
Deslocamentos no telejornalismo e a identidade profissional¹

Heidy VARGAS²

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo

RESUMO

O presente artigo reflete sobre possíveis deslocamentos no fazer telejornalístico no Brasil diante do fenômeno da pós-modernidade e aponta mudanças no horizonte do audiovisual do *mass mídia* orientadas pela reconfiguração do ecossistema midiático reticular e o consumo. Essas operações narrativas teriam deslocado o centro do foco narrativo, que antes era o conteúdo, para o eixo da forma e da experiência estética e pessoal diante de um regime de sentimentos. A partir de uma revisão de literatura, este artigo, de cunho teórico, revisita preliminarmente conceitos da pós-modernidade com David Harvey (2001); Mike Featherstone (1995) e Fredric Jameson (1985;1996) e os conceitos de identidade tratados por Stuart Hall (2008; 2011), Claude Dubar (2009) e Kathryn Woodward (2009).

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; telejornalismo; pós-modernidade; identidade.

Cenário de transformações

O que se convencionou chamar de jornalismo é o legitimado pela prática profissional, o jornalismo hegemônico. Este tem como premissa uma postura imparcial, direta e clara bem distante das subjetividades, pois conhecer exige objetividade. O telejornalismo profissional também segue as mesmas premissas. Mas em sua gramática cunhou outros modos de fazer com imagens com enquadramento equilibrado, presença do repórter no local dos fatos, entrevista realizada toda pela equipe na rua, pluralidade de vozes, texto objetivo e direto. Estratégias previstas em todos os manuais de telejornalismo. Porém, é possível notar alguns deslocamentos narrativos na forma de construir a notícia desde as manifestações de junho de 2013³. Tais produtos profissionais vêm sendo repensados diante das diferentes produções audiovisuais contra hegemônicas, criadas por redes independentes que narraram os protestos. Desde então, o “como narrar” vem modificando paulatinamente uma série de modos de fazer e produzir o

¹ Trabalho apresentado no GP de Telejornalismo, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Heidy Vargas é doutoranda no programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da ESPM-SP. É mestre em cinema documentário pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), jornalista e professora de Telejornalismo e Documentário ESPM-SP. email: heidyvargas414@gmail.com.

³ Série de manifestações em massa ocorridas em todo o Brasil em junho de 2013 organizada pelo Movimento do Passe Livre. Exigia mudança em diversos setores da sociedade. Teve como críticas o aumento da tarifa de transportes públicos, falta de investimento nos serviços públicos, a falta de políticas públicas, gastos com a Copa do Mundo, reivindicações trabalhistas e classistas de diferentes lugares.

telejornalismo. A época das manifestações, grupos independentes realizaram vídeos caseiros. Utilizaram o celular para gravar as imagens, plano sequência para revelar o calor das manifestações e um modo pessoal de narrar o mundo (primeira pessoa), principalmente explorando o ao vivo, que se espalhou na estrutura reticular das redes sociais. As manifestações fizeram surgir os *streamers*, ou seja, os midiativistas que transmitiram ao vivo de dentro das manifestações o que estava acontecendo.

Além das produções audiovisuais amadoras de 2013, a pandemia também potencializou mudanças no fazer telejornalístico. O distanciamento exigiu criatividade e um desprendimento das narrativas clássicas, pois a cobertura da Covid-19 mudou a rotina do trabalho e provocou alguns deslocamentos na narrativa. São inúmeras reportagens em que vemos a utilização de imagens feitas por plataformas de videoconferência, imagens realizadas pelo celular por entrevistados ou enviadas pela própria audiência, a entrega do microfone aos entrevistados, as passagens realizadas dentro das redações e com máscara ou dentro das casas dos repórteres, além de reuniões de pauta e edições todas realizadas remotamente. As mudanças na produção do telejornal impactaram a qualidade da imagem e um deslocamento no comportamento do jornalista profissional, que hoje admite tais práticas em sua rotina. Agora, o cenário de convergência (SCOLARI, 2008) tem reconfigurado a lógica de produção, ou seja, o que realmente importa é o valor da informação e a integração das diferentes mídias e não mais a qualidade técnica como era valorizado até pouco tempo atrás. A título de ilustração citaremos algumas situações emblemáticas exibidas nos anos de 2020 e 2021 na rede de televisão de maior audiência no Brasil, a Rede Globo.

Há de se notar que os jornalistas estão utilizando cada vez mais de uma narrativa emocionada em suas entradas ao vivo. São várias as manifestações compartilhamento da vida privada ou emoção. Pedro Neville⁴, repórter da *Globo News*, canal a cabo da Rede Globo, chorou ao vivo a perda da mãe ao falar da morte da atriz Nicette Bruno e foi acolhido pela apresentadora Lílian Ribeiro. Em outro momento, a jornalista e comentarista Flávia Oliveira⁵, na *Globo News*, chorou ao comentar sobre a morte Kathlen Romeu, que aos 24 anos e grávida de quatro meses, morreu vítima de um tiroteio durante uma operação policial na comunidade de Lins, no Rio de Janeiro. Já o jornalista Flavio

⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GGrQNPzk0UA>

⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/globonews/estudio-i/video/flavia-oliveira-comenta-morte-de-jovem-gravida-no-rj-violencia-gratuita-que-so-produz-luto-em-familias-negras-de-favela-e-de-policiais-9588534.ghtml>

Fachel⁶ chorou na bancada do Bom Dia RJ, telejornal carioca na TV Globo, quando soube que a prefeitura do Rio de Janeiro iria vacinar a população idosa a partir de fevereiro de 2021. Ou quando Guilherme Pereira⁷, repórter do *Globo Esporte*, programa de esportes da TV Globo, se emocionou com a medalha de ouro nas Olimpíadas de Tóquio do surfista, Ítalo Ferreira. No momento, o repórter lembrou do pai, falecido, e da paixão que ambos tinham pelo mar e a lembrança se misturou a emoção do atleta Ítalo Ferreira. O repórter pediu desculpas ao vivo pela falta de controle emocional.

Outro momento importante foi no dia 3 de junho de 2020, na *Globo News*, no programa *Em Pauta*, quando jornalistas brancos comentavam sobre as manifestações antirracismo *Black Lives Matter*. As redes sociais pressionaram a produção a criar um outro programa somente com jornalistas negros⁸. No dia seguinte os jornalistas negros debateram as manifestações americanas, a falta de alteridade e humanidade, a desumanização dos corpos negros tudo diante de perspectiva pessoal no discurso. O uso da primeira pessoa foi a espinha dorsal do programa, pois todos presentes já tinham vivenciado situações de exclusão e racismo. O uso da primeira pessoa e a própria criação do programa com jornalistas negros pode ser considerado um deslocamento. A audiência também foi responsável, de forma indireta, a colocar as jornalistas afrodescendentes Flávia Oliveira e Zileide Silva como colunistas fixas.

Outro exemplo de deslocamento narrativo ocorreu no dia 20 de junho de 2020 quando o *Jornal Nacional* publicou um editorial emocionado que trouxe palavras como “sentimento”, “nação” e “empatia, que é a capacidade que um ser humano tem de se colocar no lugar do outro e de entender o que o outro sente,” como disse a apresentadora Renata Vasconcellos, para tocar no tema covid-19. Diante de um texto sensível, Renata Vasconcellos e Willian Bonner pediram para que o país parasse e pensasse nos mortos da pandemia⁹. Tal editorial tentava combater a desinformação e a importância da notícia feita por um “jornalismo profissional” diante da multiplicação de canais de informação e redes sociais.

Citamos deslocamentos nas reportagens, nos vivos dos repórteres, nos programas, editoriais e encerramos essa ilustração com uma campanha cujo título é: “Jornalismo é

⁶ Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2021/01/28/jornalista-flavio-fachel-chora-vacina-idosos-rio-de-janeiro.htm>

⁷ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9720387/>

⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/globonews/globonews-em-pauta/video/no-em-pauta-jornalistas-relatam-experiencias-com-racismo-8601095.ghtml>

⁹ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8641367/programa/?s=0s>

assim: feito por gente de verdade, como você”, exibida no dia 10 de junho 2021, que reuniu jornalistas de diferentes produtos e canais da Rede Globo¹⁰ (*Tv Globo, GloboNews, Extra, Valor Econômico e CBN*). A campanha destacava o lado humano do jornalista. Como estratégia, a produção recorreu a uma narrativa emotiva, subjetiva e ao que há de mais comum em nossas vidas que é a família. O vídeo traz gravações em áudio dos jornalistas para os seus familiares explicando o motivo da ausência nas reuniões de família e até em suas casas, tudo por causa da cobertura da pandemia. A imagem revela os jornalistas em atividade nas redações, em casa ou nas ruas. No *lettering* (texto impresso no vídeo) está escrito que os áudios são reais e foram enviados pelos jornalistas e familiares. Não há nome de nenhum jornalista em especial, pois todos vivem a mesma rotina. Mais uma vez a emoção aflora na edição dos vídeos que mostram os jornalistas em *slow* (efeito na edição que a imagem fica mais lenta) e os coloca como pessoas comuns, iguais a todos “como você. para construir um aponte segura entre fatos e pessoas”.

Pensando no processo comunicacional de forma ampla, é possível inferirmos que no telejornalismo contemporâneo o jornalista e a própria televisão vivem um momento de transformação profunda. Castells (1999) alerta que os meios massivos de comunicação fazem parte de uma cultura moderna e que os meios digitais têm dialogado com o pós-modernismo no que se refere a comunicação massiva. Assim, “os meios de comunicação, em especial a mídia audiovisual de nossa cultura, representam de fato o material básico dos processos de comunicação. Vivemos em um ambiente de mídia, e a maior parte de nossos estímulos simbólicos vem dos meios de comunicação” (CASTELLS, 2020, p. 421). Depois de décadas de controle, o meio encontrou uma realidade conectada e a convergência de múltiplas formas de mídia em diferentes telas despertou o interesse de comunicações interativas e heterogêneas.

Do ponto de vista histórico, a televisão entra na terceira era, a era da conectividade, flertando com mudanças descritas por Verón (2009) em três grandes eixos: o fim da grade de programação, a crise da televisão como meio e o novo telespectador. Mas como isso se deu? A televisão caminhou como descreveu Umberto Eco pela Paleo TV, quando as pessoas televisão como uma janela para o mundo na sala de casa. Depois, vivemos a segunda fase, a NeoTV, em que há um sistema misto entre público e privado

¹⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/hashtag/jornalismoaglobo>

com a chegada da tv à cabo e uma certa liberdade do telespectador que agora está com o controle em suas mãos; e agora estaríamos vivendo a terceira fase. Nela, Verón (2009) postula que o poder é dado ao espectador, pois há um aumento dos dispositivos midiáticos e os telespectadores não têm mais que assistir à televisão quando ela programa. Este momento é visto por Mário Carlón (2014) com pós-TV e o diagnóstico do fim da grade de programação seria visto como um sintoma de uma televisão em expansão. O mesmo contraponto às fases de Umberto Eco temos também Carlos Scolari (2004) que cunhou o termo hipertelevisão ou Hiper TV para essa terceira fase que vivemos. Esta é uma televisão que pensa na interação entre o receptor e o emissor, tem um olhar voltado para atender às necessidades do telespectador, é interativa, customiza programas e articula seus conteúdos com outras mídias interativas. O fenômeno abarca também uma outra necessidade de explorar a transmissão ao vivo com mais frequência e desta forma a televisão resiste e se transforma. Ao vivo ela traz a linguagem audiovisual para atualidade articulando acontecimentos reais relevantes na praça pública e como lugar de referência (VIZEU; CORREIA, 2008).

Não é proposta deste trabalho fazer um estudo de caso casos, mas sim refletir sobre o trabalho telejornalístico no atual momento. Antes a comunicação era de um para muitos. Agora, vemos todo um ecossistema informacional aberto e interativo, ou seja, de muitos para muitos. E é no jornalismo que temos um reflexo latente destas mudanças sociais e culturais e o telejornalismo é uma arena de disputas que merece estudo.

O objetivo deste trabalho é abordar alguns fenômenos que alteraram as operações narrativas profissionais no telejornalismo, deslocando o centro do tema, que antes era o conteúdo e uma estética equilibrada e distante, para o eixo da forma e da experiência estética e pessoal. Tais deslocamentos nas operações narrativas são influenciadas por um cenário de produção amadora, por um ecossistema reticular, e pela interatividade que reconfigurou o consumo. Faz-se necessário um diálogo com autores de diferentes orientações teóricas que admitem que vivemos a pós-modernidade e que este momento traz novas formas de expressão, representação e novas estruturas comunicacionais. A ideia aqui é relacionar os achados da pesquisa com as teorias sobre pós-modernidade e as novas sociabilidades em rede, que teriam influência na produção do *mass mídia*. Pensamos que esta nova sociabilidade se estrutura em torno de uma nova revolução tecnológica e nas mudanças do capitalismo diante da globalização. Começamos com a

cena pós-moderna e depois nos aprofundamos na função social do jornalismo e se o mercado tem apontado para uma nova identidade profissional.

Um outro regime de sentimentos

A pós-modernidade é um tema complexo e ainda não tem traços distintivos claros. Diferente da modernidade com suas certezas objetivas, a pós-modernidade se instala nas brechas das dinâmicas sociais como um novo padrão cultural, um tipo de dinâmica social aliada a uma nova ordem econômica. Fredric Jameson, filósofo e crítico literário marxista, coloca que a pós-modernidade é um conceito ainda pouco aceito e compreendido. Para Jameson (1996), o termo pós-modernismo é um estilo que teve origem na arquitetura e se expandiu para diferentes áreas. É o capitalismo multinacional que inaugura o sistema e a expansão da mercadoria. Tal manifestação cultural, para Jameson, é própria do Capitalismo Tardio ou do Capitalismo Pós-moderno. Desta forma, a posição que assume é que o pós-modernismo é a face da cultura que também dialoga com uma posição política, implícita ou explícita, com respeito a natureza do capitalismo multinacional em nossos dias (1996, p.29).

E como isso se dá de forma tão multifacetada? Ela surge da relação com o modernismo, do fim das fronteiras, da distinção entre a cultura erudita e a cultura popular, de um novo tipo de vida social como o individualismo, um novo padrão cultural com o surgimento do pastiche, não como ironia, mas sob a forma resgate do passado reinventando o sentido de algo já produzido e criado no passado e com uma nova ordem econômica (JAMESON, 1985).

O sociólogo britânico, Mike Featherstone, sugere como reflexão olharmos para o leque de fenômenos da pós-modernidade e para isso basta perceber a ampla aplicação dentro e fora da academia. O pós-modernismo está presente na arte, na música, na literatura, no cinema, na fotografia, na arquitetura, nas teorias literárias, antropologia, sociologia e geografia. Para Featherstone, o salto na visão da modernidade para a pós-modernidade não pode ser visto em oposição, mas como uma mudança profunda de uma época para outra apontando para a passagem de uma nova ordem social produtiva para uma outra ordem de reprodução. O autor destaca ainda a modernização diante das etapas de desenvolvimento social baseada na industrialização, na expansão da ciência e da tecnologia, o estado moderno, o mercado capitalista, a urbanização e outros elementos

infra estruturais. Já a pós-modernização seria uma nova ordem social plenamente desenvolvida, uma ideologia, um conjunto de práticas.

No caso do modernismo e do pós-modernismo, Mike Featherstone (1995), acredita estar diante de dois fenômenos cuja cultura é comum aos dois. O modernismo estaria ligado a movimentos artísticos da virada do século e suas características seriam a “reflexividade e autoconsciência estética; rejeição da estrutura narrativa em favor da simultaneidade e da montagem; exploração da natureza paradoxal, ambígua e indeterminada da realidade e rejeição da noção de uma personalidade integrada” (1995, p.25). O problema é que muitas destas características estão presentes também no pós-modernismo. Desta forma, adiciona-se ao termo:

A abolição da fronteira entre arte e vida cotidiana; a derrocada da distinção hierárquica entre alta cultura e cultura de massa/ popular; uma promiscuidade estilística favorecendo o ecletismo e a mistura de códigos; paródia, pastiche, ironia, diversão e a celebração da “ausência de profundidade” da cultura; o declínio da originalidade/genialidade do produtor artístico e a suposição de que a arte pode ser somente repetição (FEATHERSTONE, 1995, p. 25).

Assim, Featherstone acredita que o pós-modernismo é o contrário da tendência modernista. Ele partilha da ideia de Fredric Jameson que o pós-modernismo é uma lógica cultural, vindo do capitalismo tardio, posterior à Segunda Guerra. O pós-modernismo se baseia no papel central da reprodução da “rede global descentralizada” do capitalismo multicultural contemporâneo e isso impacta numa expansão do entendimento de cultura para toda a nossa vida social (1995, p.26).

Para entender o pós-modernismo é preciso colocá-lo no patamar de segundo nível da cultura e entender os “processos de desmonopolização e desierarquização” dos espaços culturais tradicionais, o que chama de mudanças no plano intra-social, mas também tem o plano intersocial alterando o poder e afetando a fala de intelectuais e artistas em detrimento do valor do indivíduo. O que o autor destaca é que ainda não há um significado único para o pós-modernismo. O que se sabe é que ele marca mudanças nas práticas artísticas e nas humanidades:

Essas mudanças podem ser compreendidas em termos de (1) campos artísticos, intelectuais e acadêmicos (mudanças nos modos de teorização, apresentação e divulgação do trabalho, que não podem ser separadas de mudanças nas disputas específicas em cada campo); (2) mudanças na esfera cultural mais ampla, envolvendo os modos de produção, consumo e circulação de bens simbólicos, que podem ser relacionadas com as mudanças de caráter mais abrangente nas balanças de poder e nas interdependências entre grupos e fração de classe nos níveis intra-social e intersocial; (3) mudanças nas práticas e experiências cotidianas de diferentes grupos, que, em decorrência de alguns dos processos mencionados, podem estar usando regimes de significação de diferentes maneiras

e estar desenvolvendo novos meios de orientação e estruturas de identidade (FEATHESTONE, 1995, p. 30).

Optamos pelo termo pós-modernidade pois acreditamos que há uma quebra de linearidade e ritmo entre nas práticas culturais bem como política e econômicas. David Harvey (2001, p. 19) coloca que o pós-modernismo é uma reação ao modernismo, centra o seu pensamento na fragmentação, no pluralismo, na indeterminação e na intensa desconfiança dos discursos totalizantes, na incredulidade nas metanarrativas. Como o pós-moderno reside, segundo Harvey, na oposição ao modernismo vale ressaltar que a modernidade foi construída sob a luz do domínio científico e este crescimento das formas racionais de organização social prometia a libertação das irracionalidades (p. 23). Este foi um fenômeno que surgiu com o crescimento urbano, com a forte migração dos centros, a industrialização, a mecanização e que este progresso necessitava de uma organização para enfrentar os seus problemas (Ibidem p. 33).

E, sem relação com a consciência geral do fluxo e da mudança presente em todas as obras modernistas, um fascínio pela técnica, pela velocidade e pelo movimento, pela máquina e pelo sistema fabril, bem como pela cadeia de novas mercadorias que penetravam na vida cotidiana, provocou uma ampla gama de respostas estéticas que iam da negação à especulação sobre possibilidades utópicas, passando pela imitação (Ibidem, p. 32).

Destarte, o pós-moderno floresceu promovendo na cultura uma grande mudança e um novo regime de sensibilidade como Huysens declara:

[...] A natureza e a profundidade dessa transformação são discutíveis, mas transformação ela é. Não quero ser entendido erroneamente como se afirmasse haver uma mudança global de paradigma nas ordens cultural, social e econômica; qual alegação desta natureza seria um exagero. Mas, num importante setor da nossa cultura, há uma notável mutação de sensibilidade, nas práticas e nas formações discursivas que distinguem um conjunto pós-moderno de pressupostos, experiências e proposições do de um período precedente (1984 apud Harvey, 2001, p. 45).

Os pós-modernistas entendem que não é possível conceber o indivíduo alienado no sentido marxista, mas há uma degeneração da autoridade intelectual sobre o gosto popular a partir dos anos 1960. A chegada da cultura pop, da moda efêmera, a proliferação da televisão são fenômenos vistos como práticas hedonistas da sociedade de consumo. Desta forma, Harvey (2001, p. 65) acredita que há uma “profunda mudança na estrutura do sentimento” quando tenta definir o que seria a síntese da passagem da modernidade para a pós-modernidade. Desta forma, a comunicação enquanto prática cultural também foi atingida e está em transformação, pois as condições técnicas e sociais se

transformaram e as novas possibilidades de informação, produção e narrativas tem sido o objeto de estudo de muitos pesquisadores.

Outro aspecto relevante na literatura de Harvey é a intensa compressão do tempo e do espaço que vivemos na pós-modernidade. Esta aceleração no tempo do giro do capital tem sinalizado com uma certa desorientação e uma ruptura nas práticas culturais e na vida social afetando as “maneiras de pensar, sentir e agir” (2001, p. 258). Harvey trata do consumo em geral, mas aqui vamos utilizar tais conceitos para entender a dinâmicas nas produções culturais. Para ele, o “efeito primário” foi a valorização da instantaneidade e da descartabilidade, sendo que a rapidez e a aceleração dos bens de consumo levaram as pessoas a jogar fora estilos de vida, valores, crenças para uma sociedade fragmentada e volátil. A imagem passa a ser vendida como mercadoria e Harvey aponta que a instantaneidade favorece a superacumulação e ao mercado (2001, p.258). As interpretações destas reproduções vendidas como mercadorias vão influenciar o modo de interpretação e a ação das pessoas sobre os fatos do mundo. Dominar e intervir em fatos rapidamente podem manipular o gosto e a opinião, o importante aqui é manipular desejos e atender a demanda. Desta forma, a construção das imagens passa ser até mais importante do que a construção das próprias empresas. Assim, a imagem estabelece uma “identidade individual, autorrealização e significado de vida” (2001, p. 260). No telejornalismo podemos pensar que estas imagens também se multiplicaram não apenas em diferentes telas, mas também em diferentes narrativas pressionadas pelo novo ecossistema midiático. São imagens pessoais, imagens da audiência, imagens das câmeras de vigilância além das imagens profissionais realizadas pela equipe. Tempos e espaço diferentes em um mesmo produto.

Diante do exposto, observamos que alguns traços da pós-modernidade podem ajudar a encontrar caminhos de análise no campo do telejornalismo. Já vivemos um processo de desmonopolização e desierarquização da informação com a chegada de novas redes de comunicação livres e com a quebra das metanarrativas. Já outro caminho de reflexão pode ser uma mudança profunda na estrutura de sentimento para um universo mais hedonista, como um traço importante da sociedade de consumo, abrindo para produções jornalísticas mais personalizadas e individualizadas. A seguir, olharemos para tais transformações no telejornalismo e na identidade profissional.

Identidade e transformações na pós-modernidade

Esse rápido caminhar pelas transformações nas produções telejornalísticas, as mudanças da televisão e a pós-modernidade apontam para a importância de pensarmos a identidade. Se a identidade se constitui da relação do indivíduo com a sociedade e a mídia produz sentidos com seus textos para estas relações, como tem se dado tal dinâmica diante desse novo regime de sentimento? Se hoje as identidades assumem formas cambiantes e fluidas como o circuito da cultura representa os sujeitos? As perguntas são amplas e aqui trataremos apenas do telejornalismo e seus possíveis deslocamentos.

Vivemos uma crise de identidade e a causa estaria no conflito entre as identidades fixas e variáveis. Stuart Hall (2011, p.9) afirmou que as “velhas identidades que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto com um sujeito unificado.” E Hall continua relatando o abalo nas estruturas (2011, p.10) e apontando que os “quadros de referência” na cultura como o gênero, classe, sexualidade, raça, etnia e até a nacionalidade, que antes nos forneciam sólidas referências, agora, passam por um processo de deslocamento. Tal modificação é vista por Hall como o próprio sintoma da mudança da modernidade e atinge em cheio as identidades pessoais.

Essa perda de um “sentido de si” estável é chamada, algumas vezes, de deslocamentos ou descentração do sujeito. Esse duplo deslocamento – descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos – constitui uma crise de identidade para o indivíduo (HALL, 2011, p. 10).

Do ponto de vista evolutivo, Stuart Hall diferencia, de forma simplificada, três concepções de identidade ao longo do tempo. O sujeito do Iluminismo estava alicerçado a uma concepção de pessoa centrada, racional e unificada. O sujeito nascia e permanecia o mesmo. Já o sujeito sociológico experimentou uma outra relação. A ele coube o desafio de entender o mundo moderno e compreender que ele era formado da relação com os outros, que não era um homem autossuficiente. O eu ainda existe, mas se relaciona com o exterior que molda o sujeito com valores num constante vai e vem. Agora, o sujeito pós-moderno está fragmentado. A identidade unificada não existe e a identidade com o outro (sociedade) está variável. Tal instabilidade produz um sujeito sem uma identidade única e a mobilidade transparece nas produções culturais. Desta forma, Hall define:

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidade que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. (2011, p. 12)

Diante deste novo sujeito pós-moderno e à medida que vamos nos confrontando com diferentes identidades, vemos surgir uma gama de produções culturais com diferentes olhares, muitas vezes desconcertantes, muitas vezes fragmentados. E onde melhor examinar esta mudança se não na cultura? Assim, seguimos a definição de Kathryn Woodward (2000) que para examinar os sistemas de representação é necessário entender a relação entre cultura e significado. Para Woodward, só podemos entender estes significados se tivermos ideia de quais posições de sujeitos a cultura produz e como nos posicionamos no interior (2000, p.17). É por meio desta significação que Woodward afirmou que damos “sentido a nossa experiência”, ou seja, nos conectamos, nos identificamos. “A cultura molda a identidade ao dar sentido à experiência e ao tornar possível optar, entre várias identidades possíveis, por um modo específico de subjetividade (...)” (2000, p. 19). Desta forma, inferimos que não há discurso na mídia que apenas reproduza passivamente, mas ela reformata e propõe outras identidades. Esta construção da identidade passa por um processo de construção de sentidos que encadeia vários símbolos e estes compõem um universo de representações que determinam sujeitos. Assim, as mídias de massa têm um importante papel social.

Nesta nova configuração pós-moderna, o telespectador passou a transitar pelas redes digitais e esta estrutura reticular, líquida e alinear proporcionou também outras experiências num universo imenso de informações (LEMOS; LEVY, 2010, p.17). O ciberespaço tem transformado a cultura profundamente e aproximado o local e o global. Passamos da modernidade em que a transmissão era feita de um único centro, para a pós-modernidade cuja transmissão é feita por diversos ambientes estabelecendo novas relações sociais.

A cibercultura, paulatinamente, tem estimulado o indivíduo a uma identidade instável e a mídia de massa, mesmo que timidamente, acompanha as mudanças. Vemos cada vez mais um processo contínuo de múltiplas identidades surgindo no telejornalismo e criando formas de comunicação, de aproximação da audiência. No âmbito do trabalho o sociólogo Claude Dubar (2009) trabalha identidade como “forma identitária” e aposta que as formas identitárias profissionais são forjadas nas relações sociais (Eu-Nós), no trabalho e inclui mais um aspecto: a biografia de cada um de nós. Assim, para Dubar, a identidade aqui é constituída socialmente, profissionalmente e do indivíduo e sua história, pois “são maneiras socialmente reconhecidas, de os indivíduos se identificarem uns aos outros no campo do trabalho e do emprego” (2009, p. 118). Este processo é dialético e

incide nos modos de agir, únicos e compartilhado, pelos profissionais. Neste universo consideram-se os processos biológicos (o que pensa de si mesmo) e os relacionais (quem o outro acha que sou). Assim, a construção está sujeita às modificações do tempo, da tecnologia, da história coletiva e principalmente da individual, que possibilitam a evolução das categorias. Então, a identidade profissional resulta destas disputas, que são disputas coletivas, individuais, institucionais e empresariais.

Diante do mundo fluído, o profissional passa a ter novas habilidades e competências e precisa se destacar neste mundo midiático, globalizado. E como fará isso? Se a midiática implica em um novo “*bios*”, como compreender o *ethos* de um indivíduo ou de um grupo e representá-lo no telejornal? A questão que colocamos é complexa, pois a função do jornalismo na sociedade não é essa e sim a de fornecer à população informação que contribua com o desenvolvimento da cidadania. Ele deve ter o compromisso com a verdade, a lealdade com os cidadãos e o dever de revelar a notícia de forma equilibrada para que os cidadãos possam ser livres e se autogovernem (KOVACH; ROSENTIEL, 2004). A “crise” talvez esteja neste horizonte. Como ser totalizante e homogêneo diante da nova configuração pós-moderna? Se a identidade profissional é constituída pelas relações sociais, profissionais e agora as individuais como ser e agir diante das telas?

Para Rodrigo Alsina, o jornalista “tem um papel socialmente legitimado e institucionalizado para construir a realidade social como realidade pública e socialmente relevante” (2009, p. 47). Não é uma profissão passiva e observadora, fornece uma visão de mundo, um modo de ser, estar, agir, falar e ver. Este modo de registrar o mundo tem uma marca que Traquina (2005) define da seguinte forma:

O poder do jornalismo e dos jornalistas aponta para a importância das suas responsabilidades sociais, a afirmação do reconhecimento das suas responsabilidades, por parte dos jornalistas e também por parte das empresas jornalísticas, não é possível reduzindo as notícias a uma simples mercadoria, e ignorando a existência das ideias mais nobres do jornalismo, que fornecem uma manta de legitimidade ao negócio (2005, p. 207 – 208).

Neste ecossistema midiático reticular a audiência ganhou destaque e muitas vezes tem provocado deslocamentos. Hoje ela produz sentidos que são vistos e ouvidos nos meios de comunicação de massa. Nilda Jacks (2005) alerta que vivemos a transição do estatuto de receptor para o receptor-produtor e como caminho para a comunicação sugere entender os “fluxos, usos e apropriações dos conteúdos elaborados pelos receptores, como uma estratégia efetiva para desentranhar os novos modos de relação entre meios e

audiências” (2015, p. 249). Pois é a centralidade do receptor que tem feito o *mass* mídia ficar de olho em seu potencial para continuar mantendo o controle da comunicação, mesmo que este cenário esteja vivendo um momento de fragmentação e realinhamento.

Alguns apontamentos

O novo padrão cultural afetou profundamente as estruturas de sentimento e colocou em xeque antigas formas de fazer, ser e sentir o telejornalismo. Estes deslocamentos têm acontecido muito no ciberespaço com a presença das redes de computadores e dos dispositivos móveis, que conectam pessoas e lugares em instantes e multiplicam identidades. Já vivemos um processo de desmonopolização e desierarquização da informação com a chegada de novas redes de comunicação livres e com a quebra das metanarrativas. Aspectos como a valorização da instantaneidade e da descartabilidade são vistas como um efeito da aceleração do tempo e do espaço na pós-modernidade e provocam compartilhamento simultâneos em uma velocidade assustadora.

Em segundo lugar temos que entender que o sujeito unificado já não existe mais. As identidades múltiplas surgem para ocupar diferentes lugares frente à descentralização da informação. Este deslocamento do sujeito também afetou a comunicação no que tange quem comunica. No caso do telejornalismo, a identidade profissional passou e passa por deslocamentos muito pressionada pelo ecossistema midiático. As redes livres produzem conteúdo orientados para um universo mais hedonista, criam produtos individualizados e personalizados. Neste cenário, o jornalista teve que rever suas práticas e habilidades. Um dilema vivido por cada telejornalista que precisa ser didático, claro e direto na transmissão das informações, mas necessita dialogar com o indivíduo que ele é e que as redes se sentem próximas. Este profissional tem chorado, dividido suas angústias, seus traumas, tem desabafado em público e ao vivo, assim estabelece um novo regime de sentimento, um novo fazer, um novo sentir sem deixar de lado o compromisso com o social, com o público.

Os telejornais e os telejornalistas tiveram que compreender este universo global e se apoderar das estratégias narrativas das redes digitais. Descobriram uma estrutura líquida em que a rapidez do consumo e a descartabilidade são fatores que precisam ser entendidos e combatidos para se manter presente. Para isso, foram obrigados a fazer deslocamentos narrativos. Se antes o conteúdo claro, objetivo e direto era o mais importante, agora podemos perceber uma mutação na narrativa, pois o eixo das

comunicações tem se direcionado a valorizar a experiência estética “suja”, pessoal, emotiva e principalmente o ao vivo.

Da mesma forma que o pós-moderno confronta o moderno, que as identidades múltiplas questionam as identidades fixas, talvez o telejornalismo devesse se questionar sobre quem é o repórter diante deste novo ecossistema midiático e como ele deve narrar os fatos. Acreditamos que a pós-modernidade coloca o jornalismo diante de um desafio: o de encontrar um equilíbrio entre o fazer moderno e o fazer pós-moderno. O artigo sobre estes deslocamentos narrativos não tem a intenção de dar respostas, mas entender que o caminho não tem mais volta.

REFERÊNCIAS

CARLÓN, Mario. Repensando os debates Anglo-Saxões e Latino-Americanos sobre o Fim da Televisão. In: O Fim da Televisão. CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (org.). Rio de Janeiro, Confraria do Vento, 2014.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2020.

DUBAR, Claude. **A crise das Identidades: a Interpretação de uma mutação**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura do consumo e pós-modernismo**. S. Paulo: Studio Nobel, 1995.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ª ed., 1ª reimpr., Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2011.

_____. **Da diáspora. Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1991. 10ª edição. (p. 257-276)

JACKS, Nilda. Da agulha ao chip: brevíssima revisão dos estudos de recepção. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 34, p. 236-254, set./dez. 2015. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/58055>. Acesso em: 4 dez. 2020.

JAMESON, Fredric. Pós-modernidade e sociedade de consumo. **Novos Estudos CEBRAP**, n. 12, 1985, p. 16-26.

_____. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 1996.

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

KOVACH, Bill; ROSENTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. 2 ed. São Paulo: Geração, 2004.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**, São Paulo: Paulus, 2010.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.

TRAQUINA, Nelson). Teorias do Jornalismo. In: Traquina, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2004-2005.

VÉRON, Eliseo. El fin de la historia de um mueble. In: CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos A.. **El fin de los médios massivos**. El comienzo de um debate. 1.ed. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo (org.). **A Sociedade do Telejornalismo**. Petrópolis, Editora Vozes, 2008.

_____, Alfredo. **O Lado Oculto do Telejornalismo**. Florianópolis, Calandra, 2005.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In Thomaz Tadeu da Silva (Org), **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais** (15ª ed., pp. 7- 72) Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.