baixa renda com esta mídia do que em comparação com os outros objetos aqui estudados.

O organograma de uma organização com projetos comunitários como a Viva Rio precisa refletir essa aproximação mais horizontalizada para facilitar o envolvimento pleno dos moradores de localidades de baixa renda, quando eles assim quiserem, na manutenção e contínua renovação dos processos de participação. A mídia pode se configurar assim mais como uma expressão da comunidade do que para a comunidade. É o que a Revista Viva Favela parece enaltecer ao dar mais transparência ao processo de construção autoral de pauta e o desenvolvimento das notícias na promoção do encontro e debate virtual entre correspondentes geograficamente distantes. Uma questão que fica sobre a Viva Rio são as razões para sua aparente limitação dos correspondentes ao gerenciamento de conteúdo, evitando que eles participem da gestão e da liderança do portal e da Revista Viva Favela.

As iniciativas de mídia comunitária e alternativa enfrentam, no senso comum, uma imagem de ineficiência e limitação na capacidade de atingir grandes audiências. Porém, esse preconceito se apoia na baixa percepção política que quase todas as ações marginais possuem na sociedade, em geral pela baixa visibilidade, inclusive por serem ignoradas pela mídia hegemônica. Porém, estruturas organizacionais mais horizontais que lidem com a participação da sociedade devem aprender a lidar com algum grau de ineficiência de alguns dos envolvidos e conflitos internos, ajustando seus objetivos conforme o desenvolvimento de suas ações e produtos. Por vezes, devem também buscar o apoio direto ou indireto do mercado ou do governo para financiar ou dar visibilidade às suas iniciativas.

O poder é o fio que ata essas diferentes proposições nos modos de participar. A forma como ele é distribuído na sociedade pode ser percebida em narrativas que deixam ver suas estratégias, resistências e disputas. Desatar narrativas é revelar as posições divergentes entre narradores sobre quem pode debater acerca dos processos de participação, configurando um duelo político e ideológico sobre a seleção e importância de quem fala. Atribuir a autoria do que foi dito a alguém – indivíduo, grupo ou

organização – resulta de operações críticas complexas e raramente justificadas. A criação de uma narrativa seria também de um espaço no qual o autor se apaga ao desaparecer com suas marcas singulares no ato da escrita (FOUCAULT, 1984). Ao duplicar-se enquanto sujeito e autor, quem escreve sobre factuaisidades, por exemplo, pode se mascarar por detrás de seu discurso de representação da realidade.

A autoria que se constitui no processo de participação só se torna possível no tecer de diferentes elementos que se relacionam de forma instável conforme o contexto. Como as identidades sociais nunca se encerram ou se fixam, contínuas associações de aproximação e repulsa ativam transformações nas relações estabelecidas. Sendo o social “(...) um movimento peculiar de reassociação e reagregação” (LATOURE, 2012, p.25), não importa a conexão estabelecida pela rede, mas sim o que resulta dela pelas associações. Redes são movimento. Se fazem e desfazem o tempo todo. Um contínuo tecer de partes dispersas conforme a orientação da estrutura de conhecimento em questão.

Uma rede indica a qualidade de um texto pelos elementos que agrega, isto é, a capacidade de cada ator poder desencadear reações inesperadas nos outros, de não estar apenas observando (LATOURE, 2012). Um ator estático, que não promove ações, não pode ser encarado como um ator efetivo. Uma rede só existe no movimento que seus atores dão a ela. Tal dinâmica possivelmente estimula uma circularidade que afeta os sentidos da autoria e da participação de maneira mútua e simultânea.

A suposta circularidade entre autoria e participação, com ambos se influenciando, pode ser compreendida como um processo cíclico de disputa entre códigos narrativos – visualidade, valor noticioso, multimidialidade e autoria – e códigos políticos – interatividade e regras para a participação (declaradas e ocultas)<sup>31</sup>, por exemplo. Ao olharmos para o que os objetos deste estudo trazem sobre essa circularidade, propomos que as narrativas produzidas nos três *cases* se ligam em duas perspectivas. A primeira, no esfumaçamento da distinção entre veiculação massiva e comunicação pessoal ao entrelaçar categorias como criatividade, compartilhamento e visibilidade, permitindo a

---

<sup>31</sup> Estes códigos serão aprofundados nos próximos capítulos.

circularidade por meio de narrativas participativas digitais indexadas, replicáveis e persistentes. O conceito de intercriatividade (BERNERS-LEE, 1999) nos auxilia nesta perspectiva a pensarmos como a atuação em redes incentiva os autores amadores a criarem recursos criativos e compartilhá-los.

Segunda perspectiva: pelos conflitos presentes na realidade cerceada pelo discurso profissional. Sendo as imagens criadas historicamente com um propósito ideológico específico, podemos pensá-las como sendo um domínio do simbólico, uma mediação entre um sujeito e a realidade (AUMONT, 1997). Nestas perspectivas vinculadas às narrativas participativas, percebemos que o processo de criação coletiva faz com que a mídia não seja somente o que vemos e consumimos, mas também o que fazemos com ela e a partir dela.

Neste capítulo percorremos os elementos que constituem o social nos discursos e aprofundaremos no próximo os entrelaçamentos do social com o real e o narrado, que não deveriam ser vistos como separados. Afinal, fatos, poder e discurso estão entrelaçados (RESENDE; BECKER, 2011). Aqui, nos perguntamos que desafios ou mascaramentos discursivos e estéticos surgem dos diálogos possíveis pela participação dos autores amadores e semiprofissionais nos suportes audiovisuais profissionais. O que nos leva a questionar nossa hipótese: poderia a reconfiguração da autoria nas narrativas audiovisuais factuais participativas influenciar e desestabilizar o processo de participação em si?

## 2 O DISCURSO PROFISSIONAL E O OUTRO - INSTITUIÇÕES DO AUDIOVISUAL, ATUALIDADE E VISUALIDADE DO REAL



*Fonte: Repórter Brasil - EBC*

Orientadas pelo imediatismo que modula parcialmente a produção de imagens nos meios digitais, as narrativas audiovisuais factuais de participação são, em parte, apresentadas pelos veículos de mídia como se fossem uma apreensão fiel ou próxima da realidade. Quando as instituições audiovisuais profissionais, detentoras de um grande público consumidor, oferecem espaço para a produção audiovisual autoral da sociedade civil, em geral a caracterizam como uma suposta oportunidade igualitária para todos aqueles que possuem as condições técnicas de realizarem uma gravação de vídeo, capacidade presente atualmente em uma quantidade considerável de aparelhos celulares e máquinas fotográficas. A participação da produção amadora é apenas parte de uma cadeia midiática que engloba desde as estratégias de consumo, o estímulo aos autores amadores e até uma possível interação do espectador com a equipe profissional. Contudo, esta ilusória janela para um real sem a presumida mediação da equipe profissional das organizações midiáticas oculta critérios de seleção entre as narrativas produzidas, aparentemente, fora da lógica industrial de produção audiovisual hegemônica por autores amadores e semiprofissionais.

Para analisar a relação entre narrativa e o real em produtos midiáticos que pretendem retratar acontecimentos compreendidos em sua veiculação como críveis, elegemos focar em produtos audiovisuais categorizados como factuais e que tenham sido parcial ou integralmente produzidos fora da estrutura profissional de um veículo de mídia, mas sendo em sua exibição mediados por jornalistas - fundamentados por uma presumida objetividade jornalística na perspectiva do *newsmaking* (FRANÇA, 2006, p.63) - ou por profissionais cinematográficos em documentários de longa-metragem. Em ambos os gêneros, discursos são construídos e estruturados como reencenações do que no senso comum é descrito como sendo a realidade.

Para esclarecermos conceitos, Jaguaribe afirma que o real é tudo o que existe e independe da minha subjetividade, da consciência. Já a realidade seria uma fatia reconhecível, domesticada, analisada do real (2007). O público, embora não possa averiguar a veracidade do que lhe é relatado, é instruído - pelo uso conjunto das características narrativas visuais e pela estrutura enunciativa dos discursos jornalístico e documental - a

confiar no que lhe é dito, reconstruindo de maneira constante o seu senso de atualidade sobre o real por meio do ininterrupto fluxo midiático.

No telejornalismo, por exemplo, a credibilidade do conjunto de enunciados do discurso profissional é reforçada pela estratégia de enfatizar um efeito de imediatismo no relato dos acontecimentos e a diversidade de entrevistados, o que não assegura a qualidade das narrativas transmitidas: “Impor à informação a velocidade da luz é confundir informação com atualidade, jornalismo com testemunho” (RAMONET, 1999, p.46). Se, de acordo com Ricoeur (1994), o discurso seria vestido por um sentido que desvela um desejo de ordenamento, a atividade jornalística, ao produzir discursos, organiza e seleciona os fatos que serão transformados em narrativas compreendidas como produção de sentido da realidade. A aparente objetividade do conteúdo jornalístico constitui-se apenas como uma estratégia:

(...) é necessário reconhecer a persistência de certa autonomia do campo da mídia, o que faz com que os padrões de conduta compartilhados por seus integrantes sejam uma força atuante dentro dele. No caso específico do jornalismo, isto inclui um compromisso com a ‘verdade’ e a ‘objetividade’ que servem de critério para determinar a competência e a respeitabilidade pelos pares. A violação destas normas, notadamente em submissão a ditames econômicos ou políticos, é frequente, mas impõe ônus que não podem ser ignorados (MIGUEL, 2002, p.168).

O jornalista seleciona parte dos acontecimentos que serão transmitidos à sociedade segundo regras subjetivas - e parcialmente de caráter autoral - que mensuram suas respectivas relevâncias para se tornarem notícia. Neste contexto que pressupõe uma legitimidade do discurso jornalístico profissional, pesam categorias variáveis e muito discutíveis na definição do que é ou deve ser notícia - entendida aqui como um discurso que sustenta um lugar de poder enquanto autor. A própria escolha do repórter por determinada fonte, por um caminho a seguir na apuração dos fatos, já é, por si só, uma interferência à proclamada e ilusória imparcialidade da atividade jornalística.

Em uma ideia análoga a de Agamben (2008), quando ele analisa os depoimentos de sobreviventes da Segunda Guerra Mundial, traçamos um paralelo com o lugar de prática do jornalista. Por mais que ele tenha vivido e experimentado o acontecido – nomear-se testemunha ocular é só uma estratégia, o jornalista só dá conta de narrar parcialmente,

nunca completamente. A versão dos fatos, que no senso comum é encarada como verdade, chega filtrada para o público, pois está sob a influência direta de uma equipe de profissionais inserida numa agenda particular da organização de mídia – entidade que ordena seletivamente o repertório de conhecimento comum de uma sociedade, reforçando ideologias institucionais (HALL, 2010).

Outros gêneros narrativos que lidam com apreensões do real, como o documentário, dependem não só da credibilidade de sua equipe e abordagem, mas também do público aceitar que a narrativa que lhe é dita é verossímil, estabelecendo com a audiência uma relação de autenticidade (FAIRCLOUGH, 1995). Ou seja, o autor precisa convencer o público espectador de que tal narrativa sobre o real é crível para ser aceita como tal, um processo que, em função da memória, está numa permanente dicotomia entre renovação e conservação. É improvável que essa ação se dê apenas em um destes extremos.

Benjamin se refere à memória social como sendo a mais épica das faculdades mentais (1985). E que ela é, por excelência, seletiva. A história de determinado grupo é o conjunto de narrativas que os membros desta mesma coletividade selecionaram e registraram (HALBWACHS, 2004). É entre a esperança utópica e a fantasiosa que os discursos da mídia pendem, ora para a conservação de memórias e projetos individuais e coletivos transformados em informação, e ora para o pesadelo da vigilância panóptica de informações interrelacionadas por um grande programa de cruzamento de dados que revelem nosso foro privado e íntimo:

Sob esta ótica, vemos a narrativa como uma forma de representação coletiva, como um elemento que cria e recria sociabilidades, como práticas comunicativas sociais que definitivamente contribuem, na sociedade midiaticizada, para o alargamento dos horizontes de experiência (RESENDE, 2006, p.163).

Na sociedade midiaticizada em que considerável parte das populações urbanas vive, podemos pensar que as posições e as marcas de individualidade estão cada vez menos fixadas, devido à multiplicação de informações textuais, imagéticas e sonoras, dificultando que os perfis dos grupos sociais se estabilizem. Se vivemos em uma cultura de consumo na qual cada vez há menos regras sociais e mais escolhas, a cultura da

representação emerge como um jogo de relações entre os estilos de vida e as práticas de consumo midiático (FEATHERSTONE, 1995) que estruturam a realidade.

Segundo a abordagem semiológica de Baudrillard (1995), uma das características da cultura de consumo se dá pela manipulação de signos na publicidade e nos produtos midiáticos. É o que Featherstone nomeia de “mercadoria-signo” (1995, p.33). Separados dos seus objetos, os signos podem atrelar-se temporariamente a qualquer produto por múltiplas formas de associação. Pelo consumo midiático, a reprodução constante de infinitos signos e simulações aborta a separação entre o que é imagem e o que é real. Na crescente sobreposição entre tecnologia e cultura, os conceitos de verdadeiro e falso não possuem importância, mas sim em termos do possível e do provável, como um jogo, numa analogia à passagem do *homo faber* ao *homo ludens* de Flusser (1985).

Em uma tentativa de evitar a dissolução de suas marcas identitárias tradicionais frente à força homogeneizadora dos comportamentos consumistas evocados pelas grandes corporações midiáticas, especialmente nos veículos audiovisuais, grupos sociais podem tentar capitalizar a atenção de públicos para seus ordenamentos de realidade por meio de repertórios autorais, estéticos e narrativos diferenciados. Sites como o YouTube podem, ao contrário do que parecem, representar uma oportunidade de visibilidade a visões de mundo construídas por diferentes autores, profissionais ou amadores de distintas regiões do planeta - limitadas em parte pelo acesso à Internet de banda larga -, que permaneciam afastadas do olhar da mídia eletrônica tradicional.

No entanto, vale ressaltar que a pulverização do conteúdo encontrado no YouTube, radicalmente distinto da estrutura em grade de horários que sustenta o modelo de distribuição pela televisão, oferece pouca chance para autores e produtos audiovisuais que não possuem redes de contatos diversificadas ou não acompanhem as estratégias discursivas dos vídeos considerados virais<sup>32</sup> (SOCIAL TIMES, 2008), isto é, que atraem numerosas visualizações pela proximidade do seu conteúdo com atributos publicitários. Possivelmente, esta seria uma das razões para que diferentes pesquisas apontem a pouca

---

<sup>32</sup> Ver glossário.

disposição dos usuários de redes sociais virtuais, como o próprio YouTube, em visualizar, comentar ou compartilhar vídeos que fujam de suas preferências de consumo, se subaproveitando a capacidade de uma cultura em rede para criar “pontes” narrativas entre indivíduos e grupos (JENKINS, 2010, p.21). Estas formas de expressão na mídia digital estão circunscritas às condições históricas e tecnológicas em que foram desenvolvidas, aceitas e apropriadas pela sociedade de consumo:

Na mídia digital interativa, os elementos técnicos e racionais foram, desde o início, carregados com outros, de cunho mítico, simbólico, imaginário e metafísico, por diferentes grupos sociais. O planejamento do seu uso e a construção dos seus respectivos sistemas, para não falar da pesquisa que os originou, continham sem dúvida uma base racional. O embasamento tecnológico da mesma não pode ser bem entendido, contudo, sem levar em conta as projeções fantasiosas que os vários grupos sociais envolvidos na situação não apenas a cercaram, mas destilaram suas ideias para dentro do seu desenvolvimento tecnológico (RÜDIGER, 2011, p.276).

Porém, estudar uma cultura em rede significa também olhar para a forma como cada ator/grupo narra sobre os outros e sobre si próprio, pois assim pode-se analisar como cada grupo compreende o seu papel e potencialmente influencia reposicionamentos em outros atores pelas representações sociais presentes em seus discursos autorais. Nessa perspectiva, os discursos compartilhados podem se integrar à memória coletiva destes grupos (HALBWACHS, 2004), se rearticulando socialmente por meio da linguagem, que é “o instrumento socializador da memória, pois reduz, unifica e aproxima no mesmo espaço histórico e cultural vivências tão diversas como o sonho, as lembranças e as experiências recentes” (BOSI, 1994, p.32).

É nesta troca de práticas culturais pela linguagem que a interiorização das estruturas significativas gera hábitos, sistemas de disposições, esquemas básicos de percepção, compreensão e ação em diversas camadas – que não são simples, abertas, transparentes e estáveis. Os hábitos seriam organizados pelas condições sociais e posição de classe, gerando práticas e esquemas de recepção.

Assim como as representações e práticas sociais surgiriam dos hábitos, pois os sujeitos que as internalizam estariam situados no interior da estrutura de classes, sugerimos que possa haver uma correspondência entre a apropriação do capital econômico e do capital

cultural pelos indivíduos. Para Bourdieu, condições socioeconômicas semelhantes propiciam o acesso a instituições educacionais e culturais compartilhadas, nas quais são adquiridos estilos de pensamento e modos de experimentar sensibilidades. Por sua vez, estes engendram códigos, sentidos, ideologias e práticas socioculturais particulares àquele grupo.

Não se pode conceber uma prática social ausente de ideologia: toda prática social é discursiva e todo discurso é ideológico. No caso das narrativas audiovisuais participativas, pensamos que elas estariam circunscritas às apropriações feitas pelos usuários conforme o momento histórico e seriam elaboradas e associadas simbolicamente a sensações como poder, liberdade e rapidez pela indústria cultural. Podem, assim, ser compreendidas como agenciadoras de complexas relações de poder entre os sujeitos e a sociedade, pois nesse processo as relações sociais de poder e de formação da imaginação coletiva são estruturadas pela difusão coletiva de sonhos e pesadelos (RÜDIGER, 2011). Ao reconhecerem suas próprias imagens e autorias, os membros dos grupos estabeleceriam e reafirmariam coletivamente suas relações de poder: “(...) compreender, ao mesmo tempo, como as representações e os discursos constroem relações de dominação e como eles próprios são dependentes dos contrastes provocados por essa relação” (CHARTIER, 2006, p.29).

Quem vê? Quem fala? De quem e de onde fala? Estas formas de posicionamento e restrição do discurso autoral midiático sobre a realidade, situadas entre pontos de vista e enunciadores, destacam a disputa de poder que existe em grande parte dos processos comunicacionais. Eliseo Verón (1978) estabelece uma relação entre a disputa de poder nos discursos e seu próprio reconhecimento, ou seja, o poder de um discurso pode ser medido pelos efeitos desse mesmo discurso nas relações sociais. Numa multiplicidade de narrativas e narradores, o sujeito deseja simultaneamente compreender o mundo a sua volta e se ver narrado. Olhamos para o jornal e o jornalista para questionarmos de que forma o veículo e o profissional negociam e mediam os sentidos produzidos pelas narrativas que tecem junto ao público, e quais lugares estabelecem para si enquanto atores sociais no espaço público (RESENDE, 2005). Discursos e narrativas da mídia

sobre o real seriam influenciados pelas relações de poder do mundo, pois “a narrativa está necessariamente inserida num diálogo do qual os homens não são apenas o objeto, mas também os protagonistas” (TODOROV, 2009, p.86).

## O REAL NO DISCURSO DE UMA TV PÚBLICA

Teóricos como Martín-Barbero (2001) veem que a televisão, por ser a mais massiva das mídias eletrônicas, teria o poder de (re)criar a realidade por meio do telejornalismo, com espaços e temporalidades sendo suprimidos e o fato ganhando uma edição orientada pelo espetáculo: “a desterritorialização da atividade social dos contextos de presença, liberando-a das restrições que impunham os mapas mentais, os hábitos e as práticas locais” (MARTÍN-BARBERO, s.d.). Só seria real o que foi captado pelas câmeras e aparece na tela. Trata-se do primado da imagem sobre o conteúdo e, conseqüentemente, da opinião sobre o real. A imagem se tornaria mais real que a própria realidade. Entre desejo e projeção, a televisão induziria o que devemos ambicionar e consumir. Mas tudo dentro de um certo padrão, de uma estrutura pré-organizada. Ela não subverte; ao contrário, reafirma os esquemas sociais ritualizados:

Tecendo imagens e narrativas da realidade, os enredos e imagens dos meios midiáticos serão absorvidos no cotidiano de milhares de pessoas e se transformarão nos códigos interpretativos com os quais elas abalizam o mundo e tecem suas próprias narrativas pessoais (JAGUARIBE, 2007, p. 30).

Se há indícios de que tais configurações engendram estilos de vida e de consumo no viés comercial de televisão, nos indagamos se existiriam mudanças nos modelos de representação social exibidos pela programação do maior canal público brasileiro, a TV Brasil. Para compreendermos estas dúvidas, é necessário entender que, atualmente, boa parte dos estudos específicos sobre emissoras públicas indicam que, na América Latina, os critérios de conceituação da programação dos canais públicos de TV passam ao largo das intenções que supostamente marcam as ações deste tipo de instituição na Europa, América do Norte e Nordeste asiático (ESCH; BIANCO; MOREIRA, 2011) que possuem maior foco no audiência, na diversidade de temáticas e em serviços de atendimento ao telespectador. Parte considerável das emissoras de televisão públicas latino-americanas tem seus objetivos no ideário da prestação de um serviço público, ainda que operando

como meio para a divulgação de ações dos poderes Executivo - gestor mais frequente dos canais -, Legislativo e Judiciário.

Seja na TV pública ou privada, a qualidade do telejornalismo se baseia na diversidade de temáticas, múltiplas visões interpretativas dos acontecimentos e inovações na estética, atributos que não se tornam presentes pela mera convergência dos suportes de mídia (BECKER, 2009a) e que se tornam mais desejáveis, especialmente em uma emissora de natureza pública. Nas chamadas<sup>33</sup> do programa Repórter Brasil, por exemplo, o espaço destinado à participação da audiência é comumente promovido como uma marca de diferenciação frente a outros telejornais. No entanto, nos questionamos se essa distinção se sustenta na representação da sociedade civil dentro do discurso jornalístico na TV Brasil. Como são configuradas as narrativas do quadro “Outro Olhar” e o que elas mostram do mundo?

O primeiro vídeo veiculado - “Líderes indígenas” (dia 04/05/11 - quarta-feira<sup>34</sup>) - apresenta uma compilação de três entrevistas realizadas com representantes de diferentes etnias indígenas de várias partes do país que se reuniram em um encontro em Brasília para debater o crescimento dos casos de criminalização de lideranças indígenas, todas atuantes na luta pela demarcação de suas terras. O vídeo não apresenta *lettering*<sup>35</sup> com o nome de seu diretor, destacando somente como tendo sido produzido pelo Conselho Indigenista Missionário. Portanto, se assemelha a uma vídeo-carta institucional que resume as principais questões discutidas e demandas dos distintos atores sociais participantes do evento.

Por este viés, a autoria deste vídeo é dissolvida, pois perde a sua conexão com o sujeito responsável pela estruturação da narrativa, isto é, com o mapeamento da construção jornalística ocultado em detrimento do discurso institucional. Ao invés de trazer a suposta diferenciação autoral enunciada pelo discurso participativo, a reiteração da estratégia da

---

<sup>33</sup> Ver glossário.

<sup>34</sup> Como já dito na Introdução, o escopo de análise dos vídeos do quadro Outro Olhar se restringe ao mês de maio de 2011.

<sup>35</sup> Ver glossário.

objetividade - característica do jornalismo profissional - anula as marcas de distinção da perspectiva participativa. Uma possibilidade de aproximação da equipe do programa com este discurso institucional do vídeo exibido poderia estar na contextualização da demarcação de terras indígenas entre representantes das etnias e órgãos do governo. No entanto, questionamentos sobre as posições tomadas pelas entidades governamentais parecem não figurar na pauta do principal telejornal da emissora pública.

Contudo, há contradições entre dados mostrados no vídeo e os enunciados pela equipe profissional: a cartela inicial da narrativa informa os dias do evento, que havia se encerrado três dias antes da veiculação do vídeo. Mesmo com uma defasagem de três dias do término, a fala da âncora<sup>36</sup> do programa diz que os grupos indígenas ainda estariam reunidos em Brasília, uma contradição com a informação presente no início do vídeo, o que parece revelar uma tentativa da equipe do telejornal em tentar trazer, quando possível, narrativas sobre eventos recentes, assim como uma abertura de espaço de fala para o índio, que é tido no senso comum como pequeno no jornalismo brasileiro. A falta de coerência da abordagem jornalística profissional com as datas do evento reforçam a percepção de que, mais que questionar os critérios de competência da equipe jornalística profissional, o tempo entre a seleção e veiculação dos vídeos encaminhados para o Repórter Brasil variam por razões não evidentes, como aprofundaremos posteriormente no vídeo “Material Radioativo”.

“À Margem da Memória” (dia 07 - sábado) conta, com relatos na primeira pessoa em vivo<sup>37</sup>, as dificuldades na vida de um ribeirinho depois que uma usina hidrelétrica inundou sua comunidade em Porto Velho (RO), em um período passado não determinado. Ao contrário do vídeo anterior, esta produção, premiada no Festival de Filmes Curtíssimos em 2010 - conforme dito pela âncora do programa - foi exibida com vários meses de defasagem entre produção e exibição. Isso pode revelar também um envio tardio por parte do autor amador, mas reitera a ausência de critérios no tempo de seleção por parte das regras de participação do Repórter Brasil.

---

<sup>36</sup> Ver glossário.

<sup>37</sup> Ver glossário.

O distanciamento com os sentidos da atualidade também se dá pela ausência de imagens da usina ou do lago mencionados, configurando uma narrativa descompromissada com a factualidade e mais próxima da proposta do título do vídeo, focada na experiência e memória pessoal do próprio narrador. Este fator, ao mesmo tempo, pode ser interpretado como um caminho de experimentação na narrativa, por privilegiar o olhar pessoal, ao largo da estratégia da objetividade, tão presente no discurso jornalístico profissional de massa. Nos vídeos analisados no mês em questão, contudo, esta marca de diferenciação subjetiva, de certa maneira até esperada dos vídeos participativos, não se repetiu, o que pode significar um critério oculto de desvalorização de uma autoria mais pessoal por parte da equipe profissional ou um desestímulo a este viés de narrativa diferenciada por parte do processo de promoção da participação dos autores amadores.

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

Uma das possibilidades de tornar a autoria deste vídeo mais singular seria, no lado dos autores amadores, retratar a trajetória posterior de alguns personagens que já tivessem passado pelas oficinas, assim como a análise, pela equipe jornalística, dos desafios que estes projetos musicais enfrentam, no médio e longo prazo, para gerar efetivas oportunidades profissionais aos alunos formados. Ao mesmo tempo, este projeto tem como patrocinadores instituições públicas e órgãos federais, como o Ministério da Cultura, não mencionados no vídeo, mas com logomarcas em destaque na seção institucional do site do projeto. Não há nas regras de seleção menção a restrições de organizações que sejam vetadas à participação no quadro. A veiculação de um vídeo de

caráter discursivo declaradamente institucional revela uma possibilidade de uso político, mesmo que indireto, do espaço destinado à produção da sociedade civil.

Em formato narrativo mais próximo ao discurso jornalístico tradicional, o vídeo “Quilombo São Roque” (dia 13 - sexta-feira), produção do Coletivo Catarse, uma organização civil de jornalismo independente focada em questões sociais, apresenta moradores descendentes de ex-escravizados que vivem na cidade de Praia Grande, em Santa Catarina, e aguardam a titulação da sua terra, conhecida como Quilombo São Roque. A área ocupa parte do Parque Nacional da Serra Geral, mas os quilombolas reclamam que somente os agricultores negros da região estão sendo impedidos de produzir alimentos na área, onde fazendeiros brancos continuam com sua produção de fumo. Esta questão é debatida em uma reunião convocada pelo Ministério Público.

Pudemos perceber que o trabalho de checagem das informações pela equipe profissional, atributo desejável como competência no processo jornalístico, é ressaltado neste episódio do quadro “Outro Olhar”. Em uma nota-pé<sup>38</sup> após a veiculação de “Quilombo São Roque”, a apresentadora comenta sobre uma nota divulgada pelo Instituto Chico Mendes, órgão ligado ao Ministério do Meio Ambiente citado e criticado no vídeo por suposto preconceito, sobre a ausência no vídeo de dois funcionários do Instituto que estavam presentes no encontro retratado e que ficaram de fora da edição final, configurando “deturpação dos fatos”, conforme dito pela âncora.

Tal discurso parece indicar que a participação da ONG é acolhida na estrutura do programa, mas sua autoria permanece cerceada para supostamente reiterar o lugar de poder na ordem discursiva da TV Brasil enquanto instituição midiática ligada ao governo. Também não é dada à ONG o direito de resposta sobre sua atuação no mesmo peso que o discurso exibido em uma TV aberta possui. Por mais que a menção à ausência dos funcionários do Instituto possa ser entendida como um comentário ligado a uma orientação voltada ao aprimoramento da construção jornalística da equipe profissional

---

<sup>38</sup> Expressão jornalística que caracteriza qualquer comentário do âncora do telejornal sobre uma reportagem ou notícia recém-exibida.

sobre o trabalho da amadora, percebemos que a desautorização do discurso do autor amador, contudo, pouco contribui para uma relação menos hierarquizada no processo participativo exercido pela TV pública federal.

No dia 16 (segunda-feira) foram exibidos dois vídeos em edições diferentes. Na edição matutina, “Itu Arte ao vivo” retrata um evento cultural que reuniu mais de duzentos artistas para realizar o maior encontro de pintura ao vivo da História, segundo o repórter. O morador local Felipe Camargo é o autor e também conduz a narrativa em vivo<sup>39</sup> por meio de perguntas diretas aos entrevistados. O evento havia ocorrido dois dias antes da exibição do vídeo, reiterando o interesse da equipe do Repórter Brasil por histórias que retratem acontecimentos recentes. O discurso próximo da perspectiva pessoal, destacando as descobertas do apresentador durante o encontro, produz, em certa medida, uma marca de diferenciação autoral, apesar do apresentador evitar emitir comentários pessoais sobre os trabalhos retratados. Tal viés configura um “meio termo” autoral entre a estratégia da objetividade do jornalismo profissional e a experiência subjetiva do autor não-institucionalizado.

A valorização de abordagens recentes como um critério pelas equipes amadoras e profissionais se repete na edição noturna, quando o vídeo “Material Radioativo” mostra a passeata de moradores da cidade baiana de Caetité, que tentam impedir a entrada de caminhões carregados com material radioativo, segundo o âncora, na madrugada do mesmo dia da exibição do vídeo. O registro foi produzido e narrado em *off* pela moradora, Aian Cotrin, que em *lettering* descreve a ação, no entanto, como tendo ocorrido na noite anterior. Percebemos até este momento que mesmo os eventos ocorridos poucos dias antes da exibição são induzidos pelos discursos dos âncoras a parecerem ser mais recentes do que de fato foram, como se retratar a realidade com mais imediatez aumentasse o valor noticioso dos vídeos apresentados dentro de uma lógica do telejornalismo profissional.

---

<sup>39</sup> Ver Glossário.

Em uma nota-pé, o âncora narra a apuração de sua equipe sobre a origem da carga radioativa e que a operação estava autorizada pelos órgãos governamentais responsáveis, configurando um discurso institucionalizado que parece, ao mesmo tempo, querer dar espaço às ações de mobilização popular e ao direito de resposta de autoridades, reiterando a conexão governamental que a TV Brasil possui. Tal prática afasta a prática participativa do Repórter Brasil da posição maximalista (CARPENTIER, 2011b) no processo conduzido pela TV pública, por colocá-la mais a serviço dos interesses corporativos do canal federal do que da sociedade civil.

“Marcha Nacional Contra a Homofobia” (dia 18 - quarta-feira) foi produzido pelo grupo civil Gay Um, que luta pelos direitos dos homossexuais no Distrito Federal, durante a passeata em Brasília, ocorrida no mesmo dia. O vídeo foi veiculado logo após uma reportagem feita pela própria equipe do Repórter Brasil, contribuindo para a relação de aprimoramento do discurso jornalístico participativo, ao permitir que o telespectador do programa comparasse abordagens potencialmente distintas de um mesmo acontecimento, sendo um na perspectiva integral da equipe profissional e outro por uma organização da sociedade civil.

No entanto, apesar de utilizar mais recursos de estética visual, como o efeito de *fast forward*, este vídeo independente só dá espaço ao discurso dos participantes da marcha, enquanto a matéria profissional também entrevista curiosos que só acompanham o evento. Ao se afastar da lógica profissional de dar voz a diferentes atores presentes ao acontecimento, a estratégia autoral de um grupo minoritário - tido no senso comum brasileiro como marginalizado pelas narrativas midiáticas - ao mesmo tempo complementa o vídeo profissional exibido logo antes, porém não se coloca em relação com o espectador ao evitar entrevistar o público que acompanhava o evento no local.

Dar a voz aos observadores da Marcha potencialmente qualificaria o discurso de um grupo que se legitima junto a simpatizantes que poderiam representar uma ponte com a parte da audiência que se oporia às causas da marcha, aprimorando o debate das questões da comunidade gay e dinamizando o jogo de forças presente na sociedade civil. Neste

sentido, o vídeo do grupo Gay Um poderia ser caracterizado como um discurso autoritário e institucional por evitar perspectivas diferenciadas sobre o evento, mesmo que, pelas definições discutidas anteriormente, sua exibição ainda se caracterize como parte de um processo participativo.

O último vídeo, produzido pela TV dos Trabalhadores, “Massacre da Sé” (dia 25 – quarta-feira) relembra o caso de sete moradores de rua assassinados no centro da cidade de São Paulo em 2004, durante o lançamento de um livro ficcional inspirado no acontecimento. Aqui, o sentido da atualidade se respalda duplamente: inicialmente pelo lançamento da obra literária, porém o discurso apresentado apenas menciona este acontecimento, instigando prioritariamente no espectador a indignação pela não criminalização dos assassinos até o momento da produção da reportagem. A fala do apresentador do vídeo, inclusive, reitera essa abordagem ao dizer, filmando a si próprio com a câmera na mão: “Presta atenção que o assunto é sério e tem que ser apurado”.

Por mais que esta estratégia destaque fortemente a visão pessoal do autor amador sobre a questão apresentada (um atributo da narrativa participativa), percebemos que as entrevistas com personagens geralmente invisibilizados e negados como portadores de falas e opiniões pelo discurso jornalístico profissional, como os moradores de rua, por exemplo, trazem marcas de diferenciação à abordagem apresentada.

Nesta análise da relação entre o discurso, a autoria e o processo participativo presente nos vídeos circunscritos ao período pesquisado de maio de 2011, a inserção da produção da sociedade civil na grade de programação da TV Brasil traz questionamentos. Por ser um canal de caráter público e ligado ao governo, o discurso da pluralidade de visões sobre os acontecimentos do país aparentemente engendraria um relativo equilíbrio na seleção de produções que pertençam tanto a coletivos – um tipo de representação política popular característico da visão de governos esquerdistas (GOMES, 2011) – quanto a indivíduos sem vínculo institucional aparente. Nos oito vídeos descritos, cinco foram produzidos por organizações sociais e três por pessoas físicas. Geograficamente, as cinco regiões

brasileiras estavam representadas com pelo menos um vídeo, sendo dois do Sudeste e três do Centro-Oeste, com destaque para o Distrito Federal, sede da EBC.

A diversidade de âncoras e praças também é promovida como uma característica de diferenciação no discurso jornalístico do Repórter Brasil, especificamente na edição noturna, se afastando da figura do âncora em uma única localidade, tão comum nos telejornais das emissoras abertas. A edição matutina é apresentada por Guilherme Menezes, Natália Pereira ou Katiúscia Neri nos estúdios de Brasília. Já a edição noturna é apresentada em diferentes dias da semana por Guilherme Menezes (em Brasília), Luciana Barreto (no Rio de Janeiro) e Florestan Fernandes Júnior (em São Paulo).

Tal estratégia pretenderia, de certa forma, aparentar para o espectador uma descentralização da linha editorial do telejornal, em uma atuação conjunta entre equipes de diferentes estados na condução das notícias. Ela também pode ser pensada como uma forma de ocultar um processo ideológico sobre os critérios de seleção de pauta e abordagens. Sobre esta questão, inclusive por se tratar de um programa em uma emissora estatal, o site do programa promove institucionalmente o seu lugar de fala sobre sua linha de atuação em relação aos critérios temáticos que supostamente contribuiriam para um vídeo ser selecionado. Contudo, são demasiadamente vagos:

Desde a estreia, em 3 de dezembro de 2007, o Repórter Brasil abre espaço para os assuntos de interesse do cidadão, com o olhar do cidadão. Âncoras no Rio, Brasília e São Paulo apresentam um noticiário isento, sem adjetivações, linhas pré-definidas, influências da política partidária ou da lógica do mercado publicitário. As questões internacionais têm mais espaço e oferecemos mais destaque para regiões esquecidas no noticiário geral, como a África e a América Latina. Os temas que movimentam o dia-a-dia são tratados com mais tempo e em mais detalhes, de forma muito clara e objetiva (EBC, 2011).

A comparação desta imagem de si do telejornal com a distribuição das 125 reportagens entre as editorias em cada uma das oito edições analisadas durante o mês de maio de 2011 (tabela 2) indica que é dado um relativo destaque aos assuntos internacionais. Entretanto, a estratégia da objetividade anunciada apresenta - ao olharmos para a estrutura narrativa das reportagens produzidas pela equipe profissional - geralmente sequências quase ininterruptas de *offs* e vivos de repórteres e entrevistados em que a palavra conduz os sentidos em detrimentos das imagens, com poucos momentos de sobe-

som<sup>40</sup>, isto é, som ambiente ou trilha musical sobre sequência editada de imagens de cobertura com menor orientação da ordem discursiva institucional. Esta configuração narrativa ausente de silêncios e escuros impede a configuração de possíveis diálogos para além dos viés narrativo institucional.

TEMAS	REPORTAGENS REPÓRTER BRASIL	VÍDEOS OUTRO OLHAR
Brasil	46 - 35%	6 - 75%
Internacional	30 - 23%	-
Economia	19 - 14%	-
Esporte	15 - 11%	-
Ciência	11 - 8%	-
Cultura	8 - 5%	2 - 25%
Comportamento	6 - 4%	-

Tabela 2 – Comparação de divisão temática entre reportagens profissionais do “Repórter Brasil” e do quadro “Outro Olhar”

Sobre o “Outro Olhar”, devido ao próprio alcance da TV Brasil, a maior parte dos vídeos analisados se restringia a assuntos sobre questões políticas envolvendo grupos sociais específicos, além de dois sobre expressões artísticas. A razão para tal distribuição temática talvez esteja no próprio direcionamento discursivo na apresentação do quadro, tanto no site quanto nas chamadas, que reitera a preferência por acontecimentos locais ou da comunidade do autor amador.

A visualidade, outra característica potente das narrativas audiovisuais capaz de se sobrepor a outros atributos discursivos (VIZEU, 2008), é um elemento imprescindível e complexo para a depuração do lugar de fala das enunciações em disputa na produção de sentidos. No programa Repórter Brasil, o cenário traz elementos que priorizam uma estética usualmente encontrada nos telejornais da TV aberta, com *designs* em cores neutras ou fotos de identificação da praça dos respectivos âncoras, como a Câmara dos Deputados, no caso em Brasília.

---

<sup>40</sup> Ver glossário.

No “Outro Olhar”, o quadro sempre começa com uma vinheta gráfica ao término da fala de abertura do âncora. Os vídeos são exibidos em diferentes formatos de janela de vídeo, seja *full-frame*<sup>41</sup> (formato das reportagens profissionais do Repórter Brasil e de alguns vídeos amadores, como “Material Radioativo”) ou *wide-screen*<sup>42</sup> (caso do vídeo “Quilombo São Roque”), que mostra a não interferência dos editores do programa no formato dos vídeos enviados, mas carecemos de evidências quanto a possíveis edições de vídeos encaminhados à emissora. Arte gráfica, quando existe, utiliza recursos bem simples para exibição de dados ou mapas, como no caso do vídeo “Quilombo São Roque”, no qual usa-se a imagem de mapa impresso como arte para a localização do Parque Nacional da Serra Geral no estado de Santa Catarina.

Em geral, existe uma forte predominância de câmera na mão entre os vídeos de formato jornalístico, além de planos escuros, trêmulos e com resolução imagética de baixa qualidade (“À Margem da Memória” e “Material Radioativo”). Vídeos como “Lideranças” e “Orquestra” preferiram usar fotos como imagens de cobertura para as falas em *off*, demonstrando a falta de planejamento na captação de imagens para a produção de um vídeo. Já a captação de imagens do vídeo “Itu Arte ao vivo” se destaca por ser bem mais próxima do padrão estético profissional, com vários planos inclinados, movimentos de câmera e alteração de velocidade, recursos esses usados com menos intensidade no “Marcha Nacional Contra a Homofobia”. O ritmo de edição dos vídeos em estilo jornalístico exibidos no quadro também se assemelha às reportagens profissionais produzidas pelos telejornais de emissoras abertas ao apresentar poucos momentos de sobe-som e uma montagem com muitos cortes, principalmente em “Quilombo São Roque”.

---

<sup>41</sup> Ver glossário.

<sup>42</sup> Ver glossário.

“À Margem da Memória” apresenta legendas durante a fala do personagem retratado por ele estar dirigindo e eventualmente falar para a câmera de costas<sup>43</sup>, além do áudio de baixa qualidade. Este personagem-narrador, aliás, é somente creditado ao final do vídeo, uma prática incomum em vídeos exibidos em programas jornalísticos. Outra irregularidade com relação aos créditos é apresentada no vídeo “Marcha”, no qual os seis entrevistados não são creditados. O que poderia ser caracterizado como um povo-fala, fica deslocado do uso profissional destinado a este recurso, pois todos os entrevistados são participantes da marcha e isso contrasta com o discurso de demanda por reconhecimento e espaço de fala presente nos depoimentos gravados. Um desencontro discursivo ainda maior sendo um vídeo produzido por uma ONG que luta pelo reconhecimento dos direitos dos homossexuais.

Outro aspecto curioso no uso dos créditos está presente em “Massacre”, em que o apresentador/autor é creditado pelo codinome CarlosCarlos e os moradores de rua entrevistados são creditados com profissão e, ao lado, entre aspas, “morador de rua”. Tal recurso, de alguma maneira, amplia a forma como essa parte da população geralmente é representada pelo jornalismo, sem reconhecimento de suas capacidades e habilidades fora da situação de rua. Aspecto ressaltado pela fala de um dos entrevistados em situação de rua ao mencionar a honestidade e boa índole de seus colegas, características poucas vezes atribuídas a este grupo na mídia hegemônica.

A auto-identificação do narrador presente em vivo como personagem ganha relevância em “Itu” e “Massacre”, nos quais seus autores gravam a si próprios segurando a câmera na mão, fortalecendo o vínculo de realização autoral durante o processo de construção da narrativa dos vídeos. Esta característica implica uma possível imbricação entre um distanciamento do modelo de produção profissional audiovisual jornalística - em geral feita de forma coletiva, por uma equipe altamente hierarquizada e pautada pelo discurso da objetividade - e um modelo de produção mais solitário, com grande ênfase na condução da narrativa visando à subjetividade e à disseminação de valores menos

---

<sup>43</sup> O câmera neste vídeo estava sentado no banco de trás do carro, exibindo pouco o rosto do personagem-narrador devido à forte incidência de luz do vidro frontal, revelando pouca atenção às emoções faciais do entrevistado.

institucionalizados. Essa estratégia também ressalta a relação do condutor da narrativa com seus entrevistados, deixando, pelo menos em parte, suas escolhas narrativas mais mapeadas para o espectador.

Como a estrutura discursiva dos vídeos, em boa parte dos casos, se assemelha ao estilo jornalístico presente nos telejornais massivos, nota-se pouca inovação autoral e estética nos vídeos do quadro “Outro Olhar” e quase nenhuma na construção de sentidos da atualidade nos enunciados textuais sobre os acontecimentos relatados. Mesmo que o jornalismo profissional e o participativo não sejam lugares absolutos, percebemos que a produção participativa amadora acaba por reproduzir, em sua maior parte, os valores e as narrativas do jornalismo profissional, se distanciando das marcas de diferenciação anunciadas pelos lugares de fala institucional da TV Brasil ao compararmos o Repórter Brasil a outros telejornais da TV aberta. Ao mesmo tempo, há pouca ou nenhuma orientação dos jornalistas profissionais para o aprimoramento do trabalho feito pelos autores amadores e semiprofissionais, configurando um processo de participação mais minimalista (CARPENTIER, 2011b).

Nos perguntamos, contudo, se em uma estrutura mais horizontalizada e de maior uso de ferramentas de interação *online*, como na Revista Viva Favela, haveria mais oportunidades para a inovação do discurso telejornalístico sobre o real.

#### REPRESENTAÇÕES DA REALIDADE PELA SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA

Apesar de sabermos que números podem eventualmente ocultar trajetórias de construção de sentido, cremos que alguns dados sobre consumo audiovisual podem nos mostrar que a televisão ainda se mantém na liderança de audiência entre as mídias eletrônicas, porém cada vez mais espectadores consomem vídeos pela Internet, principalmente os mais jovens. Pesquisas periódicas realizadas pela Datafolha para a Folha de São Paulo e Editora Abril<sup>44</sup> (MEIO & MENSAGEM, 2009) revelam que 45% dos jovens entre 12 e 30 anos entrevistados em 2000 diziam preferir a TV, quando em 2009 este índice caiu

---

<sup>44</sup> Universo de 8 milhões de jovens em 9 cidades de 12 a 30 anos – idade média de 21 anos. 5% classe A, 37% classe B e 58% classe C. Em algumas questões, os pesquisados podiam eleger mais de uma opção.

para 33%, embora ainda seja majoritário. O uso da Internet subiu de 66% em 2005 para 86% em 2009. Deste universo, 64% dos jovens acompanham notícias pela TV e 68% pela Internet. No horário noturno, 33% elegeram a TV aberta como meio preferido para se informar e 26% a Internet.

Na pesquisa "Media Democracy" (TELETIME, 2010), realizada nos Estados Unidos, Japão, Alemanha, Reino Unido e Brasil<sup>45</sup>, foram ouvidas cerca de nove mil pessoas, que retrataram seus hábitos de consumo de mídia e de tecnologia. Dentro deste grupo de entrevistados, os jovens brasileiros de 14 a 26 anos disseram usar tanto o computador quanto a TV para assistir a vídeos: 56% assistem a vídeos pela TV e 54% assistem pelo computador. Além disso, 87% assistiriam a mais vídeos na Internet se a conexão fosse melhor.

Compreendemos que a crescente acessibilidade aos computadores e às máquinas produtoras de imagens e áudio possivelmente tem estimulado diversos jovens a participarem de forma mais ativa como autores na Internet, não somente por meio de blogs e redes sociais, mas também sendo formados por iniciativas de organizações não-governamentais, como no caso da Viva Rio. Nesta entidade, o projeto Viva Favela tem qualificado jovens para atuarem profissionalmente como produtores de conteúdo sobre o cotidiano de comunidades de baixa renda, sendo de forma contínua na revista eletrônica.

Importante destacar que a narrativa usada nos treze vídeos analisados na Revista Viva Favela acaba por explicitar determinados conceitos, hábitos, valores, comportamentos, modos de ser e de pensar as distintas realidades das comunidades retratadas. A multiplicidade de elementos presentes neste processo – como trilha sonora, enquadramentos, velocidades de imagem - confere à edição uma função de extrema importância autoral quando se quer contar uma história por meio de imagens e áudio. Inclusive porque o consumo massivo do telejornalismo nos treinou para reconhecer o real - entendido como um conjunto de experiências de representações - em mini narrativas editadas em um determinado ritmo e estilo estético.

---

<sup>45</sup> No Brasil, foram ouvidas 1.346 pessoas na faixa etária de 14 a 75 anos.

Sobre a ênfase neste aspecto narrativo da edição, Claudine de France distingue entre narração e descrição filmicas, que estariam “permanentemente disputando a apresentação do real sem jamais uma poder eliminar a outra” (DE FRANCE, 2000, p.34). O elemento narrativo se relacionaria à dinâmica temporal envolvida na sequência de ações montadas, enquanto a descrição representaria o desdobramento destas ações no espaço focado. Os vídeos da Revista Viva Favela nos fazem repensar esta lógica, pois a narrativa - ou uma ideia desta - já é quase que totalmente construída antes mesmo dos registros audiovisuais se iniciarem, com as opções narrativas discutidas coletivamente antes de cada produção por meio da metodologia da Redação Virtual da Revista. A maior parte dos vídeos analisados da revista remete a produções caseiras comumente vistas nas plataformas digitais, com longos planos de cortes abruptos e sem ritmo, como nos vídeos “A Tradicional Festa de São Jorge em Nova Iguaçu” e “Zona Sul de São Paulo, um Polo de Cultura”.

O som permanece como um grande problema na compreensão dos entrevistados em alguns vídeos, revelando uma falta de atenção da revista com este atributo considerado como essencial para a qualidade audiovisual, como em “Boas Ondas no Cantagalo” e “De Japeri para as Piscinas de Natação”.

Outros vídeos fizeram uma montagem de sequências de fotos intercaladas por letterings, uma linguagem também popular em portais de vídeos *online*, mas que já aprimora esteticamente a narrativa audiovisual, tanto pelo uso de movimentos de câmera variados sobre as fotos, quanto pela própria qualidade da composição imagética das mesmas, como em “Flashes e Atabaques” e “A Reciclagem em Jardim Gramacho”. Há poucas exceções de vídeos com um trabalho mais autoral de edição, incluindo maior uso de imagens de cobertura, sobe-sons e efeitos de velocidade de imagem usados de maneira criativa e inesperada, com destaque para “Projeto Vida Corrida – Capão Redondo”, “Flamengo até Morrer” e “Pacificação?!?”.

Por isso, não basta somente olharmos para a edição, se a realidade a ser narrada já está sendo formulada em um processo anterior ao registro jornalístico. Dialogamos aqui com uma ideia análoga a Rosenfeld, a “observação filmica prévia ao registro” (2000), chamada também de “profilmica”, termo que o autor utiliza citando o filósofo francês especialista em estética Étienne Souriau. Para Rosenfeld, há que se ter consciência de dois tipos de observação: a observação direta, aquela que é feita pelo olho cotidianamente, e a observação filmica, aquela que é feita pelo olho através da câmera. Não só estas duas formas de observação se apoiam em suportes distintos - a primeira se apoia apenas no suporte fugaz da memória para realizar o registro, enquanto a segunda conta com suportes permanentes e duradouros, como horas de material gravado - como também percebem a realidade de maneiras desiguais. Pensar a realidade já com esta intenção filmica seria, para o autor, um procedimento fundamental para a realização crível nos registros audiovisuais:

A observação profilmica delimita, do real, o sensível reproduzível que poderá se deixar ver e ouvir através do filme, isto é, o *mostrável filmico*<sup>46</sup>. A observação profilmica tem por finalidade preparar a observação filmica: suas orientações e procedimentos metodológicos, bem como suas estratégias de *mise en scène* (delimitações, ocultações, camuflagem, sublinhamentos, esfumamentos no espaço e no tempo) (ROSENFELD, 2000, p.50).

Esse é o fio condutor a partir do qual compreendemos que não deve ser privilegiado o realismo apreendido pela câmera – entendido como código popularizado entre a representação e a experiência vivida -, mas sim a realidade construída por ela quando suas imagens são captadas como um discurso pessoal e, por que não, histórico e circunscrito em um contexto. Traçamos aqui um diálogo com o movimento do cinema-verdade francês, criado pelos cineastas Jean Rouch e Edgar Morin no início dos anos 1960 e que no Brasil foi mais relacionado com as obras de Eduardo Coutinho<sup>47</sup> (LINS, 2004), que pretendia destacar as limitações narrativas dos atos de verdade como restritos às situações e relações vividas entre a equipe de gravação e seus entrevistados, revelando as condições de produção da própria narrativa. Um mundo em constante transformação, inclusive pela própria intervenção da gravação em vídeo sobre os eventos registrados.

---

<sup>46</sup> Grifo do autor.

<sup>47</sup> Índícios presentes principalmente em filmes como “Edifício Master” (2002) e “Jogo de Cena” (2007).

Assim, se revelam como construções na medida em que não só a leitura da imagem depende da identificação do telespectador com o discurso apresentado, mas também com o acontecimento que se deu pela ação narradora tecida entre autores e seus entrevistados. Índícios podem ser notados em menor intensidade nos correspondentes dos vídeos da Revista Viva Favela “Flamengo até Morrer” e “Zona Sul de São Paulo” (que dialogam com a câmera e deixam suas perguntas evidentes para os entrevistados responderem, tornando suas presenças o fio condutor que impulsiona a narrativa adiante), mas aparecem com maior destaque no trabalho dos repórteres dos vídeos “Itu” e “Massacre” do Repórter Brasil<sup>48</sup>, que deixam claras suas razões para gravar as entrevistas, além de manterem algumas perguntas na íntegra. Tanto no Repórter Brasil quanto na Revista, contudo, os vídeos possuem muitos cortes na edição, aproximando-os mais da linguagem televisiva do que os longos planos-sequência<sup>49</sup> característicos do cinema-verdade.

Focando novamente na Revista Viva Favela, a representação da realidade urbana nos vídeos seria um projeto de intervenção no qual o ponto de vista do jovem correspondente imprime sua subjetividade individual à representação do real. Esta perspectiva discursiva se relaciona com o que Benjamin chamou de imagem do choque (BUCK-MORSS, 1993), como sendo a vivência urbana por meio do estranhamento das multidões, a cidade como um ambiente de múltiplos estímulos.

Os cidadãos das metrópoles estariam sempre sujeitos ao choque, um compartilhamento de código e linguagens comuns que aumentam o poder de legibilidade do real. Segundo Baudrillard (1991), vivemos um desaparecimento da distinção entre o que é real e imaginário, pois a conexão com a origem foi rompida devido à sobreposição de códigos e matrizes que apagam a realidade natural dos fenômenos vivenciados. Na vivência da urbanidade, o mundo - citadino ou natural - é duplicado, tal como em um museu de cera, para se reter uma cópia categorizada dele. O imaginário possivelmente estaria dominado pela mídia. Destarte, a narrativa audiovisual pode atuar como um ponto de ligação entre a comunidade e o seu imaginário por meio da mediação simbólica.

---

<sup>48</sup> A serem detalhados mais adiante.

<sup>49</sup> Ver glossário.

Para José Reginaldo Santos Gonçalves (2002), esta sacralização oferecida pela imagem sobre práticas sociais objetificadas como bens culturais – por exemplo, as festas populares, eventos religiosos e esportivos, entre outras abordagens retratadas nos vídeos do Viva Favela - produz um “efeito de realidade” (BARTHES, 2004, p.190) potencializado pela subjetividade do jovem correspondente acerca do tema retratado, fazendo com que essas práticas sejam entendidas como uma alegoria visual:

Enquanto objetos ou práticas sociais objetificadas, são todos apropriados com o propósito de serem exibidos e contemplados. (...) É por meio da exibição desses objetos e práticas objetificadas que é produzido o ‘efeito de realidade’ no contexto das narrativas do patrimônio cultural. Esses objetos e práticas objetificadas autenticam o ‘real’ produzido por essas narrativas. O que dizem é: ‘Nós somos reais, tanto quanto a realidade que representamos’ (GONÇALVES, 2002, p.80).

A Revista Viva Favela, ao fazer a opção por retratar narrativas cotidianas das comunidades de baixa renda, supostamente desenvolveria um papel de mediador da dimensão relacional da comunicação. As narrativas autorais ali apresentadas, com suas nuances e particularidades, potencialmente dão materialidade simbólica ao outro, reinscrevendo os sujeitos em seus territórios existenciais e físicos. E ao olharmos para o documentário “A Vida em um Dia”, quais entrelaçamentos entre atualidade e realidade estariam visíveis ou ocultos na narrativa do filme?

#### O REAL FICCIONALIZADO PELA PARTICIPAÇÃO NO DOCUMENTÁRIO

Amplamente conhecido por suas ações de compartilhamento de conteúdo audiovisual, o YouTube é ao mesmo tempo uma empresa, um arcabouço comercial da cultura pop e uma vitrine para a criatividade audiovisual<sup>50</sup>. Pertencente ao Google, uma das maiores empresas *online* na contemporaneidade, o YouTube é um portal de vídeos, e como tal possui com uma dinâmica distinta dos canais televisivos, pois sua organização e diversidade de conteúdos fluem em um ritmo próprio. A cultura participativa (BURGESS; GREEN, 2009b) é parte da essência empresarial do YouTube e conteúdos gerados por autores amadores podem eventualmente desafiar a audiência de vídeos

<sup>50</sup> Exemplos que reforçam o site como um portal reconhecido por distribuir vídeos criativos vão desde ser uma das plataformas mais usadas para a *viralização* de vídeos e campanhas, até premiações ligadas a instituições comerciais, culturais e de cunho artístico, como o Museu Guggenheim de Nova Iorque, EUA.

produzidos por profissionais de renome na indústria audiovisual<sup>51</sup> (GLOBO, 2013a). Exemplos de cocriação no portal vão de serviços noticiosos criados por autores amadores a *vloggings*<sup>52</sup> que podem ser apropriados e explorados pela indústria midiática profissional (BURGESS; GREEN, 2009a).

Está na cocriação o valor cultural e de mercado do site ao influenciar os modelos de negócio vigentes. A mídia amadora e profissional são distintas. Inclusive porque considerável parte dos autores amadores aparentemente não se importa em produzir vídeos sem serem pagos, motivada pela possibilidade de compartilhar suas narrativas a baixos custos.

Tais questões nos alertam para mudanças na paisagem midiática, em que as fronteiras entre mensagens midiáticas públicas e privadas e entre a produção profissional e amadora se esmaecem. Neste cenário, desafios são colocados principalmente para uma efetiva participação autoral amadora que seja de interesse público (SHIRKY, 2011) e que consiga mobilizar tanto no âmbito local quanto numa escala planetária, por meio de variadas estratégias de participação: “Criar uma cultura participativa com benefícios maiores para a sociedade é mais difícil do que compartilhar fotos divertidas. Quanto dessa mudança social seremos capazes de compreender?” (SHIRKY, 2011, p. 162).

Atualmente, distintas formas de apropriação do conteúdo amador estão sendo incorporadas de maneira crescente pela mídia profissional jornalística, documental e de entretenimento, em especial envolvendo comunidades *online* que partilhem de interesses similares (BURGESS; GREEN, 2009b; JENKINS, 2008). No audiovisual factual, a participação ocorre pelos processos no telejornalismo e no documentário que possuem semelhanças e diferenças. O principal atributo que os aproxima é a construção do senso de atualidade pela criação de conteúdo amador audiovisual em sites ligados a grupos hegemônicos e com distribuição em distintos suportes midiáticos. Contudo, o projeto do documentário “A Vida em um Dia” se distingue do telejornalismo por ter como estratégia

---

<sup>51</sup> Exemplo para o ator Felipe Neto cujo canal de vídeos no YouTube foi o primeiro em língua portuguesa a atingir a marca de um milhão de assinantes.

<sup>52</sup> *Post* de narrativas e comentários pessoais em vídeo-blogs.

engajar os usuários ao se abrir à diversidade de abordagens possíveis para se retratar o dia selecionado, mesmo que subjugados a critérios e a um formato narrativo pouco definidos durante a triagem dos vídeos amadores.

Algumas diretrizes que supostamente aumentariam as chances de seleção dos participantes foram disponibilizadas em vídeos postados no perfil do documentário quase um mês antes da data de gravação. O produtor Ridley Scott, em vídeo de estímulo à adesão dos usuários para o projeto, explica que o discurso autoral dos participantes deveria ser pessoal: “A chave é o que te apetece enquanto autor<sup>53</sup>”.

Outra ênfase nesse aspecto de uma narrativa heterogênea foi a escolha por um sábado para o dia das gravações<sup>54</sup>, permitindo uma maior adesão de perfis variados de produtores amadores. O fato de ser período de lua cheia – mostrada no início e no final do filme – também pode ter contribuído para a escolha desta data, possibilitando as gravações externas noturnas, com câmeras sensíveis à baixa luminosidade, nas primeiras e últimas horas/cenas desta narrativa estruturada cronologicamente.

Porém, os desafios e indagações acerca da cultura participativa do YouTube falam mais de questões culturais e políticas do que tecnológicas: quem conduz a narrativa do vídeo; quem ganha destaque; como o discurso de certos vídeos ganha autoridade como ordenamento de visão de mundo (BURGESS; GREEN, 2009b), potencialmente influenciando o senso de realidade? A escolha do termo autoridade não é aleatória, pois ressalta a disputa pela hierarquização do lugar do autor como poder de fala, um poder autoral.

O pacto da narrativa de boa parte dos documentários com o seu público seria de trazer, pelo olhar de uma equipe profissional e do diretor, uma abordagem que retrate, com certa verossimilhança, histórias que representem o real (LINS, 2004), mesmo que esta seja, em

---

<sup>53</sup> Tradução livre de: *The key is what appeals to you, as an author* (SCOTT, 2010).

<sup>54</sup> Kevin MacDonald revela em comentário nos extras do DVD que o dia 24 de julho foi escolhido por ser o primeiro sábado após a Copa do Mundo Fifa, evitando o som da vuvuzelas no fundo de áudio.

parte, mais afastada da estratégia de objetividade comum ao telejornalismo. Entretanto, permanece a necessidade de se estabelecer alguma relação com o real.

A estratégia do diretor Kevin MacDonald para construir uma narrativa que criasse um senso de realidade a partir das gravações feitas por outros que não sob o seu direto comando profissional foi a opção, desde o início do projeto, por uma narrativa previamente estruturada de maneira pouco precisa em quatro perguntas feitas pelo próprio diretor no primeiro vídeo postado no perfil do documentário no YouTube do “A Vida em um Dia”: O que te dá medo?; O que você ama?; O que você tem no seu bolso?; O que te faz rir?<sup>55</sup> (MACDONALD, 2010). Compreendemos que o real não emerge no que é programável, mas “é o que fende a cena da representação, permitindo que o mundo venha perfurar o filme, arejá-lo com a irrupção do impensado e do que é irredutível ao cálculo” (CAIXETA; GUIMARÃES, 2008, p.40).

“A Vida em um Dia” estabelece uma relação assimétrica com a abordagem jornalística ao apresentar personagens geralmente estereotipados pelo jornalismo hegemônico em perspectivas diferentes dos telejornais, por exemplo, quando são mostrados soldados americanos fazendo brincadeiras em bases militares estrangeiras em vez de estarem em missões de combate. A guerra, por mais que seja um dos acontecimentos deste dia, é retratada sem ancoramento com o factual, pois não apresenta um acontecimento que tenha valor noticioso.

Já na cena que retrata o incidente da Loveparade na Alemanha, único fato do filme que chegou às manchetes de todo o mundo, quando vinte e uma pessoas morreram esmagadas em um túnel e mais de quinhentas ficaram feridas, a equipe profissional recebeu dezenas de cliques enviados sobre este acontecimento, permitindo uma edição por múltiplas câmeras, porém sem narração sobre o que estava sendo retratado. Ainda assim, a intensificação da tensão e o incômodo gerado pelas imagens ordenadas na montagem e

---

<sup>55</sup> Na edição final do documentário, a pergunta da risada aparece como outra de igual cunho positivo: O que te faz feliz?

pela trilha sonora lúgubre, acabam por criar no espectador o efeito catártico do choque do real (JAGUARIBE, 2007, p.100), comum em parte das abordagens jornalísticas urbanas.

Contudo, o incidente aconteceu bem mais cedo naquele dia do que no momento em que ele é mostrado no filme, descolado ainda mais do compromisso com o senso de atualidade se comparado com o discurso jornalístico – que privilegia acontecimentos recentes como de maior valor noticioso. A narrativa do documentário é estruturada a partir das primeiras horas da madrugada do dia 24 e termina próximo de meia-noite. Possivelmente, esta cena foi usada pela equipe profissional como uma passagem simbólica do dia para a noite, como um provável substituto para o clímax como virada para a narrativa.

O lugar de fala do diretor, todavia, reitera que sua principal influência para o projeto foi a experiência do Mass Observation, pesquisa social hoje liderada pela Universidade de Sussex no Reino Unido, que desde o final dos anos 1930<sup>56</sup> recebe respostas de britânicos acerca de perguntas que visam registrar a percepção do cotidiano em um dia específico de cada mês (WATERCUTTER, 2011). Ele ressalta que, para evitar uma estrutura do filme que parecesse um show de clipes, a ideia seria conectar tematicamente as cenas numa sequência que aludisse do nascimento à morte:

Toda a vida humana (e uma boa dose de morte) estava lá. Isso, eu presumo, foi o que me chamou a atenção ao deixar que os vídeos fossem despejados sobre mim. O que nós tínhamos era um registro da maioria, se não de todas, das grandes experiências humanas: nascimento, infância, amor, dor, alegria, arte, euforia, doença e morte. Aqui estavam os fundamentos de cada vida, presente em todas as suas cores<sup>57</sup>.

Por esta descrição ser uma estrutura puramente conceitual e abstrata, costurada com personagens recorrentes ao longo do documentário, o que se torna mais claro para o espectador é que a narrativa deste filme visa estabelecer uma representação de sincronicidade global ilusória, já que todos acordam ao mesmo, independente do país ou

---

<sup>56</sup> O projeto foi fundado em 1930 e teve uma interrupção entre o final de 1960 até 1981.

<sup>57</sup> Tradução livre de: *All human life (and quite a lot of death) was there. That, I suppose, is what struck me most as I let the videos pour over me: what we had was a record of most, if not all, the major human experiences: birth, childhood, love, pain, joy, art, exhilaration, illness and death. Here were the fundamentals of every life, present in all their colours* (MACDONALD, 2011).

do fuso horário, criando uma configuração temporal conflitante que subjuga o tempo vivido dos autores amadores ao tempo da narrativa filmica.

Tal conformação destaca uma das mais fortes consequências e ilusões da globalização, que é a do presente simultâneo sobre o planeta, uma percepção recente que ganhou força com o desenvolvimento das mídias eletrônicas, em especial a Internet. Esta dinâmica parece se aliar à estratégia de marketing institucional do YouTube em um afunilamento temporal, ao querer dar a impressão de que o projeto atua globalmente na mobilização de milhares de produtores amadores ao redor do planeta em um único dia<sup>58</sup>. No entanto, mais de 50% das cenas selecionadas para o filme são estadunidenses<sup>59</sup>, privilegiando claramente a perspectiva norte-americana na narrativa.

Com tantas ilusões, percebemos indícios de uma crise na representação, pois também há uma crise de autoconfiança na capacidade humana de compreender e representar o mundo tal como ele é experienciado. Gumbrecht (1998) coloca que há uma desreferencialização que impacta tanto o tempo – da contagem do tempo histórico para a lógica da simultaneidade - quanto o espaço discursivo – conforme as expressões midiáticas hegemônicas e não-hegemônicas se aproximam ou se distanciam da representação como produtora de sentidos.

Ao ser ordenado temporal e espacialmente, o discurso almejaria instituir o real e tornar consensual a sua vontade de verdade (FOUCAULT, 2004), legitimando-se e legitimando-a simultaneamente. A verdade, por poder ser desfeita e refeita a qualquer momento, dependeria da memória e do esquecimento para tentar se fixar. Assim, ela pode reaparecer porque foram deixados rastros, pegadas em seu trajeto (SOARES, 2009).

---

<sup>58</sup> Foram recebidos mais de oitenta mil cliques de cinco continentes.

<sup>59</sup> Kevin MacDonald comenta nos extras do DVD que em torno de 52% do material bruto recebido foi gravado e enviado dos EUA e que esta proporção se manteve na edição final dada à melhor qualidade estética. Joe Walker chega a dizer que “os americanos são cineastas por natureza” na cena do colecionador de pianos, elogiado pelos seus movimentos de câmera profissionais. Uma cineasta iniciante de Nova Iorque é citada por Joe Walker como tendo enviado um material de alta qualidade estética, tendo suas imagens sido distribuídas ao longo do filme, o que reitera a predileção da equipe profissional por uma estética que foge ao estilo amador.

É necessário atentarmos que verdade e realidade são conceitos carregados de subjetividade. Por mais conflitante que possa parecer em uma narrativa que deseja representar o real, a subjetividade foi essencial no ordenamento produzido, por exemplo, a partir da primeira seleção do material bruto do “A Vida em um Dia”, realizada por cerca de 25 pesquisadores políglotas que classificavam o material enviado - 5 mil horas de material aproximadamente - de uma a cinco estrelas e usando palavras-chave. O resultado do filme tornou-se a estruturação de 300 horas selecionadas pelo diretor e o montador entre os clipes que obtiveram 4 e 5 estrelas<sup>60</sup> (WATERCUTTER, 2011). Este não foi, contudo, o único meio pelo qual o material foi selecionado, ao contrário do que o YouTube fez parecer em processo participativo.

A presença de profissionais no filme, aliás, não é pouca e por vezes aumenta a assimetria entre os elementos estéticos geralmente associados à produção amadora e profissional. Um exemplo seria a imagem em super câmera lenta da menina se banhando ao ar livre num chafariz público, produzida exclusivamente com câmeras profissionais que gravam algumas centenas de frames por segundo para captar a movimentação das gotas de água sobre a criança. Ou o plano-detelhe em alta definição do caramujo andando e comendo um papel sobre uma imagem girante do planeta Terra nos créditos finais<sup>61</sup>.

Entre os cineastas profissionais que participaram voluntariamente da seleção, o diretor esloveno Marek Mackovic estava no Nepal no dia selecionado pelo projeto filmando um outro documentário sobre um ciclista coreano dando a volta ao mundo havia sete anos, tendo passado por mais de 190 países. Macdonald recebeu uma ligação de Marek perguntando se estaria interessado em ver seu material. Duas semanas depois Marek apareceu com um HD na produtora em Londres para uma reunião pessoal com o diretor (MACDONALD, 2011), o que certamente deve ter aumentado em muito suas chances de ser selecionado, ficando de fora da metodologia de estrelas empregada para todos os outros produtores.

---

<sup>60</sup> Comentário do diretor e do editor nos extras do DVD do filme.

<sup>61</sup> Joe Walker comenta nos extras do DVD que o câmera que fez a imagem da menina já concorreu seis vezes ao Emmy e já venceu duas, e que a cena do caramujo foi feita para uma pesquisa de uma universidade na Alemanha. Já a inserção da Terra abaixo do caramujo foi feita pela equipe de pós-produção do filme.

Mesmo que o real e o discurso sobre o real não possam ser totalmente ausentes de conflitos por influência de múltiplas subjetividades, não quer dizer que haja uma ausência do real, mas sim um transbordamento dele para além da representação. A peculiaridade do documentário não está em sua estrutura narrativa, mas provavelmente no espaço e no tempo que ele reserva às falas e gestos de quem filma e de quem é filmado (CAIXETA; GUIMARÃES, 2008).

No caso do “A Vida em um Dia”, esta relação é assimétrica devido a diferentes fatores, como a falta de *letterings* de identificação dos personagens apresentados e seus respectivos lugares<sup>62</sup>, diminuindo a potência do entrevistado enquanto autor e autoridade sobre seu próprio discurso. Apesar disso, o processo de fala dos autores<sup>63</sup> no filme, por terem recebido as perguntas do diretor como um *briefing*, não seguiu a estrutura clássica de entrevista presencial nos documentários tal como descrita por Comolli (2008, p.59), provavelmente por não estabelecer uma relação aberta ao inesperado e aos silêncios do encontro entre um diretor com os seus personagens, ainda que seu ordenamento esteja em destaque no filme.

Assim como o discurso não consegue construir plenamente a realidade, o testemunho não logra constituir o presente, o passado e o futuro, mas só o que é possível (AGAMBEN, 2008). A equipe profissional do documentário tentou, por exemplo, contornar a questão da falta de acesso fácil à conexão banda larga para envio de vídeos pela Internet na maior parte dos países de baixa industrialização distribuindo cerca de 400 câmeras a escolas e comunidades de baixa renda em diferentes territórios. Porém, a não ser pela cena do garoto engraxate no Peru<sup>64</sup>, é provável que este material tenha tido pouco destaque na edição final do filme, inclusive porque, dos 81 mil clipes enviados para a equipe profissional, cerca de 5 mil foram gerados por estas câmeras, isto é, em torno de 6% do

---

<sup>62</sup> Recurso apenas disponível como extra no DVD.

<sup>63</sup> Buscamos distinguir entre autores e produtores, pois a maioria das cenas utilizadas são muito curtas, utilizadas apenas como ilustração temática em sequências que agrupavam imagens de conteúdo similar, diminuindo a perspectiva autoral de um discurso singular. A estes casos, chamamos seus realizadores apenas de produtores.

<sup>64</sup> Comentário de Joe Walker nos extras do DVD.

material bruto. O próprio diretor revelou, após produzir o filme, que se pudesse teria feito diferente, enviando somente 50 câmeras e oferecendo em paralelo oficinas de operação de câmera e narrativa para aprimorar a qualidade do material produzido (MACDONALD, 2011).

Por mais que produtores de 192 países tenham enviado imagens para o projeto<sup>65</sup>, esta diversidade cultural está só parcialmente refletida no produto final, inclusive pela ocultação e alta subjetividade dos critérios de seleção. A justificativa para uma certa prevalência dos ocidentais nem poderia ser somente de habilidade tecnológica, pois três das cenas selecionadas para a edição final que estavam com o áudio de baixa qualidade tiveram seus diálogos regravados a pedido da equipe profissional para os autores amadores<sup>66</sup>. A maioria das cenas originalmente em inglês, idioma predominante na equipe profissional, provavelmente indica que estas tiveram um peso maior nesta seleção de critérios pouco evidentes. Mesmo com estas predileções e preconceitos, ainda assim o filme oferece uma experiência multilinguística razoável.

Na indústria audiovisual, questões oriundas da estrutura organizacional das empresas midiáticas, independente do seu tamanho, trazem limitações adicionais para a participação discursiva plena entre autores da sociedade civil e a mídia hegemônica (CARPENTIER, 2011b). Importante ressaltar que este processo de interação para a construção de discursos alternativos pode ocorrer em diferentes níveis, dependendo se a esfera de participação se logra por meio da mídia hegemônica (sendo por ela simplesmente autorizada como válida ou não) ou em conjunto com a mídia (por meio de processos que geralmente demandam mais tempo e dedicação dos profissionais em compartilhar seu conhecimento, permitindo que condutas e narrativas inovadoras possam ser testadas).

---

<sup>65</sup> Comentário de Kevin MacDonald nos extras do DVD.

<sup>66</sup> Comentários de Joe Walker nos extras do DVD sobre as cenas do adolescente se barbeando, o homem que adora elevadores e mais uma mencionada mas não-identificada. No mesmo comentário, ele menciona que o áudio de alguns vídeos que vieram da África em Swahili não estavam bons. Kevin MacDonald também comenta sobre este material de 107 clipes, reiterando a péssima qualidade de áudio e vídeo.

A narrativa documental resultante de um processo de perfil participativo maximalista potencialmente se constituiria como uma relação de forças autorais que se abrem para o conflito quando trazem ao mundo narrado algo que não é dele mas que nele está (COMOLLI, 2008). Assim, o documentário pode ser visto “tanto uma ‘invenção da realidade’ quanto um objeto do mundo” (CAIXETA; GUIMARÃES, 2008, p.45).

Enxergamos indícios de que o conteúdo audiovisual factual, indicado pelas organizações como primordial para a dinâmica democrática, teria se tornado objetivo, um relato de fatos – facilitando sua inserção no mercado global de informações e imagens. A complexidade da narrativa, por envolver a subjetividade, estaria cada vez mais relegada à ficção, dirigida a comunidades de interesse. Como exemplo, o discurso organizacional e institucional do YouTube, representado pelo slogan “veicule a você mesmo<sup>67</sup>”, adere à narrativa do documentário “A Vida em um Dia” por não conseguir adensar nenhuma das autorias apresentadas, orientando-se pela espetacularização da narrativa sobre o dia gravado a partir do envolvimento *voyerístico* dos participantes no projeto: “Espetacularizar o *eu* consiste precisamente nisso: transformar nossas personalidades e vidas (já nem tão) privadas em realidades ficcionalizadas com recursos midiáticos” (SIBILIA, 2008, p.197).

Uma alternativa seria a de pensarmos com o realismo – encarado como uma estratégia de aproximação imagética com a realidade (JAGUARIBE, 2007) – que parece estar em voga entre as diversas correntes estéticas que disputam formas distintas de se experienciar o cotidiano narrado. Sua oposição seria o romantismo – que traz uma estética externa ao mundo, geralmente encontrada na ficção. Contudo, devemos recusar estas visões como sendo absolutas. Em sua instável dicotomia, estas correntes podem propulsionar uma dinâmica narrativa mais fluida sobre a factualidade ao permitir ordenamentos de mundo pelo realismo e ao mesmo tempo combater a petrificação da normatividade e do racional pelo ideal romântico.

---

<sup>67</sup> Tradução livre de: *Broadcast yourself*.

Enquanto gênero narrativo que encarna o senso de realidade, podemos dizer que o realismo é um código popularizado entre a representação e a experiência. O realismo muda conforme a época. No século XIX, por exemplo, estava ligado a um esmerado detalhamento. Já no século XX, passou a envolver a subjetividade individual (JAGUARIBE, 2007). O realismo tem força porque ele se populariza como uma pedagogia, aliada a uma ideia de rituais para as massas organizadas<sup>68</sup>. Realismo é visual e essencialmente narrativo. Não existe música ou arquitetura realista. Em alguma medida, ele deve dialogar com a verossimilhança.

Este processo ocorre pelo uso de “efeitos do real” na narrativa, que promovem uma intensificação e uma valorização da experiência vivida por meio da ficcionalização (JAGUARIBE, 2007). No caso de “A Vida em um Dia”, o efeito do real se dá, por exemplo, pela sincronicidade de algumas sequências que conjugam ações similares executadas por pessoas em diferentes partes do mundo, tal como a cena do café-da-manhã. A ficcionalização também pode ser percebida na edição de cenas de maneira a se aproximar da estética profissional cinematográfica, televisiva e/ou publicitária, presente em cenas com o uso sequencial de múltiplos ângulos ressaltadas ao longo do filme, como a do nadador saltando do trampolim em quase dez planos distintos - ação que certamente foi repetida algumas vezes - e a do nascimento do filhote de girafa em um zoológico em Praga, que parece ter sido captada por uma equipe de vídeo contratada pelo zoo.

Por mais que se revele uma tentativa de equilíbrio na seleção de imagens com planos estáveis e tremidos, percebe-se que a maior parte das cenas com operação instável de câmeras são utilizadas apenas como passagem ou sobe-som. A exceção é a cena da Loveparade na Alemanha, que em si se constitui como o único acontecimento previamente notório do filme, dialogando com o uso de imagens amadoras no jornalismo. Percebemos que há uma orientação estética que volta e meia enaltece o caráter autoral

---

<sup>68</sup> Uma das quatro cenas brasileiras selecionadas, a de um parto cujo pai videasta desmaia, é descrita por Joe Walker como sendo típica dos vídeos virais que fazem sucesso no YouTube. A brasilidade estética é, aliás, quase irreconhecível no filme, a não ser por uma curta frase em português dita sobre uma imagem de pés sendo molhados na beira de uma praia. Outras imagens brasileiras mostram um telefone tocando e uma briga de rua no Pará.

amador do projeto, uma suposta diferenciação da maneira como os operadores de câmera profissionais veem e representam o mundo.

Entretanto, os autores profissionais que participaram da seleção aberta para o filme eram, em sua maioria, iniciantes em gravações para o cinema ou desconhecidos. Uma exceção que contradiz o discurso institucional da equipe<sup>69</sup> e do patrocinador está em uma cena gravada por um ex-vice presidente da Paramount Pictures<sup>70</sup> a bordo do seu Lamborghini. Nos parece improvável que um executivo de influência na indústria cinematográfica tenha sido escolhido aleatoriamente. O caso do cineasta esloveno Marek Mackovic, descrito anteriormente, também reforça esta percepção.

Outra possibilidade de controle profissional na limitação da autonomia imprevisível de narrativas participativas mais autorais por parte do produtor amador encontra-se em um dos vídeos disponibilizados no YouTube para instigar os produtores amadores a enviarem seus vídeos. Nele, o editor Joe Walker pedia que os produtores enviassem material sem edição prévia ou qualquer correção (WALKER, 2010). É claro que tais procedimentos aumentam o domínio da equipe profissional, tanto na seleção quanto na edição do material final para a construção da narrativa fílmica sobre o que ocorreu no dia retratado.

Um dos critérios estéticos ocultos de seleção encontra-se nas belas imagens do cotidiano dos criadores de caprinos na Ucrânia, gravadas por um cineasta profissional de Kiev, que aparece três vezes no filme. Tal procedimento demonstra um apreço pela qualidade estética, mas de conteúdo não-factual na abordagem da equipe profissional sobre o dia retratado. Cenas de uma iluminação onírica que poderiam fazer parte tanto de narrativas documentais como ficcionais na apresentação de uma locação de clima bucólico nas montanhas.

Ao também serem mostradas três vezes ao longo do documentário, as situações do sul-coreano que há nove anos pedala pelo mundo e da família norte-americana cuja mãe está

---

<sup>69</sup> Joe Walker elogia, nos extras do DVD, a cena do hospital australiano, pois o autor enviou planos de apoio para auxiliar a montagem a ficar com uma estética próxima das edições profissionais.

<sup>70</sup> Informação apenas disponível nos comentários do diretor Kevin Macdonald nos extras do DVD.

em tratamento para combater um câncer enaltecem a perspectiva não-factual pois, mesmo retratando acontecimentos contemporâneos, poderiam representar qualquer outro dia, por não possuírem valor noticioso para além do possível interesse temático ou geográfico específicos. Este jogo complexo entre narrar o viver e o acontecimento de valor factual torna-se o paradoxo do realismo: inventar ficções que parecem realidade (JAGUARIBE, 2007).

Se o mundo é constituído pelo discurso e se não há mundo fora do discurso (SOARES, 2009), percebemos que uma maneira pela qual a mídia engendraria a construção do senso de atualidade talvez seja pela linguagem e pela estrutura enunciativa do texto (PINTO, 1995). Mas a validação do senso de atualidade e do real enquanto consensos só se torna autenticada pela análise das condições de enunciação do discurso.

O senso de atualidade no filme emerge principalmente no contexto do qual todas as gravações em diferentes partes do mundo foram realizadas em um dia específico em 2010 e para um projeto associado ao Google. Não há como negar que este projeto acaba por reforçar a imagem do Google e do YouTube como empreendimentos de atuação global. Tanto o diretor quanto o editor do filme ressaltam que este projeto não teria sido viável dez anos antes, pelas limitações tecnológicas das redes digitais naquela época (WATERCUTTER, 2011). O discurso de inovação que enaltece a capacidade tecnológica do *upload*<sup>71</sup> de centenas de horas diárias de conteúdo original para um dos maiores sites de compartilhamento de vídeos na Internet, traz em si entrelaçamentos entre as narrativas institucionais dos projetos promovidos pelo YouTube e os valores ideológicos nelas reconhecidos.

O sistema midiático é um importante aparato ideológico da globalização (RAMONET, 2010). Uma das consequências da globalização cultural pela mídia é a naturalização dos códigos do realismo como forma de apreensão do cotidiano, inclusive pelo aumento do uso de vídeos amadores e semiprofissionais na mídia hegemônica. Havia restrições também no contexto socioeconômico da virada de século que tornam improvável que “A

---

<sup>71</sup> Ver glossário.

Vida em um Dia” fosse possível de ser promovido e realizado tecnicamente na época, devido ao posterior aprimoramento técnico e popularização das câmeras amadoras e celulares, assim como pela notória e recente popularidade do seu patrocinador, o YouTube. Somente nos últimos anos este portal se tornou referência no imaginário mundial, tanto como um arcabouço, quanto uma tela na promoção dos elementos narrativos comuns aos vídeos de curta duração<sup>72</sup> criados por autores de fora da cadeia de produção profissional.

Em sua dinâmica de mercado, o discurso das narrativas audiovisuais de participação sobre o real – como o documentário e também o telejornalismo – na Internet apresentam sinais de aproximação com características reconhecidas na publicidade: usam da rapidez e simplicidade para evitar o tédio e utilizam elementos de espetacularização e de dramatização (RAMONET, 2010) para ganhar audiência e destaque em sistemas de busca que destacam vídeos patrocinados ou que tenham um número maior de visualizações. Tal processo acaba por influenciar a produção amadora, que repete estratégias narrativas comerciais para facilitar o reconhecimento pelo público, pouco investindo em inovações narrativas.

Um caminho para compreender como a sedução se engendra à narrativa audiovisual pode estar no embate entre as imagens-desejo, que representam o desejo de felicidade de gerações passadas, de uma coletividade ancestral e os seus modos de fazer; e as imagens-dialéticas, que possuem uma fantasmagoria, um fetiche com o passado que assombra continuamente o presente (BENJAMIN, 2006). A imagem-desejo presente nos objetos e produtos os tornam mais publicitários e, portanto, vendáveis - no caso dos nossos objetos, no mercado midiático. Já a imagem-dialética, ao permitir o esgarçamento do tempo contido entre o mito do passado e seu processo de atualização no presente, gera um estranhamento surrealista. Pela falta de ancoragem com qualquer origem, as imagens no mercado capitalista teriam se tornado a eterna repetição do novo.

---

<sup>72</sup> A maior parte dos usuários do YouTube não é autorizada a fazer o *upload* de vídeos que tenham duração maior que 10 minutos.

Em um diálogo com Flusser, vemos que as imagens técnicas podem tanto levar o mundo para um viés totalitário – quando todos seremos funcionários das máquinas (FLUSSER, 2008) – como para a imaginação – onde somos criadores, dobrando as regras das máquinas para além do que elas foram desenhadas. Estamos inseridos no confronto entre estas posições de mundo. Dessa forma, podemos pensar que as imagens documentais podem ser vistas como imaginação e ao mesmo tempo como registro, dependendo do desempenho nas tentativas de inovação na narrativa documental.

Em sua teoria dos *media*, Flusser aponta que o homem é sujeito dos meios, pois a cultura é tecida na relação entre os meios e a produção de narrativas. A cultura é uma espécie de dispositivo no qual a informação pode ser salva a fim de ser acessada. Nos discursos da cultura, informações são recombinações em diálogos para gerar nova informação para as gerações seguintes. O discurso de cada uma das cenas de um documentário, por exemplo, pode ser compreendido em seu conjunto como um diálogo: “Cada diálogo pode ser considerado como uma série de discursos e cada discurso pode ser visto como fruto de um diálogo” (BERNARDO; FINGER; GULDIN, 2008, p.88). Todavia, é importante alertar que tratam-se de instâncias completamente distintas.

Para avançarmos nesta perspectiva, precisamos diferenciar as imagens técnicas das tradicionais, sendo estas originadas a partir de situações reais, enquanto as técnicas surgem a partir dos textos que trazem à tona outras imagens (BERNARDO; FINGER; GULDIN, 2008), o que Flusser entende como tradução: “Decifrar imagens técnicas implica revelar o programa do qual e contra o qual surgiram. Decifrar imagens tradicionais implica revelar a visão do produtor, sua ‘ideologia’” (FLUSSER, 2008, p.29).

Compreendemos assim que as imagens técnicas não podem ser consideradas espelhos, mas sim como projeções que emanam significados de dentro para fora - e que é precisamente este o seu “sentido” (Ibid., p.51). Projetam sentido sobre superfícies, e tais projeções devem constituir-se em projetos vitais para os seus espectadores (Ibid.). Torna-

se necessário questionar de que forma seria possível a produção de narrativas factuais audiovisuais para representar outros mundos possíveis, e não somente consumi-los.

## A REALIDADE IDEOLÓGICA DAS INSTITUIÇÕES DE MÍDIA NAS NARRATIVAS DE PARTICIPAÇÃO

Nesta análise da perspectiva do senso de atualidade e de construção do real na mídia profissional, notamos possíveis estratégias que ocultam o trajeto de construção das narrativas sobre o real, como se as instituições retratadas presumissem que dar informação já bastasse. Mas este é um problema para a comunicação. O discurso da objetividade e a estética realista consolidados pelos meios de comunicação hegemônicos negam a ilusão da realidade construída ao querer ser a realidade em si (MATOS, 2006), enfraquecendo a potência da imaginação e o mapeamento de como a criação autoral da narrativa ocorreu. A priorização da imagem realista e do texto objetivo ao substituir o real provavelmente diminui o questionamento sobre a ideologia que fomentou o arranjo da própria narrativa.

Em um cenário de acúmulo de informações, não é limpando os ruídos oriundos de um processo de orientação objetiva de conteúdo que se faz relação, pois são os ruídos que oferecem brechas para a criação e eventuais inovações nas narrativas midiáticas. Um exemplo contemporâneo foi a abordagem telejornalística da TV Al Jazeera sobre a celebração do povo do Cairo na Praça Tahrir, momentos após o anúncio da deposição do ditador egípcio Hosni Mubarak, no início de 2011, quando foram mais de cinco minutos de exibição sem qualquer narração, somente panorâmicas e o som da multidão reunida (RESENDE, 2013). Casos como este ressaltam que é preciso sempre indagar-se acerca das estruturas e condições que constituem os discursos sobre o real. Suas condições de existência e modos de dizer funcionam potencialmente como inscrições do ideológico, uma abordagem que permite um paralelo com a arte literária de narrar: “Contamos histórias porque finalmente as vidas humanas têm necessidade e merecem ser contadas. Essa observação adquire toda sua força quando evocamos a necessidade de salvar a história dos vencidos e dos perdedores” (RICOEUR, 1994, p.116).

A priorização de gravações externas no verão do Hemisfério Norte - de onde veio a maior parte do material – em “A Vida em um Dia” e o fato da maioria das cenas serem norte-americanas seriam exemplos que nos sugerem o quão parcial foi a abordagem documental sobre este dia. Índícios que contrariam o discurso globalizado dos produtores profissionais e do patrocinador ao priorizar a participação dos países mais desenvolvidos economicamente, que acabam constituindo-se aparentemente como público-alvo pelos produtores do filme. Sinais que nos levam a pensar nas imagens e palavras não apenas como representações da realidade, mas partes dela, permitindo que estas possam – tal como dito por Jervis (1998) - exercer um poder real sobre o cotidiano, potencialmente produzindo uma concreta significância em nossas vidas.

Nossa análise nos orienta para uma crescente alienação entre os atores da cadeia comunicacional sobre a forma como se estrutura a realidade (RÜDIGER, 2011). Para a maioria do público e dos produtores de mídia, parece que as formas de associação entre o real e o ideológico se tornaram tão complexas que suas partes só poderiam ser compreendidas e comentadas – mesmo assim apenas parcialmente - por especialistas. Tal configuração diminui as chances de uma participação maximalista de autores amadores e semiprofissionais na construção narrativa em parceria com profissionais da mídia eletrônica. Entretanto, a presença do outro torna-se necessária para a configuração da própria identidade, enaltecendo o embate de forças próprio do processo de construção do outro (RESENDE, 2009), fazendo com que a identidade nunca cesse de se reconfigurar: “A presença do Outro me impede de ser completamente eu mesmo” (LACLAU; MOUFFE, 1985, p.125).

A tentativa de apagamento da alteridade pela homogeneização do outro no discurso midiático profissional (BECKER, 2012) dificulta uma relação que traga metodologias de participação alternativas: “A mídia pode aumentar o nosso conhecimento sobre os outros, mas diminui o nosso contato real com os outros, e no envolvimento com a política; debate e participação declinam para o espetáculo e a simulação<sup>73</sup>”. Em uma paisagem

---

<sup>73</sup> Tradução livre de: *The media may increase our knowledge of each other, but decrease our real contact with each other, and involvement in politics; debate and participation decline into spectacle and simulation* (JERVIS, 1998, p.329).

mediática com valorização estética do hiper-realismo, a forma como o real é configurado por narrativas factuais produzidas por autores amadores destituídos de suas marcas de diferenciação nos leva a compreender que a imagem do jornalismo audiovisual e do documentário não logram reproduzir a realidade, mas isso não quer dizer que não façam aproximações com o mundo, falando do real de diferentes maneiras (LINS, 2004).

Em “A Vida em um Dia”, basta compararmos as cenas sem conflitos bélicos do cotidiano das ruas de Cabul, no Afeganistão, com as imagens desta cidade usualmente apresentadas pelo jornalismo profissional. Exemplos de possibilidades de escape da perspectiva autoral hegemônica também são vistos nos dois vídeos da edição “Pacificação” da Revista Viva Favela, por mostrarem depoimentos de moradores de favelas com visões contrastantes sobre a atuação da polícia das UPPs nas favelas cariocas, incluindo críticas sobre a forma como a mídia retrata estes eventos. Já o Repórter Brasil não apresentou inovação neste aspecto contra-hegemônico.

A conexão entre o mundo real e o signo parece estar cada vez mais descolada. Pelas similaridades nos produtos veiculados pela mídia massiva sobre a realidade – privada, pública ou da sociedade civil organizada -, a supremacia dos simulacros nos indica que não existiria mais a ideia que levou às cópias, só há as cópias, cujas imagens autônomas não possuem lastros no real (JAGUARIBE, 2007). A estratégia narrativa adotada é de se duplicar o mundo para se reter parte dele. Por meio da mídia profissional, o mundo já está catalogado e categorizado. Uma dominação do mundo simbólico. A distinção entre o que é real e imaginário tornou-se demasiadamente complexa, pois a conexão com a origem do trajeto narrativo ficou oculta.

As imagens deixaram de representar contextos e se tornaram rasas para nos dar a impressão de compartilharmos um mesmo presente em todo o planeta. Em “A Vida em um Dia”, mesmo a sequência com a capa de diferentes jornais sendo entregues nas portas de casas, que poderia funcionar como um documento da autoridade do jornalismo como ordenador dos fatos sobre um único dia, fica sem profundidade, por não permitir que essa autoridade do jornal como documento seja estabelecida, ficando apenas o efeito do real.

Outro indício neste filme encontra-se na junção de imagens de uma mesma temática gravadas em países diferentes, formando uma sequência narrativamente lógica, tal como se transcorressem no mesmo local. Algumas vezes, ademais, o áudio de um país é usado sob a imagem de outro<sup>74</sup>, enaltecendo o simulacro. O desejo pelo efeito de real criado nestas edições atua em esfera própria e diminui a potência da narrativa, que é o lugar da diferença. E é justo na diferença que está a comunicação: “(...) o real não está na saída nem na chegada: ele se dispõe para a gente no meio da travessia” (ROSA, 1986, p.52).

Ordenadas discursivamente por poucos indivíduos e distribuídas em sua estrutura homogênea para consumo das massas, as imagens no jornalismo audiovisual e no documentário - parametrizadas e esvaziadas de outras possibilidades discursivas - ficam ausentes de uma profundidade que permita uma varredura da tessitura de suas narrativas. Ao dissimularem o seu percurso intertextual, menos dão conta dos distanciamentos entre o retratado e o real (DIDI-HUBERMAN, 1998). Ao anularem essa distância entre o visto e seu sentido, não possibilitam o conflito e o encontro das diferenças, logo a relação. Elas querem proximidade para incidir ideologicamente na realidade, e exibidas assim, chapadas, pretendem ilusoriamente tornarem-se mais reais do que a que a própria realidade. Importante destacar, contudo, que aproximação e distanciamento são para além da intenção do autor da narrativa audiovisual. Se ele deu conta ou não dessa distância, é outra questão.

Tal perspectiva permite evocar a concepção tridimensional do discurso proposta por Fairclough (2001, p.101), sendo que o “texto” de um discurso estaria sempre envolto pela produção, distribuição e consumo da prática discursiva que, por sua vez, é configurada pela prática social. A análise sociodiscursiva seria, assim, uma interpretação da descrição textual produzida em imagens, áudio e palavras. Ressaltamos porém que as práticas exercidas pelos integrantes do processo comunicacional são múltiplas e por vezes contraditórias, não podendo ser representadas como um amálgama coeso e harmônico.

---

<sup>74</sup> Exemplo para a cena do casamento de dois idosos na Inglaterra com diálogos que é antecedida por imagens em *close* de outro casamento na Alemanha.

Apesar de não termos como foco a problemática da recepção, pensamos que por meio da análise da narrativa e do discurso talvez seja possível revelar as articulações ideológicas entre as práticas sociais e autorais dos grupos de mídia e membros, organizados ou não, da sociedade pelo processo participativo. Martín-Barbero (2001a, p.235) propôs o deslocamento do eixo da pesquisa que se estabelecia na produção comunicacional para o âmbito do consumo, com a intenção de identificar os usos que são feitos dos conteúdos midiáticos na relação com suas práticas cotidianas. Estes usos seriam inalienáveis da situação sociocultural dos consumidores, “que reelaboram, ressignificam, ressemantizam os conteúdos massivos conforme sua experiência cultural, suporte das apropriações” (JACKS, 1998, p.103).

Quando os consumidores conseguem ter espaço e ferramentas para atuarem também como produtores de sentidos, devemos pesquisar em que medida olhar para a produção participativa pode trazer a ordem de competências entre profissionais e amadores enquanto autores. Como é negociada a autoria das narrativas factuais frente aos estímulos e restrições encontrados nos processos de participação midiática? A circularidade de mútua influência entre autoria e participação torna-se cada vez mais nítida.

### 3 COAUTORES? – PARTICIPAÇÕES E DESLIZES NO JORNALISMO AUDIOVISUAL E NO CINEMA DOCUMENTAL



*Fonte: Viva Favela*

Com crescente clareza, é possível notar que passamos a viver - tanto no âmbito dos indivíduos, como das coletividades - em espaços de justaposição de diferentes velocidades. A distribuição massiva de informação e imagens, de transações financeiras a serviços digitais, se dá na velocidade da luz, supostamente conectando o globo num espaço/tempo unificado e orientado pela vertente mercadológica da instantaneidade. Essa velocidade, contudo, não é replicável na produção de bens materiais e nem poderia ser reproduzida nos processos de renovação de condutas e práticas das instituições sociais, políticas e culturais.

A rapidez com que as pessoas se comunicam eletronicamente difere da lenta dinâmica de transformação das instituições sociais, pois estas exigiriam a modificação de padrões organizacionais, associados a interesses e formas arraigadas de conduta que passam pela criação de outros consensos, em processos frequentemente vagarosos de adaptação. Os suportes midiáticos também estão sofrendo rearranjos com a digitalização da informação e as trocas cada vez mais velozes de mensagens, discursos e costumes culturais entre os atores da cadeia comunicacional.

Pensando com o fluxo midiático globalizado, a comunicação audiovisual massificada revela-se um cenário privilegiado para a constituição do discurso e da trama de dominação que carregam a ideologia, em especial a televisão. Já as mídias sociais digitais, por permitirem uma maior segmentação e identificação por perfil de público-alvo, possuiriam o potencial para fortalecer a participação política dos autores amadores ao serem um espaço de encontro e fortalecimento de redes sociais já existentes. Porém, há possíveis restrições a este exercício da cidadania em forma plena devido ao aspecto comercial (ANDREJEVIC, 2009), de vigilância (MOZOROV, 2011) e do próprio design da interface dessas plataformas ao priorizarem mais a participação criativa individual dos autores amadores do que a expressão de uma coletividade coesa (FENTON; BARASSI, 2011).

A ideologia por detrás da lógica que arquitetou e estruturou tecnicamente o uso dessas redes digitais nos traz questionamentos sobre a utopia da tecnologia como uma

ferramenta democrática para a autoria, “considerando que o social consiste em uma multiplicidade de maquinários discursivos” (CARPENTIER, 2011a, p.185). O sentido dos artefatos tecnológicos não é bastar em si próprios, mas pode ser encontrado nos papéis que eles desempenham quando inseridos na vida social. Todavia, devemos lembrar que foram planejados e desenhados por meio de um projeto de modernidade de domínio ilusório e totalizante do mundo que nos cerca (RÜDIGER, 2011).

Esse processo ideológico também está presente na criação e manufatura dos objetos técnicos que permitem que a autoria amadora se estabeleça - como uma câmera de foto e vídeo ou um computador pessoal. São fabricados para gerarem funções determinadas conforme o mercado-alvo e poder econômico de um perfil de consumidores/autores em potencial. O alinhamento entre ferramenta e sujeitos se apoia em campanhas de marketing que ajudam a direcionar o objeto de forma a ser desejado pelo consumidor pretendido. Após a compra do objeto técnico, um processo social e cultural complexo pode envolver os membros da residência do comprador e parte de sua rede social externa, conforme as condições de uso desse objeto, variando a adesão de novos usufrutuários de acordo com a desenvoltura tecnológica e formação narrativa de cada usuário.

Apoiando-nos no conceito de capital segundo Bourdieu (1998), compreendemos que as narrativas produzidas pelos usuários do objeto potencialmente poderão ter os seus sentidos compartilhados e discutidos em redes sociais privadas e públicas. O compartilhamento das narrativas entre parentes e amigos ou até com organizações que atuem com processos de participação possibilita a formação de opiniões dos respectivos produtores/autores sobre as capacidades de uso do objeto, que podem ser recolhidas pelo fabricante por meio de pesquisas de mercado. Com o tempo, novas funções tecnológicas de suposto apelo narrativo são agregadas às versões seguintes do artefato, mantendo sua relevância na futura escolha de outros consumidores/produtores potenciais. Tal circularidade afeta parcialmente as disputas comunicacionais ativadas pela e para além da rede constituída pelo autor amador na produção de narrativas participativas.

Ao questionar-se quais eram as qualidades relevantes do capital, Bourdieu entendeu que o capital também é cultural, social e simbólico. Afinal, se no viés econômico ele é acumulado e intercambiado, o capital também o pode ser em seus outros campos de atuação, o que amplia nosso escopo conceitual sobre seus impactos na cultura e na sociedade. Podemos acumular capital cultural ao aprendermos continuamente sobre um ou mais temas. É possível também acumularmos relações sociais, que podem nos dar influência e poder. Simbolicamente, podemos acumular prestígio, prêmios profissionais ou acadêmicos, entre outros reconhecimentos.

Segundo Bourdieu (1998), a vantagem de acumular um determinado capital é que se pode trocá-lo por outro. Por exemplo: se alguém possui muito dinheiro, pode trocá-lo por capital cultural por meio de cursos renomados, comprando uma obra de um artista famoso ou contratando pessoas que possuam um alto capital cultural em certas áreas para lhe ajudar na viabilização de projetos próprios que demandem tal conhecimento. Uma boa rede de relações sociais pode ajudá-lo a conseguir um emprego, que por sua vez aumenta o capital econômico. E um ganhador de prêmios renomados, como o Nobel, recebe convites para eventos variados, ampliando o seu capital social.

Enquanto Bourdieu estava interessado nas maneiras um tanto deterministas de como a sociedade é reproduzida e como as classes dominantes logram manter o seu status social, cultural e econômico, de forma a evitar a mobilidade social de quem está de fora, Coleman (1988) propôs um modelo no qual o capital social era apenas um dos recursos potenciais que um ator poderia usar em suas ações, tal como suas habilidades (capital humano) e dinheiro (capital econômico). A diferença é que o capital social não seria algo que se possuísse, mas que estivesse eventualmente disponível para o indivíduo, como morar numa rua onde um casal possa deixar seus filhos de vez em quando com os vizinhos. Claro que para ter acesso a esta facilidade é exigido um esforço social e econômico de travar relações de confiança com a vizinhança antes de se chegar nesse ponto, porém, essa atitude reforçaria os laços comunitários dos envolvidos.

O capital humano estaria ligado diretamente à autoconfiança de expressar suas opiniões e visões de mundo, um atributo que se aprende por meio da educação recebida pela família. O capital social seria algo que se exerce não por se esperar alguma recompensa, mas porque seu possuidor acredita no valor de realizá-lo como sendo um retorno positivo para si e seu círculo familiar.

Já Putnam (1995) compara qualquer atividade social coletiva - como o ato de jogar boliche - com uma forma de capital social, não por ser um ato de lazer simplesmente, mas como uma maneira de engajamento de pessoas que compartilham um entusiasmo comum, como uma “cola” que fomenta relações de reciprocidade e confiança (PUTNAM, 1995, p.19). Ele diferencia duas acepções do capital social: como “ponte” – quando as pessoas abraçam a diversidade e conectam distintos grupos; e como “laço” – quando os indivíduos reforçam suas conexões entre aqueles que pensam e possuem interesses de forma similar. Contudo, essas abordagens não seriam excludentes, pois um mesmo grupo social pode apresentar diferentes níveis de ambos, variando ao longo do tempo: “(...) capital social não é somente uma ferramenta teórica para pensar a importância das conexões sociais e do engajamento civil: há evidência abundante de que o capital social de fato afeta o comportamento social e, assim, é uma variável de valor<sup>75</sup>”.

Ao olharmos para os diferentes capitais e compreendermos as relações presentes na sociedade, analisamos que uma pessoa com baixo capital cultural ou econômico terá dificuldades de participar plenamente como um autor sem recursos ou conhecimento que viabilizem a produção de uma narrativa nas plataformas digitais. Este é um dos pilares do alfabetismo digital, que pode ser compreendido como uma relação entre capital cultural e social. Seria necessária uma suposta formação ou expertise em pelo menos um conteúdo particular ou gênero narrativo para que a autoria de uma narrativa no meio digital se constituísse plenamente, além de pessoas interessadas em interagir sobre esta ou outras temáticas em comum.

---

<sup>75</sup> Tradução livre de: (...) *social capital is not only a theoretical tool for thinking about the importance of social connections and civic engagement: rather, there is abundant evidence that social capital actually affects the outcomes of social behaviour and is therefore a variable in its own right* (GAUNTLETT, 2011, p.161).

Não podemos, contudo, utilizar somente estes parâmetros de alfabetismo digital, pois eles são insuficientes para a complexidade teórica crítica que estas aproximações com a autoria requerem. Com a sociedade civil aprendendo cada vez mais a comunicar suas demandas por meio da participação nas mídias digitais, encarar a cultura pelo seus viés político não deveria nos parecer estranho, pois em sua concepção no senso comum, cultura se refere ao reconhecimento de que “(...) diferentes grupos de pessoas constroem diferentes suposições sobre o mundo, categorizam-nas de diferentes formas, e aderem a diferentes valores e crenças, sendo que todas moldam significativamente comportamentos e maneiras de pensar<sup>76</sup>”.

A razão de analisarmos o capital social pelo viés da cultura é perceber que, quando as pessoas negociam suas expectativas e demandas para realizar ações em conjunto, como no processo de participação midiática, os produtos resultantes possuem um valor simbólico maior do que aqueles realizados por ações isoladas, configurando a autoria advinda da participação como um capital sociocultural: “Estressar a dimensionalidade da cultura ao invés da sua substancialidade permite nosso pensamento da cultura menos como uma propriedade de indivíduos e grupos e mais como um dispositivo heurístico que podemos usar para falar sobre diferença<sup>77</sup>”.

A autoria nas narrativas de participação se baseariam, em diferentes proporções, nas práticas cotidianas de seus autores, por sua vez envolvidas em teias de interdependências e balanças de poder (FEATHERSTONE, 1995). A perspectiva política do cotidiano resultaria desse espaço de experimentação social, em que as relações entre o eu e o outro são elevadas ao status de linguagem e pensamento crítico, não para conservá-las, mas sim potencialmente modificá-las.

---

<sup>76</sup> Tradução livre de: (...) *different groups of people make different assumptions about the world, categorize it in different ways, and adhere to different values and beliefs, all of which significantly shape behaviours and ways of thinking* (JOHNSTON, 2009, p.4).

<sup>77</sup> Tradução livre de: *Stressing the dimensionality of culture rather than its substanciality permits our thinking of culture less as a property of individuals and groups and more as a heuristic devide that we can use to talk about difference* (APPADURAI, 2008, p.13).

Entretanto, a simultaneidade das narrativas dos meios de comunicação eletrônicos fabrica presentes sucessivos que não possuem relação entre si. São produzidos de forma a bastarem-se em si próprios (MARTÍN-BARBERO, 2001b), dificultando a formação do pensamento crítico por debilitar o passado ao descontextualizá-lo e evitar a projeção de futuros possíveis: “O que existirá não é mais o tempo em si, mas um discurso que constrói uma ideia de tempo” (BARBOSA, 2007, p.16).

Mesmo na paisagem midiática globalizada, a autoria não lograria se enraizar global ou localmente. Ela se situaria na relação entre localização e contexto, ativando múltiplos mediadores – tal como pensados por Latour (2012) - que entrelaçam localidades e temporalidades por fluxos de sentidos (LEMOS, 2013). Basta olharmos ao nosso redor e pensar quando e de onde veio tudo o que nos cerca, numa consciência resultante do senso de globalização. No atravessamento de micro e macro dimensões, o tempo pode ser compreendido como uma configuração espacial advinda da relação dinâmica entre as coisas que habitam nossos mundos partilhados. Tempo e espaço seriam associações resultantes desses enredamentos produzidos pelos narrares.

Para estudarmos as relações ativadas pelos participantes em redes, precisamos rastrear os locais de produção de sentidos e de interação entre os envolvidos, sendo esses atores humanos e não-humanos. Por meio deles, certos lugares se tornam presentes em outros, o que Latour (2012) denomina de articuladores ou localizadores (LEMOS, 2013). Daí a necessidade de pensarmos o espaço como relacional. As ações postas em narrativa por comunidades, por exemplo, constroem uma imagem própria dos grupos que se confunde com o direito à sua memória enquanto coletividade.

As comunidades logram querer estar presentes na mídia enquanto narradoras de suas demandas culturais e sociais, principalmente na televisão, pelo seu alcance massificado. Tal necessidade reforça o papel político das mídias eletrônicas em equiparação com a rua e outros locais públicos como palcos de disputas simbólicas (MARTÍN-BARBERO, 2001b). As configurações autorais das narrativas factuais possuem um papel relevante porque carregariam em sua tessitura o conhecimento sobre o mundo que vemos e que se

apresenta a nós, sendo também o ponto de partida para outras narrativas e saberes. Essa é uma mediação que acontece na e através da narrativa: “(...) vemos a narrativa como uma força de representação coletiva, como um elemento que cria e recria sociabilidades, como práticas comunicativas sociais que definitivamente contribuem, na sociedade midiaticizada, para o alargamento da experiência” (RESENDE, 2006, p.163).

O relatório “*Participative Web: User-created Content*”, produzido pela *Organization for Economic Co-operation and Development* em 2007, pode nos apresentar alguns indícios de como a autoria pode ativar distintas relações em um processo participativo. Para ser considerado um conteúdo midiático, a narrativa autoral deve ter algum tipo de distribuição segmentada ou massivamente pública, geralmente por meio de alguma instituição ou veículo de mídia. A autoria participativa deve também envolver um esforço de criação original - ou que reorganiza material existente para gerar um conteúdo inédito - que se dá em sua maior parte “fora das rotinas e práticas profissionais”, significando no extremo que um conteúdo criado por autores amadores é “produzido por não profissionais sem a expectativa de lucro ou remuneração”<sup>78</sup>.

A relação do autor com quem fala na narrativa ocorre por meandros que devem ser analisados, tentando contudo evitar-se o risco de aprisionar a autoria em qualquer definição rígida. Podemos partir do pressuposto de que o discurso emitido pelo autor não pertence somente a ele, visto que ele se expressa em um contexto que o antecede social e culturalmente. Outras vozes - estruturantes para a sua história enquanto indivíduo e nos coletivos com os quais o autor se identifica – também estão presentes. Mesmo ele não tendo consciência plena, a autoria partiria do lugar no qual o autor fala e de uma memória pessoal e coletiva em constante adaptação entre conservar sua trajetória passada e recontextualizá-la em relação a projetos de futuro (HALBWACHS, 2004).

A relação de apropriação do autor igualmente deve respeitos às tradições que criaram obras com as quais a narrativa produzida se relaciona e outras das quais ela se afasta. O

---

<sup>78</sup> Tradução livre de: (...) *outside of professional routines and practices.; (...) produced by non-professionals without the expectation of profit or remuneration* (OECD, 2007, p.8).

autor só se expressa e é reconhecido como tal pois muitos antes dele assim também o fizeram. Pela relação de atribuição (FOUCAULT, 1984), a obra criada pelo autor se refere a ele diretamente, porém há de se pontuar que esse é um processo complexo e com pouca reflexão sobre sua própria constituição. No contexto participativo, o público pode ser visto como uma coletividade na qual existem poucos autores em potencial. Mas mesmo estes não podem ser compreendidos como vozes plenamente originais, já que, seja pela mídia informativa ou a de entretenimento, o público consumidor e o autor amador acabam por se aproximar ou escolher participar de projetos midiáticos com os quais já tiveram algum contato prévio e com cujas ideologias e valores institucionais se identificaram total ou parcialmente:

A educação televisiva modela o imaginário, injeta personagens, cenários, fantasmas, atitudes, ideais; ela impõe toda uma micro política das relações entre os homens e as mulheres, os adultos e as crianças, as raças, etc. (...) Trata-se, pois de uma iniciação ao sistema de representação e aos valores do capitalismo (GUATTARI, 1987, p.51).

A circularidade de influências entre autoria e processo participativo, porém, não é somente uma via *top-bottom*. A crescente exibição de imagens amadoras nas narrativas jornalísticas hegemônicas indica uma priorização das organizações de mídia por retratar o público enquanto criador. Este direcionamento de inclusão de imagens produzidas fora do contexto institucional nos parece ser mais presente nos projetos participativos liderados por sites de conteúdo factual do que pela televisão, talvez por este já ser um conteúdo que circula em grande parte pelas plataformas digitais sociais: “A sociabilidade virtual engendrada pela televisão convencional permitia-nos assistir aos acontecimentos. As máquinas criadoras de realidade virtual (...) levam-nos mais longe, possibilitando que, no limite, nos tornemos seus protagonistas” (RÜDIGER, 2002, p.101).

Entretanto, parece-nos que parte dos projetos de participação jornalísticos atuais retratam os autores amadores como protagonistas apenas na aparência – destacando seus papéis como testemunhas privilegiadas dos acontecimentos retratados em vez de valorizar nos discursos a mediação com a audiência para a seleção de pauta, focos de abordagem ou equilíbrio de pontos de vista. O público participa, mas em posições e funções previamente determinadas pela organização (BECKER, 2012).

Por ir de encontro com possibilidades de interação mais horizontalizadas que a *web 2.0* permite, o poder de condução dos discursos no ambiente digital hegemônico se reafirma como espaço decisivo das disputas na produção de sentidos: “A transformação das subjetividades cotidianas pela mídia eletrônica e pelo trabalho da imaginação (...) está profundamente conectada à política, por novos caminhos onde afetos individuais, interesses e aspirações crescentemente cortam aqueles do Estado-nação<sup>79</sup>”.

Antes da Internet, a participação do público na mídia hegemônica se dava em grande parte por meio de cartas ou telefonemas para as centrais de atendimento dos jornais, rádios e canais televisivos. Grupos ou movimentos sociais civis também podiam entrar em contato com as assessorias de imprensa para fazer reclamações ou sugestões. A crescente digitalização dos formatos midiáticos - texto, imagem, som e vídeo - teve como uma de suas consequências a facilidade de circulação das expressões dessa participação em múltiplas plataformas, principalmente no ambiente digital: sites, blogs, vlogs, redes sociais e fóruns, entre outros.

Entendemos que as características de cada meio influenciam o modo como uma notícia é produzida e estruturada (VIZEU, 2005). Ao olharmos para a hibridização das práticas jornalísticas em um ambiente multimidiático e convergente, surgem complexificações na constituição desses discursos. Assim como a mídia não pode ser vista como uma paisagem homogênea, a audiência não possui um único perfil, exigindo experimentações e estratégias diferenciadas na condução do processo participativo para que o produtor amador seja reconhecido como um narrador autoral.

A imagem senso comum do usuário hiperativo e hiperprodutivo não se revela nas práticas atuais da audiência, como também é ignorada a diversidade sociocultural do público. Não podemos subestimar as estruturas formais institucionais que tradicionalmente atuam

---

<sup>79</sup> Tradução livre de: *The transformation of everyday subjectivities through electronic mediation and the work of the imagination (...) is deeply connected to politics, through the new ways in which individual attachments, interests, and aspirations increasingly crosscut those of the nation-state* (APPADURAI, 2008, p.10).

contra as formas mais intensas de participação e a dinâmica de poder dentro das organizações de mídia. Neste cenário, a multimídia pode se revelar como uma alternativa para o fortalecimento da autoria participativa, por possibilitar a integração de múltiplas contribuições para uma mesma narrativa em diversos suportes de mídia, agregando diferentes mercados e indo além dos veículos comerciais ou hegemônicos ao poder envolver também a mídia alternativa e a comunitária (CARPENTIER, 2011b).

A multimídia pode ser compreendida como uma linha linguística que incorpora o audiovisual em variados suportes, por vezes agregando imagens e textos de forma complementar (SALAVERRÍA, 2008). Com o advento da *web 2.0*, a experiência autoral de uma narrativa presente simultaneamente em múltiplas plataformas potencialmente permite a troca de influências entre as narratividades das mídias envolvidas. O uso de ferramentas de interação e comentários fortaleceria a autoria, ao adicionar camadas discursivas à produção original:

No contexto do jornalismo *online*, multimídia refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. A convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade (PALACIOS, 2002b, p.3).

Se compreendemos narrativa como um conjunto de operações cognitivas que produzem sentidos no mundo vivido, no ordenamento proposto pela autoria e na leitura das relações entre certos tipos de entidades discursivas, uma narrativa transmidiável seria a produção e consumo dos sentidos de uma narrativa exibida em diferentes mídias, porém com significados distintos em cada suporte, diferenciando “entre o significado da narrativa e os signos que carrega” (RYAN, 2005). Tal perspectiva, porém, não se sustenta nos projetos participativos analisados, por estes evitarem diferenciação entre o produto audiovisual na Internet e em outras mídias.

Distinguir os pesos e objetivos discursivos para cada um dos suportes nos quais as narrativas participativas são exibidas representa uma alternativa conceitual que integraria os significados da autoria no cenário multimidiático. Compreendemos a autoria participativa como uma construção cognitiva una em que seus elementos constitutivos

podem ser observados pelos estímulos que produzem nos atores da cadeia comunicacional: “Conforme sabemos agora, a tecnologia sempre se encontra em relação dialética com algo não-técnico” (RÜDIGER, 2011, p.275).

### A CONSTITUIÇÃO DA AUTORIA PELA PARTICIPAÇÃO

Na demarcação de certos parâmetros sobre a autoria em nossa análise, entendemos que o autor de narrativas factuais se diferiria daquele que emerge na ficção, entre alguns fatores, pelo seu relato de “estar no mundo antes de tudo” (COMOLLI, 2008, p.47). Há um posicionamento de poder e uma relação de forças do autor frente ao outro que ele encontra e representa. O mundo “factual” que o autor audiovisual leva às telas também é o mundo que ele imagina, configurado pela articulação entre o trabalho de quem está atrás das câmeras e as “encenações” daqueles que são filmados:

(...) a diferença entre o documentário e ficção é que no primeiro a realidade em existência independe da presença do diretor. Entretanto, a partir do momento em que decide filmar essa realidade, o cineasta tem à disposição tantos artificios quanto o autor de um filme de ficção (FOLLAIN, 2008, p.65).

Percebemos essa construção discursiva nos documentários e com maior presença no telejornalismo, com programas apropriando-se cada vez mais de recursos narrativos consolidados na ficção para retratar a realidade. Esta tendência não é totalmente inédita, visto que o jornalismo impresso do século XIX já utilizava artificios da literatura de ficção em seus discursos. No telejornalismo parece haver, entretanto, uma tendência maior para papéis engessados e porta-vozes autorizados, o que reiteraria uma ideia de desigualdade de autoria - que não é simples ou direta - no processo participativo entre os que ocupam a tela e os que a olham.

Para analisarmos como as narrativas pesquisadas se dão a ver, Resende (2009, p.35) nos aponta que Genette pensava a narrativa feita por múltiplos fios ontológicos que se entrelaçam. Ao ser desfiada, percebemos que alguns enlaces configuram sentidos sobre o texto, a forma de narrar e quem narra. O acontecimento – ou uma série deles – só poderia ser analisado em sua relação com o discurso que o enuncia. No jornalismo, essa sequência de acontecimentos, reais ou fictícios, estaria também relacionada entre si, formando uma cadeia de sentidos que por vezes se contradizem, em outras repetem e

ênfatisam o cerne do seu conteúdo. Além disso, o narrador seria ele próprio um acontecimento ao tomar para si o ato de narrar.

A relação da obra com o nome do autor enquanto pessoa física ou narrador não é idêntica e nem funciona da mesma maneira. A função do nome do autor exerce um certo tipo de classificação de discursos, que agrupa textos e representa determinados gêneros e linhas de pensamento, aproximando-se de alguns autores e distanciando-se de outros. A função-autor possui um status que já foi pleno de riscos na sociedade até o início do século XIX e hoje serve como um delimitador jurídico no campo da cultura sobre direitos de reprodução e distribuição (FOUCAULT, 1984). Estes, aliás, permanecem gerando profundos debates com as recentes discussões sobre *creative-commons* e os autores de biografias não-autorizadas de personalidades brasileiras (GÓES, 2013). Em um cenário orientado para a convergência, tais questões mostram a atualidade da discussão levantada por Barthes (1977) sobre a morte do autor, encarada como uma metáfora para a ausência de um ponto de vista privilegiado que possa cristalizar a interpretação sobre uma narrativa:

(...) na verdade, o que no indivíduo é designado como autor (ou o que faz de um indivíduo um autor) é apenas a projeção, em termos sempre mais ou menos psicologizantes, do tratamento que se dá aos textos, das aproximações que se operam, dos traços que se estabelecem como pertinentes, das continuidades que se admitem ou das exclusões que se praticam. Todas essas operações variam de acordo com as épocas e os tipos de discurso (FOUCAULT, 1984, p.8).

Com os desafios contemporâneos que a *web 2.0* nos traz, percebemos indícios de que a convergência entre autores e leitores dos discursos pode produzir diferentes camadas de autoria sobre as narrativas – inclusive divergentes -, especialmente nas plataformas digitais. Entretanto, as organizações midiáticas tendem a reforçar o papel autoral dos seus profissionais por meio das estratégias do gerenciamento, da autonomia e da expertise. Elas fortalecem o controle proprietário sobre produtos e processos institucionais, iludindo o autor amador com projetos que diminuiriam a rigidez da autoria nos veículos hegemônicos.

Para Ricouer (1994), é no discurso que o acontecimento se conforma em sentido por um processo que gera vazios e, ao mesmo tempo, se nutre das lacunas que constrói. O discurso jornalístico é muitas vezes opaco, sem marcas de trajetórias e fechado a múltiplas interpretações. Possivelmente, encontraremos na tessitura da narrativa brechas que permitam relações entre o universo do autor, o texto e quem o lê. Na complexidade do discurso, as brechas expõem a própria estruturação da qual ele é feito (RESENDE, 2009).

A atividade do profissional de mídia ainda está muito enraizada numa cultura de perspectiva modernista, fragmentada em disciplinas, editorias e setores. A expertise profissional emerge como uma combinação de conhecimentos e habilidades, estruturando e legitimando as decisões que possibilitam a produção cultural. Ela também distingue o profissional do autor amador por meio de elementos tradicionalmente circunscritos à sua posição enquanto funcionário nas organizações de mídia, como serviço público (no caso do telejornalismo), ética, autonomia e vínculo institucional entre profissionais: “É precisamente esta combinação de responsabilidade, propriedade (psicológica) e autoria que sustenta a articulação do profissional de cultura como um gerenciador de uma diversidade de recursos, desde tecnologias via conteúdo e objetos a pessoas” (CARPENTIER, 2011a, p.193).

Leitores e espectadores são definidos - no ponto de vista organizacional - como sendo o outro, às vezes até mesmo em posições antagônicas com o sujeito profissional. Há também a estratégia de se manter uma distância respeitosa da organização com a audiência, em que a alteridade é reconhecida, mas não se inicia nenhuma tentativa de comunicação, interação e muito menos participação.

As imagens amadoras produzidas sobre o mundo acabam por aparecer literalmente como se brotassem do ecossistema midiático – hoje em dia tido como “natural” (BRASIL; MIGLIORIN, 2010, p.128). A estética do flagrante, por exemplo, é vista pelas organizações midiáticas como imanente à dinâmica da vida social, como se fosse independente de articulações externas. Nas narrativas factuais, a presença da autoria

participativa ganharia mais peso quanto menos a imagem parecesse artística. Nesse sentido, o amadorismo passaria a emanar o atributo da autenticidade. No “mercado” das narrativas factuais, “está em alta o que parece ser menos intermediado, aquilo que nos colocaria diante da brutalidade do real” (FOLLAIN, 2008, p.66).

O engajamento do espectador com as imagens amadoras se dá pelo efeito de real que produzem, operando na fronteira entre vigilância e entretenimento. Sob o pretexto do desejo institucional de eficiência e velocidade, o espectador é estimulado pelas organizações a colaborar, tornando-se produtor de outros “acontecimentos”. Ao serem enquadradas como uma enunciação coletiva, diminui-se o peso crítico e autoral do amador, como se a imagem fosse isolada de qualquer formulação ética. Essa rede de “desautorizações” oriundas das organizações promotoras da participação faz com que a existência das imagens se torne um fato natural, fora do domínio da ética (BRASIL; MIGLIORIN, 2010, p.130).

Ética se define pela distribuição dos espaços, tempos, ritmos e funções, isto é, da partilha do sensível (RANCIERE, 2005), operada por sujeitos políticos. Toda imagem é constituída por uma rede de mediações e estratégias, materialidades e relações de poder. Idealmente, um eventual anonimato presente na criação e produção de imagens participativas não significaria o apagamento da autoria e dos sujeitos envolvidos, mas uma negociação de representações e relações de poder. Em uma perspectiva maximalista, os participantes monitoram e regulam a constituição da autoria, algo que não acontece na maior parte dos processos: “O discurso não é um mundo em si, mas uma população de actantes que se misturam tanto às coisas quanto às sociedades, que sustentam ambas, e que as mantêm” (LATOURE, 1994, p.89).

Podemos pensar a paisagem audiovisual convergente como um cenário complexo, com crescentes entrelaçamentos nos modos de produção cultural comercial, governamental, sem fins lucrativos, educativa ou amadora, inclusive por maior acessibilidade aos equipamentos de gravação e edição, como também a hierarquias mais ou menos horizontalizadas. Quando essas interseções coexistem em distintas instituições, torna-se

cada vez mais difícil dizer onde o processo de construção narrativa em uma organização termina e onde o de outra começa (JENKINS, 2009a).

A cultura participativa deveria criar fortes incentivos para que autores potenciais produzissem e compartilhassem histórias nas quais as marcas autorais estivessem presentes, seja do lado organizacional, tecnológico ou por meio de indivíduos e coletividades. A participação nas plataformas digitais pode criar um *ethos* inspirador de uma subjetividade outra, fortalecendo a autoria e uma maior autonomia em suas atividades relacionadas ao processo autoral: “Estas práticas tornam os seus praticantes melhores ‘leitores’ de sua própria cultura e mais auto-reflexivos e críticos da cultura que eles ocupam, permitindo assim que eles se tornem participantes mais auto-reflexivos nas conversações dentro daquela cultura<sup>80</sup>”.

O constante aprimoramento tecnológico dos suportes de produção e exibição de audiovisuais destaca a importância do aprendizado contínuo e da troca de experiências entre os envolvidos no processo participativo para, potencialmente, incrementar as chances de inovação na criação autoral em um ambiente multimidiático. Essa é uma das peculiaridades da tecnologia: existe enquanto presente, mas também tem a característica de se projetar para trás (PALACIOS, 2009). Os suportes de mídia mudam de função de acordo com o contexto histórico, cultural e tecnológico. O cinema foi influenciado pela TV, enquanto hoje a produção de vídeos *online* e por celulares impacta as funções da televisão, inclusive o telejornalismo: “(...) a mídia eletrônica marca e reconstitui um campo muito mais amplo, no qual os meios impressos e outras formas orais, visuais e auditivas de mediação continuam a ser importantes” (APPADURAI, 2008, p.3).

No cenário multimidiático, as narrativas construídas por usuários das mídias digitais pela interação com vídeos só se constituiriam como uma autoria inédita ao agregarem representações que aludissem e se diferenciasssem tanto do discurso original, quanto das possibilidades de criação textual alternativa que dele advêm (MASSAROLO, 2012).

---

<sup>80</sup> Tradução livre de: *These practices make their practitioners better ‘readers’ of their own culture and more self-reflective and critical of the culture they occupy, thereby enabling them to become more self-reflective participants in conversation within that culture* (BENKLER, 2006, p.15).

Exemplificando: as mídias digitais permitem que outros elementos narrativos possam ser associados às narrativas tradicionais no uso das ferramentas de produção sequencial de imagens em *loop*<sup>81</sup> pelos arquivos de extensão *gif*<sup>82</sup>, como no Tumblr, dispositivos de geolocalização, como o Foursquare, ou na organização de forma seriada em capítulos postados nas redes sociais. Quando usados pelos autores amadores, estes e outros recursos podem aprimorar nosso conhecimento sobre os caminhos para a inovação autoral na paisagem multimidiática pelas brechas que abrem.

Um exemplo que se aproxima dessa abordagem é a Revista Viva Favela, em que o processo de criação e produção por meio dos fóruns, blog, lista de e-mails e pela ferramenta da Redação Virtual<sup>83</sup> valoriza a contínua troca de experiências em um ambiente digital no qual o conhecimento dos correspondentes mais experientes pode ser compreendido como uma meta para os iniciantes. Seriam práticas circulantes portadas de autoria e que evitam hierarquizar os participantes envolvidos, tendo somente o editor para coordenar os trabalhos de maneira conjunta. O próprio editorial da primeira edição da Revista, assinado pelo editor e jornalista Caco Barcelos, destaca os correspondentes como autores proponentes e produtores de suas narrativas. A remuneração dos correspondentes auxilia a pensarmos na atribuição da autoria ao respectivo *prosumer* - “um híbrido de consumidor e produtor” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2001, p.24) -, tornando-o responsável direto pelo discurso, se distanciando dos processos conduzidos pela TV Brasil e pelo YouTube.

Além dos fóruns permanentes para sugestões do público, todos os editores e correspondentes possuem perfis cadastrados no portal Viva Favela, o que permite que sejam contatados por usuários cadastrados para eventuais dúvidas, sugestões ou reclamações, fortalecendo a apropriação autoral amadora na narrativa construída.

O trabalho autoral dos editores (geralmente profissionais ou acadêmicos ligados ao assunto tratado, aos direitos humanos ou ao jornalismo alternativo) parece se configurar

---

<sup>81</sup> Ver glossário.

<sup>82</sup> Idem.

<sup>83</sup> Sala exclusiva da Revista Viva Favela no site de reuniões virtuais AnyMeeting.com.

na proposição temática, aprofundamento e estruturação das pautas por eles selecionadas, na coordenação dos trabalhos de forma a atender aos deadlines da edição (apoiado por uma agenda aberta em formato de calendário virtual) e no contato com outras equipes do portal Viva Favela e da ONG Viva Rio. Algumas de suas orientações ficam postadas no Blog Editorial, podendo-se pesquisar os *posts* dos editores. Este processo mais horizontalizado de trabalho e de constituição da autoria é destacado no editorial da edição “Pacificação”:

Muito tem sido escrito, filmado e fotografado sobre as UPPs, especialmente pelas grandes mídias. Mas raramente, como nessa seleção de artigos, seus autores são jovens de favelas, e correspondentes de expressões comunitárias de diferentes áreas da cidade e do Brasil. Os artigos, vídeos e coleção de fotos que apresentamos resultam de olhares críticos, indagadores e criativos sobre o processo que tem gerado tanto interesse. Raramente um panorama de tal diversidade tem sido mostrado (RAMOS, 2011).

A estética autoral da Revista aparenta fugir da padronização. Alguns vídeos mostram seus autores na frente da câmera<sup>84</sup>; já outros possuem narração em *off*<sup>85</sup> ou utilizam somente *letterings* e entrevistas<sup>86</sup>. Os vídeos produzidos por organizações, como o “Pacificação?!” – do jornal alternativo A Nova Democracia – tendem a fortalecer o âmbito autoral de uma coletividade ao optar por não colocar um repórter ou narrador, mesmo de identidade oculta. Pela disponibilização permanente de ferramentas e orientações de produção *online* por via de uma cartilha voltada para os correspondentes iniciantes (JUCÁ, 2010), a constituição da autoria entrelaçada pelo participante amador e profissional nos vídeos da Revista Viva Favela não mascara o passo-a-passo da construção simbólica como o jornalismo hegemônico tradicional, fazendo de sua multiplicidade de caminhos discursivos um diferencial.

Entre as orientações editoriais da equipe do Viva Favela, todo conteúdo deve ter sido exclusivamente produzido para o portal ou a edição específica da Revista, descartando textos, imagens e vídeos originados para outros projetos ou objetivos. Tal regra se encaixa na premissa do YouTube em restringir a produção de vídeos a um único dia de

<sup>84</sup> Exemplos: “Flamengo até Morrer” (edição 3) e “Zona Sul de São Paulo: um Polo Cultural (edição 0)”.

<sup>85</sup> Exemplos: “A Tradicional Festa de São Jorge em Nova Iguaçu” (edição 0) e “Judô: o Caminho da Mudança” (edição 3).

<sup>86</sup> Exemplos: “A Reciclagem em Jardim Gramacho” (edição 6) e “Visões da Pacificação” (edição 9).

julho de 2010, porém não faz parte do modelo do Repórter Brasil, que já veiculou alguns vídeos da Revista Viva Favela no quadro “Outro Olhar”.

Existem distintos pesos e significados em uma mesma narrativa quando exibida em diferentes suportes, pois na TV ela é veiculada com menos rastros de sua construção discursiva. Todavia, como o nome do portal (e não da Revista) é anunciado pelo âncora do Repórter Brasil antes da veiculação, cria-se um caminho no qual o telespectador crítico e/ou curioso pode retroceder até o contexto original de produção do vídeo. O Viva Favela revela indícios de um ambiente digital no qual a autoria do *prosumer*<sup>87</sup> é valorizada em todas as fases do processo participativo, isto é, uma comparação desequilibrada com a participação tal como ocorre na TV Brasil.

Para observarmos como a autoria se dá a ver no quadro “Outro Olhar”, precisamos entender como ela aparece para o seu público e o autor potencial. Na narrativa principal veiculada pela televisão, o Repórter Brasil chega a 22 estados por meio de emissoras públicas parceiras da TV Brasil, a maioria educativas. Uma análise dos horários que o Repórter Brasil ocupa na grade da TV Brasil permite perceber que suas duas edições são voltadas para públicos distintos. Na edição das 08h, ele é sempre antecedido pelo telecurso Tecendo o Saber, voltado para alunos do ensino médio em defasagem idade/série, e pelo Jornal Visual, jornalístico de cinco minutos direcionado aos desabilitados auditivos. Após a edição da manhã, entra no ar a animação infantil Escola pra Cachorros, com temas voltados para a diversidade social. Já na edição noturna, os programas que antecedem e dão continuidade à programação do horário nobre variam conforme o dia da semana. Neste sentido, pode-se dizer que o Repórter Brasil procura atrair a atenção tanto do público jovem e adulto que busca conhecimentos e informação para se aprimorar pessoal e profissionalmente, quanto da audiência em geral interessada em noticiários.

Sendo este um canal da rede pública de televisão, por ter alocado seu principal programa jornalístico entre programas de cunho educativo, a TV Brasil parece querer promover

---

<sup>87</sup> Ver glossário.

uma autoimagem profissional de maior profundidade na apuração de notícias para o Repórter Brasil em comparação, por exemplo, ao Jornal Nacional, telejornal de maior audiência do país (BECKER; TEIXEIRA, 2009, p.238) que é exibido entre duas novelas no horário nobre da Rede Globo. No entanto, a duração das reportagens do Repórter Brasil não se revela maior quando comparada com a do Jornal Nacional, este último com matérias que podem ter de um minuto a mais de cinco no caso de reportagens temáticas especiais.

Nas oito edições que apresentaram o quadro “Outro Olhar” em maio de 2011, distribuídas ao longo do mês, sem dia fixo, mas com predominância para a exibição noturna - somente um vídeo do quadro foi veiculado em edição matutina -, em média foram produzidas em torno de vinte notas e reportagens por edição. No corpus da análise, somente em um dia houve transmissão do quadro nas duas edições, com somente duas suítes<sup>88</sup> entre as edições da manhã e da noite. As reportagens produzidas pela equipe profissional do programa duram de 2’30” a 3’30”. Já os vídeos do “Outro Olhar” são mais curtos, ficando em torno de dois minutos, e são limitados a três minutos pelo regulamento disponível no site, o que revela um tempo de menor exposição do conteúdo participativo dentro da estrutura do programa. O quadro foi exibido em geral no meio da edição e não foi mencionado na escalada<sup>89</sup> do telejornal. Dos oito vídeos veiculados no “Outro Olhar”, quatro foram produzidos por pessoas físicas e quatro por instituições sem fins lucrativos, indicando um aparente equilíbrio das manifestações da sociedade civil organizada e de indivíduos.

Geralmente os vídeos do quadro dão visibilidade para demandas sociais, denúncias de práticas abusivas por parte de instituições governamentais, direitos humanos ou expressão individual artística ou política. Em certo sentido, reitera o “Outro Olhar” como um espaço dentro da TV pública de voz para grupos e indivíduos selecionados por serem, em parte, invisíveis socialmente como personagens protagonistas no jornalismo. O vídeo “Música Clássica” destoa desta observação por, apesar de ser um projeto social, possuir

---

<sup>88</sup> Ver glossário.

<sup>89</sup> Ver glossário.

um discurso muito próximo do vídeo institucional, podendo ser acusado de uso de espaço voltado ao autor amador no telejornalismo para a captação privada de recursos. De qualquer forma, os critérios sobre quais temáticas e abordagens possuem maior chance de serem selecionadas permanecem uma incógnita.

Pela Internet, todos os vídeos e matérias ficam disponibilizados na íntegra no site do programa, hospedado dentro do portal da TV Brasil com um sistema de busca por datas ou palavras-chave. Para o quadro “Outro Olhar”, além do portal em que todos os vídeos ficam hospedados com a *tag*<sup>90</sup> do título do quadro, o programa possui um canal próprio no site de vídeos YouTube, postados de forma permanente, incluindo as cabeças de abertura e encerramento dos âncoras. A possibilidade de visionamento pelos meios digitais permite o controle individual sobre o que assistir e que a participação do público - com camadas adicionais de conteúdo autoral - possa ser supervisionada, comentada e compartilhada, tanto por organizações de mídia, quanto por outros usuários. Nestes usos que moldam a autoria participativa, nos apoiamos em Jesus Martín-Barbero ao considerar que, “(...) junto com sua capacidade de representar o social e construir a atualidade, persiste sua função socializadora e de formação das culturas políticas” (MARTÍN-BARBERO, 2001b, p.73).

Criado como um projeto audiovisual dentro de uma rede social para exibição no cinema e, posteriormente, *online*, a questão da autoria no documentário “A Vida em um Dia” nos leva a contornos mais complexos, a começar pelos usos da própria plataforma que o originou. Enquanto ambiente virtual, o YouTube já conquistou um status de referência em relação aos portais concorrentes de conteúdo audiovisual por abrigar em seu vasto acervo milhares de narrativas geradas por autores amadores. No Brasil, o portal alcançou em 2013 a segunda posição no *ranking* de uso por brasileiros com 16% de usuários cadastrados ativos, atrás apenas do Facebook, que tem 73% (GLOBO, 2013c). Redes sociais, como o YouTube, almejam atingir escala de sustentabilidade econômica enquanto espaços para discussões e interações entre parte de seus usuários (LANGE, 2007).

---

<sup>90</sup> Ver glossário.

No caso do YouTube, qualquer projeto participativo do portal precisa ser analisado tanto como um negócio – sendo mediador de ideologias e discursos orientados pelas indústrias audiovisual e publicitária - quanto como um recurso cultural de cocriação autoral e produção de sentido por seus usuários, mesmo com eventuais questões de conflitos de interesses, como o uso indevido de conteúdo com direitos autorais reservados (BURGESS; GREEN, 2009b). Em uma paisagem em que os produtos que circulam pela Internet já mostram sinais de rivalidade com outros suportes e uma crescente equiparação de atributos de qualidade criativa – como a *websérie* estadunidense “*House of Cards*”, do Netflix, vencedora do prêmio Emmy de melhor direção (EMMY, 2013) -, o YouTube emerge como um espaço de negociação de poder e de produção de sentidos, inclusive por investir em produções originais como o “A Vida em um Dia”.

Sendo uma narrativa iniciada na plataforma digital - estreou no cinema e depois retornou finalizado para o YouTube -, a autoria deste documentário é percebida de distintas maneiras na relação entre a imagem e o suporte. O espectador do cinema, por estar em um ambiente propício à imersão e foco de atenção, está mais investido psicologicamente na imagem do que por meio da TV, computador ou um dispositivo móvel (AUMONT, 1997). Já no ambiente digital, em que qualquer imagem assume sua base material devido ao limite físico de objetos de exibição distintos, o objeto-imagem estaria circunscrito a outro objeto, que é a janela dada para a sua exposição. Seja pelo formato das telas cinematográficas, das televisivas ou dos aparelhos móveis, todos os suportes audiovisuais possuem o seu objeto-janela (AUMONT, 1997). Por mais que sua presença seja aparentemente invisível, as bordas das telas delimitam o cerceamento da imagem, criando uma fronteira entre o que está na imagem e para fora dela. No processo autoral participativo, nos interessa o mapeamento tanto do que é simbolicamente construído dentro, quanto do que o autor optou por deixar de fora das telas.

A montagem de um filme, por exemplo, é um elemento narrativo autoral inicialmente produzido para ser posteriormente invisibilizado ou tornado supostamente transparente para o espectador. O montador Joe Walker revelou que só começou a editar após dois

meses de visionamento do material e discussões com o diretor. Este pressuposto nasce do senso comum de que o público é habilmente competente em reagrupar todos os fragmentos de planos em suas relações diegéticas em sequências temporais em sua leitura do documentário. Para entendermos um filme, o espectador é ensinado, por meio da montagem, a deduzir que entre um corte e outro houve um deslocamento da câmera para a produção de mais planos que foram reorganizados pelo processo da montagem. Mesmo que o ordenamento temporal não seja cronológico, o espectador é capaz de recriar a sequência dos acontecimentos de forma a estruturar a narrativa audiovisual (AUMONT, 1997).

Em um documentário sem uma história única, a montagem se torna um atributo autoral próximo da equipe profissional, por engendrar climas emotivos que não foram previamente pensados pelos produtores amadores. Como na cena em que se intercalam imagens feitas por passageiros de carros em movimento de construções incendiadas na França, na Suécia e nos EUA com as de uma festa com garotas de programa no interior de uma limusine em Las Vegas, criando uma tensão para o retorno do período noturno cronológico da narrativa. Um plano imagético singular, por mais que possua uma relativa autonomia narrativa, não seria capaz de constituir uma narração plena, a não ser por um ordenamento temporal que cancelasse suas autonomias singulares. Mesmo em um longo e complexo plano-sequência, cria-se uma operação mimética de sincronicidade entre o ato de mostrar e aquilo que é exposto (AUMONT, 1997).

Além dos atributos criativos do público, a perspectiva profissional autoral também está presente no filme, pela contribuição de dois cineastas egípcios profissionais em três sequências de destaque: duas cenas da família que mora em um barco pequeno e uma com outra família pobre que tem um filho doente, o que mostra o apreço da equipe do documentário por certos diretores que respondem aos parâmetros considerados de qualidade estética e de captação do material enviado.

Ao mesmo tempo, o diretor do filme elogiou (nos comentários do DVD) a cena gravada com estética de celular pela estabilidade dos planos do autor sobre um homem que

coleccionava pianos, assim como a cena do garoto engraxate no Peru, produzida por uma das câmeras enviadas pela equipe do filme a comunidades de baixa renda pelo mundo. Diversas imagens gravadas em celular na Loveparade na Alemanha - mesmo com baixíssima qualidade - foram selecionadas devido ao seu apelo jornalístico. A cena brasileira do parto quando o pai desmaia é comparada por Kevin MacDonald aos vídeos virais que fazem sucesso nas plataformas digitais, especialmente no YouTube. Esta coexistência de variados estilos autorais vindos de produtores amadores com diferentes experiências audiovisuais reflete o próprio universo narrativo do YouTube, em que vídeos feitos por profissionais de renome internacional, local e amadores coabitam no acervo e lutam, geralmente com desequilíbrio de oportunidades, por visibilidade entre os destaques da página inicial e nos primeiros resultados de buscas no portal.

As estratégias de valorização do autor amador vão desde a inserção dos trezentos nomes dos produtores como codiretores nos créditos finais do filme até a seleção de alguns deles para estarem presentes com a equipe profissional na estreia no *Sundance Film Festival* de 2011 nos EUA. O diretor, o produtor e o montador do documentário revelaram em seus comentários no DVD que havia um desejo compartilhado pela equipe de que o filme tivesse um apelo para a participação de cineastas iniciantes. A contribuição de amadores continuou mesmo após o prazo para envio dos vídeos, pois o produtor musical do documentário pediu que os usuários gravassem sons de palmas e enviassem ao perfil do projeto no YouTube para que ele as remixasse em uma música para a cena do café da manhã. Mesmo que o montador diga que queria um filme com narrativas pessoais que não são usualmente vistas no gênero documental, discordamos dessa perspectiva, pois existem diversos documentários com exemplos de uso de acervos pessoais, mantendo o seu caráter de acesso à intimidade dos retratados, mesmo que não tenham sido pensados originalmente para um projeto de exibição massiva.

Por mais que um documentário não seja limitado pela estratégia da imparcialidade e objetividade do discurso jornalístico, é possível compreendermos que a narrativa fílmica também pode ser vista como um documentário sobre o seu próprio processo de produção, independente da sua temporalidade discursiva. Afinal, ela é fruto de um esforço criativo e

intelectual de suas equipes e lideranças, representando um documento em si para além do seu conteúdo narrativo. O encontro das intersubjetividades entre quem produz, narra e avança a narrativa pode ser até ignorado, todavia ele pode ser encontrado nas brechas e rastros deixados pelas ausências e cerceamentos revelados ao olharmos para a autoria dos produtos audiovisuais participativos.

Ao permitirmos que o imaginário se configure por meio desse jogo de como narrar acontecimentos físicos e subjetivos, talvez ele possa pesar tanto em importância quanto o diálogo objetivo e frio das perguntas e respostas (MEDINA, 2007). Imaginar com o outro é estabelecer uma relação na qual o desconhecido daria lugar ao imprevisível, quando o controle parcial sobre a condução da narrativa equivale a continuamente se perder e se achar. Não há garantias, mas há possibilidades de inovação discursiva. Nesta construção autoral dialógica entre sujeitos, nos questionamos sobre a formação de uma suposta coautorialidade no processo audiovisual participativo.

#### COAUTORALIDADES

O processo participativo lida com dois extremos fantasiosos advindos da ordem modernista. De um lado, o autor como figura monopolizadora e elitista pelo viés do profissional detentor de um saber narrativo. De outro, uma suposta demanda celebratória por democratização do campo cultural, que por sua vez negaria a diferença ao ocultar os desníveis de poder na relação entre o amador e a organização de mídia (CARPENTIER, 2011a). A resolução do conflito entre os sistemas de especialidades e as estruturas discursivas relacionadas a valores culturais e dinâmicas de poder deve almejar um viés alternativo, por meio do compartilhamento de decisões durante o processo de criação, mesmo ele permanecendo desigual. Devemos nos afastar do modelo participativo maximalista em sua forma extremada por ser utópica, servindo apenas como um mote de sensibilização para campanhas de adesão à participação.

No caso do jornalismo, a noção de dialogia (BAKHTIN, 1992), mesmo que na mídia hegemônica possa ainda parecer utópica, pode nos ajudar na compreensão de uma possível aliança de coautoria com desequilíbrios de poder entre autores na produção

discursiva: “Tendo como referência a palavra ‘diálogo’, dialogia diz respeito a esse processo de interação discursiva, sem, no entanto, nele se esgotar. Trata-se de uma noção que diz da relação entre o ‘eu’ e o outro” (RESENDE, 2009, p.38). Este caminho conceitual nos aproxima da noção de jornalismo cidadão (BRUNS, 2011b; MEIKLE; YOUNG, 2012, p.55), um termo que levanta questões, pois devemos considerar que os jornalistas também podem atuar profissionalmente enquanto cidadãos.

Membros da audiência que possuam dispositivos digitais móveis, por exemplo, podem atuar eventualmente - e se assim quiserem - como fontes para o trabalho jornalístico pelo envio de textos, imagens e vídeos, potencialmente aproximando o autor amador da construção jornalística e esmaecendo as rígidas fronteiras entre repórter, fonte e o público (MEIKLE; YOUNG, 2012), mesmo sem extingui-las. Parte das corporações jornalísticas já estabelecidas parecem aos poucos se abrir, mesmo que parcialmente, a conteúdos gerados por indivíduos ou coletivos que apresentam crescente capacidade de produção, potencialmente configurando uma coautoria.

O jornalismo cidadão, com narrativas produzidas por pessoas que possuem funções quase similares as das que trabalham em organizações jornalísticas (KEEN, 2009), pode complementar de certa forma o jornalismo tradicional ao lograr estender a amplitude de abordagem de uma equipe profissional com pouca flexibilidade para cobrir, aprofundar e variar fontes e até aumentar a duração do vídeo produzido – justo pelo autor amador não ser limitado por *deadlines* e restrições organizacionais: “(...) a mudança do jornalismo como um monólogo para um novo ambiente de notícias como uma conversação, possibilitado por uma mídia digital em rede, é uma significativa realidade no cenário jornalístico<sup>91</sup>”.

Contudo, a dialogia parece não se enquadrar nas práticas de produção dos nossos objetos de estudo, que se aproximam mais da perspectiva polifônica. Na Revista Viva Favela, a coautorialidade representaria supostamente esse processo mais equilibrado de poder entre

---

<sup>91</sup> Tradução livre de: (...) *the shift from journalism as a monologue to a new environment of news as a conversation, enabled by a networked digital media, is a significant reality in the news landscape* (MEIKLE; YOUNG, 2012, p.57).

correspondentes e editores, mas surgem indagações a respeito dessa maior horizontalidade. A experiência vivida pelos repórteres da Revista Viva Favela esbarra na compreensão de mundo em que o outro habita, seja com os entrevistados, com o editor e até institucionalmente com a organização que gere o projeto. As narrativas que resultam dos discursos tecidos nesses encontros e disputas são ao mesmo tempo produtoras e produtos dessa arena simbólica (RESENDE, 2009).

Estes entrelaçamentos comunicacionais remetem à teoria do Ator-Rede (LATOUR, 2012, p.31) em que a rede só se constituiria quando seus agentes agissem de forma a construir e desfazer relações de forma imprevisível. Narradas como os discursos e coletivas como a sociedade, as redes configuram as experiências entre os grupos, observando de quais métodos os atores envolvidos lançaram mão para se agregarem e estabelecerem uma determinada ação social. O social emergiria nessas ações somente quando as relações estabelecidas entre participantes de uma rede começassem a se desfazer e outras a se atar, dinamizando as associações (LATOUR, 2012).

As associações agregariam diversas entidades compreendidas como não-sociais em um primeiro momento mas que poderiam se tornar participantes posteriormente. Se são comuns a diversos participantes, constituem o mundo partilhado da coletividade. Do contrário, tornam-se excluídas ou estáticas. É possível que se aceite algum repertório de relações já previamente estabelecido pelos membros sociais, mas assim o movimento seria suspenso e rapidamente absorvido, não gerando mudança na rede. A transformação social entre os atores pode acontecer quando ampliamos o repertório social com vínculos e associações inesperadas. Uma rede torna-se ativa quando se movimenta por meio de novas relações. Não há essências a serem conservadas, pois a rede só existe por meio da ação contínua dos participantes (LATOUR, 2012).

Destarte, qualquer interação realizada no mundo vivido pode ser entendida como um texto polifônico. O autor, segundo Stam (1992, p.18), se constitui não como um ser físico e estático, mas como o resultado das interações entre os envolvidos no processo comunicacional. Nessa perspectiva colaborativa, as narrativas jornalísticas funcionam

como deltas que se abrem para outras histórias poderem ser narradas, já que a realidade surgiria por meio do texto tecido por sujeitos inseridos no mesmo mundo em que partilhamos nossas experiências.

Entre os recursos discursivos possíveis para a realização de um suposto dialogismo coautoral no jornalismo estariam o reconhecimento da pluralidade que compõe a sociedade, o questionamento das práticas jornalísticas e artifícios sintáticos que produzam sentidos inesperados para os envolvidos no andamento do processo narrativo (RESENDE, 2009). Entretanto, nos vídeos estudados na Revista Viva Favela, somente os critérios de diversidade - presentes na pauta de boa parte dos vídeos devido à priorização institucional da ONG Viva Rio de temas e vozes geralmente ausentes na mídia hegemônica - e o questionamento das práticas jornalísticas encontram-se destacados em algumas das narrativas amadoras, principalmente nas duas últimas edições: “Trabalhadores” e “Pacificação”. Por mais que motivações sociais se unam às pessoais na criação participativa para reiterar o comprometimento dos correspondentes com o processo – como autonomia e competência -, não constatou-se uma abertura para imprevistos durante a produção jornalística dos vídeos.

O reconhecimento das diferenças é essencial para compreendermos o jornalismo como um processo em contínua transformação, não fixado, por risco de tornar-se entrópico. Quando orientado para executar processos mais flexíveis e se adaptar a desafios, o discurso jornalístico pode acompanhar com maior rapidez as contínuas mudanças na paisagem midiática advindas das transformações nas relações sociais. São os encontros que renovam a chance do jornalismo praticado por certas organizações de manter-se relevante num mundo habitado por contínuas disputas por ordenamentos de sentidos.

Um exemplo dessa aproximação com a coautoria foi a exibição seguida de duas reportagens sobre a Marcha Nacional Contra a Homofobia em Brasília, em 2011, no Repórter Brasil. A primeira foi produzida pela equipe do programa e a outra pela ONG Gay Um, compreendida como uma tentativa de diálogo entre os participantes na cobertura de um mesmo evento. Entretanto, esta comparação que pluraliza visões e

possibilita a diferenciação no discurso jornalístico aconteceu somente na versão televisiva do programa, pois ao serem exibidas no ambiente digital, tornaram-se descoladas. Apesar da enunciação dessa comparação pelo âncora antes da reportagem deste “Outro Olhar”, demanda-se um interesse particular do usuário em buscar a matéria profissional deste assunto em meio ao confuso menu de vídeos do site do Repórter Brasil. Nem sempre as ferramentas de interação *online* são usadas para potencializar a agregação de outras perspectivas autorais nos vídeos participativos.

Ao compararmos os modos como o “Outro Olhar” se apresenta ao seu público pela TV e pela Internet, verificamos que nenhuma diferenciação narrativa é executada na apresentação dos vídeos quando o programa migra de sua primeira janela de exibição - a televisão - para a plataforma digital. A exibição *online* é idêntica à televisiva, com a única diferença de ser desfragmentada por reportagens isoladas, facilitando para que o usuário possa assistir somente ao conteúdo que lhe interessar.

Se pensarmos com a função de complementaridade, vemos que ela não se concretiza entre os suportes, ao ficar aquém do potencial de transformação mercadológica, cultural e social que as mídias convergentes poderiam ter. O discurso televisivo original continua fixado, sem mudanças em comparação com a versão digital. Essa complementaridade citada é geralmente atribuída a uma narrativa transmidiática para se diferenciar discursivamente entre os distintos suportes nos quais circula, inclusive com ferramentas que permitam uma participação ativa dos usuários (JENKINS, 2008).

Essas características sobre os enunciadores, visíveis ou não, presentes no quadro “Outro Olhar”, nos direcionam, em parte, à discussão acerca dos conceitos de representação e discurso no espaço da mídia. Apoiados em Michel Foucault (2004) e entendendo discurso como o conjunto de enunciados de um determinado campo de saber - os quais são sempre apresentados como práticas -, percebemos o quanto o conceito discursivo está ligado a questões mais amplas, de cunho cultural, social e histórico, referindo-se a redes de saberes de certos grupos em um tempo específico. A representação - embora também

ligada a este caráter histórico, social e cultural - nos remete à construção de discursos como elemento de manutenção de significações, sentidos e, portanto, de poder.

Não basta olhar para as intenções de quem produz os discursos, mas sim para o jogo autoral que se dá entre os diferentes discursos em disputa. Nas circunstâncias que configuram estas enunciações, observamos que, na dicotomia entre a narração e a informação, a primeira se dirige, em princípio, a uma comunidade. Já a informação seria um produto, visando a um mercado.

Enquanto o espaço da narrativa ficou cada vez mais relegado à ficção, o conteúdo jornalístico se alinhou com a estratégia da objetividade, um mero e aparente relato de fatos, enfraquecendo qualquer tentativa de coautorialidade como encontro de subjetividades. O jornalismo tornou-se o campo que mapeia o mundo. O tempo presente é narrado sem levar em conta os percursos e perspectivas outras. Ao almejar ser extremamente realista, a imagem jornalística substituiria o real. A realidade se fixaria no discurso da reportagem.

Ao envolver o autor amador em um processo próximo ao do jornalismo colaborativo (TRÄSEL, 2007), a gestão de conteúdo no Repórter Brasil revela que as opções editoriais e os gêneros narrativos selecionados - atributos que constroem a identidade do programa - permanecem centralizados, determinados por um grupo pequeno de profissionais. Na TV Brasil, onde a rentabilidade provida pela audiência não é o foco principal da gestão de conteúdo, há um distanciamento da proposta do Repórter Brasil de fazer um telejornalismo que supostamente apresentaria um diferencial frente às narrativas factuais das redes comerciais.

Ao analisarmos o discurso jornalístico da TV Brasil, tomamos como base os parâmetros da Unesco (2001) para os meios de comunicação geridos direta ou indiretamente pelo Estado. São sugeridos quatro princípios aos quais as emissoras de radiodifusão de natureza pública deveriam estar submetidas para serem relevantes para a sociedade, marcando uma qualidade autoral e no processo de fortalecimento da credibilidade

jornalística: Universalidade (sendo acessível em seu discurso a todos os cidadãos, independentemente da situação social ou econômica); Diversidade (de interesses públicos e assuntos discutidos no programa); Independência (contra influência política ou pressões comerciais na seleção e foco editorial na pauta); e Diferenciação (oferecendo um discurso distinto das outras emissoras, focado em qualidade e identificação com o público).

Por valorar os projetos e instituições do governo sempre que criticados pelo quadro “Outro Olhar”, é possível ressaltar que os quesitos Independência e Diferenciação não seriam cumpridos plenamente pelo programa. Os quatro quesitos de qualidade com viés autoral no telejornalismo expõe, ao nosso ver, a trama ideológica presente nas mensagens jornalísticas por meio da significação como dimensão dos fatos sociais (VERÓN, 1978).

Segundo Ricouer (1994), o discurso seria vestido por uma intenção de sentido que faz prevalecer o desejo de ordem. Vista por este prisma, a atividade jornalística organiza e seleciona os fatos que serão transformados em acontecidos narrados que ordenam a informação de modo a torná-la factual, isto é, uma representação – compreendida como produção de sentido por meio da linguagem (HALL, 2010) - de um fato ocorrido. Se a representação de uma autoria é feita dos fios que tecem as narrativas, a realidade é tecida por narrativas influenciadas pelas relações de poder do mundo: ideologia e representação seriam indissociáveis.

No fluxo de circulação de informações, o jornalismo participativo do Repórter Brasil gera uma produção de sentido que efetua um duplo encaixe ideológico: os eventos significados pelos autores amadores são autorizados e ressignificados em uma suposta alteridade, uma ilusão de transparência em que o discurso desapareceria e o mundo ou o cidadão comum se tornaria presente. Mas a fala institucional sobre o discurso participativo do quadro “Outro Olhar” contradiz o que se vê na tela, afastando-nos da perspectiva da coautorialidade plena. Se o ideológico trabalha nos sistemas de codificação da realidade, determinando a significação das condutas sociais, investigar o plano ideológico é indagar como um grupo constrói o seu discurso e suas representações,

convertendo em projeto comum o plano particular e disfarçando a dominação, ao desvincular o projeto das relações sociais de produção que o sustentam:

Não se trata de reduzir a história a discurso, mas de ler o discurso, o discurso dos meios maciços, neste caso, como acontecimento de poder. (...) Uma análise que consiste em pôr o que fala no discurso contra o que se diz. O que nele fala – isto é, os conflitos sociais, políticos, econômicos, libidinais – contra o que se diz, isto é, a retórica da liberdade, da felicidade, do bem-estar. Opor o que fala o discurso da massmídiação ao que se diz é descobrir o que ele censura e nega, o que o impede de nomear, mas contra o qual não existe mais remédio de que a ação (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.66).

No caso do “A Vida em um Dia”, mesmo com ações que imporiam uma suposta coautorialidade – por exemplo, colocar os nomes dos trezentos produtores amadores nos créditos como codiretores e a participação de alguns deles na estreia do documentário no *Sundance Film Festival* -, esta demonstração ilusória de equilíbrio de poder não se revela na narrativa do documentário finalizado. Os autores amadores tiveram pouco acesso a ferramentas que permitissem a negociação de subjetividades – especialmente na montagem das cenas - frente à ordenação de discurso produzida pela equipe profissional do projeto que chegou às telas de cinema e posteriormente ao YouTube. Aqui, a coautorialidade não gerou profundidade e complexidade da autoria frente ao discurso profissional hegemônico.

Observando os três casos, percebemos que as plataformas de mídias sociais poderiam – se assim desejarem - estimular a mobilização levando em conta os usos de redes sociais já existentes. Elas podem ser vistas como pontos de entrada para usuários que possuem pequena experiência em expressar suas demandas e almejam se envolver no processo participativo. A consciência de participar em uma rede que compartilha interesses e questões pode facilitar o uso das plataformas digitais como forma de organização e criação, diminuindo em graus variáveis as barreiras para a participação.

Contudo, a participação pelas redes digitais geralmente produz laços fracos de engajamento entre os participantes, tanto pelos profissionais quanto pelos amadores (KEEN, 2009; GLADWELL, 2010). O conteúdo produzido pode ser visto, por exemplo, como uma *commodity* a serviço de interesses corporativos (ANDREJEVIC, 2011). O foco de análise deve ser direcionado à complementaridade das redes sociais em

potencializar diferentes maneiras de participação *online* e *offline*, em vez de substituí-las. As mídias digitais fazem - cada vez mais - parte da ecologia das formas de comunicação entre indivíduos, grupos e organizações (KAVADA, 2012).

Independentemente da forma de engajamento, os objetivos e parâmetros de sucesso entre indivíduos já mobilizados em um mesmo processo participativo diferem internamente, o que acabaria por influenciar as metas que almejam conjuntamente e as maneiras de atingi-las. Do aprimoramento individual a ideais coletivos de viés político, as intenções dos autores habitam os discursos que eles constroem (KAVADA, 2013). Há de se analisar como os níveis de formalidade e hierarquia no processo participativo midiático influenciam as tomadas de decisões do mesmo, afetando a suposta coautorialidade nas narrativas resultantes. Os valores que derivam das narrativas e potencialmente motivam o engajamento dos produtores/autores na produção participativa podem estar imbricados na formalidade de definir papéis e tarefas e o nível de hierarquia dentro do processo, isto é, o número de estratificações presentes na produção audiovisual (SHIRKY, 2011).

A participação pelas plataformas digitais constitui tanto as representações dos envolvidos sobre si mesmos, como também configura um espaço de interação, sem equalizar papéis e funções pré-existentes ao início do processo. A atuação de cada um no projeto é também um “texto” negociado em seus valores identitários mútuos. Esse aspecto só se realiza plenamente, entre os *cases* estudados, na Revista Viva Favela, pois entendemos que ali foi construído um processo comunicativo mais horizontalizado entre editores e correspondentes. O recurso de *video-chat* com o editor da Revista fortaleceria o pacto derivado dos acordos negociados em torno do processo comunicativo por um período estendido, já que alguns correspondentes participam de várias edições, aprimorando continuamente o seu conhecimento acerca da produção midiática.

Já nos casos do Repórter Brasil e do “A Vida em um Dia”, a interação impessoal entre os participantes pode até gerar uma afiliação ao projeto, mas carece de transformar ou desenvolver o processo de produção e da própria participação por se manter formal e hierárquica, logo, blindada às influências e propostas que possam surgir dos autores

amadores (KAVADA, 2012). As tomadas de decisões são impactadas por uma dimensão que se refere ao nível de participação do processo, em que ou se prioriza a inclusão de envolvidos com um peso mais igualitário e voltado para o debate em prol do resultado narrativo esperado pela maioria, ou se baseia na manutenção das posições de poder – o que diminui a participação e a coautorialidade. Embora a Revista Viva Favela apresente um processo no qual a Redação Virtual se constitui como um espaço na proposição de pautas, negociação direta – mesmo que virtualmente - e busca de um certo consenso, nenhum dos *cases* mostrou uma equiparação de pesos ou descentralização na tomada de decisões que sustente uma suposta coautorialidade nas narrativas produzidas, caracterizada por uma maior autonomia na criação e produção de narrativas.

Ao delinear os paralelos entre autoria, autoridade, autorização e autonomia nestas produções participativas ao longo deste capítulo, percebemos que os discursos amadores sobre a factualidade são selecionados e autorizados pela equipe profissional em boa parte dos exemplos analisados. Os jornalistas e documentaristas chancelariam os fatos narrados por autores amadores como porta-vozes autorizados (LATOUR, 1994). Numa analogia com os políticos que representam o povo – já que todos não logram falar ao mesmo tempo -, os profissionais do factual representam os acontecimentos que só podem ser compreendidos quando narrados. Porém, ambos podem trair os seus representados:

O saber que estas narrações veiculam, longe de se ater exclusivamente às funções de enunciação, determinam assim ao mesmo tempo o que é preciso dizer para ser entendido, o que é preciso escutar para poder falar e o que é preciso representar (sobre a cena da realidade diegética) para poder se constituir no objeto de um relato (LYOTARD, 2009, p.39).

A forma com que um conteúdo é configurado coletivamente constitui uma dimensão a mais de análise da autoria nas narrativas audiovisuais participativas, pois ela revela quais valores e crenças são priorizadas no discurso, permeando todo o processo - da produção ao consumo do produto midiático resultante. Em sua construção discursiva, a autoria no processo participativo emerge de uma negociação – ou não – de responsabilidades e direitos de cada função e das habilidades necessárias para exercê-la. Essa clarificação sobre os papéis no processo permite que os envolvidos possam assumir, se possível for e

no período determinado, as funções com as quais mais se identificarem ou que desejarem testar, dentro de eventuais restrições e orientações organizacionais.

Debates sobre procedimentos e parâmetros de profissionalismo podem fazer parte do processo, especialmente em torno da produção de conteúdo - que pode ser centralizada, formal e hierárquica, como no Repórter Brasil, ou descentralizada e controlada de uma base de produção, num processo mais próximo da Revista Viva Favela pela gestão do editor por meio da Redação Virtual. O documentário “A Vida em um Dia” apresenta uma configuração híbrida, por oferecer orientações sobre o aprimoramento da captação do vídeo, mas também por ocultar os critérios de seleção e distinção autoral das narrativas, ao pedir que os vídeos fossem enviados sem edição prévia.

Tais configurações formam culturas comunicativas (KAVADA, 2013) e podem mudar conforme as condições que delineiam a comunicação da organização gestora com os participantes. Caso haja debates cara a cara ou *online*, diferentes regras poderão ser estabelecidas e variadas ferramentas disponibilizadas, dependendo da função desejada. Todos esses procedimentos podem maximizar ou diminuir a potência autoral de parte dos envolvidos, o que torna improvável a coautorialidade nos processos participativos estudados.

#### A AUTORIA DESLIZANTE

Ao nos distanciarmos da perspectiva da coautorialidade, nos indagamos em que medida olhar para a produção audiovisual participativa pode trazer os ordenamentos de competência dos envolvidos enquanto autores independentes e, ao mesmo tempo, em relação. Os critérios das competências autorais se revelam tanto a partir dos interesses mútuos e díspares das instituições promotoras do processo participativo e dos autores amadores, como também pelo deslize - e eventual sobreposição - das posições ocupadas pelos diferentes atores desta dinâmica comunicativa: o lugar de quem faz, de quem lê, de quem critica. O reconhecimento de um autor enquanto tal não estaria ligado diretamente ao criador ou ao ato criativo de narrar, mas sim “a um autor *ego*<sup>92</sup> cuja distância em

---

<sup>92</sup> Grifo do autor.

relação ao escritor pode ser maior ou menor e variar ao longo mesmo da obra. Seria igualmente falso localizar o autor tanto do lado do escritor real quanto do lado do locutor fictício: a função autor é efetuada na própria cisão” (FOUCAULT, 1984, p.10). Nessa divisão, o “eu” autoral seria composto por três egos simultâneos, o que Foucault denomina como uma posição “transdiscursiva” (FOUCAULT, 1984): um indivíduo singular em um espaço e temporalidade específicos; uma performance que qualquer narrador possa adotar, desde que utilize um sistema simbólico equivalente; e um ego que narra os percalços, condições e ausências resultantes da construção discursiva.

Quando diferentes indivíduos podem assumir variadas posições-sujeito, observamos o autor como se descolado de seu corpo. Quem fala conosco não seria o autor, mas sim a performance da linguagem enunciada por um ou mais sujeitos indissociáveis (BARTHES, 1977). A autoria articula o universo dos discursos já existentes com brechas que se abrem para possibilidades autorais outras e sociabilidades alternativas:

(...) a tradição dos relatos é ao mesmo tempo dos critérios que definem uma tríplice competência – saber-dizer, saber-ouvir, saber-fazer – em que se exercem as relações da comunidade consigo mesma e com o que a cerca. O que se transmite com os relatos é o grupo de regras pragmáticas que constitui o vínculo social (LYOTARD, 2009, p.40).

O autor parece já nascer circunscrito à enunciação do texto, sendo este último um espaço multidimensional no qual variados discursos - nada originais e advindos de diferentes perspectivas culturais - se misturariam e se confrontariam. Por não se fixar em nenhuma origem, a autoria surgiria de uma colossal cadeia de associações discursivas e simbólicas, o que nos leva a questionar a separação categórica entre o autor profissional e o amador em prol de um diálogo entre autores prévios, atuantes e potenciais. Se os vídeos amadores “nos inserem em um circuito de produção e circulação de imagens, no qual ‘desautorizar’ e ‘desresponsabilizar’ se tornam estratégias para ‘legitimar’” (BRASIL; MIGLIORIN, 2010, p.136), pensamos que a partilha difusa da responsabilidade das narrativas entre os autores participantes pode criar uma espécie de enunciação coletiva e, por que não, política (LATOURETTE, 2012) da autoria.

Entretanto, o mapeamento parcial das narrativas audiovisuais factuais aponta que as regras do processo participativo nos *cases* analisados pouco aprimoraram competências autorais dos envolvidos na geração de discursos telejornalísticos e documentais mais críticos e inovadores na priorização de um olhar mais autônomo, diverso e independente sobre representações da realidade. Focando nas plataformas digitais, pode-se dizer que, mesmo com a possibilidade do usuário fazer múltiplos uploads de vídeos e com a presença de ferramentas que permitem alguma interação, há uma ilusória descentralização na produção de conteúdos, enquanto que o ordenamento de sentidos discursivos e a distribuição permanecem fixados às instituições promotoras da participação.

Em uma observação ampla sobre o YouTube, plataforma com cerca de quatro bilhões de visualizações diárias (KUPKA, 2012), percebe-se que a maior parte das contribuições amadoras não obtém destaque na página inicial ou como resultado nas buscas dos usuários. Uma das razões para essa baixa visibilidade dos vídeos amadores na plataforma talvez seja por não figurarem na preferência temática da maioria dos usuários; pela baixa inovação no discurso autoral, quando comparado a outros exemplos do mesmo gênero narrativo; ou pela orientação comercial da plataforma, para que o autor amador invista em ferramentas pagas do próprio site ou use agências de marketing digital que promovam o vídeo em espaços publicitários reservados a critério da equipe do portal (JENKINS, 2009a). O YouTube parece ter reconhecido essas barreiras ao criar recentemente um canal próprio nomeado “Escola de Criadores de Conteúdo do YouTube” (O GLOBO, 2013), que oferece dicas de produção para autores amadores.

Por mais que a participação nas narrativas factuais audiovisuais possa oxigenar a mediação das organizações de mídia com a audiência, vemos indícios de que considerável parte dos autores amadores ainda produz narrativas de forma pouco original, ao retratar o real como é usualmente representado na mídia hegemônica, ou talvez não encontre condições que estimulem tal inovação. Ao enviar um vídeo para o programa Repórter Brasil, por exemplo, o autor não-profissional concorda com os termos de licenciamento de conteúdo adotado pela Empresa Brasil de Comunicação, que tem a

liberdade de editá-lo a seu critério, sendo que a EBC não se responsabiliza pelo conteúdo do mesmo. Deste ponto de vista, o caráter de autoria do amator seria enfraquecido por poder a narrativa sofrer adaptação para se enquadrar nas perspectivas discursivas institucionais da equipe do telejornal.

A tríplice mimese de Ricouer (1994) nos apoia para entendermos a maneira como a autoria nos vídeos participativos seria diminuída por uma menor autonomia do autor amator, ao ter o seu discurso (des)autorizado pela mídia hegemônica. A relação entre autoria e autonomia ocorreria pela possibilidade do autor negociar um discurso que se diferenciasse ou confrontasse o discurso do outro – neste caso, as organizações promotoras -, potencialmente modificando ou gerando narratividades alternativas. Se para Ricouer a mimese I é o mundo real acontecendo, a mimese II é o autor falando com o mundo e a mimese III é a nossa leitura sobre esta configuração, não podemos vê-las como isoladas, mas isso também não significa que elas estão diluídas. Elas coexistem em um permanente desequilíbrio. O mundo da narrativa se cruza com o mundo de quem a lê, reconfigurando-se continuamente (BARBOSA, 2007).

Todavia, a grande ilusão do jornalismo seria o espelhamento das mimeses I e II. Concordamos que a narrativa só existe porque há uma ação, mas o seu relato sobre a realidade é apenas a constituição de uma história singular e sensata entre uma pluralidade de tramas factuais possíveis. Nem o trabalho dos historiadores, que lidam com os fatos e documentos de mútuo consenso, gera este espelhamento. Através de sua tessitura, a intriga, compreendida como o dispositivo de articulação das mimeses “entre um estado da experiência prática que a precede e um estágio que a sucede” (RICOEUR, 1994, p.87), media os acontecimentos com a narrativa como um todo. Ela extrai de uma simples sucessão de eventos uma configuração, uma organização de incidentes numa “totalidade inteligível” (RICOEUR, 1994, p.103). Todo olhar para o mundo seria uma construção: “Para Ricoeur, a narrativa articula a nossa experiência do tempo, da mesma forma que o tempo se torna humano pela narrativa” (BARBOSA, 2007, p.18).

A tessitura da intriga nos discursos jornalísticos e documentais participativos torna labiríntico e deslizante o percurso autoral entre as três mímeses. A veiculação massiva de narrativas produzidas por autores situados fora das organizações de mídia hegemônicas - mas que ao serem selecionadas tornam-se autorizadas e chanceladas como possuidoras de considerável caráter noticioso ou documental - gera, na sua leitura por uma audiência retratada como autores em potencial, uma interseção vibrantemente instável entre prefiguração, configuração e refiguração desses narrares. Um embaralhamento do lugar da tríplice mimese no qual a autoria emerge, podendo constituir uma autoria deslizante que reconhece as brechas reveladas pelo tecer narrativo como lugares de encontros possíveis.

Se a condição de ser autor é a de ser um sujeito em relação (FLUSSER, 2008), nos indagamos de que maneira as narrativas presentes na Revista Viva Favela e no quadro “Outro Olhar” são legitimadas dentro do discurso do jornalismo profissional, possibilitando o deslize do lugar da autoria. Na relação entre os editores da Revista com os correspondentes, por exemplo, a sistemática de encontros periódicos pela ferramenta de Redação Virtual permite uma estrutura mais horizontalizada e destaca o processo de formação dos autores amadores para o discurso jornalístico por um autor/editor que orienta e lidera suas ações. Mesmo que o período de contato seja considerado relativamente pequeno, pois não ultrapassa dois meses, o processo torna-se mais efetivo pela possibilidade de contínua participação de autores em outras edições, como foi o caso da videasta Bárbara Rodrigues<sup>93</sup>, de Cachambi, no Rio de Janeiro, que participou com seus vídeos em três das edições selecionadas neste estudo. Além disso, o portal Viva Favela promove uma oficina gratuita específica para o audiovisual chamada “Curta Favela”, com cerca de 75 alunos jovens - entre 15 e 29 anos - a cada ano<sup>94</sup>.

Já na análise do discurso dos âncoras do Repórter Brasil, percebemos como a narração sobre o outro não necessariamente pressupõe dar voz ao outro: com exceção de “Material

---

<sup>93</sup> Bárbara, segundo o seu perfil no site Viva Favela, tornou-se estagiária de produção e edição na TV Brasil em 2011 e hoje trabalha para a Agência Futura Press.

<sup>94</sup> Além da oficina de audiovisual, o Viva Favela também promove a sua tradicional oficina de Comunicação Multimídia para mais de quinhentos alunos por ano.

radioativo” e “Itu”, nenhum dos outros vídeos possui uma apresentação similar a um lide jornalístico que contextualize o acontecimento, demandando a cabeça inicial do âncora contextualizando a abordagem temática do quadro. No entanto, mesmo que todos os vídeos tivessem lide, este problema não se resolveria. Em uma estrutura narrativa de telejornal que se arquiteta conforme a perspectiva moderna de separação objetiva dos acontecimentos do mundo (LATOUR, 1994) por editoriais, revela-se a relação de alteridade e poder dos âncoras sobre a estrutura narrativa dos vídeos, sem espaço para negociação de sentidos ou deslizamentos da função autoral. Eles contam sobre o outro, sem ser esse outro e a serviço de outras vozes que também narram (BAKHTIN, 1997). Numa instável dicotomia entre ser equipotente ou diferente, o outro autoral - na visão do programa Repórter Brasil - estaria prescrito e proscrito em sua representação da realidade. A noção dialógica não parece encontrar sustentação consistente nos processos participativos.

No discurso do jornalismo, podemos entender a verdade como um espaço de sistematização, com suas ordens e desordens, no qual a própria presença do outro pode ser uma desordem. O discurso autoral pode ser visto como uma moldura com diversas mini molduras dentro e macro molduras fora. Ao nomear e dar forma ao mundo, o discurso revelaria o seu caos, deixando escapar o dentro e o fora. Todos os discursos revelam ausências ou omissões: usar números, depoimentos, omitir o narrador, a escolha pela ausência do percurso de configuração. Na diferença entre discurso instituinte (aquele que cria um percurso) e discurso instituído (que pensa que pode ser algo, como ser objetivo, no caso do jornalismo), notamos indícios da relação do discurso com o poder que também é discurso: estudar as regras do engendrar discursivo seria examinar regras e relações de poder.

O discurso pode ser visto como um espaço social em que se fundamenta toda uma série de hierarquizações na organização da autoridade. O jornalismo hegemônico consolidaria uma forma autoritária e fixada de narrar que insiste em se mascarar por meio das estratégias da objetividade e da imparcialidade como atributos para a constituição da verdade e do real (RESENDE, 2009). O conservadorismo opera a partir de parques

recursos disponíveis para o jornalista narrar os acontecimentos cotidianos. Nas relações de poder estabelecidas entre mediações e representações de um mundo partilhado (FRANÇA, 2004), os encontros confrontam afinidades e discordâncias que ordenariam sentidos em todas as direções do processo.

Em outro gênero factual, a narrativa documental de “A Vida em um Dia” deixa transparecer questionamentos - que parecem ser possíveis de ampliar para o YouTube - quando alguns dos envolvidos no processo de cocriação possuem mais poder, autoria e controle sobre a realidade do que outros, tornando-a cerceada: “Quais realidades? Quais nós queremos ajudar a tornar mais reais, e quais menos reais? Como nós queremos interferir (porque interferir iremos, de um jeito ou de outro)?” (LAW; URRY, 2004, p.404)<sup>95</sup>. A verdade - analisada sob o contexto de quem, quando e como fala - não se sustenta se na ordenação do discurso compreendemos as relações de dominâncias (FOUCAULT, 2004) e dos vazios ali instaurados: “(...) o ato de narrar, através dos meios, pode revelar legitimações, valores, representações e faltas, dados preponderantes para o processo de compreensão e leitura do mundo” (RESENDE, 2009, p.33).

Uma dessas ausências pode ser a obliteração dos Estudos Culturais na compreensão do campo da mídia como um domínio do simbólico ao configurar falas de si e representações do outro. Mesmo debilitada com todos esses cerceamentos, a função do autor *pro-sumer* prevalece por estar conectada primordialmente à experiência do real, independente das circunstâncias da enunciação. Enquanto autores, somos o próprio acontecimento e montamos nossas histórias por códigos narrativos advindos de um mundo codificado (FLUSSER, 2007). A experiência do real demanda uma narratividade, pois enquanto narramos, ressignificamos identidades:

(...) a construção da identidade tem a ver com discursos, objetos, práticas simbólicas que nos posicionam no mundo, dizem de nosso lugar com relação a outro (lugar) e aos outros (sujeitos); a identidade ‘se constrói nessa interseção entre discursos que nos posicionam e o nosso movimento de nos posicionarmos enquanto sujeitos no mundo’ (FRANÇA, 2006, p.73).

---

<sup>95</sup> Tradução livre de: *Which realities? Which do we want to help to make more real, and which less real? How do we want to interfere (because interfere we will, one way or another)?* (LAW; URRY, 2004, p.404).

No entanto, gerar sentido já não seria um privilégio do autor do discurso (BARTHES, 1977). Na convergência entre quem produz e quem consome mídia, o autor não lograria mais impor um limite à sua narrativa e nem controlaria a forma e o conteúdo de sua apresentação final. Importante dizer que nenhuma convergência é total: a participação da audiência não significa que ela está isolada e independente em suas capacidades interpretativas ou que possua os equipamentos e condições para produzir e distribuir conteúdos que confrontem a realidade representada pela mídia massiva. Esse desequilíbrio no horizonte da interpretação e da produção acabaria por proteger alguns atributos do autor do discurso.

Se considerarmos que “a ficção é a simulação de uma situação possível” (MENDES, 2005, p.134) e no discurso factual “o fato está ligado às ações, aos eventos, à existência e demais situações com as quais temos contato, que vivenciamos ou somos testemunhas em nosso cotidiano” (*op. cit.*, p.134), as narrativas factuais e documentais de participação podem ser compreendidas como uma autoficção (FOLLAIN, 2009, p.138) que se mantém conectada ao real por estar referencialmente atrelada à voz que narra – nesse caso, a do autor amador. Por se posicionarem fora do campo institucional do jornalismo e do documentário profissionais, a verdade e a mentira em suas narrativas seriam relegadas a um segundo plano, pois o que importa seria a priorização do imaginário como dimensão originária da verdade pessoal.

Porém, por mais que o narrador tenha supostamente vivido e experimentado o acontecido, ele só daria conta de narrar parcialmente, nunca totalmente. E independe se ele é ou não um jornalista ou cineasta de formação. Encarados como fragmentos de informação ou relatos editados de vídeos de maior duração, as narrativas apresentadas no “Outro Olhar”, por poderem ser eventualmente desautorizadas pelos âncoras ou editadas, como no caso do vídeo “Quilombo”, nos fazem questionar de que maneira elas se constituem plenamente como notícia. O processo da Revista Viva Favela, em contraponto, indica uma atuação mais próxima e periódica com os correspondentes, formando uma cumplicidade - advinda do deslize da autoria - que amplia a autonomia dos correspondentes enquanto autores nas escolhas criativas de suas respectivas pautas,

mesmo que circunscritos ao espaço físico e/ou simbólico das favelas. Já no “A Vida em um Dia”, o envio somente de material bruto<sup>96</sup> à equipe profissional também descontextualizaria a autoria amadora, ao negar uma ancoragem com qualquer origem do discurso com o próprio autor das imagens.

Observamos que o estímulo à participação do público por meio do crescente uso das ferramentas digitais não conseguiu propor critérios alternativos aos processos de autoria jornalística e documental, nem agregar diversidade. Por mais que a interação permita que os autores amadores se insiram no processo de produção audiovisual factual, o fazem de forma limitada, pois seus discursos são esvaziados criticamente sobre o próprio fazer jornalístico e documental.

No caso do jornalismo, as narrativas de participação nem podem ser vistas como uma nova roupagem para a tradicional sessão da “carta do leitor”, comum no jornalismo impresso, pois não se centram em comentar o trabalho jornalístico exercido previamente. Um jornalismo que pretenda inovar deveria ser capaz de poder - com o alto volume de informações atual - filtrar, organizar e contrapor conteúdos (PALACIOS, 2002a). Nesse sentido, os vídeos da Revista Viva Favela e do quadro “Outro Olhar” não seriam inovadores a ponto de se diferenciarem do trabalho de jornalistas profissionais, mas eles, em distintos graus, podem vir a complementar essas formas mais tradicionais do telejornalismo, mesmo que o jornalismo profissional continue permanecendo como um sistema importante de interpretação e construção do que encaramos como sendo o real (VIZEU, 2008).

O atributo discursivo hegemônico que finge ser diferente, todavia, nos leva a questionar o que essa dissimulação revela. Seriam tanto forças que atuam para a conservação do modelo de produção discursiva jornalística atual. Entre os exemplos de restrições, podemos citar a forma rígida e autoritária de narrar no jornalismo tradicional, devido parcialmente aos manuais de redação jornalística, o que Fairclough chama de “modelo de código de prática discursiva” (2001, p.273), pouco contribui para a construção de

---

<sup>96</sup> Ver glossário.

narrativas (RESENDE, 2006, p.168); a conexão entre as empresas midiáticas - incluindo a EBC - com os poderes público e, em maior medida para os outros telejornais, o setor privado; as condições de produção engessadas e recursos financeiros limitados; a forte dependência do jornalismo participativo das ferramentas produzidas pelas organizações de mídia. Tais condições por vezes coexistem com orientações para a transformação do discurso telejornalístico, como a produção de notícias mais contextualizadas logra atrair a audiência; e o entendimento de que o discurso jornalístico representa e constitui a esfera pública, permitindo que o público possa agir politicamente em prol de sociabilidades mais cidadãs, inclusive como autores de novas narrativas.

Essas dinâmicas e interações entre telejornalismo participativo e mídia de massa ilustram que o jornalismo hegemônico não pode ser um ator social onipresente ou necessariamente subserviente à publicidade, ao controle estatal ou a interesses comerciais e/ou institucionais. Seja participativo ou somente profissional, ambos fazem parte da mesma engrenagem do fazer jornalístico, pois a criteriosa apuração de conteúdo - se possível com furos noticiosos - e diversidade de fontes permanecem como atributos imprescindíveis, mesmo que o jornalismo continue restringido por outros fatores.

Já no ambiente digital do YouTube, diferentes aspectos contribuem simultaneamente para a conservação e a renovação da função do autor. Sendo o YouTube uma plataforma mais orientada para atividades individuais do que coletivas, a não-conformação do usuário criativo com as restrições impostas pelas ferramentas disponíveis - em um sistema que se promove como uma rede social interativa pelo compartilhamento de vídeos - o levaria a fazer uso de suas habilidades para utilizá-las em outros empregos para os quais elas não foram tecnicamente desenhadas (FLUSSER, 2008). Tal estratégia pode abrir caminhos para uma inovação da autoria nas narrativas que resultam das práticas participativas realizadas pelas mídias digitais.

Não há como simplesmente operar com os parâmetros e competências autorais importados de outras mídias, como as da televisão aberta ou fechada (BURGESS; GREEN, 2009b). Mas também não podemos somente levar em consideração os critérios

do que muitos consideram ser uma narrativa exitosa nos ambientes digitais audiovisuais, como ter milhares - ou milhões - de visualizações por vídeo, uma longa lista de seguidores no seu canal ou aparecer entre os primeiros resultados de busca. Há de se analisar as formas como os usuários acessam, aprendem e compartilham conhecimentos e competências autorais para além do que sua comunidade de interesse valora.

Ao mesmo tempo, essa rede de saberes pode tornar seus participantes mais críticos sobre as leituras que fazem dos vídeos que circulam em variados contextos midiáticos e, é claro, ao produzirem suas próprias narrativas autorais. Compreendemos que todas as atividades relacionadas a usos da audiência, em maior ou menor grau, representam variados e relevantes modos de participação, não priorizando somente a produção audiovisual – o que tornaria a participação menos inclusiva. Desta forma, novos participantes podem, se assim desejarem, aprimorar suas habilidades enquanto autores à medida que utilizam com crescente propriedade as ferramentas disponíveis para gerar e compartilhar conteúdo, processos que se complexificam ainda mais quando criam coletivamente, estimulando o deslize autoral.

Ponderamos que a autoria do *prosumer* no “A Vida em um Dia” se potencializaria no processo de participação por meio do site, mas tornou-se enfraquecida, tanto na montagem quanto no filme finalizado, em uma proporção quase invertida com a função autoral que o diretor e o montador profissionais possuem. Isso ocorre apesar da estratégia de *marketing* do filme, que celebra os personagens e os autores amadores ao levá-los para eventos e festivais da indústria audiovisual, como a estreia do documentário no *Sundance Film Festival* de 2011. Tais exemplos nos indicam que, seja no jornalismo ou no documentário, o deslize da autoria no vivaz e mutante campo da mídia eletrônica pode abrir caminhos para que narrativas factuais participativas mais críticas surjam - embora saibamos que potências não significam que elas irão necessariamente se concretizar, ainda mais em processos de interação que ocorrem em ambientes digitais cada vez mais intrincados.

## DO PROCESSO PARTICIPATIVO ENQUANTO MARCA AUTORAL

A crescente digitalização da cultura é um fenômeno complexo por operar processos socioculturais através de um “sistema operacional” aberto à participação por meio de modelos de coordenação pública descentralizada (JÚNIOR, 2009, p.9). No caso da participação midiática, contudo, devemos relativizar esta posição, pois observamos poucos avanços entre os autores envolvidos no ato de sair de suas zonas de conforto - sejam eles profissionais ou amadores - e permitir uma discussão sobre os modos como a própria participação pode ocorrer. Não temos a ilusão de uma solução única, pois os procedimentos participativos devem se adaptar continuamente aos objetivos e expectativas de cada projeto particular.

Devemos diferenciar aqui a definição entre participação completa e parcial. A parcial seria “um processo em que duas ou mais partes influenciam-se mutuamente na tomada de decisões, mas o poder decisório final cabe a uma das partes exclusivamente” (PATEMAN, 1970, p.70). Já a completa seria “um processo em que cada membro individualmente de um corpo decisório tem igual poder para determinar o resultado final das decisões” (Ibid., p.71). Mesmo que o equilíbrio nas relações de poder entre a sociedade civil e as organizações de mídia seja de certa forma utópico, o ideário da participação completa serviria como um índice de avaliação da conformação autoral, podendo até anteceder a criação de regras que balizariam a própria participação.

Há de se investigar os discursos não apenas em seu valor expressivo, mas nas modalidades da sua existência articuladas por configurações autorais instáveis, nas quais os modos de circulação e de apropriação desses discursos se alterariam conforme a cultura em que são produzidos (FOUCAULT, 1984). Ao mesmo tempo, a “explicação” da autoria deslizante por si só seria um desencontro apenas, uma não-relação, ao somente vangloriar o crítico, já que precisamos olhar para as variáveis posições que os sujeitos assumem nos discursos participativos.

A inconstância do autor - mesmo em deslize por variadas posições na cadeia participativa - não o impede de criar limites e uma significação final a um texto. Sem um autor,

decifrar uma narrativa torna-se uma tarefa sem sentido. A questão é que decifrar não basta: devido a sua multiplicidade, o texto deve ser desfiado. Não há nada escondido sob a trama textual - o que importa é ver como a trama foi enredada em seus diferentes nós. Esses pontos de encontro dos fios discursivos emanariam, em cada leitura, significados diversos para a narrativa, inclusive outros não pensados pelo autor. Nesse sentido, questionamos Barthes quando ele diz que o nascimento do leitor deve se dar ao custo da morte do autor (BARTHES, 1977, p.148), pois mesmo que o propósito da participação esteja no leitor, ele representa aqui uma dupla posição: o leitor é também um autor em potencial de novas narrativas a serem tecidas.

Além disso, a contínua reconfiguração da autoria deslizante impactaria o processo de participação midiática de diferentes maneiras, conforme o seu papel em determinado momento: no reconhecimento das tradições narrativas herdadas dos autores mais experientes dentro das comunidades de interesse; como formação de portfólio para os autores amadores que desejarem entrar na indústria audiovisual ou de conteúdo virtual; pelo desenvolvimento de uma rede de apoio jurídica para conflitos legais entre comunidades e organizações midiáticas; pela influência mútua de referências entre comunidades antes díspares e a oportunidade de conectá-las com autores isolados; pela oportunidade da mídia hegemônica produzir mais programas e filmes em perspectivas e temas que as comunidades valorizam (JENKINS, 2009a). Tais argumentos nos levam a compreender que a autoria deslizante não induziria à fixação de uma metodologia participativa específica.

Alguns dos atributos acima mencionados passam pela noção de interação, ao estabelecerem relações sociocomunicativas por meio dos processos participativos nas mídias digitais. Carpentier (2011b) caracteriza a interatividade como sendo a troca de novas informações que possam agregar e transformar as estruturas discursivas e os procedimentos de participação. Esta abordagem nos distancia tanto de uma equiparação da interatividade com a participação em si, quanto da perspectiva simplista de apenas preencher formulários previamente destinados a receber opiniões de usuários das plataformas digitais, mas que não contribuem para a inovação do próprio processo

participativo. Questionamos, portanto, o argumento de que a interação dos usuários por meio das tecnologias digitais já promoveria em si agenciamentos, pela fabricação de “efeitos hiper-reais” (JAGUARIBE, 2007, p.36). Para que haja inovação, é preciso antes de tudo que o autor amador tenha confiança no participante profissional como um ente capaz de intervir pedagogicamente para a construção da narrativa e do próprio processo de participação nela imbricado:

(...) a Rede Mundial de Computadores foi, na sua concepção e comparada com mídia de transmissão audiovisual tradicional, um meio extremamente promissor para a comunicação lateral de ponto-a-ponto entre cidadãos e para a genuína interatividade (usuários não meramente recebendo informações, mas participando em organizá-las e criá-las)<sup>97</sup>.

Porém, a relação de mútuo aprendizado e construção simbólica conjunta não acontece com tanta frequência no audiovisual factual, especialmente no telejornalismo hegemônico (BECKER, 2012, p.86), inclusive por estar integrado a uma cadeia de agências de notícias nacionais e internacionais que já oferecem um real ordenado ao qual as organizações de mídia apenas aplicam uma moldura. Essa distribuição massiva e crescente de representações com pouca diferenciação de abordagens sobre o real propiciaria a emergência de uma realidade de características paranoicas, pois os eventos do mundo estariam simultaneamente muito perto e muito longe (FOLLAIN, 2008). O aumento no número de intermediários entre a audiência e os acontecimentos pode gerar uma desconfiança em relação à fidelidade do que está sendo narrado, o que novamente fomentaria na indústria telejornalística a produção incessante de novas narrativas que reiteram mais do mesmo.

A mídia jornalística está sob forte pressão econômica e, por vezes, política, o que aponta, na perspectiva de Habermas, o declínio do espaço público como lugar de encontro e negociação do social (RESENDE, 2005, p.132). A concorrência também faz com que os assuntos e pautas se repitam com frequência, diminuindo a diversidade de perspectivas e tornando o jornalismo autorreferente (WOLTON, 2009). A legitimidade do jornalista surgiria do público ter confiança em seu trabalho. As manifestações políticas populares

---

<sup>97</sup> Tradução livre de: (...) *the World Wide Web was, in its conception and compared to traditional broadcast media, a remarkably promising means for point-to-point lateral communication among citizens and for genuine interactivity (users not merely passively receiving information, but participating in retrieving and creating it)* (BARBER, 1998, p.81).

em frente ao prédio de jornalismo da TV Globo<sup>98</sup> entre maio e setembro de 2013, por exemplo, parecem revelar que parte da audiência está cada vez mais crítica com relação à construção jornalística hegemônica. Quanto mais existe desconfiança em relação à mídia e ao trabalho do jornalista, menos o agendamento funcionaria (WOLTON, 2009).

Por ser um elo frágil, mas indispensável da democracia, o jornalista deve repensar o seu processo de trabalho e como se comunica com uma sociedade cada vez mais consciente de sua heterogeneidade. Há sempre um leitor que sabe mais que o jornalista (SALAVERRÍA, 2008). A audiência transita entre o lugar de observador e de observado num jogo de enunciações, sendo as notícias uma interseção entre verdade e artifício, nem sempre implicando uma descentralização do poder da mídia (BECKER, 2012).

A autoria deslizante expõe a dualidade entre a participação dos autores amadores com as organizações midiáticas quando estas, por uma maior interatividade, provêm oportunidades para que eles possam (co)produzir conteúdo entre si e (co)organizar estruturas que viabilizem esta produção. No entanto, não há como negar os limites e questões que tais práticas também trazem (CARPENTIER, 2001b). A ausência de fronteiras entre profissionais e amadores na televisão é uma utopia. A mídia reproduz as desigualdades, exclusões, preconceitos e disputas do mundo. Mas existem aberturas para possíveis transformações sociais, por exemplo, pelo questionamento da construção do discurso jornalístico por meio de uma maior interatividade com a audiência e nas transmissões ao vivo – abertas ao imprevisto (BECKER, 2012, p.86).

As relações ativadas pelo processo participativo não emergem como entidades, mas sim como sistemas, pois se ancoram em práticas sociais, textos e memórias, quer dizer, em derivativos da linguagem posta em ação. Elas revelam o quão dinâmicas e incompletas são as coletividades - sendo estas formais (organizações) ou informais (comunidades). Os processos geridos por meio das organizações, entre eles o participativo, constituiriam um cruzamento entre a comunicação e os coletivos sociais, criando cadeias comunicativas que são tanto independentes, quanto interrelacionadas, já que um único acontecimento ou

---

<sup>98</sup> Emissora de maior audiência no telejornalismo brasileiro.

relato pode ser visto por diferentes fluxos, mesmo que estes tenham focos analíticos particulares (KAVADA, 2011).

A classificação dos processos comunicativos em quatro fluxos (MCPHEE; ZAUG, 2009) nos auxilia ao desfiarmos a rede posta em prática pelos *cases* participativos. Entre os objetos deste estudo, o primeiro fluxo – negociação de adesão - seria adequado mais à Revista Viva Favela, por lidar com os autores amadores de forma mais horizontal e interpessoal ao envolver atributos como identificação, compromisso e liderança na manutenção ou transformação das relações com cada participante. A avaliação e possibilidade de retorno do correspondente em edições posteriores reitera a conexão da Revista com este fluxo de âmbito mais individual. Este seria um fluxo pouco relevante no Repórter Brasil e no “A Vida em um Dia”, por não criar um vínculo do participante com a organização a médio prazo.

No segundo fluxo, a auto estrutura organizacional, a imagem da organização sobre si seria articulada por meio de normas e relações internas que moldariam processos de trabalho, inclusive o participativo. Por envolver documentos como declarações, regras, estatutos e afins, o esclarecimento dos procedimentos pelos quais a participação se dará pode ser encontrados em diferentes páginas do site da Revista Viva Favela, além de ser perceptível nos editoriais de cada edição, ao ressaltar os desafios da equipe na apuração da respectiva temática. No site Repórter Brasil, o usuário encontra diversos documentos que balizam o uso e a produção de conteúdo amador: instruções para envio do material em vídeo, termos de uso e esclarecimentos de *copyright*, entre outros (EBC, 2011). Contudo, esse material é estático no site e pouco flexível frente a contextos alternativos de produção. Já a página do “A Vida em um Dia” no YouTube oferece pouco além de uma breve sinopse do projeto. Os vídeos da equipe, por usarem uma linguagem informal, pouco contribuem para a transparência nos procedimentos de produção e critérios de seleção mais objetivos. Sendo assim, este fluxo mostrou-se pouco relevante nos dois últimos *cases*.

A coordenação de atividades, o terceiro fluxo, foca na comunicação que os participantes usam para cumprir as atividades da organização. Apesar de se sobrepor em parte ao segundo fluxo, principalmente na divisão de funções, aqui há uma ênfase nos grupos de trabalho, em vez da organização completa. A coordenação de atividades se preocupa em como as tarefas estão sendo decididas e desenvolvidas no trabalho conjunto entre grupos e indivíduos. Este fluxo envolve também a gestão de conflitos e problemas de comunicação. Com pouco destaque no projeto documental do YouTube, devido à pouca comunicação entre a equipe profissional e a amadora, a coordenação de atividades é um diferencial estratégico da Revista ao focar parte do seu trabalho no aprimoramento continuado dos correspondentes com produção midiática. No Repórter Brasil, a avaliação dos autores amadores é algumas vezes feita durante a exibição do vídeo, frequentemente criticando a narrativa apresentada, o que revela um fraco comprometimento das partes envolvidas com a inovação na construção discursiva dos vídeos exibidos, enrijecendo o deslize que a autoria participativa pode ter.

Posicionamento institucional – o último fluxo - se refere à comunicação externa em um âmbito mais abrangente e envolvendo diferentes entidades relacionadas à organização gestora. O posicionamento para o qual o fluxo acena estaria na forma como a organização se coloca em relação a outras instituições e grupos, já que nenhuma destas entidades está sozinha no mundo e mudanças no contexto social, político, cultural e econômico dinamizam relações alternativas entre as organizações. Ele trata da identidade da organização tal como vista por sua rede de relações. Este fluxo pode ser visto tanto pela concorrência, como as plataformas similares ao YouTube, mas também nas parcerias que são realizadas, como no caso das eventuais exibições de alguns vídeos da Revista Viva Favela no quadro “Outro Olhar”, o que indica um esforço de ampliação do alcance dos vídeos para além da Revista *online* e como as organizações interagem entre si.

Dos quatro fluxos, percebemos que a negociação de adesão é ressaltada nos três *cases* pela redução de custos de interação e produção que a Internet permite, ampliando o potencial de mobilização em redes já existentes. Quer dizer que a própria adesão pelas mídias digitais seria reforçada por campanhas de marketing ou *links* dos projetos e vídeos

da equipe que podem ser compartilhados na rede pessoal dos autores amadores. Tais ferramentas *online* diminuiriam barreiras para a participação. Já para o segundo fluxo nos *cases*, esses recursos não estariam voltados para a avaliação da estrutura organizacional e do processo participativo pelo público em geral - incluindo os que desejam, mas nunca participaram -, inibindo transformações mais acentuadas no envolvimento de atores externos nas atividades das organizações promotoras da participação.

Sobre o terceiro fluxo, a Internet parece facilitar a comunicação no âmbito coletivo, ao flexibilizar o fluxo de coordenação de atividades de forma descentralizada entre grupos de trabalhos específicos. No caso da Revista Viva Favela, o processo estruturado favorece a realização de encontros virtuais, que seriam dificultados no formato presencial pela separação geográfica dos correspondentes - sendo alguns de outros estados - e pela limitação financeira dos participantes. O uso de ferramentas *online* de atribuição e gestão de tarefas permite que os participantes tenham alguma autonomia em sua autoria e mantenham suas responsabilidades de produção sob um controle menos centralizado, mesmo sob eventuais conflitos. A ausência dessa interface de interação entre autores nos sites do Repórter Brasil e do YouTube dificulta que os amadores assumam um forte compromisso autoral com os projetos. A colaboração *online* parece funcionar melhor com grupos que em parte já se conhecem e construíram uma história de cooperação (KAVADA, 2010).

No último fluxo, percebemos que o uso de ferramentas digitais no engajamento de pessoas para produções colaborativas se consolida melhor com o documentário, pois havia a oportunidade de atrair a atenção de participantes em potencial que estavam navegando pelo site por outros motivos e se depararam com uma das ações de comunicação do projeto. Nos outros casos, haveria uma dificuldade de mobilizar quem não conhece os projetos, pois os sites do Viva Favela e do Repórter Brasil provavelmente são visitados em sua maioria por pessoas que já se identificam com o conteúdo que eles produzem. A vantagem desses dois projetos, entretanto, seria a continuidade de investimento na produção participativa, ao contrário de uma iniciativa temporária como o “A Vida em um Dia”. A formação de parcerias, como a exibição eventual de alguns

vídeos da Revista no “Outro Olhar”, reitera a priorização pela divulgação dos vídeos participativos na mídia hegemônica - com destaque para as TVs abertas - como forma de ampliar o público, já que a chancela da Viva Rio aumentaria as chances de seleção desses vídeos pela equipe do Repórter Brasil, principalmente pelo nome da Revista ser comumente anunciado antes da exibição dos mesmos no programa.

No cenário convergente, há de se destacar a mútua influência entre as mídias tradicionais de massa e as digitais - voltadas em boa parte para nichos. Na pressão por refrescar suas fontes, jornalistas seguem cada vez mais blogs e posts em redes sociais, principalmente os dos portais de notícias *online* (BENNETT, 2004). As organizações podem aproveitar esta oportunidade para estreitar parcerias com grupos da sociedade civil que sejam vistos como referência para certos processos ou temáticas, capilarizando o fluxo de informações e agendamentos entre micro e macro mídias.

A variedade de formas de interação disponíveis para a cocriação de conteúdo autoral esbarra nos contextos organizacionais nos quais elas ocorrem. Os procedimentos estabelecidos entre autores amadores e profissionais podem ser analisados como práticas de codecisão de tecnologias, conteúdo e procedimentos entre os envolvidos, incluindo: acesso aos acervos de conteúdo; meios de interação - incluindo crítica e retorno interpretativo da organização sobre o trabalho autoral do amador; meios de (co)produção; qualidade da interatividade; e a própria participação (CARPENTIER, 2011b, p.130). A complexidade dessas interações pode potencialmente aproximar ou distanciar os participantes em suas relações, conforme seus usos, levando-nos a questionar de que maneira a autoria estabelecida na interatividade desestabilizaria o processo da participação em si.

#### 4 TRANSGRESSÃO COMO EXPLOÇÃO DA AUTORIA – APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS NO PROCESSO PARTICIPATIVO



*Fonte: A Vida em um Dia*

No Brasil, a TV está presente em 91% dos lares (PNAD, 2008) e em torno de 40% dos domicílios possuem acesso à Internet por qualquer suporte tecnológico com capacidade de conexão (BONFANTI, 2014). Além disso, 49% da população brasileira possui acesso regular à Internet de casa, no trabalho ou móvel (TELA VIVA, 2013). Nos últimos anos, o crescimento das *lan-houses* e a recente competição entre provedores de TV a cabo para aumentarem sua base de assinantes nas classes C e D também ressaltam um processo crescente de acesso aos meios eletrônicos de comunicação de massa na sociedade. Com o aumento do espectro para mais de uma centena de canais, houve igualmente um crescimento de canais de televisão que têm sua estratégia de programação montada na linha informativa, cultural e educativa, como canais universitários, comunitários e ligados a instituições de interesse público (SESC TV, por exemplo). Assim, compreendemos que os meios eletrônicos - mais a TV do que a Internet, devido à mediana, mas crescente base de internautas - podem reforçar o senso de comunidade ao emanar uma experiência de interesse comum a grupos de espectadores.

A grade televisiva é reconhecida por agregar a atenção simultânea de milhões de espectadores, potencializando a formação de grupos de interesse: “no melhor de seu aspecto cívico, a televisão pode ser um ponto de aglutinação, uma poderosa força para interligar diferenças sociais, nutrir a solidariedade e comunicar informação cívica essencial” (PUTNAM, 1995, p.45). Contudo, o crescente uso simultâneo dos suportes eletrônicos favorece uma experiência mais ativa do público pela Internet do que pela TV (LAUTERJUNG, 2013a), trazendo dúvidas tanto sobre a capacidade televisiva de reter a atenção da audiência em um ritual comum com base na sua grade, e as consequências sobre o modelo de negócio no qual ela tradicionalmente se firmou, quanto pela potencialidade das mídias digitais em formarem grupos de interesse.

Pensamos que a grade televisiva dificilmente acabará no médio prazo, por ser um modelo de lucro que continua a atrair muita publicidade. A indústria da TV também vem ampliando suas formas de gerar recursos, muitas vezes por hábitos de consumo que se

assemelham à navegação não-linear da Internet, como o Vídeo sob Demanda<sup>99</sup> (V.O.D. – *Video on Demand*), do qual o YouTube não deixa de ser uma vertente em outro segmento de consumo. De qualquer forma, mesmo que a audiência venha a se tornar cada vez mais partilhada entre diferentes suportes - ainda que também estruturados em forma de grade como os canais multiplataforma (MUNIZ, 2008) e pela crescente popularização do V.O.D. em serviços *online*, como o Netflix (BRANDÃO, 2013) -, nos parece que o conteúdo televisivo não só possui um grande poder de atrair e criar uma experiência simultânea partilhada por milhões, como também fomenta discussões nas redes sociais (LAUTERJUNG, 2013a).

A crescente digitalização de equipamentos coletivos - dos caixas de banco aos cartões de pagamento dos transportes públicos nas grandes cidades - enaltecem o enraizamento do que Palacios chama de Cultura Digital, uma separação que, todavia, começaria a perder o seu sentido porque “(...) à medida que o digital vai se entranhando nas coisas, as tecnologias digitais vão se naturalizando na vida das pessoas. (...) Mesmo os excluídos vivem num mundo de tecnologias digitais” (2009, p.253).

Estar incluído digitalmente não significa dizer que este público consumidor irá potencialmente engajar-se com ferramentas que promovam o debate sobre o espaço público ou ainda produzir narrativas a partir delas. E mesmo que uma parte considerável desses usuários utilizassem em diferentes medidas esses suportes, pensamos que o acesso tecnológico ascendente não necessariamente implica um maior engajamento da sociedade na esfera política, simplesmente por utilizar “dispositivos, aplicativos e ferramentas de tecnologias digitais de comunicação para suplementar, reforçar ou corrigir aspectos das práticas políticas e sociais do Estado e dos cidadãos, em benefício do teor democrático da comunidade política” (GOMES, 2011, p.27).

Empresas e governos não são conhecidos por promoverem canais com a sociedade civil que permitam que ela questione de forma veemente os seus respectivos processos e projetos em andamento. Neste cenário de distinção entre a esfera pública e a privada, os

---

<sup>99</sup> Ver glossário.

arranjos participativos produzidos pelos meios de comunicação continuam relevantes não somente por meio de disputas entre as representações profissionais e amadoras sobre o indivíduo e a sociedade, mas também pelas variadas motivações que sujeitos e grupos têm ao decidirem usar a mídia eletrônica como expressão dos seus propósitos e demandas (MAIA, 2011).

Enquadradas pelas práticas culturais, as atividades de fórum privado impactam continuamente a funcionalidade da esfera pública (ECHEVERRÍA, 1994), pois esta deriva – assim como as experiências particulares - de uma combinação mutante de razão e sentimento. O espaço público da negociação social e da atuação política torna-se de certa forma interligado com o espaço privado das relações íntimas e pessoais. Não há como explicar plenamente o social por risco de torná-lo politicamente irrelevante. É preciso deixá-lo aberto à possibilidade do fracasso – tal como acontece eventualmente com situações da esfera íntima - para que ele preserve sua qualidade, tanto para ser objeto de interesse científico, quanto relevante politicamente (LATOURE, 2012). Talvez seja por isso que muitos indivíduos preferiam a negociação cara a cara, por ser uma atitude mais polida para a tomada de decisões, enquanto o ambiente *online* seria um espaço mais propício para um enfrentamento menos cordial (KAVADA, 2006). Esse aspecto pode nos guiar ao analisarmos se a interação *online* feita com *video-chat* pela Redação Virtual da Revista Viva Favela apresenta uma comunicação mais amistosa e favorável ao aprendizado dos envolvidos, potencialmente se diferenciando do processo pouco personalizado conduzido pelo Repórter Brasil e pelo “A Vida em um Dia”.

Nas plataformas interativas, usuários optam por inserir continuamente contribuições informativas ou pessoais em páginas mais ou menos abertas à leitura ou comentários. Ao serem passíveis de validação ou não por outros produtores em potencial, cria-se aí uma arena de sentidos em disputa, que transita entre o privado e o público, similar à esfera social. Nesse processo, que Flusser chama de comunicação dialógica (2007, p.97), os sujeitos selecionam informações já existentes e disponíveis que, ao serem redimensionadas por perspectivas alternativas, podem gerar informação considerada original. Para conservá-las, os sujeitos procuram meios de compartilhar as que

selecionaram conforme suas intenções e interesses, evitando que as informações desapareçam pela entropia própria da acumulação, o que configuraria a comunicação discursiva (FLUSSER, 2007).

Mesmo que as formas dialógica e discursiva coexistam, o processo de produção de diálogos efetivos entre sujeitos - isto é, a aquisição de novas informações - seria dificultado por discursos hegemônicos que, muitas vezes, suprimem ou fazem parecer que o diálogo seja desnecessário. Para que a comunicação possa contribuir para uma interação mais plena, é preciso que haja um certo equilíbrio entre as formas dialógica e discursiva, uma situação ainda assimétrica no campo midiático atual.

As condições para que uma interatividade ocorra (mesmo que em diferentes níveis) entre autores amadores e profissionais só se efetivam quando o público pode se aproximar do processo comunicativo de (co)criação de um produto midiático aberto a contribuições por meio de ferramentas e espaços (físicos ou virtuais) disponibilizados pelas organizações midiáticas. Quanto mais trocas e possíveis questionamentos sobre o próprio processo de participação surgirem, seja entre os próprios usuários ou entre amadores e profissionais, mais a interatividade se entrelaçaria com a autoria ao estimular o seu deslize.

Não basta o aprimoramento dos recursos tecnológicos de interatividade. É com a abertura de espaços para a experimentação de práticas autorais alternativas – com ou sem o consentimento das organizações profissionais, como no caso recente da cobertura alternativa das manifestações políticas de 2013 pela chamada Mídia Ninja (CONTI, 2013) - que usuários antes acostumados a ver vídeos *online* e às ferramentas de interação disponíveis na Internet podem, de alguma forma e se assim o quiserem, “dialogar” com as narrativas antes produzidas por equipes exclusivamente profissionais em uma rede aberta e sem centro (RÜDIGER, 2002, p.100).

No caso do jornalismo, Palacios (2002b, p.3) considera interatividade quando a audiência pode: enviar e-mails diretamente para os jornalistas ou para o espaço de opinião do público de um veículo; participar de *chats* com a equipe ou de enquetes e pesquisas de

opinião; ou postar mensagens em fóruns de discussão oficiais ou extraoficiais da organização. Quer dizer, desde que procurem fazer com que as informações debatidas ganhem a atenção da equipe de profissionais ali envolvidos.

As redes independentes hospedadas fora dos veículos também se constituem então como plataformas para a obtenção de dados sobre seu público e suas formas de consumo de mídia. Atualmente existem empresas terceirizadas especializadas em monitorar as redes sociais independentes - como Facebook e Twitter, por exemplo - e gerar análises e serviços, como fomentar discussões em torno de um assunto ou indivíduo/personagem específicos, que são vendidos às organizações midiáticas. Tais aferições podem, inclusive, gerar mudanças na forma como a emissora conduz suas narrativas, uma prática muito comum em produtos ficcionais de longo prazo, como a novelas, podendo ser vistas como uma forma de interatividade, mesmo que indiretamente.

O objetivo dessas ações seria alimentar possíveis bancos de dados que possam ser acessados idealmente a qualquer tempo pela equipe ou eventualmente pelo próprio público como recuperação dos pontos de vistas plurais em torno de um evento ou assunto, quando houver. E isso mesmo que sob a iminente falta de relevância nos buscadores *online* de palavras-chave e até sob o risco de total apagamento de boa parte do conteúdo disponível na Internet (DODEBEI, 2006). Neste sentido, nos distanciamos da perspectiva de entrelaçamento pleno de papéis entre o autor e o consumidor de notícia, tal como sugerido por Lévy (1999).

A interatividade não se dá, entretanto, de forma unilinear e homogênea. Existem diversos fatores que influenciam e limitam sua potencialidade. Ela é diferente da reatividade, quando o público apenas opta por alternativas já previstas e produzidas pela organização de mídia, como a seleção por filmes ou documentários em sistemas V.O.D.<sup>100</sup>, finais alternativos para ficção e *reality-shows* ou a escolha de distintos caminhos narrativos em esquetes. Se tudo for predeterminado pelo autor, consideramos o nível de interatividade baixo e a fixação da posição da autoria.

---

<sup>100</sup> Ver glossário.

De acordo com Crocomo (2007), níveis maiores de interatividade nos meios digitais seriam: no primeiro, o usuário pode navegar e construir sua narrativa de modo não-linear entre os conteúdos dispostos em uma tela, como a visualização de cenas em ordem aleatória da história ficcional desenvolvida pela campanha virtual “HBO Imagine” do canal pago estadunidense HBO (MURRO, 2009); no segundo nível, o usuário pode enviar mensagens para o veículo ou para outros indivíduos, mas sem resposta em tempo real, como em um fórum de discussão; no terceiro, o usuário troca diversas mensagens com retorno do veículo ou de outros membros da audiência em tempo real, como em um *chat* virtual por exemplo. Essas categorizações, todavia, nos parecem incompletas para abranger as possibilidades de interação do público com as mídias eletrônicas.

Lévy (1999) nos apresenta cinco níveis de avaliação para relações de interatividade, sendo que os três primeiros se equivalem ao esquema proposto por Crocomo - sendo Personalização, Reciprocidade e Virtualidade os correspondentes respectivos. Telepresença é a interação ao vivo do público por meio de respostas a perguntas ou instruções demandadas por um apresentador que conduz a narrativa, geralmente em *game-shows*. Já Implicação seria a possibilidade do espectador controlar um *avatar*<sup>101</sup> seu durante a exibição do programa, o que demanda uma interação por meio de comandos feitos em um site específico da Internet, sendo uma experiência pouco vista e raramente bem executada até o momento. Entretanto, essas categorizações permanecem inadequadas para exemplificar as possibilidades que o usuário possui para contribuir com a narrativa de um produto audiovisual.

Possibilidades alternativas de interação, como a reedição de materiais audiovisuais captados e disponibilizados pelo veículo ou com contribuição de imagens e áudio produzidos por amadores, geralmente são acessíveis somente na Internet e com destaque temporário, tendendo a ficarem escondidos dos espectadores com o passar do tempo devido ao acúmulo de novos vídeos. Além disso, quase a totalidade do material produzido profissionalmente não permite a intervenção por terceiros, por conta de

---

<sup>101</sup> Ver glossário.

direitos autorais. E qualquer reedição audiovisual necessita de banda larga para *download* e *upload* de vídeos, o que limitaria a participação de parte dos usuários (PALACIOS, 2009), inclusive pelo seu alto custo, apesar desse serviço já chegar a 1.523 cidades, disponível a 75,4% da população (TELA VIVA, 2011). Nesse contexto, o Brasil fechou o ano de 2012 com 86 milhões de acessos em banda larga, apresentando um crescimento de 45% em relação a 2011 (TELA VIVA, 2013):

(...) existe a possibilidade de se criar redes exclusivas, de altíssima velocidade, onde nem todos teriam acesso. É uma Internet fechada. Há reações a isso, posicionamentos políticos pela universalidade do acesso a todos os conteúdos disponíveis. Ainda que exista a universalização e não existam restrições de acesso aos arquivos, há a restrição prática, de nem todos terem a velocidade suficiente para baixá-los (PALACIOS, 2009, p.259).

A interatividade plena para se utilizar todos os recursos disponibilizados por sites de grande volume de acesso, como o YouTube, também é limitada não só aos usuários que possuem capacidade tecnológica, mas também à competência e à motivação intelectual de manipular as ferramentas interativas como forma de expressão pessoal e coletiva (BURGESS; GREEN, 2009b). Propomos que tais entraves tecnológicos e sociais, incluindo o analfabetismo digital a que parte do público adulto das classes C, D e E está sujeita, acabam por justificar o número baixo de visualizações dos vídeos da Revista Viva Favela – sendo que apenas quatro dos treze vídeos analisados possuem mais que 300 visualizações. E como em toda exclusão social, uma conotação política emerge:

(...) o uso da Internet, mesmo com uma intenção democrática – como o provimento de serviços públicos *online* ou o estreitamento de contatos entre representantes e representados em vários níveis -, acabava por criar novas exclusões entre ‘os plugados’ (aqueles que têm acesso à Internet e sabem utilizá-la eficazmente) e os ‘não-plugados’ (aqueles que não têm acesso à rede e nem os conhecimentos necessários para utilizá-la) (MAIA, 2011, p.68).

O público da Revista Viva Favela também pode compartilhar o vídeo com sua rede de relacionamentos *online*, possivelmente aumentando sua visibilidade por qualificar positivamente - ou o contrário - a perspectiva discursiva da reportagem junto a sua rede social. A interação também ocorre na própria navegação do usuário pela página da notícia, na qual vídeos relacionados e nuvem de assuntos ou *tags* funcionam como *hiperlinks*<sup>102</sup>, comumente presentes em notícias textuais.

---

<sup>102</sup> Ver glossário.

Importante destacar que o impacto da interatividade que estamos abordando se circunscreve a narrativas audiovisuais factuais que estão inseridas em plataformas digitais. Na ficção audiovisual, como nos seriados televisivos estadunidenses de ampla audiência como “Lost” (2004), em geral sites próprios são criados para permitirem ao público um maior envolvimento e interação com narrativa. A experiência narrativa *online* poderá ser considerada transmidiática se complementar detalhes referentes ao universo abordado pela história principal veiculada na TV (JENKINS, 2008).

No entanto, vale ressaltar que, na prática, a interatividade experienciada de forma não-linear pelo público no suporte *online* raramente altera os caminhos narrativos lineares da série televisiva, que segue sendo o carro-chefe na condução da história central. Devemos aqui retomar e refletir sobre como a construção do discurso audiovisual factual se complexifica ao estar relacionada com suportes abertos à interatividade.

No processo jornalístico participativo, a interatividade seria uma característica intrínseca a este gênero (MIELNICZUK, 2001), que se caracteriza pela possibilidade do usuário se aproximar, se assim desejar, do processo de construção jornalística ao poder enviar e-mails para a equipe da reportagem ou postar comentários em acordo ou desacordo com a abordagem da respectiva matéria. Sem essa interação, temos a produção jornalística tradicional de uma fonte para muitos consumidores. Tal aproximação não quer dizer, todavia, que o usuário participante esteja necessariamente produzindo jornalismo.

A fabricação do factual está atrelada aos critérios de credibilidade da produção noticiosa profissional, como debate e discussão com membros da equipe jornalística - incluindo editores-chefes -, verificação de dados e responsabilidade corporativa sobre a veracidade das informações, entre outros. Por mais que a validação do senso do factual se dê na prática com a reverberação de notícias pela circulação nos grandes jornais e telejornais, compreendemos que a prática jornalística pode assumir outros formatos menos tradicionais, como a veiculação de vídeos com narrativas experimentais feitos pelas produções do mercado independente nos anos 1980, como a série protagonizada pelo

personagem Ernesto Varela, um repórter fictício encarnado por Marcelo Tas e dirigida por Fernando Meirelles, produzida pela produtora Olhar Eletrônico e exibida no programa “Olho Mágico”, da TV Gazeta de São Paulo (PRIOLLI, 1984). Mesmo sendo uma série produzida por uma equipe profissional, ainda que na época desconhecida do grande público, o uso criativo do vídeo representou uma ruptura no processo de produção jornalística.

Uma das razões para que o autor amador não tenha o seu trabalho reconhecido como sendo jornalístico talvez seja por estar à margem da lógica de mercado que estabelece a factualidade. Ao ser selecionado e absorvido por organizações midiáticas como a TV Brasil em processos participativos, ele não muda o seu status de narrativa amadora, podendo ter sua narratividade questionada e desautorizada pelo âncora do programa que cumpriria o papel de validador na construção do senso de realidade presente no discurso telejornalístico. Contudo, sabemos que essas estratégias de objetividade também podem dificultar ou limitar uma abordagem que permita perspectivas plurais sobre o senso de atualidade propostas por autores de fora da lógica profissional, fixando a posição da autoria e se distanciando da participação maximalista.

Já a ONG Viva Rio, por estar mais próxima do objetivo de inclusão digital dos moradores de comunidades de baixa renda, não aparenta conferir à Revista Viva Favela um processo de participação similar ao que ocorre por meio dos sites de outras organizações profissionais. Ao propor um método de interação com colaboradores com pouca ou nenhuma formação jornalística, a ONG enxergaria na figura do editor uma posição de relação mais horizontal, ao vê-lo como uma figura de liderança que não necessariamente mora ou convive com o cotidiano das favelas, mas que necessita das sugestões de pauta e apuração dos participantes das reuniões virtuais mediadas pelas ferramentas do site para que as narrativas sejam legitimadas como um projeto inclusivo. Assim, o editor pode agregar verossimilhança ao conjunto de discursos compostos a cada edição sobre espaços em geral negligenciados em suas potências pela mídia hegemônica. Tal “parceria” entre editor e seus correspondentes representaria uma quebra de cultura jornalística na relação entre profissionais e amadores por meio das mídias digitais.

Os processos conduzidos nessas plataformas, contudo, demandam uma análise que englobe outros atributos discursivos, como a visualidade - elemento que orienta a experiência interativa do usuário no site e que também pode estimular ou frustrar sua navegação narrativa não-linear e a forma como a própria participação pode ocorrer. No caso da Revista Viva Favela, a edição mais recente pode ser acessada na *home* pelo destaque da imagem de capa na lateral direita do site. As capas das edições anteriores podem ser vistas pela *home* ou pelo link permanente da Redação Virtual, embora as notícias em destaque permanente sejam as produzidas de forma independente das revistas com acesso diretamente pelo portal. As possibilidades de interação no site são as ferramentas de busca por palavras-chave; nuvem de *tags*<sup>103</sup>; votação nos textos, fotos e vídeos que o usuário cadastrado gostou; quadro com o *ranking* das matérias mais votadas na últimas 48 horas e as mais recentes; ferramentas de compartilhamento em redes sociais; espaço para que o usuário cadastrado possa postar comentários para cada matéria, fotorreportagem ou vídeo.

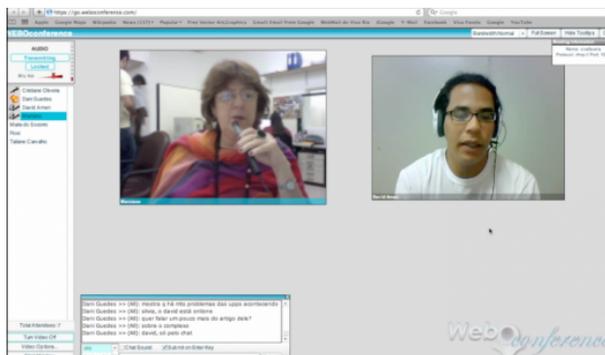


Os usuários cadastrados – os mais recentes ganham destaque na *home* – podem interagir tanto entre si nos murais de comentários, no fórum de discussões de pauta ou enviando mensagens privadas pela própria plataforma do site, quanto com a equipe pela Redação Virtual por meio de *chats* de texto ou vídeo em dias determinados, comentários no *blog* editorial e também pelo fórum de discussões de pauta. As sessões Como Funciona e Redação Virtual atuam como guias para maximizar a experiência interativa e estimular a contribuição criativa do usuário, com agenda de datas importantes no processo de produção da edição atual e posterior da Revista.

<sup>103</sup> Ver glossário.

O estilo de conversação por meio do *video-chat* permite uma abordagem mais pessoal, ao somar a comunicação corporal às negociações verbais, potencialmente aumentando o comprometimento dos envolvidos em realizar um trabalho mais coordenado. A frequência dos encontros e o retorno de correspondentes que já realizaram trabalhos para edições passadas – algo que não acontece com os editores –, revela uma abordagem institucional na qual, mesmo reconhecendo a tradicional hierarquia formal de assimetria de poder entre editor e correspondentes (KAVADA, 2006), o Viva Favela se configuraria como uma coletividade que se organiza parcialmente por meio da experiência de usuários que possam criticar e co-orientar o seu processo de participação:

Comunicações entre muitas organizações nestas redes refletem um modelo similar descentralizado e distribuído. Em outras palavras, dentro desta própria indagação, a Internet é considerada não apenas como uma nova forma de comunicação, mas também como um processo organizacional em si próprio que está afetando a estrutura interna do movimento<sup>104</sup>.



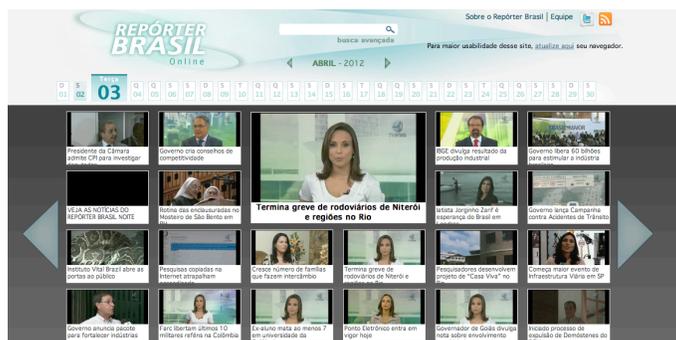
Mesmo com possibilidades de interação mais diversas e uma hierarquia menos verticalizada quando comparadas ao distanciamento formal entre autores profissionais e amadores no Repórter Brasil, percebemos que os usuários da Revista Viva Favela pouco utilizaram as ferramentas disponíveis. Dos treze vídeos analisados, apenas um teve mais de 20 votos: “Jongo da Serrinha” com 25 votos, talvez por influência da notória imagem pública desta coletividade, inclusive por ser o único vídeo com mais de mil visualizações no período da pesquisa. E nenhum obteve mais que 10 comentários no site do Viva Favela. “Flashes e Atabaques” e “Visões da Pacificação” foram os que receberam 9

<sup>104</sup> Tradução livre de: *Communications within many of the organizations in these networks also reflect a similar decentralized, distributed model. In other words, within this very vein of inquiry, the Internet is... (...) considered not only as a new form of communication, but also as an organizational process in itself that is affecting the internal structure of the movement* (KAVADA, 2006, p.3).

comentários, somente do Rio de Janeiro e de São Paulo, sendo que apenas este último vídeo obteve dois comentários no YouTube, portal no qual os vídeos estão hospedados.

Nos fóruns de discussão de pauta, somente uma edição teve mais de 20 *posts* de contribuição (“Festa na Favela” com 28 *posts*) e apenas dois vídeos divulgaram os respectivos sites e contato dos seus autores ou da organização retratada (“Flashes e Atabaques” e “Boas Ondas no Cantagalo”). Tais procedimentos nos indicam que noções como inclusão, horizontalidade e participação podem manter um senso de coletividade e identidade pública na organização (KAVADA, 2006), mesmo que esses valores não sejam praticados plenamente nas ações institucionais da ONG Viva Rio.

Em uma perspectiva distinta, a visualidade do site do Repórter Brasil segue o mesmo *design* do cenário da TV, porém priorizando os vídeos com um sistema que mostra, por meio de um calendário disposto numa barra superior, cada reportagem do respectivo dia em forma de 22 fotos clicáveis com legenda que resume o assunto da matéria em uma frase. No entanto, usualmente quase metade delas apresenta fotos dos apresentadores na bancada, sem correlacionar a imagem com o conteúdo jornalístico, diminuindo o atributo noticioso resultante da relação entre a legenda e a foto. O calendário permite a busca de vídeos de até dois anos atrás com datas clicáveis. Abaixo desse menu, uma coluna de notícias recentes em texto da Agência Brasil reforça a relação institucional da TV Brasil com o governo federal.



Há ferramentas para o usuário compartilhar os vídeos, publicar de forma *embedded*<sup>105</sup> em outros sites, realizar o *download* e fazer um comentário. Todavia, nenhum comentário foi postado nas páginas dos vídeos do quadro “Outro Olhar” no mês analisado e no YouTube

<sup>105</sup> Ver glossário.

havia apenas um comentário para os vídeos “Itu”, “Massacre” e “Marcha”, que foi o único vídeo que apresentou como crédito de produção o site da respectiva ONG em *lettering*. Na página do vídeo no site do grupo Gay Um também figura somente um comentário, revelando uma subutilização desta ferramenta pelos espectadores do quadro e, portanto, uma baixa interação com a equipe do telejornal no processo participativo.



No site, dois espaços demandam explicitamente a interação com o público: a Pergunta do Dia, anunciada na edição da manhã, que veicula algumas opiniões selecionadas da audiência na edição vespertina; e o formulário para envio dos vídeos do quadro “Outro Olhar”. Segundo orientação em destaque, o vídeo enviado por espectadores deve conter as informações de identificação do assunto e dos realizadores e ser enviado em fitas de formato profissional de exibição (por exemplo, Betacam, Mini-DV ou DV-Cam) ou em formato digital pela Internet (como *mp4*, *wmv* ou *mov*, entre outros).

Importante ressaltar que somente indivíduos com acesso a banda larga ou equipamentos semiprofissionais possuem o domínio tecnológico determinado para encaminhar os vídeos para seleção deste telejornal. Todavia, em nenhum momento do processo é explicitado o critério de escolha e relevância da narrativa pela equipe do Repórter Brasil, esvaziando a autonomia do público (BECKER, 2009b; SCHERER-WARREN, 1987) em poder propor narrativas que apresentem formações discursivas distintas das exibidas no programa quando os critérios de seleção não são evidentes no processo.

Percebemos também que são poucas as organizações civis produtoras que logram ter mais de um vídeo veiculado pelo programa. O Coletivo Catarse e a própria ONG Viva Rio parecem ser algumas das que se mobilizam com maior frequência para influenciar as pautas do Repórter Brasil, embora saibamos que boa parte dos coletivos da sociedade civil mantém uma relação com a mídia de forma circunstancial, não adotando rotinas que

fortaleçam uma parceria contínua e influência a médio e longo prazos (SILVA, 2010). Apesar de parte considerável dos programas que abrem espaço para a colaboração criativa do autores amadores terem uma visão mais minimalista do processo de participação – com baixo investimento e menos orientação sobre o conteúdo –, compreendemos que essa relação deverá ser expandida e modificada, pois cada vez existem mais usuários e instituições produzindo audiovisuais em situações nas quais a presença de uma equipe profissional é inexistente ou tarda a chegar (CANNITO, 2010).

Já na página exclusiva do “A Vida em um Dia” no YouTube, os números destoam enormemente em comparação com os outros *cases*, inclusive por ser um projeto voltado para um público global. Postado no dia 28 de janeiro de 2011 em uma página exclusiva, porém com uma visualidade similar aos perfis de projetos de marketing do portal, o documentário teve, em mais de um ano, 4.229.786 visualizações mensuradas no dia 20 de março de 2012. O fundo de tela com múltiplas fotos ressalta a diversidade étnica de alguns dos personagens do documentário, reforçando a percepção de que se trataria de um projeto de pretensões globalizadas, mesmo que com destaque para o Ocidente. Entre ferramentas de interação já disponibilizadas pelo site para os outros vídeos do seu acervo, existem as de avaliação do conteúdo por “Gostei” e “Não Gostei”, a de compartilhamento, a escolha de legendas, a navegação pela transcrição das falas do filme, a sinalização como conteúdo impróprio e os comentários, que já eram mais de seis mil na data cima.



O YouTube recebeu mais de oitenta mil vídeos dos usuários durante o período de envio – em torno de dois meses – totalizando 4.500 horas de material. Destes, 1.125 vídeos foram escolhidos para os 94 minutos de filme, com todos os produtores selecionados creditados como codiretores. A página ainda oferece acesso a 68 vídeos produzidos pela equipe do

YouTube e do filme com campanhas de adesão, cenas de *making-of* e entrevistas com alguns dos personagens retratados no filme cerca de um ano depois da estreia nos cinemas americanos.

Para manter uma sensação de empoderamento do autor amador mesmo após a conclusão do documentário, a equipe criou uma campanha na qual o usuário poderia usar a ferramenta de edição de vídeos do próprio YouTube para acessar a *timeline*<sup>106</sup> de edição do trailer do filme, com clipes dos vídeos e trilhas, e reeditá-la usando trechos brutos de vídeos selecionados pela equipe e a trilha sonora integral. Os melhores trailers alternativos no critério da equipe do YouTube ganhariam destaque na página do documentário, oferecendo uma experiência distinta, mesmo que parcialmente, das salas de cinema.

Espaços com alguma relevância política seriam tangenciados em nossos objetos somente quando a interação estabelecesse um volume considerável de comentários nas páginas de determinados vídeos. E seriam potencializados sempre quando disponibilizassem ferramentas de legendas, áudio-descrição<sup>107</sup> e tradução automática de textos, permitindo a inclusão de grupos linguísticos distintos e fisicamente descapacitados – recursos presentes entre os *cases* analisados somente na página do “A Vida em um Dia”, com legendas em mais de vinte idiomas e mais de seis mil comentários (ainda com contribuições quase diárias) na versão tradicional e quatrocentos na versão com áudio-descrição. As legendas também se diversificam em línguas similares, com matrizes distintas para o inglês, português (do Brasil e de Portugal) e chinês, entre outros, sendo compatíveis com a narrativa de caráter de diversidade internacional supostamente retratada no documentário do YouTube, condizente com o discurso institucional de um portal amplamente globalizado e com versões de navegação em quase 60 idiomas. Contudo, o próprio Google criou e distribuiu comercialmente essas soluções tecnológicas para o mercado, sendo o documentário uma vitrine para esses produtos.

---

<sup>106</sup> Ver glossário.

<sup>107</sup> Ver glossário.

Considerando a interatividade como uma situação de igualdade de ações imprevisíveis entre os envolvidos (MIELNICZUK, 2001) - neste caso, autores profissionais e amadores -, ao olharmos para cada um dos *cases* apresentados analisamos que a experiência do autor amador com o programa Repórter Brasil, por exemplo, se configuraria mais como reativa do que interativa, tendo sua autonomia diminuída frente às possibilidades de complementaridade no processo jornalístico estimuladas pelo deslize autoral. De forma similar ao documentário “A Vida em um Dia”, os vídeos do *making-of* indicam como a equipe demandava que os vídeos enviados não fossem previamente editados e respondessem às perguntas consideradas estruturais para a narrativa proposta pelo diretor do filme, permitindo que os profissionais tivessem um maior controle sobre o conteúdo.

Nesta negligência em relação à narratividade frente à glorificação da tecnologia, concordamos com Flusser ao detectar que as máquinas nos enganam: elas geram falas mas não geram relação (1985). Isto é, produzem narrativas, mas só uma parcela gera inovações no discurso. Já na Revista Viva Favela, a interatividade aconteceria de forma mais dinâmica por uma produção jornalística elaborada na criação compartilhada entre equipe profissional, correspondentes comunitários e o público por meio da Redação Virtual do site.

Provocar a interação por meio da escolha de elementos que potencializem a produção criativa talvez permita um fluxo de trocas mais autêntico entre profissionais e amadores no processo de participação com a mídia, em que desencontros e questionamentos no ordenamento discursivo promoveriam uma produção audiovisual – jornalística e documental - que acolhesse o dissenso, o lugar onde a comunicação está (FLUSSER, 2008). É nesta esfera comunicacional que se estabeleceria um outro patamar de mediação, quando “as pessoas ‘informadas’ fazem um uso interativo e social da informação, alterando a sua própria conduta e agindo de maneira a transformar a realidade, individual e coletivamente” (SILVA, 2010, p.98).

Se por um lado a comunicação permite a interação a partir da recombinação de informações, a mudança na forma como os envolvidos encaram e estruturam o processo

participativo somente poderia acontecer caso as narrativas fossem produzidas de forma a questionar e propor processos organizacionais e sociais alternativos que levassem em conta as diferenças entre os diferentes contextos socioculturais existentes em um território característico e até na sociedade como um todo. Mesmo em grandes metrópoles - onde as perspectivas de acesso e motivação na utilização de ferramentas de interatividade aumenta paulatinamente e grandes corporações de mídia estimulam este uso através de ações publicitárias - variados projetos e visões de mundo coabitam em espaços físicos, simbólicos e institucionais. A cooperação e o diálogo podem atuar, portanto, como molas propulsoras essenciais para a realização de horizontes coletivos e plurais. E emergiriam com o apoio e por meio das imagens, sobretudo dos audiovisuais:

A recapitulação e a condensação que o vídeo e o filme fazem dos distintos elementos que constituíam as tecnologias de mídia anteriores – som, impressão, animação, cor, edição, imagens, arte – oferecem a eles possibilidades particularmente ricas de contribuir para a formação e o desenvolvimento de esferas públicas alternativas. Se avaliados como projetos isolados, o ponto em que estão ‘concluídos’ é aquele no qual a interatividade na recepção a eles depende tanto do contexto político como do ativismo de suas audiências. Porém, se avaliados como momentos individuais num fluxo ininterrupto de movimentos e projetos de mídia ao longo do tempo, o índice de interatividade é muito mais alto do que poderia parecer à primeira vista (DOWNING, 2004, p.266).

O mercado midiático digital, por diferentes motivos, ainda não estimulou a emergência dessa multiplicidade de expressões sociais. A convergência tecnológica, por exemplo, permitiu que as grandes empresas de comunicação internacionalizassem coesas visões capitalistas de mundo em diferentes suportes simultaneamente, facilitando a fluidez dos interesses dos anunciantes de maneira a potencializar a visibilidade de marcas na mídia eletrônica. Esta prática – que tende a se consolidar inclusive pela opção de não-exploração da multiprogramação pelos canais abertos na futura ampliação do espectro de banda de transmissão pela TV digital, em especial pela Rede Globo (MUNIZ, 2008) - seria mais perceptível em produtos transmidiáticos, como o Big Brother Brasil, em que os contratos exigem a exibição da assinatura dos patrocinadores em plataformas audiovisuais distintas: “Tal quadro deixa claro que os meios de comunicação, na forma que existem hoje, dificilmente darão espaço para a expressão ou constituição de interesses que ameacem as estruturas básicas do capitalismo” (MIGUEL, 2002, p.164).

As mídias digitais, no entanto, operariam com características diferentes das transmitidas por radiodifusão que dominaram o interesse massivo do público por décadas: acesso, participação, interatividade e reciprocidade se configurariam em diferentes níveis no lugar da comunicação de poucos para muitos. O processo participativo midiático digital tenderia a ser descentralizado, desigualmente disperso e profundamente contraditório. Essas forças estariam baseadas em um cenário de crescente participação, menor dependência de conhecimentos padronizados, uma maior confiança na resolução de problemas e possibilidade de inovação por meio de processos colaborativos.

### PROCESSOS PARTICIPATIVOS E QUALIDADE

Com a capacidade de agrupar usuários em torno de um objetivo ou interesse em comum, as redes sociais digitais possibilitam formas de atuação alternativas para os autores amadores e profissionais que produzem narrativas com criatividade a ponto de estimular o público a explorar um mesmo assunto ou tema e ao mesmo tempo facilitar a sua contribuição pelo uso de distintas ferramentas de compartilhamento de textos, fotos e vídeos. Ao incentivarem a interatividade pela partilha de conteúdos gerados pela participação, os autores transmidiáticos – que usam de forma complementar distintos suportes de mídia (como televisão, Internet, celular, rádio e impressos) em um mesmo projeto - engajariam o usuário na busca por novas informações em uma narrativa inventiva e complexa que acontece por meio de diversas fontes de mídia simultaneamente (JENKINS, 2009b). Neste ambiente, o processo participativo se daria sem privilegiar um suporte específico, já que todas as mídias são essenciais para a compreensão dos objetivos do respectivo projeto e permitem que os usuários compartilhem experiências vividas por meio de múltiplos meios de comunicação conforme o seu interesse, promovendo o deslize autoral.

Uma categoria analítica fundamental no entrelaçamento da experiência com a narrativa transmídia seria a de relacionalidade (CARSTEN, 2000), ao sublinhar que toda experiência humana consistiria numa atualização de redes de relações prévias, concomitantes, promissoras, em que o sentido se abriga e emerge. Seriam espaços de encontro e de negociação que se fundem e se estabilizam em tramas com lógicas

próprias, instituintes. A disposição desigual em que cada usuário pode adentrar essas redes em diferentes suportes possibilita que ele construa uma estrutura narrativa personalizada conforme sua experiência de interatividade ao explorar conteúdos dispostos de forma não-linear. Pensamos que, se a mudança do suporte muda o sentido da narrativa, fundamental para analisar a experiência (FOLLAIN, 2005), a narrativa transmídia - que se complementa na tessitura que a tecnologia de cada suporte pode oferecer (JENKINS, 2008) - possibilitaria a própria vertigem da narrativa por uma justaposição de experiências. Segundo Appadurai, a tecnologia cria um mundo pré-figurado, que por sua vez afetaria a narrativa:

(...) a mídia eletrônica decisivamente altera o campo das mídias de massa e de outras mídias tradicionais. Não é só uma fetichização monocausal do eletrônico. Tal mídia transforma o campo da mediação de massa porque ela oferece outros recursos e outras disciplinas (APPADURAI, 2008, p.3).

Com a crescente portabilidade dos recursos digitais, os modos como a interação ocorre em narrativas transmídia não apenas representariam a vida real, mas seriam cada vez mais parte de sua configuração, ao permitirem que a fronteira do ciberespaço e do mundo físico pudesse se esmaecer (JOST, 2009). Muitas vezes, encontros físicos seriam inclusive promovidos a partir de interações originadas nas plataformas digitais (SHIRKY, 2011).

Numa contraposição despreziosa ao conceito da cauda longa (ANDERSON, 2004), vemos indícios de que a diversificação de estratégias de interatividade em narrativas presentes em variados suportes de mídia não se tornaria politicamente relevante só por permitir a expansão do alcance de vozes que podem ser ouvidas. Embora poucas vozes tenham um peso que represente de milhares a milhões de pessoas, ninguém fala sem ter a autoridade avaliada. Destarte, os processos de participação se tornariam socialmente transformadores ou não ao fomentarem espaços para que diferentes grupos – em especial os simbolicamente dominados - pudessem continuamente debater, questionar e formular sentidos singulares sobre seus lugares de fala.

Com tantas desigualdades presentes em ambientes digitais complexos, como aferir a relevância qualitativa de um processo participativo? Um caminho talvez seja

observarmos como as relações produzidas com e através da mídia dialogam com o conceito de intertextualidade de Fiske (2002), por este compreender complexidade e qualidade como noções possíveis de serem atribuídas para além de obras artísticas – incluindo o documentário cinematográfico - e serem usadas em produtos culturais populares, como programas de TV. Alguns defensores da televisão de qualidade, por exemplo, chegam a postular que a conjuntura industrial inerente à produção dos programas televisivos não inviabilizaria a criação artística (MACHADO, 2003, p.24), pois entendem que as referências de excelência de cada época seriam constituídas pelos meios, recursos e demandas institucionais conforme o contexto temporal, econômico, institucional e cultural de cada organização de mídia. Mesmo tendo foco nos dramas televisivos, a qualidade na TV se aproximaria desta perspectiva ao ser um atributo “esteticamente desafiante, propício para a transformação social, ou o produto da criatividade autoral<sup>108</sup>”.

Destarte, Mulgan enumera alguns sentidos do que seria considerado qualidade nos espaços que debatem os programas televisivos, com um foco próximo à construção da narrativa audiovisual factual: capacidade de executar com excelência uma ou mais funções que compõem os recursos audiovisuais – como roteiro, fotografia e edição, entre outros; aferição e discussão sobre as demandas do público e da sociedade, por meio de pesquisas e análises de conjuntura; uso de linguagem discursiva e estéticas inovadoras; abordagem de aspectos pedagógicos e edificantes na seleção e abordagem de temáticas; e o estímulo à participação do público no processo de construção da narrativa (MULGAN, 1990, p.32). Mas qualidade na TV pode também ser considerada um efeito resultante da combinação do talentos dos seus profissionais na realização coordenada de suas atividades: “Na indústria televisiva, qualidade se refere à profusão dos orçamentos, às habilidades dos produtores e de seus artistas, e ao prestígio proveniente dos programas devido ao perfil da audiência e a seriedade da proposta<sup>109</sup>”.

---

<sup>108</sup> Tradução livre de: (...) *aesthetically challenging, conducive to social change, or the product of authorial creativity* (BIGNELL; LACEY, 2005, p.72).

<sup>109</sup> Tradução livre de: *Within the television industry, quality refers to the lavishness of budgets, the skills of programme makers and performers, and the prestige accruing to programmes because of their audience profile and seriousness of purpose* (BIGNELL; LACEY, 2005, p.71).

É possível perceber que a qualidade é uma característica que transcende o talento individual para abranger a organização de mídia como um todo. Seja realizada por autores e produtores profissionais, amadores ou em conjunto, qualidade no audiovisual pode ser compreendida como um entrelaçamento de habilidades, ética, autonomia, vocação, relevância e a capacidade de usar os meios possíveis para criar produtos autorais midiáticos que sejam relevantes e, se possível, inovadores:

(...) se a televisão é vista como um ritual coletivo, a qualidade pode estar no seu poder de gerar mobilização, participação, comoção nacional em torno de grandes temas de interesse coletivo, abordagem melhor identificada com o ponto de vista dos políticos, sejam eles de esquerda ou de direita. Outros, pelo contrário, podem encontrar mais qualidade em programas e fluxos televisuais que valorizem as diferenças, as individualidades, as minorias, os excluídos, em vez de a integração nacional e o estímulo ao consumo. Por fim, se é difícil conciliar tantos interesses divergentes, a qualidade pode estar simplesmente na diversidade, o que significa dizer que a melhor televisão seria aquela abrisse oportunidades para o mais amplo leque de experiências diferenciadas (MACHADO, 2003, p.25).

Alguns teóricos expandem o conceito de qualidade em sua dimensão ética, abarcando o aumento da percepção do público sobre a condição humana, estimulando-o a explorar alternativas a modos opressivos de ver (SCHRODER, 1992, p.212). Compreendemos que essas características dialogam especialmente com a definição de qualidade no discurso jornalístico (BECKER, 2009a). Interessante perceber também que os parâmetros de qualidade para a TV não se diferenciam tanto do documentário. Nas palavras de Grierson, o documentário seria o “tratamento criativo da atualidade<sup>110</sup>”. Para a narrativa documental, qualidade pode ser entendida como uma combinação de estética, criatividade e relevância social (CARPENTIER, 2011b, p.314).

A complexidade com que essas propriedades se conectam a diferentes gêneros audiovisuais factuais pode dificultar a seleção de quais elementos de fato contribuem para a qualidade de um processo como o participativo, cujo produto está presente em várias mídias simultaneamente. Daí a necessidade de analisarmos alguns conceitos que auxiliem a identificação e localização dos atributos qualitativos passíveis de serem reconhecidos também no audiovisual participativo.

---

<sup>110</sup> Tradução livre de: (...) *creative treatment of actuality* (GRIERSON, 1946, p.114).

Ao olharmos para a natureza democrática deste processo de produção e alguns dos seus efeitos, vemos indícios de uma rearticulação democrático-política com o conceito de qualidade social, quando existe uma parceria criativa entre um autor profissional socialmente responsável que deseja fomentar algum impacto social pela produção do autor amador, configurando uma ligação possível de qualidade com participação (CARPENTIER, 2011b). Seja nas perspectivas minimalista ou maximalista da participação envolvendo comunidades e organizações, compreendemos que esses processos de produção podem se situar em variadas posições entre construir uma narrativa orientada para a visão crítica e a interação social e aquela que se fechou em uma interpretação controlada e oculta sua construção discursiva. Na orientação minimalista, haveria apenas os rituais que simbolicamente aludem à formas de participação; já na maximalista, os amadores seriam estimulados a se envolverem na construção de sentidos e até na gestão do processo com a organização de mídia.

Todavia, uma parte considerável dos processos participativos de destaque ainda é conduzida por organizações midiáticas de médio e grande portes, geralmente em uma estrutura que não favorece a democracia e a participação. No projeto da Revista Viva Favela, a ONG Viva Rio parece investir em processos que visam deixar um duplo legado, seja no aprimoramento do trabalho dos correspondentes como também na representação social simbólica dos territórios em que atua.

Em contraponto, o uso crescente das ferramentas tecnológicas nos permite ampliar a noção de participação, se pensarmos que ela também pode ser estruturada e operada por organizações informais e coletividades (CARPENTIER; DE CLEEN, 2008). Entre as formas de compreender uma aproximação do discurso da mídia com as comunidades estaria a equidade, não só de acesso, interação e participação do público, mas também no direito dos grupos e subgrupos de se sentirem representados – mesmo que parcialmente - em suas coesões e diferenças socioculturais. A produção de narrativas que apresentem a sociedade em sua diversidade de camadas e múltiplas vozes, principalmente as dos excluídos pelos sistemas políticos e midiáticos - no que Fraser chama de *frame-setting* (2005, p.80) -, pode estimular o debate em torno das relações de representação como as

definições de “(...) quem é incluído, e quem é excluído, do círculo daqueles que têm direito a uma distribuição justa e reconhecimento recíproco<sup>111</sup>” em certos espaços políticos, eventualmente corrigindo injustiças de representação.

Para gerar uma representação cidadã com qualidade democrática em espaços midiáticos é preciso que o público seja informado sobre as oportunidades de participação. Além disso, cada cidadão deve ser encorajado a engajar sua atuação para além de escolhas individuais. Fomentar uma aproximação do sujeito com a coletividade significa antes construí-la na imaginação dos sujeitos por meio de narrativas midiáticas que retratem um compartilhamento do sensível na esfera coletiva. A veiculação de informações com conteúdo que mostre exemplos de pessoas que fizeram a diferença socialmente pode se somar a uma maior contextualização dos eventos retratados como fenômenos sociais em evolução (MERRITT, 1995).

A imaginação tem a capacidade de ser um prelúdio para uma expressão. Por seu caráter projetivo, ela pode se tornar um combustível para a ação, especialmente quando coletivizada no âmbito da vizinhança, da comunidade e da nação: “A imaginação é hoje um espaço de ensaio para a ação, e não somente para o escape<sup>112</sup>”. Quando produtos midiáticos enfatizam um imaginário de indivíduos organizados conforme seus interesses e demandas, valoriza-se também o reconhecimento da auto representação e da comunidade imaginada como entidade política (ANDERSON, 1983), elementos qualitativos importantes para a construção de processos participativos com e através da mídia. Mas para isso, as organizações midiáticas precisam se abrir de forma crescente para a participação, se possível numa perspectiva mais maximalista, ao negociar com a sociedade civil as definições de qualidade sobre o processo e os produtos resultantes (CARPENTIER, 2011b, p.337).

---

<sup>111</sup> Tradução livre de: (...) *who is included in, and who is excluded from, the circle of those entitled to a just distribution and reciprocal recognition* (FRASER, 2005, p.80).

<sup>112</sup> Tradução livre de: *The imagination is today a staging ground for action, and not only for escape* (APPADURAI, 2008, p.7).

O conceito da qualidade negociada (op. cit.) permite a rearticulação do discurso qualitativo para uma noção fluida e instável de qualidade, principalmente na mídia alternativa e comunitária. Não quer dizer que essa negociação seja impossível nos meios de comunicação hegemônicos, mas a natureza institucional mais rígida dos critérios de qualidade profissional contrasta com a orientação mais horizontalizada das mídias alternativa e comunitária em prover acesso e participação a autores/produtores amadores. Ao mesmo tempo, a abertura à participação de amadores pode, com o tempo, rearticular o próprio conceito de qualidade profissional (op. cit.) no uso tecnológico quando ela for encarada como um processo de aprendizagem compartilhada, em que os autores/produtores amadores usariam a tecnologia da maneira como almejam.

Orientados pela simplicidade e usabilidade tecnológicas, os autores amadores podem exercer a prática da produção audiovisual com menos objetividade, mas talvez com mais entusiasmo e compromisso que seus colegas profissionais, por falarem enquanto sujeitos indissociáveis da própria narrativa que geram, potencializando atributos qualitativos alternativos nas narrativas participativas, como autenticidade, comprometimento, empatia e subjetividade. A cultura hegemônica é difícil de ser totalmente evitada por também ser parte deste processo, mas vemos indícios de que a cultura da participação pode desestabilizar e desafixar a definição de qualidade ao revelar sua natureza construída. Uma estratégia para desvendar estas brechas e permitir a negociação seria pela recusa de uma definição singular e rasa de qualidade, aproximando-se de uma posição mais relativista: a de uma diversidade de qualidades.

Reconhecendo o desequilíbrio de forças inserido na estruturação dos critérios de qualidade, algumas organizações de mídia, como a ONG Viva Rio e o YouTube, optaram por promover *workshops* e oficinas nas quais o debate sobre qualidade pode ocorrer com os autores amadores em níveis variados de estruturação e contato entre os envolvidos. A abertura destes ambientes revela um desejo de diálogo entre os participantes, potencialmente permitindo o questionamento inclusive das práticas processuais, tanto por parte dos profissionais, quanto dos amadores. O objetivo talvez esteja no entendimento de que um processo mais negociado pode produzir um produto midiático no qual todos os

participantes podem se reconhecer. Tal perspectiva fica mais nítida nos vídeos da Revista Viva Favela, por uma ênfase maior no contato direto entre o editor e os correspondentes, ficando os funcionários da ONG Viva Rio indiretamente representados por estarem ligados ao projeto do portal do Viva Favela.

No caso do “A Vida em um Dia”, os profissionais do filme somente entraram em contato direto com alguns dos autores dos clipes selecionados, enquanto que os eventuais *posts* da equipe pedindo contribuições no perfil do projeto no YouTube, como no caso da trilha sonora, pouco influenciavam a narrativa do filme. Só em 2013 o YouTube criou o canal *Creator Academy*<sup>113</sup>, para propor aos produtores amadores alguns parâmetros de vídeos que, segundo eles, atraem mais visualizações. Até a finalização desta pesquisa, a TV Brasil não criou tipo algum de comunicação mais direta entre profissionais e amadores para o quadro “Outro Olhar”, eventualmente dando retorno ao autor amador por meio dos comentários dos âncoras após a veiculação do respectivo vídeo.

Por mais que alguns procedimentos dessas iniciativas sejam baseados naquilo que os profissionais encaram como sendo os critérios prioritários de qualidade, os autores amadores podem eventualmente agir para proteger inclusive o conceito de qualidade da própria organização midiática (CARPENTIER, 2011b). Qualidade também pode ser vista como uma ferramenta discursiva com a qual a organização midiática pode até rever sua própria atuação profissional, sem compreender seu lugar no processo, sendo diametralmente oposto ao do autor amador. A oposição entre o autor profissional e o amador se baseia numa suposição de que somente profissionais podem produzir qualidade, seja em atributos autorais, estéticos, narrativos, sociais e até democráticos.

O conceito de qualidade está susceptível a uma variedade de rearticulações que podem alterar sua própria estruturação ao longo do tempo ou do contexto em que se origina. As qualidades social, democrática e negociada, como qualquer outro elemento inserido na lógica da participação, permanecem vulneráveis a mudanças, devido aos desequilíbrios de poder intrínsecos ao processo participativo. Os objetos deste estudo podem ter suas

---

<sup>113</sup> Tradução em português: “Academia do Criador”.

especificidades e variarem as maneiras com que se relacionam com os autores amadores, mas não necessariamente usam o discurso da qualidade como antagonista do processo participativo. Por não fixarem a noção de qualidade e o formato em que a participação ocorre, orientam-nos a compreender não só como as práticas participativas podem permitir a negociação da definição de qualidade, mas também da autoria e, por relação, do próprio autor.

### COLABORAÇÃO E CONFLITO NO PROCESSO AUTORAL

A avaliação da qualidade de um formato audiovisual se relaciona com o lugar que o autor ocupa em seu discurso. Ambos se associam tanto com a técnica racional que orienta a tecnologia e seus usos narrativos, quanto com os desejos, aspirações e demandas subjetivas que emanam das narrativas audiovisuais. Formato e narrativa, ou forma e conteúdo, sob outra ótica, seriam indissociáveis. Eles se auto-afetam, assim como os ambientes nos quais circulam. A comunicação digital dialogaria com o campo da atividade tecnológica e com a ação política ao compreendermos as tecnologias midiáticas como entrelaçadas aos contextos sociais em que atuam. Neste sentido, não podemos vê-las como neutras, pois máquinas e equipamentos agenciam relações de poder com sentido já determinado (RÜDIGER, 2011). Seus usos ocorrem no encontro entre as culturas de produção profissional, amadora e de consumo.

Por vezes, as formas de interação digital demandam dos autores amadores informações e conteúdos sobre os quais eles possuem pouca certeza, em termos de usos posteriores feitos pelas organizações midiáticas. Em boa parte das vezes, o autor amador nem sabe com quem ele está pessoalmente lidando nas outras pontas do processo participativo. Formas mais ou menos maximalistas de participação também são moldadas pelas escolhas das instituições sobre o quão simples ou complexas serão as tecnologias disponibilizadas para o autor amador. Mas tais práticas podem ser contestadas, especialmente se exigirem um alto nível de expertise tecnológica:

O operador já não está mais ao lado apenas das máquinas, tampouco possui uma ferramenta apenas ao seu lado. Ele deve estar **dentro**<sup>114</sup> do aparelho, fazer parte do seu jogo, perder-se dentro de seu aparelho, buscando suas

---

<sup>114</sup> Grifos do autor.

‘potencialidades escondidas’. Os aparelhos (e dentre eles também o aparelho fotográfico) devem exceder a capacidade dos seus operadores, pois sua lógica é a do excesso, do inesgotamento de suas possibilidades. É, portanto, impossível **trabalhar** (no sentido da era industrial) com o aparelho, pois seu programa já trabalha previamente em lugar do fotógrafo. Com ele só é possível jogar, brincar com suas possibilidades. Mas ele é um brinquedo complexo, porque seus programas foram produzidos por ‘meta-aparelhos’ (a indústria que programa os aparelhos; o parque industrial que programa a indústria; o aparelho econômico-social que programa o parque industrial; o aparelho político-cultural e assim por diante, em uma sequência sempre aberta para cima) (BAITELLO JUNIOR, 2010, p.56).

Apesar das tecnologias de mídia serem produtos de práticas institucionais que pretendem fixar determinados sentidos, elas também podem ser usadas de maneiras externas às suas definições dominantes ou hegemônicas. A identidade de um objeto técnico não estaria em seu *design*, mas é recriada socialmente a cada uso, inclusive pela mídia não-hegemônica. Logo, as tecnologias de mídia estariam abertas à rearticulação e práticas alternativas.

Existem diferenças no uso tecnológico por organizações midiáticas hegemônicas, alternativas e comunitárias devido aos contextos institucionais, de produção e consumo em que habitam e ordenam sentidos. Essas coletividades – como organizações e comunidades - são o lugar onde acontecem os posicionamentos de sujeitos profissionais e amadores, além das culturas de produção e de consumo, frequentemente com um desequilíbrio de forças.

Na mídia hegemônica, os meios tecnológicos disponibilizados podem ser usados para permitir a participação, mas até certo ponto, por estarem inseridos em uma cultura profissional sujeita a mudanças orientadas por variados interesses, por vezes conflitantes. Ações alternativas e comunitárias podem engajar formas mais maximalistas em suas práticas participativas, por tenderem a ser concisas em seus objetivos de facilitar o uso de mídias tecnológicas por autores audiovisuais com acesso limitado a esses meios. Mesmo culturas de consumo não favorecem a participação maximalista, por contarem com pouca adesão dos autores amadores que sejam hiperativos no lado da interação ou da produção (CARPENTIER, 2011b).

Nessa “divisão digital meeira”, similar ao esquema laboral dos trabalhadores rurais que não possuíam a terra ou os alimentos que plantavam e colhiam após a Guerra Civil estadunidense (SHIRKY, 2011, p.55) – ou numa comparação com o trabalho escravo ainda encontrado em alguns estados do Brasil, em que o trabalhador deixa de ganhar o seu salário para pagar a “moradia temporária” – os autores amadores e produtores de conteúdo em geral não recebem os dividendos vindos da publicidade exibida antes ou durante os seus vídeos. Quem se beneficia são os executivos das plataformas digitais que compartilham o trabalho dos amadores.

O trabalho digital nas plataformas sociais pode ser compreendido como uma iniciativa que envolve produtores e autores de conteúdo profissionais e amadores que, em medidas variáveis, cooperam ou colaboram no compartilhamento ou cocriação de produtos midiáticos com sentidos determinados. Nesse processo, o conteúdo gerado e o próprio autor amador seriam vistos como *commodities* do trabalho digital, por ele dedicar o seu tempo – uma fonte de valor - para produzir narrativas sem custo direto para a organização midiática (FUCHS, 2013).

Entre sites que compartilham obras de autores amadores, e que começaram em versão *beta*<sup>115</sup> ou sem fins lucrativos para depois se orientarem para o mercado, está o YouTube, uma empresa que depende de trabalhos não-remunerados (MILLER, 2009), baseados em ideias advindas do excedente cognitivo de usuários (SHIRKY, 2011). Estes *pro-sumers* em potencial participam de processos midiáticos numa função híbrida de consumidor, autor e produtor (JENKINS, 2008) e em um contexto que já foi qualificado como “exploração 2.0” (ANDREJEVIC, 2009). O YouTube pode ser entendido como uma plataforma que destaca o trabalho de usuários não profissionais com variada *expertise* em produção audiovisual e também como um espaço aberto que permite exploração de conteúdo criado por autores amadores para a venda de espaço publicitário, além do uso de dados de navegação dos usuários (GAUNTLETT, 2011). Contudo, esta crítica não parece se consolidar quando analisamos que, sem o conteúdo amador, o YouTube provavelmente seria menos popular.

---

<sup>115</sup> Ver glossário.

Além disso, os autores amadores não parecem estar indignados por essa “exploração” comercial de suas obras. Essa visão normalmente surge da cultura profissional, já que os profissionais recebem para produzir peças de autoria própria. Porém, as motivações dos autores amadores seriam diferentes das que orientam os profissionais – talvez por não esperarem nenhum retorno financeiro de antemão. A possibilidade do diálogo com profissionais e conexão com outros autores/produtores amadores de forma gratuita pode ser vista como uma das recompensas em si para a participação amadora.

Podemos olhar para as plataformas de vídeo digitais como guardiães ou patronos da atividade criativa coletiva, mantendo um certo controle, mas também abraçando contribuições do trabalho imaginativo dos usuários. Mesmo não sendo uma equação balanceada, boa parte dos usuários parece se sentir razoavelmente confortável em assistir a alguns comerciais e propagandas por um serviço que lhe permita armazenar e compartilhar suas obras para potencialmente milhares de espectadores sem ter que pagar por isso. Eles ainda mantêm os seus direitos autorais sobre o material enviado, apesar de, na maioria das vezes, não obterem lucros com sua exibição – benefício reservado àqueles que recebem visualizações maiores que um milhão e possuem canais que possam receber assinaturas no *feed*<sup>116</sup> de inscrições.

Existem atividades de criação que despontam sem a pretensão de serem monetizadas – apesar de sempre parecer que existe alguém que deseja lucrar com elas. Se boa parte dos autores amadores se sentisse de fato explorada, é provável que simplesmente deixassem de contribuir com suas obras para a plataforma. A flexibilização das fronteiras entre o trabalhar e o brincar – no sentido usado por Flusser (2008) – se aproxima do conceito que Fuchs chama de *playbour*<sup>117</sup>, uma crítica artística e autoral que emerge indiretamente de uma nova prática capitalista por meio do controle compartilhado entre diferentes meios de produção (2013). Uma mídia baseada no compartilhamento de titularidade, de acesso,

---

<sup>116</sup> Ver glossário.

<sup>117</sup> Assimilação livre entre as palavras em inglês *play* e *labour*, isto é, brincadeira e trabalho.

da capacidade de produção, de conhecimento, de espaços para a cocriação de sentidos e de debate político.

Isso não quer dizer que não haja contrastes entre modelos de negócio e as distintas formas de gerar valor com o trabalho amador, como por exemplo o fato de nenhum dos produtores selecionados para o “A Vida em um Dia” ter recebido parte do lucro obtido com o filme, mesmo que fosse pequeno ou simbólico. Existem também modelos alternativos, como as iniciativas de *crowdsourcing*<sup>118</sup>, que representam um exemplo de sistema de trabalho participativo, no qual usuários pagam pequenas cotas de projetos que desejam ver desenvolvidos ou realizados, tornando-se coprodutores ou investidores de empreendimentos executados sem o apoio direto de grandes corporações. A inovação no conteúdo e na forma de produzir por meio da participação nos parece estar mais do lado dos autores amadores:

(...) há séculos as pessoas gostam de fazer coisas e compartilhá-las com as outras, para comunicar, ser parte de uma conversa e receber apoio e reconhecimento: mas a Internet nos trouxe um fórum em que as pessoas podem fazer isso sem *gatekeepers*, sem restrições geográficas, e de uma forma organizada que significa que podemos encontrar pessoas com os mesmos interesses facilmente – para que possamos compartilhar ideias e coisas de que gostamos com pessoas que de fato se importam com as mesmas coisas que nós e que provavelmente terão respostas significativas e informadas<sup>119</sup>.

Mas é preciso que um grupo com os mesmos objetivos esteja coeso enquanto coletividade e também seja satisfatório para cada um dos envolvidos, principalmente para os amadores – que devem sair da zona de conforto do consumo e ter motivação para produzir um vídeo. Neste sentido, o YouTube - para além de um arquivo de vídeos - parece se configurar como uma comunidade, ao permitir aos usuários fazer comentários, assinar canais, classificar, adicionar amigos, enviar mensagens e dar respostas por meio de vídeo-cartas. A participação pode ampliar a definição do que é considerado conteúdo numa mídia social audiovisual, por agregar os comentários e a discursividade que advém

---

<sup>118</sup> Ver glossário.

<sup>119</sup> Tradução livre de: (...) *for centuries people have liked to make things, and share them with others, in order to communicate, to be part of a conversation, and to receive support or recognition; but the internet has given us a forum where people can do this without gatekeepers, without geographical restrictions, and in an organized way that means we can find like-minded people easily – so that we can share ideas and enthusiasms with people who actually care about the things that we care about, and are likely to have meaningful, informed responses* (GAUNTLETT, 2011, p.107).

das relações entre estes variados posicionamentos de sujeitos participantes em um processo comunicativo digital.

Entre as diferentes entradas de informação existentes nas mídias sociais, os comentários podem ser percebidos como resíduos das atividades dos usuários nas plataformas digitais de participação. Por mais que sua representatividade autoral possa ser questionada, os comentários podem oferecer *insights* sobre como se configuram as relações entre os participantes, assim como o contexto em que elas se ativam e geram sentidos (KAVADA, 2012). Mesmo assim, é possível perceber que parte dos comentários relativos aos *cases* estudados mostram um senso de empoderamento dos usuários por participarem – ainda que em diferentes níveis - dos projetos em questão. Essa troca de experiências e avaliações pode se configurar como uma ferramenta de aprendizado por meio da qual os usuários se conectam para se aprimorar criticamente em sua leitura e produção autoral, apesar dessa perspectiva se configurar plena somente para poucos casos.

Sendo uma plataforma aberta à participação, o YouTube agrega variados usos e acolhe distintos estilos e gêneros do audiovisual. Mesmo que a grande maioria dos usuários da plataforma esteja lá basicamente para visualizar vídeos, milhares utilizam criativamente os recursos de interatividade e ferramentas de criação narrativa, alterando e aprofundando a relação previamente estabelecida com as organizações midiáticas ao serem vistos como autores amadores com condições e *expertises* que podem até representar um diferencial sem relação a produtores profissionais.

Entretanto, as atividades de produção audiovisual são mais elaboradas e levam mais esforço e tempo do que simplesmente tecer comentários. Enquanto as vídeo-cartas podem ser gravadas em alguns minutos – se tiverem uma edição mesmo que básica -, os vídeos que mais recebem visualizações e comentários geralmente demandam horas ou dias para ficarem prontos. Mesmo sem remuneração, muitos usuários veem variados motivos como recompensa ao seu esforço: ter avaliações da qualidade do trabalho; desejo de compartilhar suas obras criativas; ser um participante ativo no debate da comunidade com interesse no audiovisual; ser um autor e não somente um consumidor de mídia;

autopromoção; e uma forma de colaborar com a comunidade (GAUNTLETT, 2011, p.101).

É possível perceber que o desejo por reconhecimento é um dos grandes trunfos para a produção audiovisual amadora, estando presente subliminarmente nas motivações de compartilhar e conectar com outros usuários, mesmo que alguns não tenham conhecimento específico sobre produção audiovisual – sendo este agrupamento heterogêneo uma das marcas das comunidades na Internet. Por meio do conceito de intercriatividade (BERNERS-LEE, 1999), vemos indícios da consolidação de uma cultura de produção amadora midiática paralela à atitude do “faça-você-mesmo”, encarnada, por exemplo, na produção de revistas zines (de estilo “faça-com-os-outros”):

Nós deveríamos não somente ser capazes de achar qualquer documento na Web, mas também de criar qualquer tipo de documento, facilmente. Nós deveríamos não somente ser capazes de seguir conexões, mas de criá-las entre diferentes mídias. Nós deveríamos não somente interagir com outras pessoas, mas criar com outras pessoas. Intercriatividade é o processo de fazer coisas e resolver problemas juntos. Se a intercriatividade não é simplesmente sentar-se ali passivamente na frente de uma tela, então intercriatividade não é sentar-se ali passivamente na frente de algo ‘interativo’<sup>120</sup>.

Contudo, o processo de colaboração midiática se posicionaria entre a negociação e o conflito, sendo que este último pode ser compreendido também como o uso das ferramentas digitais por autores da sociedade civil contra os próprios opressores (HALLECK, 2002). Tal perspectiva nos faz refletir como mudanças no fluxo do trabalho jornalístico pela colaboração da sociedade civil se relacionariam com o discurso institucional do jornalismo profissional na constituição dos sujeitos, o “(...) que abre o caminho para investigar as práticas discursivas como formas materiais de ideologia” (FAIRCLOUGH, 2001, p.116).

Se considerarmos que o discurso seria o lugar em que a experiência social se constrói, podemos vê-lo como um sistema ideológico de confrontação de ideias - algumas

---

<sup>120</sup> Tradução livre de: *We ought to be able not only to find any kind of document on the Web, but also to create any kind of document, easily. We should be able not only to follow links, but to create them - between all sorts of media. We should be able not only to interact with other people, but to create with other people. Interactivity is the process of making things or solving problems together. If interactivity is not just sitting there passively in front of a display screen, then interactivity is not just sitting there in front of something 'interactive'* (BERNERS-LEE, 1999, p.182).

hegemônicas<sup>121</sup>, outras contra-hegemônicas. A ideologia, dessa forma, orienta determinadas significações da realidade por meio dos sentidos presentes nas práticas discursivas, podendo reconfigurar as formas de organização e interpretação textual que, segundo Fairclough, “contribuem para a produção, reprodução ou a transformação das relações de dominação” (2001, p.117). No caso do quadro “Outro Olhar”, por exemplo, há de se descobrir os velamentos presentes nas entrelinhas do discurso colaborativo que permeia a narrativa do jornalismo participativo da TV Brasil. De acordo com o diretor do Departamento de Comunicação Participativa e Colaboração da TV Brasil:

A ideia de se ter conteúdo colaborativo, participação da sociedade, gerando conteúdo cidadão é um diferencial da TV pública. Algo que coloca a TV pública num outro patamar de relacionamento com a sociedade. Porque ela não está simplesmente falando sobre a sociedade, ou emitindo uma opinião sobre determinados segmentos, ela está convidando, conclamando estes segmentos para participarem dessa construção conjuntamente, coletivamente, abrindo espaços, abrindo portas e janelas para que a sociedade participe efetivamente (DE ANGELIS, 2007).

Entretanto, o desejo de um autor não necessariamente se concretiza sob a análise da obra produzida. O uso que se faz dos lugares de fala, institucionais ou não, sempre revela ausências e muros simbólicos. O discurso dos âncoras do Repórter Brasil sobre o quadro “Outro Olhar”, antes e depois de sua veiculação, expõe nuances sobre relações de poder presentes nos processos da participação conduzidos pelo discurso jornalístico da TV pública. Antes da exibição do quadro, os apresentadores do programa, sempre com um tom discursivo formal similar ao que é comumente visto em telejornais de emissoras abertas, anunciam primeiro o assunto do quadro, sem o distinguir, de início, das outras matérias do programa. O nome do quadro, que esclarece ao espectador que se trata do espaço do autor amador na estrutura narrativa do programa, só é enunciado após a descrição do lide do vídeo participativo pelo âncora, na última frase que antecede sua veiculação.

Ao dar pouco destaque à exibição que resultou do processo de participação potencializado pelas mídias digitais, a própria emissora pública parece desmerecer a demanda a que atendeu, como se bastasse a exibição dos vídeos para que a expectativa de

---

<sup>121</sup> Hegemonia seria um tipo de liderança intelectual e moral que possui a capacidade de obter consenso espontâneo do dominado.

participação dos autores amadores fosse atendida. Por não levar em conta a troca intercriativa que poderia resultar na renovação do discurso telejornalístico e a criação de outras significações por meio da colaboração da sociedade civil, a TV Brasil nos parece priorizar o mero cumprimento formal e político da disponibilização de um pequeno espaço na grade da TV pública para divulgação da produção audiovisual factual amadora.

Se especularmos sobre as atividades em que o autor amador pode colaborar com o jornalista profissional no processo participativo, podemos observar que se encontram similaridades - sem um peso determinado - na “descoberta” da informação; na atuação como observador e informante dos acontecimentos; na sinalização de uma agenda de discussão política; e no apoio à promoção da cultura de uma região, localidade ou grupo em particular. Em variações possíveis, o jornalismo participativo pode permitir que o público produza conteúdo (como nos *cases* analisados, no programa jornalístico da CNN “iReport” e por meio de ferramentas online como *blogs*), participe de espaços dedicados existentes em mídias tradicionais (como na seção “Eu-repórter” no site do jornal O Globo e na seção “Vc no G1” da Globo.com) ou crie e edite notícias (por exemplo, nos sites Wikinews.org e Ohmynews.com). Provavelmente, o diferencial do jornalista profissional dentro do processo participativo factual seria o de “ordenador do discurso” nas notícias geradas pelos autores amadores, sem deixar de levar em conta os objetivos e expectativas do *pro-sumer*.

No entanto, algo parece impedir que esses papéis sejam encarados plenamente pelos jornalistas profissionais. A maior parte das organizações midiáticas que lidam com a factualidade permanecem rígidas quanto à expressão de opinião por parte considerável da sua equipe jornalística, temendo serem alvos de processos judiciais. O crescente envolvimento das mídias tradicionais com o universo digital, que possui uma dinâmica própria de interação, potencialmente estimula uma mudança nas políticas e procedimentos internos destas organizações para o desenvolvimento de conteúdos focados em audiências menores e específicas, uma aproximação com um modelo colaborativo que acolha perfis diversos da sociedade civil na experiência participativa.

O olhar das equipes telejornalísticas profissionais sobre a participação do autor amador em sua construção narrativa audiovisual seria de um outro que, por vezes, é tratado como um igual e posteriormente como o diferente. A organização pode retratar a sociedade civil mais pelos modos de relação entre seus variados perfis de personagens nas reportagens, em vez de vê-los como divididos em grupos pertencentes a classes econômicas isoladas, especialmente em um momento no qual as fronteiras socioeconômicas brasileiras estariam um tanto difusas, devido à sua relativa reordenação na última década. Tal percepção pode gerar conflitos na validação dos dados factuais pela equipe profissional, ainda mais quando em colaboração com autores amadores de perfis socioculturais distintos.

Mesmo compreendendo as coletividades como o lugar da disputa discursiva entre o profissional e o amador, nos questionamos se as relações entre os diferentes atores envolvidos no processo participativo se estabelecem fora ou dentro da lógica profissional institucional. Seria concessão de um espaço alternativo inserido no hegemônico ou uma transformação de práticas discursivas? Por décadas os estudos acadêmicos sobre jornalismo profissional (GALTUNG; RUGE, 1965; MCQUAIL, 1994) se basearam na definição do *gatekeeper*: “o processo no qual seleções são feitas no trabalho midiático, especialmente decisões sobre admitir ou não se uma história noticiosa particular pode passar pelo crivo dos ‘portões’ de um meio jornalístico para o canal de notícias<sup>122</sup>”. Os “portões” seriam uma metáfora para os meios tecnológicos de publicação de notícia, restringindo – por critérios tecnológicos e comerciais - a quantidade de notícias que chegariam ao público.

Com o advento do jornalismo 24 horas e das tecnologias digitais somados às restrições de investimentos das organizações para cobrir essas novas demandas, alguns estudos começaram a indagar a limitação do *gatekeeper* enquanto metodologia de avaliação da função do jornalista profissional de conseguir acompanhar os eventos e acontecimentos do mundo com critérios apropriados de representatividade e relevância (BRUNS, 2003).

---

<sup>122</sup> Tradução livre de: *the process by which selections are made in media work, specially decisions whether or not to admit a particular news story to pass through the ‘gates’ of a news medium into the news channel* (MCQUAIL, 1994, p.213).

Mesmo investindo em um quadro fixo de participação de autores amadores com temáticas alternativas às tradicionais categorias editoriais de “*hard news*”, a TV Brasil, enquanto canal público e de certa forma governamental, tem ousado pouco na sua cobertura jornalística no Repórter Brasil, por não endossar experiências narrativas que inovem o discurso factual em comparação com outros canais abertos de TV. Parte de seus profissionais mantém a posição institucional de *gatekeeper*, especialmente ao defender projetos e ações do governo federal quando criticados – mesmo que indiretamente – pelos vídeos do quadro “Outro Olhar”. O canal potencialmente ignorou tanto a crescente multiplicidade de “portões”, sobretudo no ambiente digital, no qual a audiência cada vez mais busca informações de diferentes temáticas, quanto a flexibilidade de critérios para aferir o que seria considerado de valor noticioso para públicos com interesses de nicho.

Boa parte das notícias que circulam massivamente possui diferentes versões que o consumidor pode acessar pela Internet se preferir. O paradigma trazido pelas mídias digitais possibilita uma orientação organizacional alternativa que lida com a diversidade de canais nos quais o público pode procurar notícias, em vez de tê-las empurradas para um público massivo. O *gatewatcher* (BRUNS, 2003, p.4) seria uma função adicional do jornalista profissional, que se assemelha a de um bibliotecário que seleciona as fontes – isto é, os “portões” - conforme uma temática e as indica para o público com este interesse, tecendo comentários sobre acertos e possíveis erros nas narrativas indicadas. Enquanto o *gatekeeping* seria orientado pelo princípio de filtrar e depois publicar, o *gatewatching* inverteria essa lógica, por priorizar a publicação de fontes variadas – profissionais e amadoras - para depois filtrar e selecionar o que for considerado de interesse para os leitores de determinada temática, conectando-se a um considerável número de contribuintes (MEIKLE; YOUNG, 2012).

Por mais que o *gatewatching* exija uma posição mais ativa do público ao navegar por diferentes fontes, essa orientação alternativa apoia a criação de narrativas factuais mais profundas, permitindo a contínua reorganização do material selecionado pela facilidade das ferramentas e rapidez do ambiente digital e tornando o método de construção jornalística mais transparente, por encorajar o público a buscar múltiplas fontes, inclusive

as originais. Essa mudança na relação entre profissionais e seu público também pode ser entendida no processo participativo, quando o jornalista orienta, debate e sugere aos autores amadores a pesquisa de material de referência ao produzirem suas obras narrativas, como nos cursos de preparação de correspondentes e no acompanhamento do editor da Revista Viva Favela com seus autores amadores ao longo de dois meses. Um posicionamento que difere quando comparado com o papel de controlador da informação desempenhado pelos âncoras do Repórter Brasil sobre os vídeos amadores.

As organizações de mídia estão inseridas em culturas organizacionais que estabeleceriam fronteiras entre quais discursos se situam dentro dos lugares de práticas institucionais – com pessoas e objetos que se submetem às suas regulações periódicas – e quais não. Ao mesmo tempo, seus produtos midiáticos podem estimular ou interromper conexões com campos variados, sejam políticos, tecnológicos ou culturais. Mas nem sempre estas imposições são aceitas, o que gera resistências, contestação e instabilidade nesses discursos.

As comunidades virtuais, ao se estruturarem nas práticas discursivas de seus membros, em vez das regras de uma organização institucional (RHEINGOLD, 2002), permitiram o desenvolvimento de modelos alternativos, horizontalizados e flexíveis de produção de mídia, contrários à concentração de poder geralmente encontrada nas organizações hegemônicas, fortalecendo um posicionamento crítico a esses valores institucionais tradicionais. Essas associações podem constituir comunidades de prática, por priorizarem as relações que seus membros compartilham com uma preocupação, problema ou paixão acerca de um assunto.

No caso da Revista Viva Favela, mesmo a diferença de posições de poder entre editores e correspondentes permite que eles se mantenham abertos a cooperarem entre si por meio das ferramentas tecnológicas disponíveis – sejam as digitais operadas pelo suporte da Viva Rio ou pelos equipamentos que cada correspondente possui – para que o trabalho resultante de todos, em seu conjunto ou por vídeos, possa ser encontrado pelo público interessado. Já o modelo de participação da TV Brasil se difere por concentrar a produção

midiática participativa fora da organização, sendo esta qualificada quase que somente como um acesso dos autores amadores a uma rede de distribuição para um público mais amplo do que as comunidades de prática, diminuindo o âmbito da participação, por restringir a relação entre profissionais e amadores.

Podemos compreender que a parceria entre organizações e a sociedade civil gera uma diversidade de formatos de prática que se situam em algum lugar entre processos mais maximalistas ou minimalistas. Um modelo é a organização ter uma equipe de jornalistas que pesquisam a Internet em busca de notícias ou histórias jornalisticamente relevantes para recomendá-las no respectivo site do veículo ou até permitir que usuários recomendem narrativas prontas ao *gatewatcher* (BRUNS, 2003, p.7). Mesmo baseado nas práticas tradicionais da mídia hegemônica, o Repórter Brasil seria mais próximo desse modelo, por apenas afrouxar as restrições à produção de narrativas autorais fora da organização. Já a Revista Viva Favela seria uma variação mais radical do modelo jornalístico do *gatewatching*, no qual o papel do editor na Revista enquanto *gatewatcher* está em também dialogar, questionar e aprimorar o trabalho autoral dos produtores amadores, para evitar perda de foco sobre o tema da respectiva edição.

Contudo, algumas questões sobre o *gatewatching* permanecem, como o baixo impacto do modelo sobre o jornalismo hegemônico e a menor audiência das narrativas participativas factuais em comparação com os modelos tradicionais (BRUNS, 2003). A estrutura do *gatewatching* de se apoiar no trabalho colaborativo levanta questionamentos sobre a autoria do conteúdo, especialmente no caso do YouTube, ao vender o espaço no *feed*<sup>123</sup> de vídeos dos usuários para publicidade. A Revista Viva Favela lida de forma distinta com essa situação, ao pagar, mesmo que simbolicamente, pelas contribuições dos correspondentes.

A existência de uma estrutura organizacional formal permite uma explicitação da definição de participação como um dos objetivos da organização e corrobora o engajamento dos seus profissionais em se relacionar com os autores amadores,

---

<sup>123</sup> Ver glossário.

especialmente no âmbito das decisões. Quanto mais clara esta estruturação, mais assertivo será o posicionamento de todos os envolvidos no processo de participação, especialmente em um contexto no qual a manutenção da participação na cultura organizacional necessita de contínuo esforço, dado o potencial permanente de desequilíbrio nas relações de poder entre profissionais e autores amadores (CARPENTIER, 2011b). Nos objetos analisados, a autoridade dos *gatewatchers* como membros privilegiados desse processo permanece inalterada, por terem controle sobre a tecnologia que suporta o respectivo projeto no ambiente digital.

Os profissionais do programa Repórter Brasil, por exemplo, parecem ignorar que uma das demandas dos autores amadores não é somente ter sua produção veiculada para um público maior, mas entender como suas narrativas podem gerar diálogos entre as perspectivas editoriais do programa e uma produção de sentidos alternativa, menos influenciada pela cultura organizacional. Mesmo que o jornalismo participativo possa se desenvolver também em contextos mais hegemônicos, de alguma forma há a constante ameaça de sua incorporação dentro dos valores institucionais, como o caso do quadro “Parceiros do RJ”, do programa RJTV da Rede Globo, que tende a diminuir a participação a um nível mínimo sob o olhar controlador de profissionais que mantêm um posicionamento tradicional como *gatekeepers* (CARPENTIER, 2011b, p.122), por estarem suscetíveis a processos jurídicos que questionem o seu trabalho. Os jovens repórteres considerados juniores no contexto do quadro “Parceiros do RJ” e do programa “Profissão Repórter”<sup>124</sup>, ambos da TV Globo, são promovidos como sendo narradores menos amarras institucionais em sua abordagem dos fatos, porém são capacitados e avaliados dentro do modelo de prática de reportagem do canal. Tais estratégias não possibilitam grande espaço para inovação, em comparação com os vídeos experimentais dos anos 1980 (BECKER, 2012, p.84).

Há estudiosos como Keen (2009) que acreditam que os autores amadores de telejornalismo não possuem a capacidade de produzir informação confiável, por não terem formação acadêmica, avaliação profissional e acesso a recursos como fontes

---

<sup>124</sup> Programa apresentado por Caco Barcellos, também editor da primeira edição da Revista Viva Favela.

diversas em variadas instituições. Mas há de se pensar que nem todo jornalismo deva ser restrito a contatos com pessoas nos altos escalões dos setores público e privado ou a preservar “padrões profissionais de verdade, decência e criatividade” (KEEN, 2009, p.191). O jornalismo pode apresentar nuances discursivas, com espaços de coexistência para distintas temáticas, expertises e abordagens da realidade, desde que sejam declaradas as condições e contextos de produção e regulação do processo entre autores amadores e profissionais. Um caminho alternativo que permanece velado por trás da cortina ilusória da objetividade e imparcialidade de parte considerável das organizações midiáticas. A cadeia de informações presente nos vídeos participativos – que pode ser compreendida como seleção e estruturação de sentidos do mundo – seria construída conjuntamente com o jornalista que se quer relevante, isto é, quando ele usa as plataformas digitais para se aproximar de autores amadores que desejam debater e dialogar com a construção da realidade no discurso telejornalístico.

Há espaço para uma série de práticas não-hegemônicas que se alinham com formas alternativas de jornalismo, como a Revista Viva Favela. Os movimentos sociais historicamente utilizam a produção midiática como forma de se apresentarem ao mundo, aproximando-se de certos grupos sociais no intuito de obter apoio para suas causas. Nessa perspectiva, a Revista Viva Favela possui uma evidente característica de renovar o olhar da mídia sobre as comunidades de baixa renda como espaços nos quais habitam múltiplos sentidos. Existem, contudo, diferenças entre os objetivos da mídia alternativa e comunitária e os dos movimentos sociais, apesar de nem sempre ser possível separá-los.

Já na narrativa participativa documental, o modelo do profissional que diz ao produtor amador o que ele deve buscar ou fazer pode ser alterado para o do profissional engajador (HARVEY, 2005), que conversa com o participante amador para motivá-lo criativamente enquanto autor de sua própria narrativa, tal como o posicionamento presente nos vídeos da equipe do “A Vida em um Dia” no YouTube. Como outros exemplos, os documentários “Elena” (2012) de Petra Costa, sobre as memórias da diretora do filme sobre o suposto suicídio da irmã, a partir de acervo pessoal e entrevistas com a mãe, e “Jogo de Cena” (2007) de Eduardo Coutinho, sobre histórias reais narradas por mulheres

comuns ou encenadas por atrizes profissionais e amadoras sem enunciação formal, servem como pontos de reflexão sobre a inviabilidade de fixar qualquer verdade objetiva. Em ambos os documentários, os narradores assumem suas incertezas sobre o que é narrado.

Nesta perspectiva, o fato seria constituído pelo nosso caminhar pelo mundo, da forma que pensamos ser possível narrar nossas experiências e subjetividades (AGAMBEN, 2008). Seja no jornalismo ou no documentário, o processo participativo pode ou não colocar os envolvidos em relação, dependendo de como a organização facilita ou dificulta que os próprios participantes sejam mais flexíveis quanto às regras e restrições de produção, o que em nada diminui a potência de retratar o factual com qualidade ou inovação autoral. O que importa é o real construído por cada autor em sua relação com o mundo que o cerca, e não uma verdade absoluta, fixa e inerte, em que existe a pretensão de se falar pelo outro (FOLLAIN, 2008). Um realismo que ressalta mais sua base narrativa documental, fazendo do próprio modo de narrar um discurso:

Por toda parte, demandas coletivas carecem de autores capazes de relacionar informações, os comportamentos e valores, transformando esse caos indecifrável em um cosmos narrativo que expresse a sinestesia da aventura humana. Na pesquisa que lhe é precípua, a comunicação social desenvolve o gesto relacionador (MEDINA, 2003, p.118).

Dos projetos de documentários analisados que abraçam diferentes graus de participação de autores amadores (FERRARI, 2008; GAYLOR, 2009; MACDONALD, 2011), percebemos que, em geral, eles ainda oferecem resistência a processos mais maximalistas. Em boa parte dos exemplos, os participantes profissionais atuaram de modo a reafirmar seu controle institucional sobre as narrativas exibidas, mesmo quando sua visibilidade era limitada ou até virtualmente imperceptível, sendo possível notar suas presenças pelos efeitos de suas ações (CARPENTIER, 2011b).

A aliança entre os profissionais de mídia e suas respectivas organizações configura uma entidade com poder incomparável ao do autor amador em decisões quanto à narrativa final. São eles, profissionais e organizações, que promovem o movimento inicial que configura os modos como a participação dos autores amadores se dará com o veículo. O

documentário “A Vida em um Dia”, por exemplo, assume uma posição dúbia ao incentivar a participação a partir de uma estrutura mais aberta de narrativa, porém utilizando o acervo gerado pelo autor amador como material bruto, passível de ser livremente editado conforme os critérios pouco claros da equipe profissional.

Percebemos que boa parte das organizações de mídia ainda interpreta a participação por sua forma minimalista (como se pudessem controlá-la a ponto de interrompê-la quando bem quisessem), enquanto grupos de autores amadores demandam versões mais maximalistas (como um direito a ser mantido sempre que o usuário estiver disposto a produzir), criando expectativas conflitantes. Outrossim, iniciativas desenvolvidas por plataformas audiovisuais comerciais têm grande potencial para permitir uma cultura participativa mais dialógica, especialmente no caso do YouTube, em que parte dos usuários produz o seu próprio material audiovisual original:

Inicialmente, o computador ofereceu amplas oportunidades de interação com o conteúdo das mídias e, quanto operou nesse nível, foi relativamente fácil para as empresas midiáticas controlar o que ocorria. Cada vez mais, entretanto, a *web* tem se tornado um local de participação do consumidor, que inclui muitas maneiras não autorizadas e não previstas de relação com o conteúdo midiático (JENKINS, 2008, p.183).

### TRANSGRESSÃO DA AUTORIA, EXPLOSÃO DO AUTOR

Ao longo desta pesquisa observamos indícios de que a participação criativa da audiência com as mídias digitais pode se configurar como um processo educativo de construção da autoria deslizante, quando há espaço para críticas em uma troca mais horizontalizada entre os envolvidos. Claro que não há como colocar no mesmo patamar o processo de autocrítica entre um profissional que dialoga com décadas de produção audiovisual herdadas do cinema documental e da televisão e um autor amador que vê seu trabalho se desenvolver na emergente estrutura narrativa da produção audiovisual amadora na Internet. Se todos os protagonismos fossem possíveis, o mundo narrado ficaria desconfigurado e a autoria pulverizada.

O autor amador não pretende competir com cineastas ou jornalistas consagrados, mas seu esforço em produzir narrativas audiovisuais pode, sim, torná-lo pelo menos um espectador mais crítico e potencialmente um autor mais engajado na sua percepção e

diálogo com os textos midiáticos, revelando deslizos da autoria e transgressão em processos de produção hegemônicos. Diferente das comunidades que usam jargões e piadas internas como uma forma de separação entre os que sabem e os que não, a participação midiática em sua forma maximalista pode fomentar a inclusão dos que desejam aprender e a contribuir com e por meio da mídia, tornando esse processo fundamentalmente social (MEIKLE; YOUNG, 2012).

O desafio das narrativas factuais audiovisuais participativas é permitir que o público perceba que o espaço no qual convivemos é pleno de sentidos. Mapeamentos e percursos simbólicos, quando revelados, possibilitam que relações surjam pelo encontro das diferenças (RESENDE, 2009). Se as narrativas resultantes forem pautadas por criatividade na linguagem audiovisual e em formas ativas de interação entre autores amadores e profissionais, poderão gerar reconfigurações que demandarão novas investigações teóricas e metodológicas sobre as particularidades desse processo.

Análoga à circularidade de influências entre autoria narrativa e seu processo de produção audiovisual, a transgressão que a autoria deslizante propõe para as narrativas participativas só se torna possível quando os elementos estruturantes do seu discurso podem circular entre os envolvidos de forma a criar e recriar associações que afetem a participação em si: “Nenhuma batalha jamais foi ganha sem que se apelasse para combinações novas e táticas surpreendentes. As ações só ‘fazem diferença’ num mundo *feito de diferenças*<sup>125</sup>” (LATOURE, 2012, p.359). Sob essa ótica, o ato de filmar não deveria capturar o corpo e o pensamento do outro, mas sim transformar a ele e a nós pela relação criada no encontro criativo das heterogeneidades (COMOLLI, 2008). O reconhecimento da potência da autoria deslizante enquanto transgressão discursiva em processos midiáticos hegemônicos seria justamente uma forma de dar conta da complexidade advinda da explosão dos lugares do autor e da possibilidade de se compreender gêneros audiovisuais distintos usados simultaneamente.

---

<sup>125</sup> Grifo do autor.

Um caminho para lidar com essa transgressão pode estar no que Appadurai chamou de *Mediapaisagem*, que seria a distribuição massiva da capacidade eletrônica de produzir e disseminar informações, oferecendo vastos repertórios de imagens (2004, p.53). Produzidas por interesses privados ou políticos, a *Mediapaisagem* tende a destacar narrativas centradas na imagem, que constituem enredos retratados como pedaços de realidade, mas que representam vidas imaginadas configuradas por elementos até certo ponto maleáveis como personagens, enredos e discursos, misturando mercadoria, notícias e política.

No entanto, nem todas as imagens são reconhecidas como capazes de representar narrativas em sua completude por transgredirem discursos autorais fechados a novas associações. Didi-Huberman nos oferece um exemplo ao analisar fotografias da coleção do Museu de Auschwitz-Birkenau (FREITAS, 2013). Visitando esse espaço, o filósofo francês espanta-se ao ver três das fotografias do prisioneiro anônimo reproduzidas em totens enormes, em versões modificadas. As sombras foram eliminadas, tornando o enquadramento mais regular, e até os corpos das mulheres foram retocados. Uma quarta foto que compunha a coleção original, um borrão, sequer foi incluída no memorial. Foi negada a ela sua capacidade de representar por transgredir o contexto esperado:

Costumamos pensar que as imagens devem mostrar algo reconhecível, mas elas são mais do que isso. São gestos, atos de fala. As sombras e a falta de foco dessas fotos mostram a urgência e o perigo com que foram feitas. Eliminar isso com o pretexto de que prejudicam a visibilidade é errado. Essas fotos são testemunhos, e é desonesto cortar a fala de uma testemunha. Temos que escutar também seus silêncios (FREITAS, 2013).

O contexto em que as imagens e as narrativas são criadas, selecionadas, narradas e expostas pode criar pontes simbólicas entre o público e os autores. Uma das questões essenciais do documentário, por exemplo, não seria somente oferecer visibilidade aos que aparecem para a câmera, mas também deixar transparecer a *mise-en-scène* (COMOLLI, 2008) entre aqueles que são filmados e os que filmam, constituindo um ato compartilhado por todos, uma relação. A percepção de como o jogo de cena entre os atores, incluindo equipe criativa e técnica, se consolida enquanto representatividade para além do seu discurso pode ser uma abertura para a subjetividade de quem narra. Condições para que

as escolhas possam ser reveladas a um espectador cada vez mais hábil para compreendê-las e criticá-las.

Um dos objetivos da *mise-en-scène* seria atar diferentes elementos narrativos, com distintas intensidades de força, conforme os direcionamentos negociados entre os envolvidos na fabricação de um produto autoral: corpos, luzes, movimentos, durações, músicas (COMOLLI, 2008, p.78). A participação deve permitir essas entradas para que o processo se torne apropriado por todos os envolvidos, organizações, grupos e sujeitos. Da construção do discurso, da seleção e gravação dos acontecimentos às condições de acesso e interação, há distintos percursos e modos de dizer algo. Para o autor profissional ou amador, estar explicitamente presente ou ausente no seu narrar são apenas estratégias que expõem o percurso das escolhas sobre uma autoria em deslize. Desvelar o modo de narrar é permitir que a relação entre os participantes do discurso seja ativada:

Os acontecimentos, por serem circunstanciais quando evocados, revocados ou atualizados, tornam-se singulares e coletivos concomitantemente. Singulares porque emergem de um processo de construção de subjetividades e coletivos por que pertencem aos espaços de troca dessas subjetividades (DODEBEI, 2005, p.44).

Ao focarmos em nossa hipótese inicial à luz da análise feita até o momento, vemos indícios de que o deslize da autoria nas narrativas participativas em nossos objetos de estudo não necessariamente desestabiliza o processo de participação em si, aproximando-se assim do viés minimalista no Repórter Brasil e no “A Vida em um Dia”. Já a Revista Viva Favela, por ter um processo de gestão mais horizontalizado, se aproxima do modelo maximalista, apesar de ainda apresentar uma clara desigualdade no poder decisório e de uso tecnológico a favor dos editores e da ONG Viva Rio.

Todavia, dadas as poucas condições de produção do processo participativo e a estratégia de sedução da mídia comercial, discordamos da perspectiva de abertura organizacional à participação de Vatikiotis (2010), por ainda identificarmos mais dificuldades do que estímulos para a negociação de identidades, definições sociais, culturas e estilos de vida por meio da experiência pessoal e coletiva exercitada na produção audiovisual participativa. Esse processo encarna complexas narrações de estratégias de poder,

disputas e resistências. Por mais que a TV Brasil seja gerida pelo poder público federal e o YouTube esteja entre os principais projetos de uma das maiores empresas digitais do mundo, seus projetos de participação ainda colocam obstáculos para que autores amadores assumam uma posição de maior poder decisório no seu diálogo com editores, jornalistas e documentaristas profissionais.

Observamos a narração participativa com um duplo sentido de promover os interesses de um ator – indivíduo, grupo ou organização – e evidenciar as demandas gerais de uma comunidade (MELUCCI, 1989). Como as narrativas participativas não estão localizadas nos vídeos isolados dos autores amadores, mas sim no contexto em que estes são usados e criticados pelos profissionais ligados à organização de mídia promotora da participação, entendemos também que a realidade descrita pelo vídeo jornalístico ou documental só se realiza quando os fatos interpretados tornam-se acontecimentos narrados, dialogando com o campo – frequentemente político – da experiência:

Os pesquisadores esquecem muitas vezes aspectos relevantes como a questão cultural, o estabelecimento de laços entre o mundo social e a realidade configurada pela narrativa e também o simbolismo dos acontecimentos inseridos em um mundo sempre de natureza cultural (BARBOSA, 2007, p.107).

Com o jornalismo fragmentado em temáticas especializadas (MEDINA, 2003) e a orientação pela estética realista (MACIEL, 2008), perde-se a linguagem de aproximação com a literatura que o jornalismo detinha até o século XIX, uma certa “liberdade” narrativa autoral ainda presente nos documentários. No século XX, os audiovisuais factuais categorizam a realidade em editorias jornalísticas ou gêneros narrativos, ficando apenas na estereotipia e na nomeação, em vez de promoverem o encontro entre a narrativa e a experiência vivida. Nessa desconexão da realidade com o sujeito, a indústria da mídia preencheria o vazio da falta de sentido resultante do apagamento dos ruídos discursivos advindos do deslize da autoria.

As narrativas participativas factuais, por não serem previamente segmentadas em temáticas e padronizações textuais, podem contribuir para a explosão das fórmulas discursivas hegemônicas presentes na mídia. Com elas, explodiriam também os papéis

que fixam funções entre autores amadores e profissionais, permitindo que desacordos, impasses e eventuais crises surgidos num ambiente de produção mais horizontalizado possibilitem inovações narrativas oriundas de um processo negociado por participantes conscientes de suas responsabilidades e decisões enquanto sujeitos. Contudo, a nomeação produzida pela autoria é necessária para possibilitar a explosão dos nomes e dos sentidos que eles almejam fixar. Do contrário, o *status quo* separatista permanece. Não se trata de projetos sem dificuldades ou intrigas.

Uma comunicação baseada em colaborações pode desestabilizar as perspectivas científicas e tecnicistas que passaram a orientar visões globalizadas de mundo e que, no caso do jornalismo, se concretizaram na maioria dos manuais técnicos de redação: “As mediações sociais inter-sujeitos demandam o signo dialógico, criação bem mais complexa do que o signo de tradução das informações de um sujeito emissor ‘sábio’ para um objeto receptor massificado” (MEDINA, 2003, p.97). Os projetos participativos devem constituir redes de experimentação de narrativas nas quais a relação dialógica possa acontecer entre agentes socioculturais sensíveis e qualificados para mediar sujeitos e coletivos, em que todos possam decidir e questionar inclusive os andamentos e processos em prol de objetivos que aprimorem o trabalho dos envolvidos, mesmo que suas funções sejam temporariamente fixadas, mas sempre flexíveis. A explosão do autor amador e profissional nas narrativas de participação nos orienta para processos que aliem cumplicidade, pesquisa frequente e uma abertura para a testagem de discursos alternativos, sem deixar de reconhecer as forças que lutam pela manutenção dessas separações e as limitações inerentes a todo projeto que se pretende contínuo e duradouro.

Tais desafios não possuem destaque nos manuais de telejornalismo e nos cursos de vídeo e cinema documental. No fundo, todos os participantes se sentem inseguros em sair da referência de práticas hegemônicas de produção da indústria audiovisual factual. Dos casos analisados, a Revista Viva Favela é o que mais se aproxima da perspectiva alternativa, por se estruturar no uso sistemático da Redação Virtual e no afastamento da categorização jornalística na abordagem de cada temática. Os três objetos de estudo possuem, em diferentes graus, algumas apostas em experimentações na narrativa

audiovisual, porém não tornam essa orientação uma prioridade em seus respectivos projetos. Sem desafios mútuos que forcem a saída da zona de conforto, prevalecem a insensibilidade e a dúvida em relação ao outro, frustrando a experiência participativa em detrimento de uma ilusória excelência da informação objetiva: “A informação está contaminada essencialmente por uma série de mentiras que podem ser factualmente demonstradas. É preciso descontaminá-la dessas mentiras, é preciso descontaminá-la de uma certa ideologia” (RAMONET, 2010, p.252).

Por mais que as plataformas digitais pareçam indicar uma crescente personalização no acesso à informação, ações como filtrar, hierarquizar e contextualizar fatos permanecem sendo elementos essenciais às atividades telejornalística e documental na abundância de conteúdo da *web* (SALAVERRÍA, 2008). A parceria entre autores fora e dentro das organizações midiáticas factuais pode representar uma inovação que agregue de forma relevante as capacidades interativas das ferramentas *online*, permitindo que a mídia audiovisual participativa seja encarada como uma adição dentro das possibilidades narrativas da factualidade, e não uma subtração (PALACIOS, 2009).

Nesse sentido, autonomia do autor amador ou critérios obscuros das equipes profissionais seriam apenas estratégias para dar conta da impossibilidade de narrar a própria experiência participativa. O caminho não estaria em privilegiar a abertura subjetiva do documentarista ou a racionalidade objetiva do jornalismo sobre a realidade, mas nas ativações que são realizadas por participantes que almejam questionar suas práticas por meio de narrativas que despertem no público o reconhecimento de algo estranhamente familiar. Como um sentir-se deslocado que é compartilhado por todos, independente de qual papel lhe foi inicialmente dado ou esperado por outros.

A participação não pode ser um processo que apenas dê a parecer que foi criada uma válvula de escape para as motivações e desejos dos amadores, mantendo-se uma estrutura preestabelecida (SHIRKY, 2011). Tal atitude pode gerar uma rejeição ou restrição à participação. A relação entre autor amador e profissional não oculta as diferenças de posicionamento. Eles negocia mas compartilham um espaço simbólico comum dentro do

qual o conflito pode acontecer e cada um pondera sobre a perspectiva do outro, por mais diferentes que sejam: “O mundo aparece para mim como mundo por estar aí. Mas o sujeito só é sujeito quando está perante esse mesmo mundo” (LEMOS, 2013, p.54).

Distinguir fronteiras entre produção amadora e profissional não nos auxilia a analisar os espaços de práticas participativas, sejam elas comerciais, públicas ou comunitárias. Essa diferenciação responde a lógicas industriais próprias da mídia tradicional, em vez de contextualizar como os sujeitos usam as mídias digitais, isto é, desenvolvendo um sistema cultural (BURGESS; GREEN, 2009b). Precisamos ir além das categorizações de produção, distribuição e consumo e explodir as classificações de amador e profissional para compreendermos a lógica cultural presente na participação por meio da mídia, sem negar também a existência e resistência de tais fronteiras. Não se trata somente de criação autoral de conteúdos, mas também da circularidade de colaborações e críticas à própria autoria em citações, eleição de favoritos, criação de listas de reprodução, comentários, respostas, compartilhamentos e visualizações. Todas estas atividades deixam traços que provocam efeitos sobre um sistema de formações e repositório dos sentidos culturais.

Refletimos que a criação autoral de conteúdo participativo, às vezes, seria até menos relevante do que os usos feitos a partir dessas narrativas nas mídias digitais. Numa certa ousadia, mais importa que os participantes tenham a oportunidade de criar, compartilhar e criticar do que os conteúdos em si. Em um olhar mais amplo, a circularidade de sentidos presentes nos suportes que armazenam as narrativas participativas conjugam proporcionalmente uma diversidade de propostas comunicativas, que revelam preferências estéticas e discursivas em ascensão nos grupos de interesses, dos massivos aos de nichos.

Sobre a relação desses grupos com o documentário por exemplo, o diretor Kevin MacDonald, perguntado sobre o futuro desse formato narrativo em seu diálogo com conteúdos gerados por usuários, disse que o próprio YouTube poderá ser visto daqui a alguns anos como uma plataforma de distribuição para narrativas documentais com temáticas de nicho, voltadas para um público-alvo específico (WATERCUTTER, 2011).

Advogar essa segmentação pode permitir uma aproximação com subjetividades particulares ou compartilhadas entre grupos de interesses de nicho. As próprias práticas realizadas por essas coletividades aprimoram a forma como as redes midiáticas digitais se convertem em espaços de outros comportamentos culturais emergentes e comunidades de prática (LANGE, 2007), e também os recursos e ferramentas utilizados para além da maneira como haviam sido projetados – especialmente quando levamos em conta que a arquitetura do YouTube privilegia a atividade individual ao invés da formação de comunidades, a colaboração ou trabalhos em grupos.

Devemos ter cuidado, sempre, com qualquer previsão sobre o futuro das mídias digitais e, por extensão, da participação. Projetos de participação audiovisual em larga escala não eram comuns e disseminados no século XX. Há muitas incertezas sobre os caminhos que a cultura participativa pode seguir, por estar sendo renovada e recriada cotidianamente por incontáveis usos possíveis e inconformados dos autores de conteúdo e usuários das mídias digitais. O desafio posto à representação e aproximação com o outro nas narrativas audiovisuais factuais que dialogam com as mídias eletrônicas está em atitudes como agir e ouvir, nas quais “cabe o sentido da inclusão e o da agregação, que somente se faz possível se houver disposição em observar e escutar o estranho que, apesar das *lógicas*, resiste enquanto *texto*<sup>126</sup>” (RESENDE, 2005, p.143).

A participação não pode ser vista como uma noção fixa, mas sim inserida em nossas realidades políticas e disputas ideológicas, com questões advindas tanto da natureza deslizante do conceito participativo, quanto de tentativas de privilegiar um único sentido. Complexidade e instabilidade são fenômenos conectados com a humanidade e devem ser estudados (CARPENTIER, 2011b). Porém, há de se ter alguma definição clara do que é participação, para evitar que ela signifique qualquer coisa: “Um discurso incapaz de gerar qualquer fixação de sentido é o discurso do psicótico<sup>127</sup>”. Democracia e participação são processos em construção permanente e nunca noções rígidas. A impossibilidade de

---

<sup>126</sup> Grifos do autor.

<sup>127</sup> Tradução livre de: *A discourse incapable of generating any fixity of meaning is the discourse of the psychotic* (LACLAU; MOUFFE, 1985, p.112).

finalizar o projeto democrático não quer dizer que organizações hegemônicas não tentem disseminar no senso comum conceitos fixados em contextos espaço-temporais.

Contudo, participação é um conceito estruturalmente distinto de acesso e interação, que permanecem como condições para a participação, sem se equipararem a ela. Pela justaposição de acesso e interação, a participação pode agregar, em sua forma maximalista, um atributo político em sentido mais amplo, no qual atores são envolvidos no processo de decisão, em um jogo de forças próximo do igualitário. O conceito de agonismo como um poder decisório reconhecido e partilhado entre os participantes de um projeto midiático (CARPENTIER, 2011b) nos apoia a entendermos a participação como uma negociação respeitosa e balanceada nos processos de produção cultural em redes comunicacionais complexas, nos quais todos podem tornar-se autores na crítica ou na produção autoral, sem deixar de se verem enquanto sujeitos distintos. Essa articulação não rejeita a expertise, mas reconhece os seus tipos variados (CARPENTIER, 2011a).

Em resumo, diversos atributos analisados durante este estudo indicam dificuldades para a participação com a mídia audiovisual. Há uma tendência a fixar as funções do autor amador, enquanto os profissionais assumem posições como se fossem donos do processo dentro das organizações midiáticas. Estas relutam em definir participação midiática como um dos seus objetivos prioritários. A discursividade e materialidade das tecnologias usadas impactam o processo participativo, pois elas não são neutras e podem impor certas práticas, por vezes ideológicas.

A noção de qualidade inclui elementos humanos e técnicos por vezes contraditórios, como qualidade estética, técnica ou social, entre outras. Ela seria uma dimensão multifacetada pela qual podemos analisar tanto o processo participativo que gera conteúdo, como o próprio conteúdo midiático em si. Cada um desses elementos pode atuar, separadamente ou em conjunto, para impedir ou maximizar o processo participativo e seus produtos tangíveis e intangíveis. Eles também podem se agregar de formas complexas, potencialmente forçando restrições ou aprimorando suas atuações.

Sabendo que as redes só existem quando ativadas de modos imprevisíveis, seja pelos participantes ou por seus pontos de conexão (LATOURE, 2012), compreendemos que o processo participativo entrelaça diferentes enredamentos, possibilitando a tessitura de redes híbridas (BECKER; RESENDE, 2011), como a Internet-TV ou a Internet-cinema, no caso desta pesquisa. Ao evitarem a separação imposta pelos métodos hegemônicos de produção de conteúdo, que diferenciam suas narrativas em variados suportes e gêneros discursivos, os enredamentos híbridos intensificariam hipoteticamente as trocas de experiências.

Há de se ressaltar, entretanto, que as corporações raramente criam comunidades de interesse comum. As mídias digitais não foram o ponto de origem das práticas culturais dos usuários ou *pro-sumers* a elas associados. Se as plataformas midiáticas de participação, com o YouTube sendo um exemplo, parecem ter crescido rapidamente, é porque já existiam redes ativas de comunidades de prática e interesse que desenvolviam e circulavam conteúdos autorais e narrativas audiovisuais em diferentes estilos e gêneros.

Como a maioria dos projetos que se apoiam em cocriação, as experiências aqui estudadas parecem indicar - em suas aproximações e assimetrias - que terão de encontrar formas de manter tanto sua sustentabilidade institucional, quanto uma relevância entre os grupos que podem potencialmente se tornar seus colaboradores. Em sua configuração maximalista, poderão estimular a diversidade estética, cultural e discursiva por meio do respeito aos agenciamentos configurados com comunidades de usuários que produzem distintas formas de valores. No mutante e instável campo da mídia audiovisual participativa, tais estratégias enfatizam o aspecto social que fomenta as redes, priorizando as relações constituídas pelas conversas entre autores e a expansão de comunidades de interesse, em detrimento à mera exibição e distribuição de narrativas que fixam posições autorais e reforçam fronteiras entre as organizações de mídia e a sociedade civil.

## CONCLUSÕES



*Fonte: Repórter Brasil - EBC*

Como argumentamos ao longo dessa pesquisa, as narrativas são uma das principais maneiras que os indivíduos encontram para organizar e transmitir suas experiências. Foi partindo deste pressuposto, que resolvemos estudar como a narrativa é construída pela participação nas mídias digitais na tentativa de estruturar a vida sociopolítica de uma parcela pequena da audiência que optou por protagonizar seus próprios discursos audiovisuais na TV, na Internet e no cinema.

Um desafio complicado partiu do próprio entendimento sobre o que é estar em relação por meio da comunicação, apontando especificamente para a compreensão sobre as condições de viver em sociedade. Percebemos que cada indivíduo, para se tornar sujeito, encontra-se imerso em redes relacionais que o instituem como ser significativo. Entretanto, o processo de socialização dificilmente se dá em condições igualitárias nas diferentes culturas e coletividades.

Ao longo do estudo, percebemos que a relação comunicativa só pode ser articulada de maneira significativa se houver um eixo valorativo que permita escolhas relevantes para a inovação do processo participativo. A consciência da participação em si pode estimular imaginários sociais e individuais sustentados pela condição consciente do estar no mundo. Por meio da mídia, a relação comunicativa se constrói pela interpretação singular, instável e em permanente transformação de situações experienciadas individual e coletivamente. Isso implica um jogo de proximidade e distância entre a autonomia subjetiva dos autores e a exterioridade da narrativa construída na relação com objetos técnicos.

O fato de experienciar nosso cotidiano em um mundo habitado por imagens, especialmente nas áreas urbanas, indica como cada vez mais nosso modo de pensar e agir depende dos objetos técnicos. São representações que nos cercam a todo o momento com suas narrativas particulares. Ao mesmo tempo, a criação de imagens surge, ao se constituir narrativa em um filme ou reportagem, torna-se circunscrita a um espaço e tempo específicos e atribuída a certos valores. Tais estratégias explicam parcialmente nosso fascínio por elas e a continuidade do seu uso em diferentes expressões de

comunicação. Todavia, a maioria das imagens narradas estão restritas criativamente em sua interpretação pelo público ao serem distribuídas com seus significados fechados, não explorando a potência imaginativa dos espectadores. Esse é um desafio para o qual a autoria participativa deveria constantemente se orientar.

Espero que essa pesquisa possa posteriormente vir a contribuir para a discussão sobre as narrativas participativas em diferentes suportes como um cenário de embates simbólicos e ideológicos na forma que os indivíduos encontram para organizar e transmitir suas experiências individuais e coletivas. Num certo sentido, a narrativa midiática constitui modos de pensar as relações possíveis entre indivíduos, grupos e organizações.

Ao codificar e ressignificar as imagens técnicas que cada vez mais nos rodeiam, penso que a participação midiática dos indivíduos acabam por fazê-los reavaliar suas posições sociais enquanto produtores de sentidos, negociando em conjunto com os membros de suas comunidades de interesse o que deve ser culturalmente mantido ou transformado. No movimento de quererem protagonizar narrativas audiovisuais de forma a explicitar suas ancoragens sociais, revelam também seus anseios e dúvidas na construção de uma sociedade mais coesa e, quiçá, plural.

Creio que esse trabalho deixará muitas questões a serem respondidas. Entre elas, de que maneira a interação entre a audiência e os profissionais dos meios de comunicação poderia pôr em evidência uma reestruturação da vida urbana, remodelando o consumo midiático e as fronteiras simbólicas em cidades multiculturais. Também surgem indagações sobre como o modelo colaborativo do *gatewatching* poderá se desenvolver em concomitância com as disputas das mídias digitais.

Uma outra possibilidade de estudo não abordada por este trabalho seria a análise do engajamento de conteúdo político através de ferramentas e formatos audiovisuais específicos às plataformas digitais como simulações virtuais e games com conteúdo que dialoga com questões debatidas no jornalismo hegemônico, alternativo e comunitário como, por exemplo, desigualdade social, poluição ambiental e mudanças climáticas. Por

tratarem de processos multifacetados e dinâmicos, parece-nos, portanto, que estamos diante de questões em torno das quais há ainda muito o que se investigar.

Novos objetos interessantes continuam surgindo na paisagem midiática participativa. No final de 2013, o YouTube lançou um curso remoto de dezoito horas voltado para autores amadores que desejarem aumentar as visualizações e número de inscrições em seus canais independentes. O projeto ganhou um canal próprio chamado Creator Academy. Com aulas disponíveis em diferentes línguas, cada aluno tem que produzir vídeos e preencher testes, além de ter acesso a outros autores e produtores, possivelmente estimulando a colaboração ou coprodução. Entre os profissionais anunciados para serem entrevistados, autores de grande sucesso no próprio portal como Felipe Neto (que também tem o canal Parafernália) e integrantes dos canais Porta dos Fundos e Vestibulândia (GLOBO, 2013b). Isso indica que provavelmente os gêneros a serem priorizados nos produtos resultantes serão focados no entretenimento ou em temas específicos, como as disciplinas escolares.

Um outro exemplo é a continuação da parceria entre a Scott Free Productions e o YouTube no documentário “Britain in a Day”, que retrata um dia de novembro de 2011 na Grã-Bretanha. Lançado há um ano, esse documentário está seguindo uma estratégia diferente de “A Vida em um Dia”, por não estar disponível gratuitamente para visualização no portal até a finalização dessa pesquisa. Quanto aos novos autores desse projeto, seria interessante perceber como as escolhas dos participantes sobre o que representar podem revelar as próprias condições constituintes de sua autoria. Um exercício dialético de construção de sentidos tanto para a organização promotora da participação, quanto para os sujeitos - independente da posição que ocupem - que procuram travar diálogos inovadores e inesperados com e por meio da mídia. Uma questão que ultrapassa o documentário em si para envolver o processo participativo de forma mais ampla.

É possível notar que as mídias eletrônicas representam, para alguns dos grupos e indivíduos dispostos a se envolverem com o processo participativo, um misto de

entretenimento e de atuação sociopolítica. Esse caminho nos remete novamente à hipótese que levantamos no início deste trabalho. Dizíamos que os meios de comunicação revelam uma reestruturação dos sentidos sociais, remodelando o consumo midiático justamente em torno da ideia de mesclagem entre entretenimento e informação numa recepção que revela a atitude criativa dos sujeitos por meio de atividades de não-passividade.

Ao longo desta pesquisa, entendemos a participação midiática como algo que se constrói, se fundamenta e se recria no cotidiano de trabalho de seus autores e produtores envolvidos. Os conteúdos presentes nas narrativas participativas disseminadas pelas mídias digitais que analisamos nessa tese constituem práticas e saberes desenvolvidos no cotidiano das relações sociais, que integram aspectos afetivos, simbólicos, cognitivos e políticos. Nessa produção/fabricação/criação cotidiana da produção e consumo dos bens culturais, das mensagens midiáticas e do entorno social é que se constroem as representações sociais, que são também possibilidades de construção de conhecimentos dos sujeitos e dos coletivos.

Por fim, Carpentier resume nossos votos para o surgimento de novas indagações no mutante campo da participação midiática: “Participação deve permanecer como um convite – permanentemente disponível e inserido em relações de poder equilibradas – para aqueles que quiserem ter suas vozes ouvidas<sup>128</sup>”.

Estudos sobre o audiovisual produzido por processos participativos são escassos, principalmente no Brasil, não permitindo que possamos traçar conclusões sólidas sobre as relações estabelecidas entre os participantes e o impacto real das narrativas audiovisuais resultantes desse processo. Esperamos que os indícios e análises evocados nessa pesquisa possam configurar um passo adiante nessa direção.

---

<sup>128</sup> Tradução livre de: *Participation should remain an invitation – permanently on offer and embedded in balanced power relations – to those who want to have their voices heard* (CARPENTIER, 2011b, p.359).

## GLOSSÁRIO

**ÂNCORA** – Apresentador fixo ou temporário de um telejornal.

**AQUISIÇÃO** - No mercado televisivo, aquisição significa a compra de direitos para exibição de material audiovisual produzido por terceiros.

**ÁUDIO-DESCRIÇÃO** – Ferramenta disponível em alguns programas e filmes distribuídos por certos sistemas de TV paga onde o espectador com deficiência visual pode selecionar uma banda de áudio específica que descreve os ambientes, personagens e ações em uma narrativa audiovisual.

**AVATAR** – Personagem virtual manipulado por usuário em ambientes digitais. Pode apresentar diferentes graus de personificação com o usuário.

**CAPTAÇÃO** - No mercado televisivo, captação é a cessão gratuita de direitos do produtor para exibição em um suporte audiovisual.

**CHAMADA** – Peça audiovisual promocional dos programas de uma emissora. Em geral dura 30 segundos.

**CROWDSOURCE** – Estratégia de produção de um projeto cultural através de um site ou perfil de apoio com chamadas para público potencial produzir material ou investir fundos que garantam a viabilização do mesmo.

**EMBEDDED** – Ferramenta que permite a inserção de uma janela de visualização de vídeo em outros sites que não o portal no qual ele está hospedado.

**ESCALADA** – Momento de abertura de um telejornal, quando as principais manchetes são narradas pelos âncoras da edição.

**FEED** – Linha do tempo onde são atualizados em tempo real a variadas listagens de vídeos, textos, fotos ou arquivos de mídia em geral em sites baseados em ferramentas da chamada *web 2.0*.

**FULL-FRAME** – Exibição em tela formato 4:3, presente na maioria das TV analógicas, quase um quadrado.

**GADGET** – Artefatos tecnológicos com funções específicas. Geralmente é atribuído a aparatos eletrônicos portáteis como celulares, tablets, leitores de mp3, entre outros.

**GIF** – Extensão de arquivo que permite o sequenciamento ininterrupto de curta duração de imagens em movimento.

**LETTERING** - Denomina qualquer informação escrita na tela de vídeo sobre imagens de apoio ou cartela de arte pequena.

LOCUÇÃO EM OFF – Narração em voz sem imagem do narrador.

LOOP – Exibição ininterrupta de sequência de imagens ou audiovisual, sendo reiniciada automaticamente logo após o término da edição.

MATERIAL BRUTO – Acervo audiovisual primário contendo todo o material captado por uma câmera, sem qualquer edição.

MERCHANDISING – Ação de propaganda de produtos durante e dentro da narrativa de programas midiáticos, principalmente na televisão.

NUVEM DE TAGS – Disposição gráfica de *tags* onde os mais acessados são representados com um tamanho de fonte maior que os menos acessados.

PLANO-SEQUÊNCIA – Plano audiovisual contínuo, sem cortes da câmera. Geralmente dura alguns minutos.

PRO-SUMER - Híbrido de consumidor e produtor (KOVACH; ROSENSTIEL, 2001, p.24).

SOBE-SOM – Artificio usado pelo editor de imagens para criar uma sequência de imagens sem narração ou *letterings*, geralmente com uso de trilha sonora ou áudio ambiente. Pode durar de poucos segundos até um minuto ou mais.

SUÍTE - O desenvolvimento de um mesmo assunto ao longo do dia, constituindo uma série de reportagens.

TAG – Recurso de classificação e ordenação de arquivos digitais através de palavras ou expressões-chave.

TIMELINE – Ferramenta própria de programas de edição – linear ou não-linear - controlados por computador onde o editor ordena clipes de tomadas únicas (geralmente sem cortes) de imagens e áudios para construir a montagem/edição de um produto audiovisual.

UPLOAD – Transmissão de dados em arquivos, inclusive de fotos e vídeos, para um site, nuvem de dados ou servidor.

VERSÃO BETA – Nome usado para se referir a sites e programas digitais que são lançados ainda em fase de testes, numa forma de aprimorar sua estrutura através do seu uso por usuários.

VÍDEO-CHAT – Ferramenta *online* onde os usuários conversam através de câmera e microfone em tempo real. Recursos adicionais estão disponíveis como *chat* em texto e envio de arquivos.

VÍDEO SOB DEMANDA (ou *V.O.D. – Video on Demand*) – Ferramenta de navegação disponível na Internet e em programadoras de TV paga digital onde o usuário seleciona o programa ou filme que deseja assistir de um menu - pago ou gratuito - e controla a exibição com comandos similares aos de um DVD.

VIRAL – Vídeo *online* que é massivamente compartilhado em *blogs* e redes sociais.

VISUALIZAÇÃO – Número de exibições de um vídeo em uma plataforma online. Em geral, as regras das plataformas mais acessadas indicam uma visualização para cada I.P. (Internet Protocol, como um endereço personalizado para cada suporte eletrônico) por 24 horas. Apesar de não significar o número de espectadores.

VIVO – Em contraposição ao relato em *off*, em vivo significa quando o narrador ou entrevistado tem sua imagem mostrada em sincronia com o seu depoimento.

WIDE-SCREEN – Exibição em tela formato 16:9, presente na maioria das TV digitais, sendo mais retangular, similar à proporção de uma tela de cinema.

## REFERÊNCIAS

### BIBLIOGRAFIA:

- AGAMBEN, Giorgio. *O que Resta de Auschwitz*. São Paulo: Boitempo, 2008.
- ALTHUSSER, Louis. *Os Aparelhos Ideológicos do Estado*. In: *Posições – 2*. Rio de Janeiro: Graal, 1980.
- ANDERSON, Benedict. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Londres: Verso, 1983.
- ANDERSON, Chris. *The Long Tail*, 2004. Disponível em: <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>. Acessado em 01 jul. 2012.
- ANDREJEVIC, Mark. *Exploiting YouTube: Contradictions of User-Generated Labour*. In: *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden, 2009.
- APPADURAI, Arjun. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2008.
- \_\_\_\_\_. *Dimensões Culturais da Globalização*. Lisboa: Teorema, 2004.
- AUMONT, Jacques. *The Image*. Londres: British Film Institute Publishing, 1997.
- BAITELLO JUNIOR, Norval. *A Serpente, a Maçã e o Holograma: Esboços para uma Teoria da Mídia*. São Paulo: Paulus, 2010.
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Editora Hucitec, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- BARBER, Benjamin. *A Place for Us: How to Make Society Civil and Democracy Strong*. Nova Iorque: Hill and Wang, 1998.
- BARBOSA, Marialva Carlos. *Percursos do Olhar: Comunicação, Narrativa e Memória*. Niterói: EdUFF, 2007.
- BARROS, Filipe. *Produção e edição colaborativa na Internet: o caso do Overmundo*. In: *Revista Ciberlegenda*, v. 9, n. 19. Niterói: UFF, 2007.
- BARTHES, Roland. *Image Music Text*. Londres: Fontana Press, 1977.
- \_\_\_\_\_. *O Efeito do Real*. In: *O Rumor da Língua*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- \_\_\_\_\_. *S/Z*. Londres: Cape, 1975.
- BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.
- \_\_\_\_\_. *Simulacros e Simulações*. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

- BECKER, Beatriz. *Jornalismo Audiovisual de Qualidade: um Conceito em Construção*. In: *Revista Estudos em Jornalismo e Mídia*. Ano VI – n. 2. Florianópolis: UFSC, 2009a.
- \_\_\_\_\_. *Todos Juntos e Misturados, mas Cada um no seu Quadrado: um Estudo do RJTV 1ª Edição e do Parceiro do RJ*. In: *Revista Galáxia*, n. 24. São Paulo: Editora Puc-SP, 2012.
- \_\_\_\_\_. *Um Panorama da Produção Jornalística Audiovisual no Ciberespaço: as Experiências das Redes Colaborativas*. In: *Revista Famecos*, nº 40. Porto Alegre: PUCRS, 2009b.
- \_\_\_\_\_. *Uma Experiência de Leitura de Mídia: do Mito da Imagem ao Diálogo Televisual*. 2010. Disponível em: [http://www.letras.ufrj.br/anglo\\_germanicas/cadernos/numeros/062010/textos/cl26062010Beatriz.pdf](http://www.letras.ufrj.br/anglo_germanicas/cadernos/numeros/062010/textos/cl26062010Beatriz.pdf). Acessado em 04 abr. 2013.
- BECKER, Beatriz; RESENDE, Fernando. *Tecendo o Jornalismo em Redes*. In: *Brazilian Journalism Research*. v.7, n.2. Brasília: UnB, 2011.
- BECKER, Beatriz; TEIXEIRA, Juliana. *Narrativas Jornalísticas Audiovisuais: um Estudo dos Efeitos da Convergência no JN e no UOL*. In: *Revista Galáxia*, n. 18, p.232-246. São Paulo: PUCSP, 2009.
- BENETTI, Marcia. *Análise do Discurso em Jornalismo: Estudo de Vozes e Sentidos*. In: *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.
- BENJAMIN, Walter. *O Narrador: Considerações Sobre a Obra de Nicolai Leskov*. In: *Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- \_\_\_\_\_. *A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica*. In: *Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- \_\_\_\_\_. *Passagens*. Belo Horizonte: Ed UFMG, 2006.
- BENKLER, Yochai. *The Wealth of Networks: How Social production Transforms Markets and Freedom*. Londres: Yale University Press, 2006.
- BENNETT, Lance. *Communication Global Activism: Strengths and Vulnerabilities of Networked Politics*. In: *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*. Londres: Routledge, 2004.
- BERNARDO, Gustavo; FINGER, Anke; GULDIN, Rainer. *Vilém Flusser: uma Introdução*. São Paulo: Annablume, 2008.
- BERNERS-LEE, Tim. *Weaving the Web*. Londres: Orion Business Books, 1999.
- BIGNELL, Jonathan; LACEY, Stephen. *Popular Television Drama: Critical Perspectives*. Manchester: Manchester University Press, 2005.
- BONFANTI, Cristiane. *Estudo Revela que 9,1% dos Domicílios Brasileiros não Utilizam Qualquer Serviço de Telecomunicação*. 2014. Disponível em:

<http://oglobo.globo.com/tecnologia/estudo-revela-que-91-dos-domicilios-brasileiros-nao-utilizam-qualquer-servico-de-telecomunicacao-11868868>. Acessado em 14 mar. 2014.

BOORSTIN, Daniel. *The Image: A Guide to Pseudo-events in America*. New York: Harper, 1964.

BOSI, Ecléa. *Memória e Sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

BOURDIEU, Pierre. *Capital Cultural, Escuela y Espacio Social*. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores, 1998.

\_\_\_\_\_. *Distinction: a Social Critique of the Judgement of Taste*. Londres: Kegan Paul, 1984.

\_\_\_\_\_. *O Mercado de Bens Simbólicos*. In: *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1982.

\_\_\_\_\_. *Razões Práticas Sobre a Teoria da Ação*. Campinas: Papyrus, 1996.

\_\_\_\_\_. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BOWMAN, Shayne & WILLIS, Chris. *Nosotros, el medio – Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticias y la información*. Colômbia: Casa Editorial El Tiempo, 2003.

BRANDÃO, Liv. *Executivo-Chefe de Conteúdo da Netflix Fala Sobre o Futuro da TV*. 2013. Disponível em : <http://oglobo.globo.com/cultura/executivo-chefe-de-conteudo-da-netflix-fala-sobre-futuro-da-tv-10327671>. Acessado em 11 out. 2013.

BRASIL, André; MIGLIORIN, Cezar. *A Gestão da Autoria: Anotações Sobre Ética, Política e Estética das Imagens Amadoras*. Revista Ciberlegenda, n.22. Niterói: UFF, 2010.

BRUNER, Edward. *Ethnography as Narrative*. In: TURNER, V.; BRUNER, E. (org). *The Anthropology of Experience*. Chicago: Illinois University Press, 1986.

BRUNS, Axel. *Gatewatching, Not Gatekeeping: Collaborative Online News*. 2003. Disponível em: <http://snurb.info/files/Gatewatching,%20Not%20Gatekeeping.pdf>. Acessado em 27 mar. 2013.

\_\_\_\_\_. *Gatekeeping, Gatewatching, Realimentação em Tempo Real: Novos Desafios para o Jornalismo*. In: *Brazilian Journalism Research*. v.7, n.2. Brasília: UnB, 2011a.

\_\_\_\_\_. *New Produsage in a Pro-Am Mediasphere: Why Citizen Journalism Matters*. In: *News Online*. Basingstoke: Paulgrave Macmillan, 2011b.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. *The Entrepreneurial Vlogger*. In: *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden, 2009a.

\_\_\_\_\_. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press, 2009b.

- BUCK-MORSS, Susan. *Dream Worlds of Mass Societies*. In: *The Dialectics of Seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project*. Cambridge: MIT Press, 1993.
- CAIXETA, Ruben; GUIMARÃES, César. *Pela Distinção entre Ficção e Documentário, Provisoriamente*. In: *Ver e Poder, A Inocência Perdida: Cinema, Televisão, Ficção, documentário*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.
- CANCLINI, Néstor García. *As Culturas Populares no Capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- \_\_\_\_\_. *Consumidores e Cidadãos – Conflitos Multiculturais da Globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Cidades e Cidadãos Imaginados pelos Meios de Comunicação*. In: *Revista Opinião Pública*, v. VIII, n. 1. Campinas: Unicamp, 2002.
- \_\_\_\_\_. *A Globalização Imaginada*. São Paulo: Editora Iluminuras, 2003.
- CANNITO, Newton. *A Televisão na Era Digital: Interatividade, Convergência e Novos Modelos de Negócio*. São Paulo: Summus Editorial, 2010.
- CARDON, Dominique; GRANJON, Fabien. *Médiactivistes*. Paris: Presses de Sciences Po, 2010.
- CARPENTIER, Nico. *Encarando a Morte do Autor*. *Revista Matrizes*, v.4, n.2. São Paulo: USP, 2011a.
- \_\_\_\_\_. *Media and Participation: a Site of Ideological-democratic Struggle*. Bristol: Intellect, 2011b.
- \_\_\_\_\_. *Coping with the Agoraphobic Media Professional: a Typology of Journalistic Practices Reinforcing Democracy and Participation*. In: *Reclaiming the Media: Communication Rights and Democratic Media Roles*. Bristol: Intellect, 2007.
- CARPENTIER, Nico; DE CLEEN, Benjamin. *Participation and Media Production: Critical Reflections on Content Creation*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2008.
- CARSTEN, Janet. *Cultures of Relatedness: New Approaches to the Study of Kinship*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- CASTRO, Daniel. *Brasileiro já assiste TV durante 5 horas e meia por dia, diz Ibope*, 2012. Disponível em: <http://noticias.r7.com/blogs/daniel-castro/2012/01/23/brasileiro-ja-assiste-tv-durante-5-horas-e-meia-por-dia-diz-ibope/>. Acessado em 23 jan. 2012.
- \_\_\_\_\_. *Telespectador mais pobre vê menos TV, mas consumo aumenta*, 2013. Disponível em: <http://noticias.r7.com/blogs/daniel-castro/telespectador-mais-pobre-ve-menos-tv-mas-consumo-aumenta/2013/01/21/>. Acessado em 28 jan. 2013.
- CASTRO, Eduardo Viveiros de. *Cosmological Deixis and Amerindian Perspectivism*. In: *The Journal of the Royal Anthropological Institute*. n. 4. Malden: Wiley, 1998.

- CHARTIER, Roger. *A “Nova” História Cultural Existe?* In: *História e Linguagens*. Porto Alegre: 7 letras, 2006.
- CIRELLO, Moira. *Educação Audiovisual Popular no Brasil*. 2010. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-19112010-113739/pt-br.php>. Acessado em 28 set. 2013.
- COLEMAN, James. *Social Capital in the Creation of Human Capital*. Chicago: University of Chicago Press, 1988.
- COMOLLI, Jean-Louis. *Ver e Poder, A Inocência Perdida: Cinema, Televisão, Ficção, documentário*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.
- CONTI, Mario Sergio. *Notícias do Planalto: A Imprensa e Fernando Collor*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- COUTINHO, Eduardo. *Edifício Master*. Brasil: 2002. 110 minutos.  
\_\_\_\_\_. *Jogo de Cena*. Brasil: 2007. 100 minutos.
- CROCOMO, Fernando Antônio. *TV Digital e Produção Interativa: a Comunidade Manda Notícias*. Florianópolis: Editora UFSC, 2007.
- DAHLGREN, Peter. *Doing Citizenship. The Cultural Origins of Civic Agency in the Public Sphere*. In: *European Journal of Cultural Studies*, vol. 9, no. 3, p. 267–286. Londres: Sage Publications, 2006.
- DE ANGELIS, Adriano. 2007. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=x5tqea-eYsI>. Acessado em 04 ago. 2011.
- DE CERTEAU, Michel. *Invenção do Cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- DE FRANCE, Claudine. *Do Filme Etnográfico à Antropologia Filmica*. Campinas: Ed. Unicamp, 2000.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. *A dupla distância*. In: *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34, 1998.
- DODEBEI, Vera. *A Construção da Memória Social: Objetos, Coleções, Categorias*. In: *O que é Memória Social?* Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2005.  
\_\_\_\_\_. *Patrimônio e Memória Digital*. 2006. Disponível em: <http://www.unirio.br/morpheusonline/numero08-2006/veradodebei.htm>. Acesso em 23 set. 2013.

- DOWNING, John. *Mídia Radical: Rebelia nas Comunicações e Movimentos Sociais*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.
- DUBOIS, Philippe. *Cinema, Vídeo, Godard*. São Paulo: Cosac Naify, 2004.
- DUMONT, Louis. *O Individualismo: uma Perspectiva Antropológica da Ideologia Moderna*. Rio de Janeiro: Rocco, 1985.
- EBC. *Repórter Brasil*. Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/flat/sobre/>. Acesso em 04 ago. 2011.
- ECHEVERRÍA, Javier. *Telépolis*. Barcelona: Ediciones Destino, 1994.
- EDELMAN, Murray. *Political Language and Political Reality. Political Science and Politics*. Vol. XVIII, nº 1, pp. 10-19. Chicago: University of Chicago Press, 1985.
- EMMY AWARDS. *House of Cards*. 2013. Disponível em: <http://www.emmys.com/shows/house-cards>. Acesso em 04 out. 2013.
- ESCH, Carlos; BIANCO, Nélia; MOREIRA, Sonia. *Rádiodifusão na América Latina: diferenciações e aproximações ao conceito de público*. Disponível em: [http://www.observatorioradiodifusao.net.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=535:aproximacoes-ao-conceito-de-publico&catid=50:destaques&Itemid=366](http://www.observatorioradiodifusao.net.br/index.php?option=com_content&view=article&id=535:aproximacoes-ao-conceito-de-publico&catid=50:destaques&Itemid=366). Acesso em 12 out. 2011.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Media Discourse*. Harlow: Longman, 1995.  
\_\_\_\_\_. *Discurso e mudança social*. Brasília: UNB, 2001.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de Consumo e Pós-Modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FENTON, Natalie; BARASSI, Veronica. *Alternative Media and Social Networking Sites: The Politics of Individuation and Political Participation*. 2011. Disponível em : [http://eprints.gold.ac.uk/5910/2/Alternative\\_Media.pdf](http://eprints.gold.ac.uk/5910/2/Alternative_Media.pdf). Acessado em 12 abr. 2013.
- FEUER, Jane. *Genre Study and Television*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1987.
- FIELD, John. *Social Capital*. Londres: Routledge, 2008.
- FISKE, John. *Television Culture*. Londres: Routledge, 2002.
- FLUSSER, Vilém. *Filosofia da Caixa Preta*. São Paulo: Hucitec, 1985.  
\_\_\_\_\_. *O Mundo Codificado: Por uma Filosofia do Design e da Comunicação*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

\_\_\_\_\_. *O Universo das Imagens Técnicas: Elogio da Superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.

FOLLAIN, Vera Lúcia. *Dez Anos Desinventando a Nação: Capitais Voláteis e Narrativas Sem Lastro*. In: *Literatura / Política / Cultura*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

\_\_\_\_\_. *Encenação da Realidade: Fim ou Apogeu da Ficção?* Ano 3 – nº1. São Paulo: Revista Matrizes, 2009.

\_\_\_\_\_. *Realismo e Ilusão: a Cruzada Contra o Artíficio*. 2008. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewFile/5398/4915>. Acesso em 02 out. 2012.

FOUCAULT, Michel. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

\_\_\_\_\_. *A Arqueologia do Saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

\_\_\_\_\_. *As Palavras e as Coisas*. Rio de Janeiro: Martins Fontes, 1981

\_\_\_\_\_. *What is an Author?* Nova Iorque: Pantheon Books, 1984.

FRANÇA, Vera. *Representações, Mediações e Práticas Comunicativas*. In: *Comunicação, Representação e Práticas Sociais*. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2004.

\_\_\_\_\_. *Sujeito da Comunicação, Sujeitos em Comunicação*. In: *Na Mídia, Na Rua: Narrativas do Cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

FRASER, Nancy. *Reframing Justice in a Globalizing World*. In: *New Left Review*. 2005. Disponível em: [http://www.law.yale.edu/documents/pdf/Fraser\\_ReframingJustice.pdf](http://www.law.yale.edu/documents/pdf/Fraser_ReframingJustice.pdf). Acessado em 09 mai. 2013.

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

FREITAS, Guilherme. *Georges Didi-Huberman Fala Sobre Imagens e Memórias do Holocausto*. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/prosa/posts/2013/03/16/georges-didi-huberman-fala-sobre-imagens-memorias-do-holocausto-489909.asp>. Acessado em 19 mar. 2013.

FUCHS, Christian. *Class and Exploitation on the Internet*. In: *Digital Labor: the Internet as Playground and Factory*. Routledge, New York, 2013.

GALTUNG, Johan; RUGE, Mari. *The Structure of Foreign News*. Oslo: Journal of Peace Research, 1965.

GAUNTLETT, David. *Making is Connecting: The Social Meaning of Creativity, From DIY and Knitting to YouTube and Web 2.0*. Cambridge: Polity, 2011.

- GAYLOR, Bret. *Rip: a Remix Manifesto*. 2009. Disponível em: <http://ripremix.com>. Acessado em 09 abr. 2013.
- GIDDENS, Anthony. *Un Mundo Desbocado: Los Efectos de la Globalización en Nuestras Vidas*. Cidade do México: Taurus, 2004.
- GILLMOR, Dan. *We the Media*. Sebastopol: O'Reilly Media, 2004.
- GLADWELL, Malcolm. *Small Change: Why the Revolution Will not be Tweeted*. Nova Iorque: New Yorker, 2010.
- GLOBO, O. *Ator e empresário, Felipe Neto quebra recordes na Internet*. 2013a. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/megazine/ator-empresario-felipe-neto-quebra-recordes-na-Internet-7270819>. Acessado em 18 jan. 2013.
- \_\_\_\_\_. *Twitter Perde até para Orkut no Brasil*. 2013c. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/tecnologia/twitter-perde-ate-para-orkut-no-brasil-11026918>. Acessado em 10 dez. 2013.
- \_\_\_\_\_. *YouTube Abre Escola de Criadores para Melhorar Conteúdo de Vídeos*. 2013b. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/megazine/youtube-abre-escola-de-criadores-para-melhorar-conteudo-de-videos-10054328>. Acessado em 20 set. 2013.
- GÓES, Bruno. *Joaquim Barbosa Fala Sobre Biografias*. 2013. Disponível em : <http://oglobo.globo.com/cultura/joaquim-barbosa-fala-sobre-biografias-ideal-seria-liberdade-total-de-publicacao-10360948>. Acessado em 16 out. 2013.
- GOMES, Wilson. *Participação Política Online: Questões e Hipóteses de Trabalho*. In: *Internet e Participação Política no Brasil*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.
- GONÇALVES, José Reginaldo Santos. *A Retórica da Perda: os discursos do patrimônio cultural no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ / Ministério da Cultura - IPHAN, 2002.
- GRIERSON, John. *Grierson on Documentary*. Londres: Collins Clear-Type Press, 1946.
- GUATTARI, Felix. *Revolução Molecular: Pulsões Políticas do Desejo*. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Modernização dos Sentidos*. São Paulo: Editora 34, 1998.
- HABERMAS, Jürgen. *La Inclusión Del Otro*. Barcelona: Paidós, 1999.
- HALBWACHS, Maurice. *A Memória Coletiva*. São Paulo: Centauro, 2004.
- HALL, Stuart. *A Redescoberta da Ideologia: o Retorno do Recalcado nos Estudos de Mídia*. In: *Mikhail Bakhtin – Linguagem, cultura e mídia*. São Carlos: Pedro e João Editores, 2010.
- \_\_\_\_\_. *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

- \_\_\_\_\_. *Encoding/Decoding*. In: *Media and Cultural Studies: Keywords*. Malden: Blackwell, 2006.
- \_\_\_\_\_. *On Postmodernism and Articulation*. Londres: *Journal of Communication Inquiry*, 1986.
- HALLECK, DeeDee. *Hand-Held Visions: The Impossible Possibilities of Community Media*. New York: Fordham University Press, 2002.
- HAMILTON, Paula. *Os Debates Sobre Memória e História*. In: *Usos e Abusos da História Oral*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.
- HARVEY, David. *Espaços de esperança*. São Paulo: Loyola, 2005.
- HODGE, Robert; TRIPP, David. *Children and Television*. Cambridge: Polity Press, 1986.
- HOHLFELD, Antônio. *Os Estudos Sobre a Hipótese de Agendamento*. In: *Revista Famecos*, n.7. Porto Alegre: PUC/RS, 1997.
- IBOPE. *Acesso à Internet no Brasil Atinge 94 Milhões de Pessoas*. 2012. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/acesso-a-Internet-no-brasil-atinge-94-milhoes-de-pessoas.aspx>. Acessado em 11 abr. 2013.
- JACKS, Nilda. *Comunicação e Recepção*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- JACKS, Nilda; TUFTE, Thomas. *Televisão, Identidade e Cotidiano*. In: *Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- JAGUARIBE, Beatriz. *O Choque do Real: Estética, Mídia e Cultura*. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.
- JAMESON, Fredric. *Postmodernism: or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press, 1984.
- \_\_\_\_\_. *The Political Unconscious*. Ithaca: Cornell University Press, 1981.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- \_\_\_\_\_. *O que aconteceu antes do YouTube?* In: BURGESS, Jean & GREEN, Joshua; com John Hartley e Henry Jenkins. *YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade*. São Paulo: Aleph, 2009a.
- \_\_\_\_\_. *Transmedia Storytelling 101*. 2009b. Disponível em: [http://www.henryjenkins.org/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://www.henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html). Acessado em 20 set. 2011.
- \_\_\_\_\_. *Os Sentidos da Convergência*: Entrevista com Henry Jenkins. In: NAVARRO, Vinicius. *Revista Contracampo*, n. 21. Niterói: PPGCOM UFF, 2010.

- JERVIS, John. *Exploring the Modern: Patterns of Western Culture and Civilization*. Oxford: Blackwell Publishers, 1998.
- JOHNSTON, Hank. *Protest Cultures: Performance, Artifacts and Ideations*. In: *Culture, Social Movements and Protest*. Surrey: Ashgate, 2009.
- JONES, Jeffrey. *A Cultural Approach to the Study of Mediated Citizenship*. New York: Columbia University Press, 2006.
- JOST, François. *Que Significa Falar de “Realidade” Para a Televisão?* In: *Televisão e Realidade*. Salvador: EDUFBA, 2009.
- JUCÁ, Mayra. *Dicas Sobre Apuração, Fontes e Outras Questões Jornalísticas*. 2010. Disponível em: <http://acervo2.vivafavela.com.br/node/285>. Acessado em 02 set. 2013.
- JÚNIOR, José Murilo Carvalho. *Por uma Cultura Digital Participativa*. In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (org.). *Cultura Digital.Br*. Rio de Janeiro: Beco do Azougue Editorial, 2009.
- KAVADA, Anastasia. *Between Individuality and Colectiviness: Email Lists and Face-to-face Contact in the Global Justice Movement*. In: *E-Politics in a Global Context*. Detroit: Wayne State University Press, 2010.
- \_\_\_\_\_. *Digital Communication Technologies and Collective Action: Towards a Conceptual Framework*. 2011. Disponível em: <http://www.iamcr-ocs.org/index.php/2011/2011/paper/view/2096>. Acessado em 02 set. 2012.
- \_\_\_\_\_. *Engagement, Bonding and Identity Across Multiple Platforms: Avaaz on Facebook, YouTube and MySpace*. In: *MedieKultur*. Copenhagen: SMID, 2012.
- \_\_\_\_\_. *Internet Cultures and Protest Movements: The Cultural links Between Strategy, Organizing and Online Communication*. Londres: Intellect, 2013.
- \_\_\_\_\_. *The Alter-Globalization Movement and the Internet: A Case Study of Communication Networks and Collective Action*. 2006. Disponível em: [http://en.fondazionefeltrinelli.it/dm\\_0/FF/FeltrinelliCmsPortale/0072.pdf](http://en.fondazionefeltrinelli.it/dm_0/FF/FeltrinelliCmsPortale/0072.pdf). Acessado em 02 set. 2011.
- KEEN, Andrew. *O Culto do Amador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2009.
- KELLNER, Douglas. *A Cultura da Mídia*. Bauru: EDUSC, 2001.
- KELLY, Kevin; PARISI, Paula. *Beyond Star Wars*. Disponível em: <http://www.wired.com/wired/archive//5.02/flucas.html?pg=7&topic=>. Acessado em 26 mar. 2013.
- KERR, Paul. *Gangsters: Conventions and Contraventions*. Londres: Open University, 1981.

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

KROTZ, Friedrich; EASTMAN, Susan. *Orientations Toward Television Outside the Home*. Malden: Wiley, 1999.

KUHN, Thomas. *A Estrutura das Revoluções Científicas*. São Paulo: Perspectiva, 1998.

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

KUPKA, Anna. *YouTube Reaches 4 Billion Video Views per Day*. 2012. Disponível em : <http://www.forbes.com/sites/annakupka/2012/01/24/youtube-reaches-4-billion-video-views-per-day/>. Acessado em 10 dez. 2013.

LACLAU, Ernesto; MOUFFE, Chantal. *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. Londres: Verso, 1985.

LANGE, Patricia. *The Vulnerable Video Blogger: Promoting Social Change Through Intimacy*. 2007. Disponível em: [http://www.barnard.edu/sfonline/blogs/lange\\_01.htm](http://www.barnard.edu/sfonline/blogs/lange_01.htm). Acessado em 17 out. 2011.

LATOURETTE, Bruno. *Jamais Fomos Modernos*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.  
\_\_\_\_\_. *Políticas da Natureza: Como Fazer Ciência na Democracia*. Bauru: EDUSC, 2004.

\_\_\_\_\_. *Reagregando o Social: uma Introdução à Teoria do Ator-Rede*. São Paulo: EDUFBA/EDUSC, 2012.

LAUTERJUNG, Fernando. *Foco de Atenção de quem Consome TV e Internet Simultaneamente Raramente está na TV*. 2013a. Disponível em: [http://www.telaviva.com.br/04/04/2013/foco-de-atencao-de-quem-consome-tv-e-Internet-simultaneamente-raramente-esta-na-tv/tl/335857/news.aspx?\\_\\_akacao=1339166&\\_\\_akcnt=7b2a4a5b&\\_\\_akvkey=d1d4&utm\\_source=akna&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=TELA+VIVA+News+-+04%2F04%2F2013+23%3A02](http://www.telaviva.com.br/04/04/2013/foco-de-atencao-de-quem-consome-tv-e-Internet-simultaneamente-raramente-esta-na-tv/tl/335857/news.aspx?__akacao=1339166&__akcnt=7b2a4a5b&__akvkey=d1d4&utm_source=akna&utm_medium=email&utm_campaign=TELA+VIVA+News+-+04%2F04%2F2013+23%3A02). Acessado em 11 abr. 2013.

\_\_\_\_\_. *No Futuro, Pode não Haver Espaço para Canais de Nicho na TV Aberta, diz Globo*. 2013b. Disponível em: [http://www.telaviva.com.br/15/09/2013/no-futuro-pode-nao-haver-espaco-para-canais-de-nicho-na-tv-aberta-diz-globo/tl/354539/news.aspx?\\_\\_akacao=1590525&\\_\\_akcnt=7b2a4a5b&\\_\\_akvkey=8044&utm\\_source=akna&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=TELA+VIVA+News+-+16%2F09%2F2013+04%3A15](http://www.telaviva.com.br/15/09/2013/no-futuro-pode-nao-haver-espaco-para-canais-de-nicho-na-tv-aberta-diz-globo/tl/354539/news.aspx?__akacao=1590525&__akcnt=7b2a4a5b&__akvkey=8044&utm_source=akna&utm_medium=email&utm_campaign=TELA+VIVA+News+-+16%2F09%2F2013+04%3A15). Acessado em 16 set. 2013.

LAW, John; URRY, John. *Enacting the Social*. 2004. Disponível em: <http://www.heterogeneities.net/publications/LawUrry2004EnactingTheSocial.pdf>. Acessado em 19 abr. 2013.

LEMOS, André. *Espaço, Mídia Locativa e Teoria Ator-Rede*. In: *Revista Galáxia*, n. 25. São Paulo: Editora Puc-SP, 2013.

LÉVY, Pierre. *As Tecnologias da Inteligência - O Futuro do Pensamento na Era da Informática*. São Paulo: Ed. 34, 1995.

\_\_\_\_\_. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *As Estruturas Elementares do Parentesco*. Petrópolis: Vozes, 1976.

LINS, Consuelo. *O Documentário de Eduardo Coutinho: Televisão, Cinema e Vídeo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2004.

LYOTARD, Jean-François. *A Condição Pós-Moderna*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

LULL, James. *Media, Communication, Culture. A Global Approach*. New York: Columbia University Press, 2000.

MACDONALD, Kevin. *Kevin MacDonald on Life in a Day*. Disponível em:

[http://www.youtube.com/watch?v=C\\_4uii96xqM](http://www.youtube.com/watch?v=C_4uii96xqM). Acessado em 20 jul. 2012.

\_\_\_\_\_. *Life in a Day: Around the World in 80,000 Clips*. 2011. Disponível em:

<http://www.guardian.co.uk/film/2011/jun/07/life-in-a-day-macdonald>. Acessado em 26 jul. 2013.

MACHADO, Arlindo. *Televisão Levada a Sério*. São Paulo: Senac, 2000.

MACIEL, Maria Esther. *O Livro dos Nomes*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

MAGALHÃES, Francisco Laerte. *A Imagem e a Imagem nos Discursos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.

MAIA, Rousiley Celi Moreira. *Internet e Esfera Civil: Limites e Alcances da Participação Política*. In: *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

MARTHE, Marcelo. *A Nova Era da Televisão*. In: *Revista Veja*. Ed. 1973. São Paulo: Abril, 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001a.

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

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

\_\_\_\_\_. *Nuevos Regímenes de Visualidad y Descentramientos Culturales*. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, s.d.

MASSAROLO, João Carlos. *Das Possibilidades Narrativas nas Plataformas de Mídia*. In: *Televisão: Formas Audiovisuais de Ficção e de Documentário*. Campinas: Ed UNICAMP, 2012.

MATOS, Olgária. *Discretas Esperanças: reflexões filosóficas sobre o mundo contemporâneo*. São Paulo: Nova Alexandria, 2006.

MATTERLART, Armand; MATTERLART, Michele. *Theories of Communication: A Short Introduction*. Londres: Sage, 1998.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1993.

MCPHEE, Robert; ZAUG, Pamela. *The Communicative Constitution of Organizations: A Framework for Explanation*. In: *Building Theories of Organization: The Constitutive Role of Communication*. Londres: Routledge, 2009.

MCQUAIL, Denis. *Mass Communication Theory: An Introduction*. Londres: Sage, 1994.

MEDINA, Cremilda. *A Arte de Tecer o Presente: Narrativa e Cotidiano*. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

\_\_\_\_\_. *Jornalismo e Signo da Relação: a Magia do Cinema na Roda do Tempo*. 2007.

Disponível em:

<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/3187/2996>. Acesso em 05 out. 2012.

MEIKLE, Graham; YOUNG, Sherman. *Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life*. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2012.

MELUCCI, Alberto. *Nomads of the Present: Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society*. Filadélfia: Temple University Press, 1989.

MENDES, Emilia Lopes. *O Conceito de Ficcionalidade e sua Relação com a Teoria Semiolinguística*. In: MACHADO, Ida, et all. (orgs). *Movimentos de um Percurso em Análise do Discurso*. Belo Horizonte: NAD\FALE\UFMG, 2005.

MERRITT, Davis. *Public Journalism and Public Life*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates Press, 1995.

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

- MIGUEL, Luis Felipe. *O Campeão da 'União': O Discurso de Fernando Henrique na Campanha de 1994*. Comunicação & Política, vol. V, nº 1, nova série, p.49-82, 1998.
- \_\_\_\_\_. *Os Meios de Comunicação e a Prática Política*. Lua Nova, 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ln/n55-56/a07n55556.pdf>. Acessado em 20 de janeiro de 2012.
- MILLER, Toby. *Cybertarians of the World Unite: You Have Nothing to Lose But your Tubes*. In: *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden, 2009.
- MORAES, Dênis de. *Comunicação Alternativa, Redes Virtuais e Ativismo: Avanços e Dilemas*. 2007. Disponível em: <http://issuu.com/eptic/docs/121028223651-13a66e94dcfd4bb09dfbd688d6a556b0/1?e=0>. Acessado em 27 de março de 2013.
- MOROZOV, Evgeny. *The Net Delusion: How Not to Liberate the World*. Londres: Penguin Books, 2011.
- MOY, Patrícia; XENOS, Michael; HESS, Verena. *Communication and citizenship: Mapping the political effects of infotainment*. Seattle: University of Washington Press, 2005.
- MULGAN, Geoff. *Television's Holy Grail: Seven Types of Quality*. In: *The Question of Quality*. Londres: British Film Institute, 1990.
- MUNIZ, Diógenes. “Éramos Felizes e Não Sabíamos”, *Diz Diretor da Globo Sobre Novas Mídias*. 2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u437464.shtml>. Acessado em 20 de janeiro de 2012.
- NAKASHIMA, Ryan. *Câmera, Ação, YouTube*, 2012. Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/link/camera-acao-youtube/>. Acesso em 12 jun. 2012.
- NAZARENO, Claudio. *Tecnologias da Informação e Sociedade: o Panorama Brasileiro*. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2006.
- NEALE, Stephen. *Genre and Cinema*. Londres: Open University, 1981.
- NIGHTINGALE, Virginia. *The Cameraphone and Online Image Sharing*. Londres: Routledge, 2007.
- OECD (Organization for Economic Co-operation and Development). *Participative Web: User-created Content*. 2007. Disponível em: <http://www.oecd.org/internet/ieconomy/38393115.pdf>. Acessado em 11 mai. 2013.
- PAIVA, Raquel. *O Espírito Comum: Comunidade, Mídia e Globalismo*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

PAIVA, Raquel; MUNIZ, Sodré. *O Sequestro da Fala Comunitária*. Disponível em: [http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/rpaiva\\_osequestrodafala.pdf](http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/rpaiva_osequestrodafala.pdf). Acesso em 05 out. 2012.

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

\_\_\_\_\_. *Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate*. Salvador: FACOM, 2002b. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacaomemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf). Acessado em 11 out. 2011.

\_\_\_\_\_. *O que é Cultura Digital?* In: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (org.). *Cultura Digital.Br*. Rio de Janeiro: Beco do Azougue Editorial, 2009.

PATEMAN, Carole. *Participation and Democratic Theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1970.

PNAD 2008. *Retratos do Brasil*. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/economia/mat/2009/09/17/retratos-do-brasil-pnad-2008-767663257.asp>. Acessado em 05 jan. 2011.

PINTO, Milton José. *Comunicação e Discurso: Introdução à Análise de Discursos*. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

\_\_\_\_\_. *Semiologia e Imagem*. In: BRAGA, José Luiz; NETO, Antônio Fausto; PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). *A Encenação dos Sentidos: Mídia, Cultura e Política*. Rio de Janeiro: Compós, Diadorim, 1995.

POLIZELLI, Demerval; OZAKI, Adalton. *Sociedade da Informação*. Editora Saraiva, 2007.

PORTAL IMPRENSA. *Assistir TV é Atividade Preferida do Brasileiro no Tempo Livre, Diz Pesquisa*. 2012. Disponível em: <http://portalimprensa.uol.com.br/noticias/brasil/48268/assistir+tv+e+atividade+preferida+do+brasileiro+no+tempo+livre+aponta+pesquisa>. Acessado em 02 abr. 2012.

PRIMO, Alex. *Interação Mediada por Computador*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.

PRIOLLI, Gabriel. *No Ar, o Trapalhão Ernesto Varela*. Disponível em: <http://marcelotas.terra.com.br/imprensa-criticas-interna.php?idConteudo=69>. Acessado em 09 abr. 2013.

PUTNAM, Robert. *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*. Princeton: Princeton University Press, 1995.

RAMALHO, Cristiane. *Notícias da Favela*. Rio de Janeiro: Editora Aeroplano, 2007.

RAMONET, Ignácio. *A Tirania da Comunicação*. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.  
 \_\_\_\_\_. *O Poder Midiático*. In: *Por Uma Outra Comunicação: Mídia, Mundialização Cultural e Poder*. Rio de Janeiro: Record, 2010.

RAMOS, Silvia. *Pacificação*. 2011. Disponível em:  
<http://acervo2.vivafavela.com.br/revistas/pacificacao>. Acessado em 16 set. 2013.

RANCIERE, Jacques. *A Partilha do Sensível*. São Paulo: Ed. 34, 2005.

RESENDE, Fernando. *A Comunicação Social e o Espaço Público Contemporâneo*. In: *Revista Alceu*, v.5 – n.10. Rio de Janeiro: PUC-RIO, 2005.

\_\_\_\_\_. *O Jornalismo e a Enunciação: Perspectivas para um Narrador-Jornalista*. In: *Narrativas Midiáticas Contemporâneas*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.

\_\_\_\_\_. *O Jornalismo e Suas Narrativas: As Brechas do Discurso e as Possibilidades do Encontro*. In: *Revista Galáxia*, n. 18, p.31-43. São Paulo: PUCSP, 2009.

\_\_\_\_\_. *(Est)ética da Praça: Rua, Mídia e Partilha*. In: *Revista Intexto*. 2013. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/41159>. Acessado em 10 fev. 2014.

RHEINGOLD, Howard. *Mobile Virtual Communities*. 2002. Disponível em:

[http://pdf.aminer.org/000/329/802/virtual\\_social\\_clubs\\_meeting\\_places\\_for\\_the\\_internet\\_community.pdf](http://pdf.aminer.org/000/329/802/virtual_social_clubs_meeting_places_for_the_internet_community.pdf). Acessado em 16 abr. 2013.

RHODES, Richard. *Visions of Technology: a Century of Vital Debate About Machines, Systems and the Human World*. New York: Simon & Schuster, 1999.

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

ROLFINI, Fabiana. *Brasil Já é o Sétimo Maior Mercado de Internet no Mundo*.

Disponível em: <http://www.telaviva.com.br/21/03/2012/brasil-ja-e-o-setimo-maior-mercado-de-Internet-no-mundo/tl/268806/news.aspx>. Acessado em 22 mar. 2012.

ROSA, Guimarães. *Grande Sertão: Veredas*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

ROSENFELD, Jean-Marc. *Filmar, uma Reversão do Olhar*. Campinas: Unicamp, 2000.

ROSZAK, Theodore. *Person/Planet: The Creative Disintegration of Industrial Society*. Bloomington: iUniverse, 2003.

RUBIM, Antônio. *Comunicação, espaço público e eleições presidenciais*. In: *Comunicação & política*, NICOM UFBA, n. 24, p.7-21. Salvador: UFBA, 1990.

RÜDIGER, Francisco. *Elementos para a Crítica da Cibercultura*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

\_\_\_\_\_. *As Teorias da Cibercultura: Perspectivas, Questões e Autores*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

RYAN, Marie-Laure. *Defining Media from the Perspective of Narratology*. In: *Narratology Beyond Literary Criticism*. Berlim: Walter de Gruyter, 2005.

SALAVERRÍA, Ramón. *Hipertexto Periodístico: Mito y Realidad*. Disponível em: [http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5095/1/tripodos2005\\_hipertexto\\_periodistico.pdf](http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5095/1/tripodos2005_hipertexto_periodistico.pdf). Acessado em 29 mar. 2013.

\_\_\_\_\_. *Entrevista Ramón Salaverría*. In: *O Destino do Jornal*. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SAMPEDRO, Víctor; JEREZ, Ariel; LÓPEZ, José. *ONGs, Medios de Comunicación y Visibilidad Pública: La Ciudadanía Ante la Mediatización de los Mensajes Sociales*. Madrid: Istmo, 2002.

SANT'ANNA, Lourival. *O Destino do Jornal*. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SANTORO, Luiz Fernando. *A imagem nas Mãos: O Vídeo Popular no Brasil*. São Paulo: Summus Editorial, 1989.

SARTORI, Giovanni. *La sociedad multiétnica. Pluralismo, multiculturalismo y extranjeros*. Madrid: Ed. Taurus, 2002.

SCHILLER, Herbert. *The Corporate Takeover of Public Expression*. Nova Iorque: Oxford University Press, 1989.

SCOTT, Ridley. *Shooting for Life in da Day*. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=xMdsx0wv1Yo>. Acessado em 20 jul. 2012.

SERVAES, Jan. *Communication for development: One world, multiple cultures*. Cresskill: Hampton Press, 1999.

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

SHIRKY, Clay. *A Cultura da Participação – Criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SIBILIA, Paula. *O Show do Eu: A Intimidade Como Espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Luiz Martins da. *Sociedade, Esfera Pública e Agendamento*. In: BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (org.). *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

SILVEIRA, Sergio Amadeu de. *Liberdade, Diversidade e Controle na Internet*. Revista Reciis, v.4, n.4. Rio de Janeiro: ICICT/FIOCRUZ, 2010.

SOARES, Rosana de Lima. *Margens da Comunicação: Discurso e Mídias*. São Paulo: Annablume, 2009.

SOCIAL TIMES. *Emerging Trends for Viral Videos and the Implications for Advertising*, 2008. Disponível em: [http://socialtimes.com/emerging-trends-in-viral-video-and-the-implications-for-advertising\\_b982](http://socialtimes.com/emerging-trends-in-viral-video-and-the-implications-for-advertising_b982). Acessado em 04 jul. 2012.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho – uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

\_\_\_\_\_. *Objeto da Comunicação é a Vinculação Social*. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/entrevista%209-1.htm>. Acesso em 05 out. 2012.

\_\_\_\_\_. *O Monopólio da Fala*. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.

SORJ, Bernardo. *Brasil@povo.com: A Luta Contra a Desigualdade na Sociedade da Informação*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

SOUZA, Ana Paula; PINHEIRO, Daniel; ATHAYDE, Phydia de. *O Brasil cai na Rede*. In: *Revista Carta Capital*, n.508, Ano XV. São Paulo: Editora Confiança, 2008.

STAM, Robert. *Bakhtin: da Teoria Literária à Cultura de Massa*. São Paulo: Ática: 1992.

TELA VIVA. *95% dos Novos Assinantes de TV são das Classes C e D*. Disponível em: [http://www.telaviva.com.br/23/04/2013/95-dos-novos-assinantes-de-tv-sao-das-classes-c-e-d/tl/338258/news.aspx?\\_\\_akacao=1367220&\\_\\_akcnt=7b2a4a5b&\\_\\_akvkey=31e9&utm\\_source=akna&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=TELA+VIVA+News+-+23%2F04%2F2013+21%3A50](http://www.telaviva.com.br/23/04/2013/95-dos-novos-assinantes-de-tv-sao-das-classes-c-e-d/tl/338258/news.aspx?__akacao=1367220&__akcnt=7b2a4a5b&__akvkey=31e9&utm_source=akna&utm_medium=email&utm_campaign=TELA+VIVA+News+-+23%2F04%2F2013+21%3A50). Acessado em 24 abr. 2013.

\_\_\_\_\_. *Brasil Chega a 42 Milhões de Acessos a Banda Larga*, 2011. Disponível em: <http://www.telaviva.com.br/20/06/2011/brasil-chega-a-42-milhoes-de-acessos-a-banda-larga/tl/228710/news.aspx>. Acessado em 26 mar. 2012.

\_\_\_\_\_. *Brasil termina 2012 com 86 milhões de acessos banda larga*. Disponível em: [http://www.telaviva.com.br/18/01/2013/brasil-termina-2012-com-86-milhoes-de-acessos-banda-larga/tl/321220/news.aspx?\\_\\_akacao=1234297&\\_\\_akcnt=7b2a4a5b&\\_\\_akvkey=e659&utm\\_source=akna&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=TELA+VIVA+News+-+18%2F01%2F2013+20%3A28](http://www.telaviva.com.br/18/01/2013/brasil-termina-2012-com-86-milhoes-de-acessos-banda-larga/tl/321220/news.aspx?__akacao=1234297&__akcnt=7b2a4a5b&__akvkey=e659&utm_source=akna&utm_medium=email&utm_campaign=TELA+VIVA+News+-+18%2F01%2F2013+20%3A28). Acessado em 21 jan. 2013.

\_\_\_\_\_. *Brasileiro Consome 20 Horas Semanais de TV*. Disponível em: [http://www.telaviva.com.br/15/04/2013/brasileiro-consome-20-horas-semanais-de-tv/tl/337217/news.aspx?\\_\\_akacao=1354639&\\_\\_akcnt=7b2a4a5b&\\_\\_akvkey=2112&utm\\_source=akna&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=TELA+VIVA+News+-+15%2F04%2F2013+22%3A06](http://www.telaviva.com.br/15/04/2013/brasileiro-consome-20-horas-semanais-de-tv/tl/337217/news.aspx?__akacao=1354639&__akcnt=7b2a4a5b&__akvkey=2112&utm_source=akna&utm_medium=email&utm_campaign=TELA+VIVA+News+-+15%2F04%2F2013+22%3A06). Acessado em 21 abr. 2013.

\_\_\_\_\_. *Consumo de Vídeos Online Cresce 18% no Brasil em 2012*. Disponível em: [http://www.telaviva.com.br/14/03/2013/consumo-de-videos-online-cresce-18-no-brasil-em-2012/tl/330758/news.aspx?\\_\\_akacao=1309115&\\_\\_akcnt=7b2a4a5b&\\_\\_akvkey=8e36&utm\\_source=akna&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=TELA+VIVA+News+-+14%2F03%2F2013+21%3A49](http://www.telaviva.com.br/14/03/2013/consumo-de-videos-online-cresce-18-no-brasil-em-2012/tl/330758/news.aspx?__akacao=1309115&__akcnt=7b2a4a5b&__akvkey=8e36&utm_source=akna&utm_medium=email&utm_campaign=TELA+VIVA+News+-+14%2F03%2F2013+21%3A49). Acessado em 19 mar. 2013.

\_\_\_\_\_. *Ibope: 83,4 milhões de brasileiros estão na Internet*, 2012. Disponível em: <http://www.telaviva.com.br/29/08/2012/ibope-83-4-milhoes-de-brasileiros-estao-na-Internet/tl/296218/news.aspx>. Acessado em 30 ago. 2012

\_\_\_\_\_. *Número de Brasileiros com Acesso à Internet Cresce 7% e Chega a 83 Milhões*, 2013. Disponível em: [http://www.telaviva.com.br/27/09/2013/numero-de-brasileiros-com-acesso-a-internet-cresce-7-e-chega-a-83-milhoes/tl/356342/news.aspx?\\_\\_akacao=1611798&\\_\\_akcnt=7b2a4a5b&\\_\\_akvkey=49ca&utm\\_source=akna&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=TELA+VIVA+News+-+27%2F09%2F2013+22%3A09](http://www.telaviva.com.br/27/09/2013/numero-de-brasileiros-com-acesso-a-internet-cresce-7-e-chega-a-83-milhoes/tl/356342/news.aspx?__akacao=1611798&__akcnt=7b2a4a5b&__akvkey=49ca&utm_source=akna&utm_medium=email&utm_campaign=TELA+VIVA+News+-+27%2F09%2F2013+22%3A09). Acessado em 30 set. 2013

\_\_\_\_\_. *Pessoas Passam Mais Tempo na Internet do que na TV*, 2009. Disponível em: <http://www.telaviva.com.br/27/03/2009/pessoas-passam-mais-tempo-na-Internet-do-que-na-tv-aponta-pesquisa/tl/126207/news.aspx>. Acessado em 05 jan. 2011.

\_\_\_\_\_. *Segundo Ibope Nielsen, 82 Milhões de Pessoas Têm Acesso à Internet no Brasil*, 2012. Disponível em: <http://www.telaviva.com.br/11/06/2012/segundo-ibope-nielsen-82-milhoes-de-pessoas-tem-acesso-a-Internet-no-brasil/tl/282773/news.aspx>. Acessado em 12 jun. 2012

\_\_\_\_\_. *Um a Cada Seis Brasileiros Navega na Internet Enquanto Assiste à TV*, 2012. Disponível em: <http://www.telaviva.com.br/25/06/2012/um-a-cada-seis-brasileiros-navega-na-Internet-enquanto-assiste-a-tv/tl/285392/news.aspx>. Acessado em 26 jun. 2012

\_\_\_\_\_. *YouTube terá Estrutura de Produção em Nova York*, 2013. Disponível em: [http://www.telaviva.com.br/02/08/2013/youtube-tera-estrutura-de-producao-em-nova-york/tl/349860/news.aspx?\\_\\_akacao=1525012&\\_\\_akcnt=7b2a4a5b&\\_\\_akvkey=be20&utm\\_source=akna&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=TELA+VIVA+News+-+02%2F08%2F2013+21%3A20](http://www.telaviva.com.br/02/08/2013/youtube-tera-estrutura-de-producao-em-nova-york/tl/349860/news.aspx?__akacao=1525012&__akcnt=7b2a4a5b&__akvkey=be20&utm_source=akna&utm_medium=email&utm_campaign=TELA+VIVA+News+-+02%2F08%2F2013+21%3A20). Acessado em 05 ago. 2013

TELETIME. *Vídeos são Destaque Entre Conteúdos da Internet*, 2011. Disponível em: <http://www.teletime.com.br/24/06/2010/videos-sao-destaque-entre-conteudos-da-Internet/tl/187667/news.aspx>. Acessado em 05 jan. 2011

THOMPSON, John. *The Media and Modernity – A Social Theory of the Media*. Stanford: Stanford University Press, 1995.

TODOROV, Tzvetan. *A Literatura em Perigo*. São Paulo: Difel, 2009.

TRÄSEL, Marcelo. *A participação do público nos webjornais Wikinews e Kuro5hin*. In: *V Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo*, v. 1. p. 1-19. Anais SBPJor - Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (CD-Rom). Aracajú: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2007.

- UNESCO. *Public Broadcasting: Why? How?* Disponível em: [unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058eo.pdf](http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058eo.pdf). Acessado em 02 de agosto de 2011.
- URICCHIO, William. *Cultural Citizenship in the Age of P2P Networks*. In: *European Culture and the Media*. Bristol: Intellect Books, 2004.
- VALENTE, Jonas. *Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro*. São Paulo: Paulus, Intervezes, 2009.
- VATIKIOTIS, Pantelis. *Democratic Potentials of Citizen's Media Practices*. In: *Understanding Community Media*. Londres: Sage Publications, 2010.
- VELHO, Gilberto. *Individualismo e Cultura: Notas para uma Antropologia da Sociedade Contemporânea*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- VERÓN, Eliseo. *Communications*. Stanford: Stanford University Press, 1978.
- VIVA FAVELA. *Quem Somos*, 2011. Disponível em: <http://www.vivafavela.com.br/quem-somos-0>. Acessado em 05 jan. 2011
- VIVA RIO. *Viva Favela*, 2012. Disponível em: <http://vivario.org.br/viva-favela>. Acessado em 04 jul. 2012.
- VIZEU, Alfredo. *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2005.  
\_\_\_\_\_. *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.
- WAHL-JORGENSEN, Karin. *Mediated Citizenship(s): An introduction*. Londres: Routledge Editions, 2006.
- WALKER, Joe. *The Film's Editor How-To Guide for Life in da Day*. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=1nIIVH0R0kY>. Acessado em 20 jul. 2012.
- WATERCUTTER, A. *Life in a Day Distills 4,500 Hours of Intimate Video Into Urgent Documentary*. 2011. Disponível em: <http://www.wired.com/underwire/2011/07/life-in-a-day-interviews/all/1>. Acessado em 26 jul. 2013.
- WELLMAN, Barry. *Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation, and Community Commitment*. In: *American Behavioral Scientist*. V.45, n.3. Londres: Sage Publications, 2001.
- WILLIAMS, Raymond. *Television: Technology and Cultural Form*. Londres: Fontana, 1974.
- WILLIS, Susan. *Cotidiano para Começo de Conversa*. Rio de Janeiro: Graal, 1997.

WOLTON, Dominique. *Elogio do Grande Público: Uma Teoria Crítica da Televisão*. São Paulo: Editora Ática, 1996.

\_\_\_\_\_. *Entrevista*. In: *Mídia com Democracia*. N.8. Brasília: FNDC, 2009.

\_\_\_\_\_. *Internet, e Depois?: uma Teoria Crítica das Novas Mídias*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2003.

#### VIDEOGRAFIA:

ABRAMS, J. J.; LIEBER, Jeffrey; LINDELOF, Damon. *Lost*. 52 minutos. Estados Unidos: 2004.

BEIRÃO, Nereide. *Repórter Brasil*. 30 minutos. Brasil: 2011.

BONNER, William. *Jornal Nacional*. 30 minutos. Brasil: 2011.

CONTI, Mario Sergio. *Roda Viva*. 85 minutos. Brasil: 2013.

COSTA, Petra. *Elena*. 80 minutos. Brasil: 2012.

COUTINHO, Eduardo. *Edifício Master*. 110 minutos. Brasil: 2002.

\_\_\_\_\_. *Jogo de Cena*. 100 minutos. Brasil: 2007.

FERRARI, Pepita. *Capturing Reality: The Art of Documentary*. 97 minutos. Canadá: 2008.

GAYLOR, Brett. *Rip!: a Remix Manifesto*. 80 minutos. Canadá: 2009.

MARCO, Gonzalo. *CQC – Custe o que Custar*. 120 minutos. Brasil: 2012.

MURRO, Noam. *HBO Imagine*. 26 minutos. Estados Unidos: 2009. Disponível em: <http://www.hbo.com>. Acessado em 26 set. 2010.

MACDONALD, Kevin. *A Vida em um Dia*. 90 minutos. Reino Unido: 2011.

MEIRELLES, Fernando. *Olho Mágico*. 26 minutos. Brasil: 1984.

## ANEXO

Sinopses oficiais dos vídeos analisados da Revista Viva Favela:

### **Edição “Festa na Favela” (quatro vídeos):**

“Flashes e Atabaques”: Foto-ensaio que retrata o diversificado universo das festividades que acontecem na comunidade da Vila Castelo Branco, bairro periférico de Campinas, interior de São Paulo. Música, dança e ritmos de origem africana compõe a coletânea de fotos produzidas durante comemorações na Casa de Cultura Tainã.

“Jongo da Serrinha”: A escravidão acabou e o ritmo marcante dos escravos ainda se mantém vivo no alto do morro da Serrinha, em Madureira. Repleto de batuque, danças e cantigas, o Jongo luta para não morrer as raízes da cultura negra. Assim, crianças aprendem desde cedo a dança, que se transforma em uma grande festa para a comunidade.

“A Tradicional Festa de São Jorge em Nova Iguaçu”: O dia 23 de abril, em Nova Iguaçu, é comemorado com muitas homenagens a São Jorge. Ao longo do dia são realizadas missas, procissão, feiras de artesanatos e comidas típicas. Durante a semana também acontecem outras atividades voltadas para homenageá-lo. Como a apresentação da peça “Salve Jorge – o intrépido santo do povo!”. A festa reúne devotos católicos e espíritas que têm o Guerreiro como protetor de suas vidas. O evento acontece anualmente em pontos variados da cidade como o Espaço Cultural Sylvio Monteiro e Paróquia Nossa Senhora de Fátima e São Jorge.

“Zona Sul de São Paulo, um Polo de Cultura”: Um mapeamento das dinâmicas socioculturais da região sul foi realizado para conhecer o território mais amplo onde se insere o SESC Santo Amaro. Os critérios utilizados foram a relação das atividades com aquelas que o SESC já promove; a inserção e o impacto das ações no território, bem como a articulação das manifestações com redes mais amplas. Para o processo de identificação e mapeamento cultural foram utilizados agentes sociais do bairro, e as informações coletadas na pesquisa obtidas em um questionário qualitativo e quantitativo aplicado aos entrevistados. Esta vídeo-reportagem conversa com o coordenador do projeto, Marcos Luchesi e com outros integrantes da equipe. Também mostra alguns acontecimentos como poetas recitando em saraus e ações culturais acontecendo na favela.

### **Edição “Esporte na Favela” (seis vídeos):**

“Flamengo até Morrer”: Moradora do Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, mostra em casa a sua devoção ao time de futebol Flamengo.

“Goleada pela Paz na Maré”: O dia 21 de setembro foi escolhido como Dia Mundial da Paz e, para comemorar, os alunos da Vila Olímpica da Maré disputaram uma partida celebrando a data. Este importante espaço esportivo rompe alguns paradigmas no que diz respeito ao direito de ir e vir, pois recebe jovens, adultos, idosos e crianças, de toda Maré,

desfazendo o mito de que quem mora numa comunidade controlada por determinada facção criminosa não poder ir em outra.

“De Japeri para as Piscinas de Natação”: O nadador Mario Sérgio, 18 anos, nascido e criado em Japeri, é um dos esportistas mais conhecido em seu município. Ele começou a competir aos 10 anos de idade. Fez um teste para treinar no Clube Fluminense, em Laranjeiras, aos 13 anos e, segundo seus pais, surpreendeu os treinadores com sua desenvoltura nas águas. Passou a treinar pelo clube, participou de diversas competições no Rio e na Baixada Fluminense e conquistou mais de vinte medalhas. Até que ele resolveu dar um tempo no esporte para se dedicar aos estudos.

“Judô, o Caminho da Mudança”: O esporte inserido dentro das comunidades carentes pode ajudar a mudar muitas vidas. Esse foi o caso das judocas Rafaela Silva e Raquel Silva, ex-moradoras da Cidade de Deus. Com muita garra e força de vontade, as atletas conseguiram provar com seus talentos que o judô também é uma modalidade para as mulheres, superando os obstáculos da pobreza, dos preconceitos e conquistando o mundo.

“Projeto Vida Corrida – Capão Redondo”: Projeto de inclusão de meninas e mulheres no esporte, na comunidade do Capão Redondo, São Paulo. Idealizado pela ex-maratonista Neide Silva, moradora do bairro, o projeto ganhou diversos prêmios.

“Boas Ondas no Cantagalo”: O desejo de todo surfista é encontrar a onda perfeita. Em um CIEP da comunidade Morro do Cantagalo está a sede do Favela Surf Club, um projeto que há mais de 20 anos leva educação e cidadania ao dia a dia de crianças e adolescentes, através do surfe.

### **Edição “Trabalhadores” (um vídeo):**

“A Reciclagem em Jardim Gramacho”: Jardim Gramacho, bairro pertencente ao município de Duque de Caxias onde a maioria dos moradores retira do lixo a céu aberto seu sustento e de sua família, ajudando a diminuir a poluição do meio ambiente. O trabalho é difícil e cansativo, até porque os recursos são escassos, sem nenhuma tecnologia para auxiliar no trabalho, sendo tudo realizado manualmente. A reciclagem gera milhares de empregos, incluindo assim pessoas de baixa renda no trabalho formal.

### **Edição “Pacificação” (dois vídeos)**

“Pacificação?!”: Uma edição de eventos que contam um processo nada pacífico nas comunidades do Rio de Janeiro.

“Visões da Pacificação”: As Unidades de Polícia Pacificadoras foram implantadas nas favelas cariocas como medida para inibir a violência e o tráfico de drogas. Esta ação atingiu diretamente os moradores dessas favelas, os moradores do entorno e toda a população carioca. Indiretamente, as UPPs passaram também a fazer parte da vida dos moradores de outras regiões do país, principalmente das rodas de conversas informais.