

Entre reapropriações e cocriações: o desafio da ética em tempos digitais

Between reappropriations and co-creations: the challenge of ethics in digital times

Ana Paula Rosa | Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)
Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS),
professora e pesquisadora na Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Resumo

O contexto da cultura digital tem imposto mudanças no fazer comunicacional, assim como as lógicas midiáticas atravessaram os fazeres sociais. Cada vez mais participam do jogo de regulações não só as instituições jornalísticas, mas, essencialmente, os atores individuais. Ante o exposto este artigo discute a noção de ética na circulação de imagens na *web* quando a autoria se volatilizou no ciberespaço. Estaríamos diante de uma reapropriação do fotojornalismo ou de criações compartilhadas?

Palavras-Chave: Jornalismo; midiatização; ética.

Abstract

The context of digital culture has imposed changes in the communicational practice, as well as the media logics have crossed the social life. More and more do participate of the game of regulations not only the journalistic institutions, but, essentially, the individual actors. Facing the exposed this article debates the notion of ethical in the circulation of images on the web when the authorship volatilized itself in the cyberspace. Would we be faced with a reappropriation of the photojournalism or with shared creations?

Keywords: Journalism; media; ethics.

Quando se pensa em Comunicação, hoje, os antigos parâmetros parecem não mais dar conta: o processo comunicativo mudou. A tecnologia da informação afetou diretamente os modos de transmissão da informação. Os dispositivos estão acessíveis a todos de maneira que as lógicas midiáticas que antes eram inerentes apenas às instituições que tinham a comunicação como seu fazer, portanto, midiáticas (jornalísticas, publicitárias, de relações públicas), passaram a se volatizar e espalhar-se por todas as instituições e campos da vida num processo que Pedro Gilberto Gomes (2004) denominou de *mediatização da vida*. Este fenômeno mudou o modo de ser do homem no mundo, interferindo em todos os aspectos de seu cotidiano. Muniz Sodré (2006) aponta para um *bios* midiático que é uma “transformação técnica do espaço-tempo, adequada às novas estruturas e configurações da vida social” (*Id. ibid.* p. 99).

Neste sentido, Ferreira (2011) vai além ao afirmar que a *mediatização* diz respeito à unificação e diferenciação dos mercados discursivos a partir de três dimensões que se afetam mutuamente: processos comunicacionais, contextos sociais e dispositivos midiáticos. Cabe aqui uma ressalva importante, os dispositivos não são entendidos apenas em sua dimensão técnica e tecnológica, mas, como um conjunto de materialidades e, ao mesmo tempo, um conjunto de intersecções com os processos sociais e de comunicação. Isto implica dizer que os processos comunicacionais interferem nas relações entre dispositivos e processos sociais, ao mesmo tempo em que os dispositivos interferem nas relações entre processos comunicacionais e sociais. Ou seja, cada processo afeta o outro, sendo cada vez mais as relações interseccionadas por dispositivos midiáticos.

Ferreira (2009) afirma ainda que a *mediatização* só pode ser compreendida a partir da circulação. No entanto, ao frisar isto o autor propõe um contraponto à noção de circulação ou de *feedback* do sistema clássico de comunicação, uma vez que na circulação não há uma separação evidente entre produção e recepção, ao contrário, na esfera da *mediatização* estes papéis são constantemente alternados, o que será discutido mais a frente neste artigo em relação aos mecanismos do jornalismo online e da autoria, onde cada vez mais a produção é compartilhada ou ocorre a partir de *reinscrições*. No entanto, cabe aqui ressaltar que há uma produção consumidora ao mesmo tempo em que um consumo produtivo.

Esse duplo processo produz diversas transformações nas disposições e dispositivos midiáticos, em suas relações com as instituições e indivíduos que os disputam, mobilizam e os desenvolvem. Os processos midiáticos somam, portanto diversas circulações – emissão/recepção, emissão/recepção/emissão e recepção/emissão/recepção – transformadas pela *mediatização* das instituições (portais, novas configurações tipo Igreja Universal do Reino de Deus) e dos indivíduos (blogs, facebook, MSN). Todos, emissores e receptores, estão inclusos no processo de produção (FERREIRA, ROSA, 2011, p. 03).

Avançando um pouco mais no esquema proposto por Ferreira e Rosa (2012), considera-se que há uma fixação de valor pela circulação atribuída exatamente pela regulação efetuada via restrição, ou seja, quanto mais uma imagem sobre determinado tema é inserida em dispositivos diversos, produzindo reverberações, mais

esta imagem tende a torna-se totêmica, a única a ser vista, exatamente por um processo de restrição coletivo onde não apenas a instituição midiática regula, mas faz o papel de chancela dos vários discursos orquestrados em dispositivos que são distribuídos midiaticamente. À primeira vista, isto pode parecer simples, mas não é de fato, uma vez que se trata de um imbricado sistema de restrição/regulação de imaginários, convocando estruturas profundas do social, que põe em xeque um universo de imagens que embora existentes e disponíveis deixam de estar acessíveis no âmbito da circulação. Contudo, a questão mais emblemática deste processo reside exatamente no aspecto da reverberação, pois as imagens que abastecem os dispositivos dos atores individuais como *facebook*, *blogs*, *youtube* são reapropriações de imagens jornalísticas já vistas em espaços midiáticos tradicionais. Observa-se, então, que há uma acentuação/alteração dos sentidos em função da circulação intermidiática, isto é, as fotografias jornalísticas, foco deste trabalho, não apenas figuram intradispositivos midiáticos, mas também aparecem de modo replicante em dispositivos não jornalísticos como blogs e no próprio *youtube*. Isto demonstra que a circulação é agenciada pelos dispositivos.

Diante disso como pensar a configuração dos valores éticos? Durante décadas a discussão ética recaiu sobre a esfera do jornalismo. De um lado, o fazer do repórter que vai a campo, os limites com a fonte, a apuração da notícia. De outro, a ética para com o jornalismo, a valorização da profissão, o compromisso com a verdade acima dos valores comerciais e empresariais inerentes ao fazer da profissão. Ante esse cenário de midiatização mencionado anteriormente, onde o conhecimento das lógicas midiáticas adquiriu proporções até então não vistas em que, por exemplo, a polícia se midiatiza para apresentar um “cenário” de uma apreensão de drogas para que a imprensa “melhor divulgue” os dados, onde repórteres dão entrevistas em programas de televisão protagonizando a informação que eles mesmos coletaram nas ruas, ou onde vídeos de anônimos viram hit e depois viram manchetes, como pensar a questão da ética? É válido lembrar que o momento atual é do conteúdo e, portanto, o que vale é o que circula e a autoria parece ter se perdido, bem como outros valores onde *mashups*, apropriações, invenções e recriações são possíveis em nome de um conteúdo e de uma suposta informação. Há diferenças evidentes entre o fazer do jornalismo e o produzir conteúdo, contudo, pôr em circulação imagens fomenta o processo de criação totêmica, o que de algum modo afeta, repercute e é fomentado pelo jornalismo.

Ética e liberdade

A definição de ética nunca foi fácil, nem estanque, porque os valores humanos nunca o foram. Para a filosofia, o conceito deriva da noção de *éthos*, ligada à ideia de costume, sendo comumente conhecida como a doutrina dos costumes. Porém Sócrates, Platão, Aristóteles, Sartre, Kant, Hegel, uma infinidade de pensadores formalizaram conceitos e perspectivas para a noção de ética entre o racionalismo, o moralismo e o existencialismo. Mas, para além destas discussões, o que interessa neste artigo é pensar que a ética, pelo viés do limite entre o certo e o errado, entre o bem e o mal, se liga diretamente à noção de liberdade e talvez por isso seja tão difícil apreendê-la. Para Karam (1997),

a ampliação da possibilidade de escolha diante do mundo e dos valores que o formam pode ser a própria escolha de outro mundo e outros valores, permitidos pela existência da liberdade de escolha. A reflexão ética é também projeção para o futuro. É reflexo do existente, mas também sua negação, no sentido de afirmar novos valores com base em pressupostos para a consecução de algo que não está dado de antemão. Quando Sartre argumenta que o homem está condenado à liberdade, lembra que também é dele a responsabilidade de projetar-se ao futuro (KARAM, 1997, p. 35).

Talvez seja exatamente este excesso de liberdade, tão sonhada e desejada para a comunicação, que marca a fase vigente que esteja levando a um dos momentos mais emblemáticos no que tange à questão ética, ou seja, a possibilidade plena da escolha, leva à não escolha. Isto porque, no universo do digital, na gama de dados disponibilizados no ciberespaço as mesmas imagens, os mesmos temas, retornam para os dispositivos de atores individuais não com perspectivas diversas, mas replicando as versões já publicadas em mídias tradicionais, fomentando novas inserções e circulações. É possível dizer que ocorre um processo de reiteração da escolhida. A questão ética não está nessa reiteração, uma vez que teoricamente isso já foi abordado pelo *agenda setting* por exemplo, mas em como esta reiteração se processa, muitas vezes ignorando o papel de autor, ou seja, caiu na rede, está apto para ser reproduzido, inserido, modificado, transformado, recriado, o que não significa, necessariamente, que esteja se multiplicando as visões e as perspectivas de reflexão sobre os temas em pauta, geralmente de fato não se está.

Ignacio Ramonet (2012) argumenta que a mudança da concepção dos meios, antes tidos como meios-sol, que distribuíam as informações, e agora entendidos como meios-polvo, ou seja, meios descentralizados, onde os dispositivos estão nas mãos de todos numa grande rede de tentáculos, determina esta liquidez do conceito de ética, pois não há mais uma centralização da emissão. Os valores mudaram, o que está em jogo é um sistema “*yo-céntrico*” nas palavras do autor, isto é, feito pelo indivíduo que se conecta em rede e que põe em circulação informação, mas a comunicação em si, feita por comunicadores, trata de outro negócio, que gradativamente está tendo de se adaptar às demandas da própria midiaticização. Um dos desafios é exatamente a perda da credibilidade, porém a internet e suas possibilidades poderiam, se bem usadas, servir para a conquista da liberdade. “*La libertad de los medios de comunicación no es mas que la prolongación de la libertad colectiva de expresión, fundamento de la democracia. Y como tal no puede ser confiscada*” (RAMONET, 2012, p. 56). É importante destacar no que se refere à liberdade de expressão, que o atual código de ética do jornalista da Associação Nacional de Jornais (ANJ) defende que o profissional deve sustentar a liberdade de expressão, o funcionamento sem restrições da imprensa e o livre exercício desta. No entanto, entre a teoria e a prática há uma longa distância, principalmente quando se pensa que a liberdade de expressão não é sinônimo de jornalismo.

Conhecimento livre, conhecimento fechado: o meu, o teu ou o nosso?

A ambiência da *web* já é um não-lugar que, ao mesmo tempo, apesar de contraditório, é um lugar que reúne todos os espaços em que é preciso estar. As redes digitais são cada vez mais hipervelozes e disponibilizam informação

incessantemente, num lócus de fluxos partilhados e convidativos. A produção consumidora e o consumo produtivo se mesclam e se revezam em suas funções. E isso delinea modos diferentes de pensar a comunicação derivada desses fluxos de circulação/distribuição de materiais significantes que interessa observar do ponto de vista da ética, em especial da autoria. Partindo da noção de que na *web*, conforme Pisani e Piotet (2010) os usuários são *web* atores dispostos a produzir, interagir, mais do que simplesmente “estar” na rede, nota-se que a participação é essência do caráter ativo dos atores sociais que geram conteúdo e o modificam constantemente, pois também estão conectados o maior tempo possível, criando uma espécie de multidão. Os vídeos postados no *Youtube* surgem em segundos e parecem se disseminar rapidamente, assim como crônicas de uma escritora gaúcha são tornados votos de casamento e atribuídos ao poeta Mário Quintana que jamais escreveu sobre casamento em sua vida. Na *web* tudo é de todos. Para alguns entusiastas, como Lévy, Surowiecki trata-se da inteligência coletiva para outros como Nicholas Carr, Andrew Keen, a crítica é quanto ao excesso do digital, da estupidez das multidões.

Independentemente do lado, a cultura do digital traz questões novas dentre elas a da circulação das imagens reapropriadas de dispositivos de instituições midiáticas jornalísticas em dispositivos de atores individuais ou mesmo em videoclipes. Dênis de Moraes (2002) aponta que com um mínimo de conhecimento técnico já era possível no início do século XXI romper com a submissão das estruturas hierárquicas e produzir conteúdo em dispositivos individuais, tendo como prerrogativa a reciprocidade e o rompimento com os padrões hegemônicos da mídia. Aspectos identificados pelo autor que, sem dúvida, ainda hoje marcam a internet e são pontos positivos de seu uso. Porém, o questionamento aqui posto está no fato de que, mesmo tendo todo o aparato de dados, informações, possibilidades e recursos de criação para fugir do caminho adotado pelas instituições jornalísticas tradicionais são essas imagens fotojornalísticas que são reiteradas, coladas, infringindo o que é, aparentemente, um princípio ético. Do ponto de vista legal, a utilização de uma fotografia jornalística só poderia ser feita mediante a autorização do autor ou com o uso do crédito, contudo como blogs, sites, *facebooks* utilizariam créditos e legendas se não fazem jornalismo? Ao mesmo tempo, é possível dizer que, nestes espaços, há um suposto ganho de visibilidade para o autor, mesmo que sua autoria não seja revelada. Trataria-se, então, de uma via de mão-dupla?

Trata-se de dois pontos relevantes a se considerar: a) a replicação da imagem em dispositivos diversos restringe o acesso de outras imagens na circulação e b) a apropriação de imagens na *web* caracteriza infração de direito autoral, porém cabe criminalização ou transformação em conhecimento livre? Para tentar responder essas perguntas o próximo item é de análise empírica e apresenta dois casos com uso de imagens já referenciadas midiaticamente.

Inscrições e reinscrições: Osama Bin Laden, Saddam Hussein e suas faces

Partindo da ideia de que a *web*, assim como a mídia, é um espaço infinito de armazenamento de dados, observa-se que a função memória é ampliada neste meio uma vez que é possível acessar materiais já há algum tempo desaparecidos ou mesmo criar novos produtos a partir de outros já disponíveis. Neste sentido, no que tange às imagens percebe-se que as inscritas em dispositivos midiáticos jornalísticos, como revistas, jornais e na própria televisão, por exemplo, voltam a ser inscritas em dispositivos de atores individuais potencializando a circulação intermidiática. Isto pode ser percebido nas análises exploratórias que dão conta do corpus que é formado por dois vídeos produzidos por atores individuais disponibilizados no *youtube*: o primeiro trata da morte de Osama Bin Laden e o segundo de uma “homenagem” a Saddam Hussein, ambas produzidas por atores individuais desvinculados de emissoras ou produtoras tradicionais. Como percurso metodológico este artigo adota a visão de Charles Sanders Peirce (2003) sobre o método como um movimento, isto é uma sequência de raciocínios entre o dedutivo, o indutivo e o abduutivo. Neste sentido, os materiais são mobilizados na tentativa de compreender e identificar os mecanismos utilizados para inserir/reinsserir as imagens jornalísticas em outros espaços. Para tanto, os vídeos foram analisados de modo dissociado quanto a categorias de imagem, edição, efeitos entre outras, sendo que numa segunda instância estes foram relacionados entre si.

Osama Bin Laden morto - análise quanto à imagem¹



Figura 1- Foto Osama morto

Nesse vídeo o ator individual faz uso de seis imagens estáticas, já midiaticizadas. Cinco dessas fotos são de Osama Bin Laden e uma do atentado do dia 11 de Setembro de 2001 ao *World Trade Center*, o que já demonstra uma reaproximação das duas temáticas. Dessas seis imagens, uma delas é empregada por duas vezes, que é supostamente a imagem

de Osama Bin Laden morto, que seria uma montagem. Ao utilizar esta imagem em duplicidade, observa-se que o sentido atribuído ao discurso já apresentado anteriormente pelos dispositivos jornalísticos é replicado, uma vez que todas as fotos que compõem tal vídeo já foram reproduzidas no meio jornalístico, como por exemplo, em jornais e revistas.

Quanto à edição, efeitos e trilhas

A edição foi feita de maneira muito simples, em um formato chamado “*slide-show*”, onde basta ter um computador e um programa bem simples, como o *Windows Movie Maker*, para realizar a edição. Foram utilizados efeitos básicos de *Zoom*, ou seja, aproximação e afastamento das imagens no vídeo. Os recursos de edição empregados revelam que o conhecimento antes restrito à lógica dos meios, agora está cada vez mais acessível aos atores individuais que também se midiaticizam, ou seja, não é necessário um domínio pleno da tecnologia, contudo é preciso a predisposição para ingressar na esfera da mediação e, portanto, desejar ser visto.

O autor do vídeo utilizou efeitos de tiro, retirado de um jogo popular na *Web*, o *Counter Strike*, sendo que durante todo o tempo do vídeo fica fazendo repetições de efeitos de metralhadoras e fuzis. Os recursos são bastante simples, muitos já disponibilizados na própria *web* ou nos jogos, isto é, há um cruzamento de apropriações, elas não se restringem somente ao que é jornalístico, mas englobam também elementos de outros dispositivos e de outros espaços partilhados.

Quanto aos créditos

Não existe qualquer tipo de crédito referentes às imagens utilizadas pelo autor. Apenas o nome do usuário do vídeo: *MultiScorpion2012*, contudo identificou-se que todas as imagens estão disponíveis em vários dispositivos e no próprio *Google*.

Saddam Hussein is rock and roll – análise quanto à imagem:

No *Youtube*, é possível encontrar diversos tributos a Saddam, construídos com imagens inscritas em dispositivos midiáticos através do emprego de técnicas de edição bastante simples e com o uso de trilhas. Um vídeo chama a atenção com mais de 77 mil visualizações desde 2007, quando foi postado. O vídeo narra a trajetória do líder iraquiano, revelando o mesmo jogo realizado via dispositivos midiáticos jornalísticos, ou seja, primeiro ele aparece imbuído de poder, depois tem sua imagem desqualificada, é revalorizado no tribunal e acaba morto por enforcamento. A letra da música enfatiza que Saddam é “rock and roll”, “nosso Deus”, mas o discurso da música não coincide com as imagens apresentadas. Observe-se a sequência abaixo de imagens extraídas do vídeo. O vídeo conta com dezenas de imagens extraídas de publicações, numa retrospectiva da vida do presidente iraquiano. Inicia com imagens da década de 90, com a quebra da estátua pelos soldados americanos, com a captura em 2003 e encerra com as imagens do julgamento e enforcamento em 2006.



Figura 2 - Frame do vídeo *Saddam Hussein is rock and roll*
Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=xntRMj-Csbc>>



Figura 3 - Frame do vídeo *Saddam Hussein is rock and roll*
Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=xntRMj-Csbc>>



Figura 4- Frame do vídeo *Saddam Hussein is rock and roll*
Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=xntRMj-Csbc>>



Figura 5- Frame do vídeo *Saddam Hussein is rock and roll*
Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=xntRMj-Csbc>>



Figura 6- Frame do vídeo *Saddam Hussein is rock and roll*
Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=xntRMj-Csbc>>

Quanto à edição, efeitos e trilhas

A edição de imagens é simples, feita em “*slide-show*” traz dezenas de fotografias que foram publicadas inicialmente em dispositivos jornalísticos e que depois se tornaram disponíveis na *web*. O diferencial talvez seja a trilha escolhida, a música “Saddam Hussein is rock and roll”, composta pela banda de rock brasileira Garotos Podres. A música presta uma espécie de homenagem ao ditador, sendo que os recursos de edição apenas aproximam e afastam as imagens em sucessão, animando os slides. Observa-se uma tentativa de cobrir o áudio com as imagens coletadas e um trabalho bastante árduo de obtenção de fotografias diversas do ditador a fim de mostrá-lo nos mais variados ângulos, mas sem perder as estratégias enunciativas que foram feitas anteriormente. Há um discurso novo produzido, mas que carrega os discursos já elaborados antes, não permitindo questionamentos mais complexos.

Quantos aos créditos

O próprio autor do vídeo destaca que todas as imagens são retiradas de outros vídeos já distribuídos na rede, mas não menciona nenhuma fonte jornalística de imagens.

Inferências sobre midiaticização, reapropriação e autoria

Muitas imagens são distribuídas diariamente por agências de notícias e pelos próprios campos sociais envolvidos nos acontecimentos, contudo cabe às instituições midiáticas definir o que, efetivamente, será publicado na capa de um jornal, no índice de um site ou na televisão. Porém, esta função não está restrita às organizações jornalísticas. Cada vez mais o exercício do poder de determinar qual imagem permanecerá circulando envolve outras esferas, isto é, envolve os atores sociais midiaticizados. Entendendo o processo comunicativo como a relação entre Emissores e Receptores, mediados por dispositivos, percebe-se que a recepção se transforma em produtora recorrendo a dispositivos também midiáticos. A partir deste momento, os receptores passam a desempenhar a função de emissores de um segundo nível, ou seja, emissores que reelaboram as ofertas discursivas acrescentando camadas de sentido. Quando a suposta fotografia de Osama morto é apresentada na CNN, logo ela é replicada em espaços não jornalísticos como blogs pessoais e no próprio *Youtube*, sendo que os receptores passam a afetar os emissores primeiros que inserem novamente tais imagens na esfera midiática.

Os chamados *web* atores vasculham os bancos de dados existentes na *web* e como não se limitam a apenas consumir, produzem materiais significantes, elaborando discursos. Tem-se, então, o caso do videoclipe *Saddam Hussein is rock and roll* em que imagens já vistas são recuperadas para ilustrar a trajetória do ditador ante seu enforcamento, inclusive as imagens proibidas de circular nos jornais como as charges, as montagens envolvendo Bush e o ditador. Brincadeira, discurso politizado, crítica? Independentemente da intenção, o que de fato o vídeo faz como produto midiático é reinserir na circulação as imagens totêmicas de Saddam, ou seja, as mesmas imagens que já foram insistentemente colocadas em distribuição nos meios de comunicação tradicionais. A crítica do aprofundamento, de visões amplificadas cai no vácuo ou contribui para a restrição de outras perspectivas, reiterando o totem. Recentemente a banda 30 Second To Mars, lançou o clipe *This is war* em que faz um jogo com as imagens de guerra e momentos emblemáticos que simbolizam a paz como o discurso de Mandela, por exemplo. A imagem que traduz o mal, entre outras, é a de Saddam Hussein em seu julgamento, ou seja, há também uma recuperação de imagens jornalísticas reapropriadas com outros propósitos em espécies de *mashups*.

No entanto, convém observar que nos materiais empíricos analisados aqui a oferta de sentido que circula entre os dispositivos não sofre grandes alterações apesar das diversas circulações. Isto ocorre em função da inserção das mesmas imagens tanto em espaços jornalísticos como em não jornalísticos, sendo que as perspectivas são replicadas, mesmo sabendo que a *web* pode representar um espaço de contraponto amplo. Assim, tem-se disputando o poder: a) instituições midiáticas; b) instituições não midiáticas (polícia, governos) e c)

atores individuais, sendo que as três instâncias recorrem a dispositivos midiáticos para afetar umas às outras. Assume-se aqui, portanto, que, na perspectiva deste artigo, o poder está no reconhecimento da mediação como lugar de interação social e de construção /abastecimento da memória.

Quanto à ética, considera-se o fato de nenhum dos vídeos mencionar as fontes das imagens como um problema sério. Ainda que se pense que no ciberespaço o conhecimento deve ser livre e partilhado, a fotografia jornalística é regida por uma série de quesitos, um deles é o fato de que o fotógrafo teve um trabalho para a obtenção da imagem, não simplesmente de estar lá diante do objeto ou de dominar a técnica para apertar o botão, mas um trabalho intelectual de produção da imagem. O uso indiscriminado dessa foto, às vezes fora de contexto, pode levar a interpretações que não as propostas pelo autor. A Lei brasileira quanto ao direito autoral é rigorosa no que tange ao direito de propriedade e pouco no que diz respeito ao direito moral, que parece para muitos fotojornalistas ser mais relevante. Isto é, independente do valor monetário da foto, há o valor da fotografia como criação, como documento da história. Mas como cobrar que a noção de autoria clássica, formal, com punição de multa e prisão seja posta em prática quando quase todos os outros conceitos perderam suas bordas na *web*? Será o que se reapropria que precisa mudar ou o fotojornalista? Ou ainda que fotojornalismo é esse que perdeu os contornos?

Considerações em incertezas

Pensar o estatuto do fotojornalismo em tempos de comunicação digital é bastante complexo, porque se de um lado possibilita ganhos inestimáveis para a prática, de outro impõe restrições profissionais no que diz respeito, exatamente, à circulação do fruto do trabalho em si. O propósito de todo produto jornalístico é a sua plena circulação, mas no contexto da mediação as lógicas do fazer midiático estão tão arraigadas no cotidiano dos cidadãos que perpassam o fazer de instituições que não são jornalísticas e de atores individuais com tamanha destreza que editar um vídeo, fotografar torna-se corriqueiro e difícil de distinguir do olhar jornalístico. O aparato de mobilização que o profissional da comunicação emprega parece ser exatamente o mesmo que o daquele que apenas produz conteúdo para abastecer um blog, um *facebook*, mas sabe-se que não é.

A diferença reside exatamente na visão ética apurada, uma vez que a liberdade de manifestação e de expressão é igual para todos, assegurada pelo artigo 5º da Constituição de 1988. Contudo, a percepção que se tem na esfera virtual que se tornou a grande *Ágora* contemporânea, o espaço da opinião pública, é de que a ética não está na vitrine, isto porque, há uma ansiedade exagerada em declarar na *web* os pontos de vista, como se o pensamento mais elaborado pudesse ser feito depois. Em alguns casos não pode. Castells considera a *web* como uma forma de reviver a democracia. Todo o seu potencial está à disposição para isso, por se tratar de um coletivo virtual, ou seja, não há um único responsável pela gestão. Isso implica dizer que não há regulação externa e que as regras vêm das próprias comunidades, surgem dos anseios individuais e coletivos. Tome-se como exemplo o caso do *Instagram* e as

imagens produzidas que teriam de ser “cedidas” em seus direitos plenos e irrestritos para o desenvolvedor do aplicativo. Mediante a desistência de milhares de usuários que não queriam suas fotos como propaganda de produtos que não comprariam, a empresa se viu obrigada a voltar atrás para não perder todos os usuários. É um código de ética desenvolvido pelo uso.

Este exemplo traduz claramente o fato de que não ter um controle centralizado não significa não ter controle algum, há regras de convivência como em toda sociedade. O valor do uso determina como será o valor da relação, ou seja, as definições se dão em processo. Na mídia tradicional o valor se dá previamente ao uso, porque a relação esta alicerçada no valor. Na *web* as trocas valem mais, porém a mercantilização dos processos tem levado a *web* a caminhos semelhantes aos da mídia tradicional em muitas ferramentas. O trabalho, ao que tudo indica, deve ser no sentido de melhorar o aprofundamento das relações, pois para reviver a democracia valores éticos independem do dispositivo. Contudo, mais do que pensar a *web*, o momento é propício para se pensar o fotojornalismo na *web* e como suas práticas estão sendo afetadas e adaptadas.

Durante muitos anos a discussão da digitalização se limitou ao impacto da técnica nas redações: O que seria das máquinas analógicas? Qual a mudança do olhar? Que processos seriam instituídos? Contudo, esqueceu-se ou pouco se debateu sobre o que esta digitalização provocaria na esfera do público, não da simples recepção, mas na sua capacidade de apropriação da tecnologia. Diante disso, o fotojornalismo reapropriado tem um valor simbólico outro, duplo. As imagens transformadas em totens, ou seja, escolhidas para serem midiaticizadas pelas instituições jornalísticas, replicadas em dispositivos de atores individuais e mantidas em circulação constroem algo que vai além da simples agenda, determinam as imagens a serem vistas, as totêmicas, que instauram, em contrapartida, quais pertencerão ao universo das que permanecerão como existentes e invisíveis. E é sobre isso que se deve pensar em termos éticos.

Referências bibliográficas

FAUSTO NETO, Antônio. *A midiaticização jornalística do dinheiro apreendido: das fotos furtadas à fita leitora*. Disponível em <www.compos.org.br/biblioteca/245pdf>. Acesso em 20 jul. 2008.

FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo (orgs). *Mídia e movimentos sociais: linguagem e coletivos em ação*. São Paulo: Paulus, 2007.

_____; ROSA, Ana Paula. *Midiaticização e poder: a construção de imagens na circulação intermediática*. Goiás: UFG, 2011.

GOMES, Pedro Gilberto. Os processos midiáticos como objeto de estudo. In: _____ *Tópicos da teoria da Comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

KARAM, Francisco Jose. *Jornalismo, ética e liberdade*. São Paulo: Summus, 1997.

PISANI, Francis; PIOTET, Dominique. *Como a web transforma o mundo: a alquimia das multidões*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

RAMONET, Ignacio. *La explosion Del periodismo: internet pone en jaque a los medios tradicionales*. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2011.

ROSA, Ana Paula. *Imagens totens: a fixação de símbolos nos processos de midiaticização*. São Leopoldo: 2012. *(tese de doutorado)*

ROSA, Ana Paula; BARRETO, Rayson. *Ecos visuais no youtube: entre jornalismo e memória protésica*. 9 Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro, 2011.

SODRE, Muniz. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petropolis, RJ: Vozes, 2006.

Notas

1. Vídeo disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=rrNbGEDc_XQ&feature=related