



V CONGRESO IBEROAMERICANO DE PERIODISMO EN INTERNET

SOCIEDAD IBEROAMERICANA DE ACADÉMICOS, INVESTIGADORES Y PROFESIONALES DEL PERIODISMO EN INTERNET – AIAPI

FACULTAD DE COMUNICACIÓN - UNIVERSIDAD FEDERAL DE BAHÍA
24 Y 25 DE NOVIEMBRE DE 2004
SALVADOR – BAHÍA – BRASIL

PRÁTICAS E DESAFIOS *DO PARTICIPATORY JOURNALISM EM BLOGS*

Jorge Rocha Neto da Conceição¹
Universidade FUMEC
Belo Horizonte-MG
Setembro/2004

Resumo: A Internet gerou um avanço comunicacional representativo, estabelecendo condições de criação e desenvolvimento de sistemas informacionais que potencializem processos de co-enunciação, como *blogs*. Estas ferramentas comunicacionais constituem-se como hiperdocumentos propícios à nova forma de organização, transmissão e acesso à informação, tornando-se assim elementos específicos para a prática do *participatory journalism*. Com este trabalho, verificamos em que grau os *blogs* potencializam e estimulam o processo de co-enunciação presenciado na mídia internet.

A velocidade elétrica dos *blogs*

Em Análise do Discurso, entendemos que o processo ideológico do discurso define a atuação do sujeito, sua formação e o resultado de suas ações na vida social. A mediação da informação modela e dá vazão a determinados tipos de discursos, caracterizados como relativos a este ou aquele interesse dos grupos que detêm o controle sobre os meios de comunicação. Como contraponto a esta prática de manutenção de *status quo*, temos hoje em larga escala a utilização dos *blogs*, ferramentas consideráveis no que diz respeito à prática do *participatory journalism*. Estas páginas pessoais são ferramentas de publicação *on-line* que proliferam na Internet, possibilitando que cada internauta gere sua própria publicação ou apóie — direta e interativamente — produtos editoriais deste gênero.

Ferramentas midiáticas interativas que acabaram reforçando o movimento pela democratização da comunicação, os *blogs* passaram a oferecer aos usuários modelos pré-fabricados de páginas pessoais,

¹ **Jorge Rocha Neto da Conceição** é mestre em Cognição e Linguagem pela Uenf (Universidade Estadual do Norte Fluminense). Professor de Jornalismo Digital II na Universidade Fumec, em Belo Horizonte-MG, coordena o Laboratório de Jornalismo Digital, responsável pelo Ponto Eletrônico – <http://www.pontoeletronico.fumec.br> - site-laboratório do curso de Jornalismo.

onde textos e imagens poderiam ser publicados sem a necessidade de grande entendimento de como lidar com códigos-fontes ou outras linguagens. Em um primeiro momento, os *blogs* constituíram-se como uma espécie de “diário virtual de adolescentes”, sendo tratados exatamente desse modo pela grande imprensa.

Mas, à medida que os *blogs* eram publicizados na *world wide web*, mais se tornava possível perceber que se tratavam de ferramentas comunicacionais capazes de sustentar um discurso e uma linguagem diferenciada da mídia corporativa. Principalmente por conta de velocidade e facilidade de edição em um meio interativo, fomentando assim a busca por uma dinâmica discursiva própria para este suporte. Conseqüentemente, esta ferramenta comunicacional apresentava condições de trabalhar processos ideológicos em relação ao discurso empregado, fazendo com que os usuários/sujeitos pudessem tornar-se cada vez mais participantes do campo midiático.

As possibilidades comunicacionais observadas com a utilização dos *blogs* gradativamente atraíram a atenção da grande imprensa, principalmente após o atentado ao WTC, ocorrido em 11 de setembro de 2001. Momentos após o atentado, as primeiras notícias começaram a circular não por transmissões de rádio ou por telefones, mas sim pela Internet, notadamente por *e-mails* e *blogs*. Estes últimos, principalmente gerenciados nos Estados Unidos e propensos a tratamentos mais informativos, eram acompanhados avidamente por jornalistas do mundo inteiro, por sua capacidade de atualização constante de notícias. Agências de notícias e os principais meios de comunicação do mundo inteiro, como CNN e Washington Post, colocaram equipes de plantão para checar *blogs*, potencializando assim uma cadeia informativa, embasando seus noticiários com maiores informações sobre a situação do WTC e o andamento dos serviços de prestação de socorros.

Guilherme Kujawski, um dos primeiros jornalistas brasileiros a utilizar esta ferramenta midiática para editar o que não encontrava espaço em seu trabalho jornalístico habitual, publicou uma série de *posts*² sobre o atentado em seu *blog* Samizdat³. Nem mesmo a “cobertura virtual” dos desdobramentos do atentado modificou o discurso mantido pelo jornalista em seu *blog*, tampouco o foco de sua atenção. Conforme relembra Fábio Fernandes (2001) em artigo para o site *WebInsider*⁴, Kujawski “forneceu complementos preciosos reproduzindo dia a dia o pensamento de jornalistas de todas as partes do mundo (com destaque para o site da americana *Electronic Frontier Foundation* e o jornal inglês *The Observer*) e dando sua própria – e embasada – opinião a respeito dos acontecimentos”.

Nos *posts* de Kujawski, antes e depois de Osama bin Laden e Al Qaeda serem apontados como responsáveis pelo atentado, observou-se que o discurso mantido não ressoava um certo “ufanismo americano”, tampouco uma “condenação meritória”, conforme especifica Fernandes (2001). O exemplo da cobertura midiática *on-line* de um *blog* como Samizdat auxilia a evidenciar o tipo de discurso mais comumente encontrado no *blogverso* ou *blogosfera* — o universo virtual que ocupam os *blogs*, de acordo

² *Posts* são as mensagens publicadas nos *blogs*. No jargão dos blogueiros, *postar* um texto ou imagem equivale a publicá-los em um *blog*.

³ Samizdat pode ser acessado em <http://www.kujawski.blogspot.com>

⁴ Ver <http://webinsider.globo.com/vernoticia.php?id=1305>

com o jargão dos blogueiros –, que é associado à prática do *participatory journalism*. Esta prática, em um meio informacional interativo, pode nos auxiliar a evidenciar a carga ideológica contida nestes discursos jornalísticos.

Antes que abordemos o tópico *participatory journalism*, devemos definir as características ideológicas em discursos – principalmente nos discursos empregados pelos blogueiros – relativos aos meios de comunicação. Em primeiro lugar, é necessário que analisemos em que contexto se caracteriza a formação e utilização da semântica discursiva. Devemos então, compreender que o discurso opera em dois níveis de realidade, em se tratando de formação social: um nível de essência e outro de aparência⁵.

O primeiro nível é não-visível e o segundo, fenomênico. Ou seja, há uma distinção entre o que se pretende dizer, o que se pretende apontar como “verdade”, e o que realmente é dito, o que pode ser delineado à medida que se trava contato com maiores informações sobre este ou aquele aspecto discursivo. É possível, nestes níveis, detectar características ideológicas nas formações discursivas, de modo que orientem o processo de co-enunciação relativo aos *blogs*. Dessa forma, torna-se vital, para melhor entendimento deste processo, especificar o que significa o conceito “ideologia” em cada um destes níveis.

Para autores como Fiorin (1998), a ideologia pode ser classificada, em um primeiro momento, como representações que servem para justificar e explicar a ordem social e as condições de vida do homem. Mas, como tratamos aqui de um processo de mediação que opera no ciberespaço – um metassistema por natureza –, podemos ampliar esta definição. Assim, passamos a definir ideologia como visão de mundo de determinada classe social, levando em contas aspectos da realidade que parecem ser aproveitáveis segundo seus interesses, sejam eles políticos, sociais ou econômicos⁶.

Podemos então afirmar que não há um conhecimento neutro, pois ele sempre expressa o ponto de vista de uma classe a respeito da realidade. Todo conhecimento está comprometido com os interesses sociais (FIORIN, 1998, p.43).

Cabe ainda ressaltar que a ideologia — e, conseqüentemente, todo processo discursivo ideológico — é, ao mesmo tempo, constituída e constituinte da realidade. Cada uma destas formas sobre a qual se baseia esta ou aquela ideologia possui um discurso próprio, afinado com suas proposições e com uma carga discursiva capaz de salientar pontos preponderantes do objeto em questão, de forma a assegurar sua completa definição como verdade, como determinação.

No caso dos *blogs*, os primeiros contornos do *participatory journalism* começam a ser delineados no processo ideológico-midiático quando estas ferramentas dão a partida em desvelar a forma como esta ou aquela notícia é tratada pelas grandes corporações midiáticas. Em alguns casos, os *blogs* até mesmo “furam” a grande imprensa, ou seja, transmitem uma notícia de relevo antes mesmo da mídia corporativa

⁵ Ver Fiorin, José Luiz, *Linguagem e Ideologia*. São Paulo, Ática, 1998.

⁶ Idem.

e a repercute de maneira mais integrada, complementando-a através de ferramentas interativas. Utilizando estes recursos midiáticos interativos, estas publicações transformaram-se em um dos maiores fenômenos da Internet, porque dão ao “editor” desta ferramenta *on-line* a possibilidade de expressar sua opinião a respeito dos acontecimentos.

O fato atual particular reside no deslocamento da expressão subjacente para o plano da circulação pública de informação. A opinião, esta quimera, foi promovida à carta magna da nebulosa *blog*. A intimidade escancarada do diário dá lugar ao questionamento da mídia, à agonística — a luta pela leitura crítica — no mundo impalpável da rede (GIRON, 2002, p.17).

Este processo midiático de elaboração e formação ideológica do sujeito, principalmente no que diz respeito à produção, escoamento e busca de informações em *blogs*, possui um caráter dinâmico. Uma vez que proliferam *blogs* que elaboram críticas à chamada grande imprensa, esta passa a se preocupar ainda mais com sua estrutura⁷. Ou, conforme observa Giron (2002, p.17), “jamais a espetacularização da informação foi tão anarquizada quanto com o advento do *blog*”.

A conceituação deste processo ideológico-midiático, segundo Ferreira (2002), está estritamente ligada à construção do saber. Esta, por sua vez, pode ser realizada através do *habitus*. O *habitus* se caracteriza como um conjunto de esquemas de ação, produção, interpretação e apreciação do mundo. Portanto, constitui-se como uma forma de saber social, que pode ter sua estrutura modificada pela resultante dos processos ideológicos discursivos, desde que o sujeito seja considerado como “ser das estruturas”.

Se é verdade que o sujeito, individual e coletivo, é o construtor das estruturas, há por outro lado, para cada sujeito que ingressa na vida social, um conjunto de estruturas que herda, e frente às quais terá que se adaptar. (...) É este processo adaptativo do sujeito aos objetos sociais construídos e herdados que nos requisita um passo a mais em direção à discussão proposta pela análise do discurso e trocas lingüísticas (FERREIRA, 2002).

Este *modus operandi* midiático pode ser verificado nos *blogs*, possibilitando que internauta/leitor não seja passivo, mas sim participante e interativo da estruturação do processo comunicacional. Um dos pontos em comum entre estas ferramentas midiáticas – principalmente aquelas editadas por jornalistas – parece ser a atenção constante com um jornalismo opinativo; gradativamente, em casos de publicações deste tipo, acompanhadas pelo jornalismo investigativo, utilizando o computador tanto como fonte quanto meio produtor de notícias.

Tal experiência acontece ao mesmo tempo em que se abre um canal de comunicação direta com os internautas que acessam — costumeiramente ou não — este tipo de publicação. Um exemplo deste tipo,

⁷ Exemplos de como o advento dos *blogs* modificaram a visão editorial de alguns jornais podem ser aferidos com a implantação desta ferramenta em seus respectivos sites. No Brasil, em 2003, o jornal O Globo disponibilizou este recurso, em sua versão transposta do impresso para online, para alguns de seus colunistas.

no Brasil, pode ser encontrado no *blog* Língua de Trapo, de Alexandre Carvalho⁸, que analisa o discurso da imprensa em seus *posts*. Mantendo o foco apenas em *blogs* de língua portuguesa, podemos listar ainda Repórter Mosca, Jornalismo Digital, Jornalismo e Comunicação e, finalmente, Ponto Media⁹ que trabalham com um modelo comunicacional semelhante.

De um salto, os *blogs* grudaram as ventosas na jugular do “quarto poder”, sugando seu sangue e sujando seu nome. *Blogs* são “*fantasy shows*” contra a imprensa. A exemplo do Napster, que livrou a música do CD e quebrou o *show business*, os *blogs* provocam a metástase das palavras e podem levar a mídia à bancarrota (GIRON, 2002, p.16).

Com a proliferação em progressão geométrica desta ferramenta comunicacional *on-line*, não tardou para que estas publicações começassem a “furar” constantemente a grande imprensa ou a aprofundar, com maior rapidez, temas pertinentes – locais, nacionais e internacionais. Ao mesmo tempo, grande parte destes textos teciam críticas ácidas ao *modus operandi* da grande imprensa. A idéia que alimenta a Internet – informação em tempo real – é tratada como uma espécie de “questão de honra” para boa parte dos blogueiros, uma vez que se preocupam em manter a identidade de “observatório da imprensa”.

Hoje, como nos tempos de Chatô, os meios de comunicação são instrumentos de domínio da opinião. A dos articulistas pode não representar a do dono, mas é chancelada por ele.(...) Qual é a diferença entre um *blog* atachado a uma gigacorporação e os portais que elas sustentam? Nenhuma, salvo a rapidez de operação. Os blogueiros têm furado os portais noticiosos; é urgente manietá-los (GIRON, 2002, p.16).

No segundo semestre de 2002, as Organizações Globo adquiriram os direitos de colocar no ar a versão brasileira do Blogger.com, um dos mais populares programas de criação e gerenciamento de *blogs*. O executivo-chefe da Pyra Labs, criadora e gerenciadora do Blogger.com, Ewan Williams, esteve no Brasil, em agosto de 2002, para o lançamento deste produto, comentando que esta era a primeira parceria do tipo realizada fora dos Estados Unidos.

Na mesma ocasião, Ewan Williams também declarou que “a razão pela qual eu acho que os *blogs* decolaram não é pela tecnologia, mas por ser o elo que faltava na web (...) Não é apenas escrever, mas se comunicar, se expressar, se conectar com outras pessoas. E isso nunca vai passar”.¹⁰ Tal declaração corrobora a idéia de que *blogs*, como ferramentas midiáticas ao alcance de qualquer internauta, constituem publicações exemplares para a prática do *participatory journalism*

Como agentes representativos da democratização da comunicação e formadores de consciência social, os *blogs* apresentam uma semântica discursiva que auxilia a função de desvelar certos aspectos —

⁸ Ver <http://www.linguadetrapo.tk>

⁹ Ver, respectivamente, <http://www.mosca.blogspot.com>, <http://www.webjornalismo.blogspot.com>, <http://www.webjournal.blogspot.com> e <http://www.ciberjornalismo.com/pontomedia.htm>

¹⁰ Ver entrevista para WebInsider, realizada por Geraldo Magella, em <http://webinsider.globo.com/vernoticia.php?id=1394>

maquiados ou não — da carga informacional a qual nos submetemos/somos submetidos. Mais do que mera moda passageira, os *blogs* mostram-se instrumentos imprescindíveis em um dos próximos saltos da Internet, constituído por uma preocupação ideológico-midiática com o discurso informativo.

Estrutura de co-enunciação

Uma das características mais representativas do modelo hipertextual da Internet, percebida em publicações on-line – notadamente em *blogs* – diz respeito à estruturação de co-enunciação, que estimula a co-produção e gestão de informações. Para melhor estabelecer este processo e sua resultante na mídia internet, é preciso antes compreender as categorias de enunciação e enunciado, importantes elementos no campo informacional hipermidiático.

O conceito usual desta relação diz que a enunciação corresponde ao ato produtor de enunciado – uma linguagem estabelecida por aquele que fala, no preciso momento em que fala. A partir desta conceituação, podemos também dizer, de forma complementar, que “a enunciação é o ato pelo qual o sujeito constrói o sentido, e o enunciado é o objeto que auxilia a definição deste sujeito” (FIORIN, 2002, p.31). Estes conceitos podem ser estendidos a toda atividade discursiva, não mais simplesmente contrapondo enunciação a enunciado como se contrapõe um ato a seu produto. Em vez de seguir este caminho, as análises relativas ao processo de co-enunciação definem que é necessário buscar elementos do ato (enunciação) em seu produto (enunciado), para compreender esta relação. Desse modo, podemos estabelecer que estas categorias não apontam para uma relação estática, mas sim constituem “um ato comunicacional dinâmico ou performance” (Fiorin, 2002, p.34).

Esta classificação evidencia que a relação entre enunciação e enunciado é biunívoca, sendo que este último vai apresentar traços e marcas do primeiro em sua formação. A reconstituição destes traços, em uma análise discursiva, deve ser realizada levando-se em conta as competências necessárias para a produção do enunciado. Entre estas competências, podemos nos concentrar naquelas que dizem respeito às questões intertextual, situacional e interdiscursiva¹¹, para melhor avaliar a relação entre enunciação e enunciado na Internet, por serem as mais dinâmicas e mais propícias para estimular a co-enunciação.

Em relação à intertextualidade, podemos verificar as relações contratuais ou polêmicas que um determinado texto apresenta em relação a outro ou outros, especificamente no caso da utilização de recursos hipermidiáticos. O uso de *hiperlinks*, ligando sites ou outros recursos interativos na *web* é um exemplo. A competência situacional é responsável por definir e/ou modular o conhecimento relativo à determinada situação ou de determinado parceiro no ato comunicacional – auxiliando a estabelecer assim de que modo comunicar algo para alguém, conhecendo ou gradativamente descobrindo seu repertório. Já a competência discursiva, que é relativa aos conhecimentos culturais e ideológicos, em determinados

¹¹As competências necessárias para enunciar são, além das citadas, de ordem lingüística, textual e pragmática. Ver Fiorin, op. cit.

momentos enfatiza a dessemelhança (discurso polêmico) ou volta-se para a similitude (discurso cúmplice). Tais competências, como analisaremos adiante, são componentes essenciais à estruturação do discurso na estrutura hipermediática, estabelecendo assim uma maior troca de informação entre enunciador e enunciatário.

Se observarmos que há traços característicos da enunciação no enunciado, cabe ressaltar então que o mesmo princípio informacional pode ser percebido na relação de troca entre enunciador e enunciatário. Esta relação supera a conceituação clássica de emissor e receptor, uma vez que considera que o processo comunicacional não se dá por pólos distintos, mas sim por uma interação ou intersecção – gerando assim uma interlocução. Para que a intersecção a que se refere Fiorin (2002) se aprofunde, ou seja, a troca de informações entre enunciador e enunciatário aconteça do modo mais interativo possível durante a navegação no ciberespaço, estimulando a co-enunciação, devemos observar duas leis discursivas fundamentais: a de informatividade e a de exaustividade¹².

Estabelecemos então que a relação entre enunciação e enunciado possui um caráter dinâmico e interativo, que deve possibilitar um maior grau de interlocução entre os participantes de um determinado processo comunicacional. Esta co-relação pode ser aprofundada com a utilização dos recursos hipermediáticos que a Internet possui, notadamente no caso de *blogs*, que apontam para uma interatividade capaz de agregar conteúdo por conta do contrato informacional entre enunciador e enunciatário.

Este tipo de função comunicacional percebido nos *blogs*, em um sistema de co-enunciação, pode ser definido no que se convencionou chamar de *participatory journalism*, onde não são estritamente utilizadas as formas usuais de jornalismo das mídias tradicionais. Esse modo jornalístico consiste na “forma pela qual cidadãos ou grupo de cidadãos desenvolvem uma participação ativa no processo de coleta, organização, análise e disseminação de notícias e informação” (BOWMAN e Willis, 2003, p.9).

Em relação à prática determinante do *participatory journalism* na Internet, Bowman e Willis (2003), citando o cientista-chefe da Xerox Co, John Seely Brown, especificam que o que antes era conhecido como audiência, hoje passa a desempenhar o papel de “pro-sumidor”, ou seja, um misto de produtor e consumidor de informação. Dessa forma, o jornalista ou a pessoa responsável pela manutenção do *blog* torna-se uma espécie de moderador ou facilitador de informação. Baseado nesta forma de atuação, cabe ainda evidenciar que *blogs* e *chatbots* desenvolvem suas funções em uma estratégia *bottom-up*¹³. No caso dos *blogs*, esta estratégia refere-se a um sistema denominado *bottom-up news* ou

¹² A primeira é relativa a comunicar algo que a pessoa a quem se fala não conheça de maneira completa ou que esta possa buscar maiores elementos, uma vez que se procura transmitir informação e não apenas estabelecer uma conversação. A segunda diz respeito à taxa de informação apresentada, evocando assim a máxima de quantidade de Grice (1975). É importante ressaltar que estas leis são utilizadas para a construção e interpretação do discurso, assim como asseguram sua dinamização.

¹³ *Bottom-up* e *top-down* são conceitos que explicam como os processos cognitivos humanos estão ligados ao cérebro, em uma base biológica. Em uma análise relativa à *top-down*, desconsidera-se de que é feito o sistema analisado, concentrando-se no que ele faz, decompondo-o em sistemas menores e mais detalhados. A estratégia *bottom-up* considera que todos os processos cognitivos observáveis são a soma de atividades aleatórias de seus elementos constituintes, mantendo-se assim em conformidade com as teorias da complexidade. Ver

social network, permitindo que os papéis de fonte, repórter, editor, *publisher* e audiência se amalgamem, se relacionem de maneira simbiótica, na produção e consumo de informação¹⁴.

Uma característica que define o *participatory journalism* é a conversação. De qualquer modo, não há nenhuma central organizacional de mídia controlando a troca de informação. A conversação é o mecanismo que torna possível virar a mesa das formas tradicionais de jornalismo e cria uma ética de troca de informação igualitária e dinâmica” (BOWMAN e Willis, 2003, p.9).

Esta relação biunívoca entre enunciador e enunciatário – sintetizada no termo *conversação* –, estimulada e realizada em *blogs* pode ser ainda aferida tendo em conta a utilização do sistema de comentários. Este sistema compreende uma pequena janela *pop-up*¹⁵ que se abre assim que clicamos no *link* correspondente, geralmente colocado logo abaixo do *post*. A janela que surge permite que o usuário possa comentar, debater, complementar, contestar ou até mesmo apontar uma retificação à informação postada. Para estimular os leitores a comentar os *posts*, em geral, os blogueiros fazem uso da competência discursiva, tratando determinado assunto com dessemelhança ou similitude.

Dessa forma, temos constituído um ambiente de trabalho que pode ser considerado como uma “obra aberta”, no sentido de que pode passar por transformações constantes, tanto em relação à produção discursiva quanto ao *design*, e que não possui similar em outro suporte midiático. Transformações desta ordem são constituídas pelo movimento dinâmico da co-enunciação, uma vez que a interação e troca informacional entre enunciador e enunciatário são responsáveis por dimensionar este fluxo.

Ligações hipermidiáticas em *blogs*

Para verificar o processo de interação entre co-enunciadores em *blogs*, elemento constituinte do *participatory journalism*, realizamos entrevistas com blogueiros brasileiros que utilizam a opinião como mola-mestra em seus *posts*. Os pontos levantados na entrevista dizem respeito às características hipermidiáticas para disseminação de informação, fatores de organização de condutas no espaço-informação, multiplicidade de geração de conteúdos em caráter de fonte primária, e padrões de pensamento no processo de co-enunciação. Os blogueiros entrevistados foram Guilherme Kujawski, Alexandre Carvalho, Fausto Rego e Fábio Fernandes¹⁶.

Cabe observar que, dos quatro *blogs* mantidos por brasileiros listados neste trabalho, apenas Samizdat não utiliza o sistema de comentários. No entanto, Kujawski reconhece o valor deste recurso no

Bowman, Shayne e Willis, Chris. *We Media - How audiences are shaping the future of news and information*. <http://www.wemedia.org> e Johnson, Steven, *Cultura da interface – como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro, Zahar, 2001

¹⁴ Como estratégia analítica, podemos evidenciar também o modelo *top-down news* ou controle organizacional da mídia. Neste sistema, temos a filtragem da informação feita pelos mediadores e repassada para uma massa heterogênea de audiência. Ver Bowman, Shayne e Willis, Chris. *We Media - How audiences are shaping the future of news and information*. <http://www.wemedia.org>.

¹⁵ Uma nova janela, de dimensões reduzidas – que pode ser maximizada, dependendo da vontade do usuário –, usualmente utilizada por portais como exibição de propagandas. Os *blogs* utilizam este formato, aplicando uma utilidade diferenciada.

¹⁶ Responsáveis, respectivamente por Samizdat, Língua de Trapo e Repórter Mosca, já citados. Fábio Fernandes esteve à frente de *blogs* como Zero Absoluto – <http://www.zero-absoluto.blogspot.com> - e Polis – <http://www.polis.blogspot.com>

processo de co-enunciação, concordando com a idéia de que *blogs* são estruturas de informação que dialogam com a rede, conforme apontam os demais blogueiros entrevistados. Para Kujawski, uma prova desta afirmação reside justamente na atenção dada aos comentários em *blogs*, apontando para a discussão sobre como criar identificadores nestes sistemas.

Ponto de vista semelhante tem Fausto, que considera que o sistema de comentários em *blogs* tornou-se quase obrigatório, uma vez que a troca informacional é um fundamento deste ambiente de trabalho. Em relação a uma análise discursiva, esta intertextualidade pode ser percebida com maior clareza com este recurso hipermidiático.

Com a utilização de recursos hipermidiáticos como sistema de comentários, os *blogs* expandem a conceituação e uso do hipertexto, como forma de estabelecer conversação e estimular a co-enunciação. De modo a evidenciar a conversação – elemento preponderante no *participatory journalism* –, cabe verificar de que modo a co-enunciação pode ser estimulada, considerando os *blogs* como fatores de multiplicidade de geração de conteúdos em caráter de fonte primária. Tal evidência é reforçada por Fausto como natural aos hiperdocumentos, considerando que os *blogs* podem se realimentar da mídia convencional, de uns dos outros e de si mesmos – em função dos comentários dos leitores, sob o prisma de competências discursivas.

Os comentários em *blogs* requerem uma atenção maior por parte de Kujawski. Ele considera que, à medida que há um diálogo direto entre enunciador e enunciatários, como percebemos nesse sistema, existe um estímulo para que os leitores se tornem fontes também, estruturando assim o processo de co-enunciação. Fernandes corrobora esta opinião, destacando ainda que há duas tendências definidas em relação ao enunciador, no processo co-enunciativo. No primeiro caso, o blogueiro é uma pessoa conhecida antes de publicar seu *blog*, tornando-se um ponto nodal na mídia interativa, simplesmente por conta de seu nome. Na outra ponta, o mantenedor do *blog* é desconhecido, mas trabalha eficazmente o marketing pessoal, publicando informações relevantes sobre temas escolhidos para tratar nesta publicação, chamando assim a atenção de outros blogueiros.

Ambos os casos apontados por Fernandes evidenciam também uma expansão conceitual destes hiperdocumentos. Com esta expansão conceitual, os *blogs* configuram-se também como fatores de organização de condutas no espaço-informação. Esta organização é perceptível no gerenciamento de informação, amalgamando hipermídia e processo narrativo. Como uma característica a ser destacada neste processo, Kujawski cita a maneira como os *blogs* se interconectam, bastante diferente das versões *on-line* de jornais ou mesmo de algumas publicações jornalísticas na Internet. Estas interconexões podem ser percebidas nas áreas chamadas “*blogrolls*”, termo que designa, conforme Kujawski explica, a lista de *blogs* que um determinado blogueiro aprecia.

Fernandes possui opinião semelhante à de Kujawski, frisando que este gerenciamento fica bastante claro quando se navega pelos *blogs* mais populares. No entanto, ele chama a atenção para o fato de que a

interatividade observada na Internet pode perder força se esta prática de reorganização informacional em pontos nodais fizer com que, gradativamente, as publicações mais acessadas gerenciem e até mesmo ditem a informação de outros *blogs*. Tal afirmação abre espaço para que Carvalho discorde da idéia de que *blogs* são elementos de organização de conduta no espaço-informação. Para ele, um dos princípios da blogosfera é justamente o fato de não haver regras ou qualquer tipo de organização e, dessa forma, a hiperdocumentação nos *blogs* é a mesma percebida nos *sites*, sendo que não se torna possível estabelecer em que momento o leitor vai acessar ou não determinado *link*, tornando-se assim co-autor da informação.

Observamos que a junção de recursos hipermidiáticos ao processo narrativo em *blogs* pode apontar para uma estruturação de co-gerenciamento informacional ou co-enunciação. Desta forma, podemos caracterizar estas publicações como “obras abertas”, uma vez que há a possibilidade de agregar conteúdo à informação original ou de ter acesso a diversas fontes para atestar ou contestar o que foi publicado em determinado *post*. Kujawski e Fernandes não concordam, estritamente, com o termo “obra aberta”, no que diz respeito à capacidade dos *blogs* permitirem o co-gerenciamento de informação. Para Fernandes, na maioria dos casos, *blogs* são hiperdocumentos que possuem funções complementares, pois não fazem mais do que complementar a informação dada no *post*.

Ele considera ainda que a característica de “obra aberta” está começando a ser evidenciada com a utilização conjunta de *posts* e sistema de comentário, mas ressalta que tal co-gerenciamento somente terá influência na informação se o blogueiro assim o permitir. Fernandes cita que há *blogs* onde são publicados *posts* polêmicos, cujos comentários críticos sobre o tema focado costumam ser apagados pelo blogueiro, interrompendo assim o fluxo de co-enunciação, portanto, fechando o canal de comunicação para uma “obra aberta”. Os sistemas de comentários e os *blogs* coletivos são apontados por Kujawski como dois elementos que podem imprimir um caráter “aberto” à blogosfera. No entanto, ele considera que estes elementos ainda são utilizados como mídias *broadcast* (um para muitos) e não como um sistema *many-to-many*.

Dessa forma, torna-se natural que os blogueiros busquem utilizar esta junção discursivo-midiática para definir uma dinâmica comunicacional para esta ferramenta interativa, fazendo-a passar do conceito de mediação para o de co-enunciação. Fausto considera que esta dinâmica discursiva própria está tomando corpo a partir da falta de amarras editoriais dos *blogs* em relação aos modelos de mídia tradicional. Para ele, por seu caráter eminentemente livre de manietações ou intervenções, estes hiperdocumentos estão ampliando seu escopo e suas possibilidades a cada momento.

Kujawski faz eco às considerações de Fausto, ao frisar que uma das inovações discursivas introduzidas pelos *blogs* está ligada à quebra do monopólio da mídia tradicional, transformando cidadãos normais em repórteres, constituindo assim o *participatory journalism*. Ele cita como prova deste avanço

hipermidiático-discursivo o fenômeno dos *flashmobs*, onde *posts* e mensagens SMS¹⁷ transformaram-se em instrumentos de mobilização.

Em relação ao *design* de interface na junção de recursos hipermidiáticos com processos discursivos no processo de co-enunciação, Fernandes não considera que os blogueiros, de maneira geral, estejam utilizando a contento os elementos da hipermídia. Para ele, a preocupação mais perceptível em relação à interface em *blogs* diz respeito à criação de *templates* novos, mas que ainda exploram possibilidades de uso que já estão desgastadas. No entanto, ele argumenta que o advento de ferramentas gerenciais como Movable Type¹⁸ pode ser capaz de fazer com que os blogueiros encontrem novas possibilidades de elaborar interfaces que permitam uma interação em um nível maior do que o atual estado.

Este nível de interação que Fernandes cita, uma vez que aponta uma dinâmica discursiva própria para *blogs*, destaca-se como um dos elementos responsáveis para a elaboração de padrões de pensamento referentes ao processo de co-enunciação na mídia interativa. Fernandes considera que quem trabalha com o espaço-informação deve atentar para duas questões importantes: estar pronto para acompanhar mudanças e preparar-se para realizar várias tarefas ao mesmo tempo. Dessa forma, é possível estabelecer que os padrões de pensamento – tanto do enunciador quanto do enunciatário no processo de co-enunciação – devem trabalhar com velocidade e processamento paralelo. Carvalho complementa esta idéia, ao afirmar que estes padrões de pensamento devem ser construídos aos poucos, à medida que são criados, na utilização do espaço-informação, novos hábitos de consumo e novos padrões de comportamento.

Como exemplo de construção destes padrões de pensamento voltados para a co-enunciação proporcionada pela mídia interativa, Fausto recorre ao caso do 11 de Setembro, quando a mídia convencional viu-se engessada pela confusão das informações oficiais, enquanto os *blogs* publicavam visões diversas sobre o atentado, com atualizações constantes. Nesse caso, a mídia tradicional teve que se render à capacidade informacional destes hiperdocumentos, utilizando-os como fontes de informação. Para ele, este exemplo mostra que há uma compreensão de que novas portas estão sendo abertas para os processos comunicacionais.

Podemos concluir então que, neste processo dinâmico discursivo, a convergência de mídias é um elemento que facilita o trabalho de apuração de notícias. Com a característica do *participatory journalism* evidenciada no processo informacional relativo aos *blogs*, não há mais “espaço onipresente” para a figura do jornalista como mediador da informação, mas sim milhares de “repórteres cidadãos” na ativa, produzindo, recombinao e divulgando informação. Dessa forma, é possível estabelecer que o *design* de

¹⁷ Mensagens enviadas por *e-mail* e recebidas em celulares

¹⁸ Ferramenta de publicação independente, que oferece condições aos blogueiros de gerenciar cada aspecto gráfico de sua publicação de maneira pormenorizada e mais interativa.

interface destas publicações é elemento responsável por aliar recursos hipermidiáticos a processos discursivos, constituindo a passagem da mediação para a co-enunciação.

Portanto, é possível considerar que o desenvolvimento da Internet é caracterizado por catalisar uma modificação substancial no que se refere à estrutura e ação do campo midiático. O impacto das possibilidades de interação e gerenciamento de recursos de outras mídias neste espaço-informação demonstram que não estamos mais vivenciando uma simples adaptação conjuntural, mas sim, transformações orientadas com o surgimento de paradigmas referentes à compreensão da natureza e *modus operandi* do ciberespaço.

Dessa forma, entendemos que a organização e atuação comunicacional, em um modelo de sistema complexo como a mídia internet, encontram-se vinculadas ao conceito de flexibilidade, possibilitando assim um maior co-gerenciamento de informação. Ao adotarmos este conceito, consideramos que a regra de desenvolvimento comunicacional neste meio não é estável, em definição estrita, o que pode nos permitir uma compreensão diferenciada de fluxos e processos de cunho não-linear.

Entendemos que o pensamento complexo, aplicado à produção e absorção de mensagens na hipermídia, constitui-se em uma forma de percepção, leitura e raciocínio diferenciada das mídias tradicionais, compreendendo assim um outro tipo de matriz cognitiva, que aponta para a estruturação de co-enunciação. Esta diferenciação cognitiva diz respeito à capacidade de assimilar a interatividade em um meio que promove um alto grau de intercâmbio de informação, possibilitando compartilhamento e síntese de idéias de uma maneira dinâmica como nunca houve antes em outra mídia.

Observando esta diferenciação, estabelecemos que estas "organizações de aprendizagem", para adequarem-se ao campo hipermidiático, deveriam ser trabalhadas sob uma perspectiva de sistemas cognitivos amplos e complexos, que apontam para uma combinação de inter-relações e padrões de mudança na forma de lidar com a comunicação. Desse modo, reforçamos a idéia de que, sob esta perspectiva, podemos observar e compreender processos de inter-relações em sistemas complexos, em uma espécie de contraponto com as cadeias lineares de causa e efeito.

Nos caso dos *blogs*, comprovamos que a troca informacional estimulada pela hipertextualidade é mais evidenciada no sistema de comentários, quando os enunciatários dialogam com o enunciador, a partir de determinada mensagem publicada. Percebemos então, ao verificar a intertextualidade resultante nos processos comunicacionais da mídia internet, que realmente ocorre um diálogo direto, que coloca os participantes do processo de co-enunciação como produtores e consumidores de informação. Ou, adotando novamente o termo criado para o *participatory journalism*, passamos a contar com uma relação entre “pro-sumidores”, o que não é percebido em relação às demais mídias.

Referências bibliográficas:

1. BOWMAN, Shayne e WILLIS, Chris. *We Media - How audiences are shaping the future of news and information*. <http://www.wemedia.org>. Publicado *on-line*, no formato PDF, em Julho/2003. Consultado em 21/01/2004
2. CUNHA FILHO, Paulo. “O Papel do hiperdocumento nos processos comunicacionais”. in *Anais da Intercom*. Campo Grande: Intercom, 2001. (CD-Rom)
3. FERNANDES, Fábio. *Blogs já são ferramenta de gente grande*. <http://webinsider.globo.com/vernoticia.php?id=1312>. Publicado em 18/06/2002. Consultado em 04/12/2002.
4. _____. *Blogs que nasceram ontem e já amadureceram*. <http://webinsider.globo.com/vernoticia.php?id=1305>. Publicado em 03/10/2001. Consultado em 04/12/2002.
5. FIORIN, José Luiz. *Linguagem e Ideologia*. São Paulo: Ática, 1998.
6. _____. *As astúcias da enunciação – as categorias de pessoa, espaço e tempo*. São Paulo: Ática, 2002.
7. GIRON, Luiz Antonio. “A blague do blog”. In *Revista Bravo!*, número 60, p. 16-17: Setembro, 2002.
8. JOHNSON, Steven. *Cultura da Interface – como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
9. LEÃO, Lúcia. *Labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço*. São Paulo: Iluminuras, 1999.
10. LEMOS, André. *Anjos interativos e retribalização do mundo: sobre interatividade e interfaces digitais*. <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>. Consultado em 25/08/2003.
11. LÉVY, Pierre. *A Máquina Universo – criação, cognição, e cultura informática*. Porto Alegre: Artmed, 1998.
12. _____. *As tecnologias da inteligência – o futuro do pensamento na era da informática*, São Paulo: Editora 34, 1999.
13. MATTELART, Armand e Michèlle. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.
14. MAGELLA, Geraldo. *Como ser famoso e faturar só um pouquinho* <http://webinsider.globo.com/vernoticia.php?id=1394>. Publicado em 20/08/2002. Consultado em 04/12/2002.
15. MORIN, Edgar. *O Método – 4. As idéias – Habitat, vida, costume, organização*. Porto Alegre: Sulina, 2001.

16. _____. *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa: Instituto Piaget, 1991.
17. NÖTH, Winfried e SANTAELLA, Lúcia. *Imagem – Cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2001.
18. PALÁCIOS, Marcos. *A Internet como ambiente de pesquisa*.
<http://www.facom.ufba.br/Seminpesq/seminpesq1.html/#Interatividade>. Consultado em 25/08/2003.
19. RIBEIRO, José Carlos. “Um Novo Olhar sobre a Sociabilidade no Hiperespaço”. in PALACIOS, Marcos & LEMOS, André (orgs). *Janelas do Ciberespaço – Comunicação e Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2001.
20. SILVA JÚNIOR, José Afonso da. *A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso*. <http://.www>. Consultado em 22/09/2003.