

MABEL OLIVEIRA TEIXEIRA

O TUÍTE JORNALÍSTICO:

Um diálogo sobre gêneros discursivos, jornalismo e novas mídias

Tese apresentada ao Programa de Pós Graduação em Letras da Universidade Católica de Pelotas como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutora em Letras.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Raquel da Cunha Recuero

Pelotas, março de 2016.

MABEL OLIVEIRA TEIXEIRA**O TUÍTE JORNALÍSTICO:**

Um diálogo sobre gêneros discursivos, jornalismo e novas mídias

Tese apresentada ao Programa de Pós Graduação em Letras da Universidade Católica de Pelotas como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutora em Letras.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Adail Sobral (UCPEL)

Prof^a. Dr^a. Fabiane Villela Marroni (UCPEL)

Prof. Dr. Júlio Araújo (UFC)

Prof^a. Dr^a. Maria Clara Aquino Bittencourt (UNISINOS)

Prof^a. Dr^a. Raquel Recuero (UCPEL)

Pelotas, março de 2016

RESUMO

O presente trabalho se coloca como uma abordagem transdisciplinar que visa, sobretudo, analisar os enunciados jornalísticos no Twitter (ou tuítes jornalísticos), guiado e inspirado pela perspectiva bakhtiniana, a fim de sanar a seguinte questão: pode-se, assentado em uma compreensão dialógica da comunicação discursiva, encontrar, na materialidades dos enunciados jornalísticos no Twitter, indícios enunciativo/discursivos que permitam vislumbrá-lo como gênero discursivo? Buscando sanar tal questão, a pesquisa mobiliza, em um primeiro momento, o corpo teórico que localiza e apresenta as lentes através das quais o fenômeno é observado; na sequência, propõe uma análise discursiva (BAKHTIN, 2011) voltada à compreensão dos gêneros (SOBRAL, 2006). O *corpus* de análise é constituído por 1.974 tuítes, coletados entre os dias 1º e 5 de dezembro de 2015, dos perfis de três reconhecidos jornais, a saber: Folha S.Paulo (@folha); O Globo (@JornalOGlobo) e Estado de S. Paulo (@Estadao).

Palavras-chave: enunciado; discurso; mídias sociais; webjornalismo.

ABSTRACT

This work presents itself as a transdisciplinary approach aimed, above all, to analyze the journalistic statements on Twitter (or journalistic tweets), guided and inspired by Bakhtin's perspective, in order to address the question: can, seated at a dialogical understanding discursive communication, finding in materialities journalistic statements on Twitter, enunciation / discursive evidence justifying the glimpse it as a discursive genre? Seeking to remedy the issue, research mobilizes, at first, the theoretical body that locates and shows the lens through which the phenomenon is observed; following proposes a discourse analysis (Bakhtin, 2011) focused on the understanding of genres (Sobral, 2006). The analysis corpus consists of 1,974 tweets collected between days 1 and 5 December 2015, the three recognized newspaper profiles, namely: S.Paulo Sheet (@folha); The Globe (@JornalOGlobo) and Estado de S. Paulo (@Estadao).

Keywords: utterance; discourse; social media; web journalism.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 BAKHTIN: UM DIÁLOGO SOBRE LINGUAGEM, ESFERA E GÊNERO DISCURSIVO	15
1.1 A LINGUAGEM EM BAKHTIN: PRINCIPAIS CONCEITOS	16
1.1.1 Compreendendo o enunciado bakhtiniano: interação, enunciação e discurso	24
1.2 AS ESFERAS DE COMUNICAÇÃO/ATIVIDADE HUMANA: PROPONDO UMA DISCUSSÃO	32
1.3 UMA DISCUSSÃO ACERCA DOS GÊNEROS DISCURSIVOS	36
1.3.1 Processo de formação dos gêneros discursivos	46
2 O INTERATIVO UNIVERSO PÓS-MODERNO: HOMEM, TECNOLOGIA E INFORMAÇÃO	51
2.1 A SOCIEDADE EM REDE E O UNIVERSO CIBER	65
2.2 A COMUNICAÇÃO MEDIADA POR COMPUTADOR E AS REDES SOCIAIS NA INTERNET	73
2.2.1 Sites de Redes Sociais (SRS)	81
2.2.1.1 A evolução dos SRS: do Friendster ao Twitter	85
3 A ESFERA JORNALÍSTICA E O JORNALISMO EM REDE	98
3.1 O WEBJORNALISMO E O MODELO DA PI	106
3.2 O JORNALISMO NOS SITES DE REDES SOCIAIS	118
3.2.1 O @jornalismo no #Twitter	128
4 ANÁLISE DISCURSIVA: UM DIÁLOGO SOBRE O TUÍTE JORNALÍSTICO	136
4.1 PRÉ-ANÁLISE: PRIMEIROS PASSOS À DEFINIÇÃO DO <i>CORPUS</i>	139
4.1.1 Apresentação da ferramenta: as funcionalidades do Twitter	143
4.2 DESCRIÇÃO DO OBJETO: O TUÍTE JORNALÍSTICO	152
4.2.1 Os sujeitos de pesquisa: @folha, @JornalOGlobo e @Estado	152
4.2.2 A estrutura do tuíte jornalístico: uma apresentação formal do objeto	159
4.3 ANÁLISE DO OBJETO: ABRINDO UM DIÁLOGO COM O TUÍTE	166
4.4 (UMA) INTERPRETAÇÃO: O TUÍTE JORNALÍSTICO COMO GÊNERO	180
4.4.1 O tuíte e a macroestrutura do webjornalismo	181
4.4.2 O tuíte jornalístico e o enunciado jornalística padrão (notícia)	188
4.4.3 Um possível olhar: tuíte jornalístico com um @GêneroDiscursivo	194
5 ÚLTIMAS CONSIDERAÇÕES (UM TUÍTE FINAL)	197
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	201

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – O agir humano conforme a teoria bakhtiniana	20
Figura 02 – Os quatro níveis da interação	25
Figura 03 – O texto (plano da língua) <i>versus</i> texto (plano do discurso)	28
Figura 04 – A língua em uso	29
Figura 05 – Representação do processo de comunicação segundo a perspectiva bakhtiniana	31
Figura 06 – Elementos constituintes dos gêneros discursivos	42
Figura 07 – Grafos de diferentes tipos de redes	66
Figura 08 – Linha do tempo dos sites de redes sociais mais populares	86
Figura 09 – Número de usuários do Facebook x população da China e da Índia ...	88
Figura 10 – Similaridades entre os SRSs Orkut e Facebook	88
Figura 11 – Perfil dos usuários brasileiros do Facebook e do Twitter	89
Figura 12 – Primeiros rascunhos da <i>interface</i> do SRSTwitter	93
Figura 13 – Evolução da <i>interface</i> do Twitter e de suas funcionalidades	94
Figura 14 – Protagonismo dos SRSs à cobertura dos atentados em Paris	107
Figura 15 – SRSs usados para pedir ajuda e compartilhar relatos de testemunhas .	108
Figura 16 – Exploração da notícia segundo o modelo da Pirâmide Deitada (PD) ..	115
Figura 17 – Modelo da Pirâmide Deitada	116
Figura 18 – Jornalismo padrão <i>versus</i> webjornalismo	134
Figura 19 – Planos envolvidos à análise dialógica do tuíte	141
Figura 20 – Ranking dos maiores jornais impressos do Brasil	146
Figura 21 – Conexões entre usuários do Twitter.....	147
Figura 22 – Telas da <i>timeline</i> e do fluxo informacional interno (destacando alguns recursos)	148
Figura 23 – Tela do fluxo informacional externo de um usuário do Twitter	151
Figura 24 – Tela do “Moments”	152
Figura 25 – Telas do <i>moment</i> “tudo que você queria saber sobre o Oscar”	154
Figura 26 – Tela do perfil do jornal Folha de S.Paulo (sujeito 1) no Twitter	155
Figura 27 – Exemplo de alguns dos perfis associados da Folha de S. Paulo no Twitter	157
Figura 28 – Tela do perfil do jornal O Globo (sujeito 2) no Twitter	157
Figura 29 – Exemplo de alguns dos perfis associados do jornal O Globo (sujeito 2) no Twitter	158
Figura 30 – Tela do perfil do jornal o Estado de S. Paulo no Twitter	159
Figura 31 – Amostra de alguns dos perfis associados ao O Estado de S. Paulo (sujeito 3) no Twitter	160
Figura 32 – T1(S1) elucidando a estrutura composicional de um tuíte jornalístico	
Figura 33 – Núcleos 1 da estrutura do tuíte	161

Figura 34 – Núcleos 2, extraídos do T1(S1), T121(S2) T11(S3), respectivamente	162
Figura 35 – Núcleo 3 da estrutura do tuíte, exemplo extraído do T1(S1)	162
Figura 36 – Núcleos 4 da estrutura do tuíte, exemplo extraído do T1(S1)	163
Figura 37 – Núcleos 4 da estrutura do tuíte, exemplo extraído do T1(S1)	163
Figura 38 – Submenu do núcleo 5	164
Figura 39 – Representação de algumas das interações extraídas do T164(S3)	166
Figura 40 – Perfis dos sujeitos de pesquisa (S1, S2 e S3)	169
Figura 41 – T121(S1)	173
Figura 42 – T293(S1)	174
Figura 43 – Abertura de diálogo T155(S3) e T54(S3)	176
Figura 44 – Exemplos de tuítes (re)publicados	178
Figura 45 – Tuíte ilustrativo (1) <i>versus</i> notícia <i>linkada</i>	182
Figura 46 – Ampliação da informação disposta conforme modelo da PD	183
Figura 47 – Diferenças na hierarquias sugeridas pelo modelo da PI e o modelo da PD	184
Figura 48 – Níveis de explicação e contextualização do tuíte ilustrativo (1)	185
Figura 49 – Processo de transmutação do lide em microlide	186
Figura 50 – Assunção de @TwitterNomes como referência em T270(S2) e T307(S2)	193
Figura 51 – Recorte do diagrama da teoria dos discursos para análise de textos contemporâneo	196

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Características modernismo <i>versus</i> pós-modernismo	56
Quadro 02 – Características e impactos da CMC	77
Quadro 03 – Valores e Capital Social nos SRSs	83
Quadro 04 – Evolução do webjornalismo	99
Quadro 05 – O impacto das características da Web no modelo da PI	113
Quadro 06 – Etapas do modelo <i>News Diamond</i>	117
Quadro 07 – Cenários possíveis à relação jornais <i>versus</i> SRS	121
Quadro 08 – Dimensões do jornalismo entrelaçado	129
Quadro 09 – Definição dos sujeitos de pesquisa	142
Quadro 10 – Funcionalidades de interação, disseminação e avaliação de um tuíte	164
Quadro 11 – Novos letramentos	171
Quadro 12 – Descaracterização do enunciado padrão	189

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Organização dos primeiros dados extraídos do <i>corpus</i>	159
Tabela 02 – Tipos de tuítes identificados no <i>corpus</i>	179

INTRODUÇÃO

Alertamos, desde já, que este trabalho não pretende falar sobre tecnologia, ou sobre formatos textuais, e muito menos sobre minúcias da rotina jornalística. Trataremos, sim, do que consideramos seu ponto de intersecção, traremos, pois, de pessoas. E o que são pessoas senão seres de linguagem? É, pois, através de um dado olhar sobre a linguagem que pretendemos observar o fenômeno comunicacional contemporâneo, considerando, sobremaneira, as relações humanas e os processo discursivos que atuam à formação do(s) sentido(s).

Dito isso, salientamos que proposta central do presente trabalho é, sobretudo, analisar os enunciados jornalísticos no Twitter (ou tuítes jornalísticos), guiados e inspirados pela perspectiva bakhtiniana, orientados pela seguinte questão: **podemos, assentados em uma compreensão dialógica da comunicação discursiva, encontrar nos enunciados jornalísticos no Twitter indícios suficientes à caracterização de um novo gênero discursivo?**

Podemos afirmar, de maneira sucinta, que o objetivo central deste estudo é, pois, corroborar ou refutar (de maneira pontual) a ideia de que as mudanças sociais pós-modernas nos permitem vislumbrar o tuíte jornalístico como um gênero discursivo potencial (sob os termos “postulados” pelo Círculo de Bakhtin). Para alcançar o horizonte vislumbrado, mobilizaremos, sob as mesmas lentes dialógicas, o tuíte jornalístico como objeto de pesquisa e os elementos sócio-históricos que permitem, diante de uma pré-compreensão do fenômeno comunicacional contemporâneo, apresentá-lo como tal.

Em termos bakhtinianos, poderíamos dizer que, ao escrever este trabalho, buscamos, em suma, materializar através do texto/tese monográfico, um projeto enunciativo (apresentar o tuíte jornalístico como um gênero discursivo potencial). Este, só pode ser efetivado por meio de sua colocação em enunciado/discurso (grosso modo, ao se constituir como **nossa** fala endereçada à audiência presumida, a **banca de especialistas**). Para garantir o sucesso do projeto, devemos, enquanto autores, recorrer à estratégias interlocutivas (ou formas de

interlocução) – considerando nossa necessária relação com os interlocutores presumidos e o objeto em construção no discurso –, mobilizadas pelos dispositivos enunciativos vinculados ao discurso acadêmico. Será, portanto, por meio de nossa atividade arquitetônica autoral que buscaremos garantir – mediante as relações interlocutivas compreendidas e a situação de construção de uma tese (no âmbito da esfera acadêmica) – a construção do sentido pretendida pelo projeto enunciativo, modulado às especificidades arquitetônicas e genéricas da situação comunicacional posta.

Orientados pelo objetivo exposto e pela questão dada, convocamos para compor nosso universo teórico um corpo transdisciplinar de autores que atuam no campo da linguística, da translinguística, da análise do discurso, da teoria da comunicação, da sociologia, da análise de redes sociais e da teoria do jornalismo. Julgamos, assim, que uma das primeiras dificuldades encontradas à elaboração deste estudo está na abordagem multidisciplinar, exigida pelo objeto e pelo contexto que sugere seu acabamento, que, em última análise, condiciona a consolidação de nosso projeto enunciativo. Uma vez que visamos tornar nosso trabalho compreensível a interlocutores das áreas da linguística e da comunicação social, temos o dever de abordar todos os conceitos com máxima clareza e, em alguns casos, com especial zelo. Nos mostramos cientes de que o caminho a ser trilhado pode tornar-se enfadonho a um jornalista, por exemplo, quando focar as minúcias da linguagem do campo; mas, por outro lado, a abordagem poderá ser indispensável a um analista do discurso, que, por razões óbvias, pode não estar familiarizado com a linguagem e com as práticas do jornalismo. Assim, justificamos, e nos desculpamos previamente, por possíveis redundâncias ou reiterações durante a abordagem de algum conceito.

Pretendemos, ao relacionar os estudos da linguagem e as transformações da esfera jornalística, contribuir ao profícuo trânsito entre áreas, que, acreditamos, ter o poder de enriquecer, sobremaneira, a compreensão da atividade jornalística e das relações que formatam seu discurso. De forma mais ampla, tencionamos estimular novas interpretações e diálogos sobre/atravs (d) o fenômeno genérico (compreendido, aqui, essencialmente através Bakhtin e Sobral), explorando sua potencial fecundidade à abordagem discursiva dos textos contemporâneos e dos processos que os constituem. O “diálogo” ou, melhor, o dialogismo será um ponto fundamental, ou melhor, uma abordagem basilar aos apontamentos pretendidos por “nosso projeto de dizer”. Ressaltamos que este trabalho dá continuidade à pesquisa iniciada em 2009, cujo foco estava à observação, exploração e caracterização da linguagem jornalística em sites de redes sociais (SRSs), e propõe um (possível) fechamento à (particular) exploração do enunciado jornalístico no Twitter, indo do texto ao gênero.

Devemos destacar o apoio da Fapergs (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul) e da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), à consolidação deste projeto.

Para organizar a materialidade de nosso enunciado(tese), dividiremos a pesquisa em dois momentos: (1) apresentação do corpo teórico e construção do (macro)universo de significação do tuíte jornalístico, que visa apresentar o fenômeno societal e os “filtros” que permearam a própria seleção do objeto; (2) análise discursiva (de orientação bakhtiniana) do *corpus*, especialmente voltada aos gêneros discursivos (SOBRAL, 2006), que tenciona, a partir da materialidade, encontrar marcas enunciativas à caracterização dos gêneros. O primeiro momento será composto por três capítulos.

O Capítulo 1 focará à apresentação das bases que fundamentam o pensamento do chamado Círculo de Bakhtin. Para tratar dos inúmeros conceitos que orbitam a obra do Círculo, mobilizaremos as proposições do próprio Bakhtin, dos membros do Círculo e de alguns de seus leitores. Sublinhamos que o trabalho (poli)autoral de Mikhail Bakhtin, considerado, hoje, um dos maiores pensadores do século XX, será a pedra angular à compreensão dos enunciados jornalísticos e dos elementos que orbitam o processo de formação dos gêneros discursivos. Sua presença, entretanto, sinaliza, antes de uma perspectiva teórica, um desassossego ante os fenômenos enunciativos e uma eterna desconfiança ante as imobilidades teóricas. Em função de nossa adesão à perspectiva dialógica (nos termos do Círculo), qualquer indicação desta pesquisa assume, desde já, sua imanente incompletude, sua efemeridade e virtualidade constitutiva, visando, de tal forma, postar-se apenas, sempre, como **uma** possível versão.

O Capítulo 2 trará à discussão o contexto da pós-modernidade e os meandros que envolvem a comunicação mediada por computador. Nesse ponto, portanto, o objetivo será oferecer os elementos necessários à apreensão do contexto que suporta a aparição dos sites de redes (SRSs), do webjornalismo e, claro, do novo quadro societal que (re)significa o universo contemporâneo. Estaremos, assim, dedicados aos fenômenos sócio-históricos que subjazem a aparição do tuíte jornalístico e, concomitantemente, dos sujeitos e condições discursivas que, grosso modo, conferem-lhe sentido.

Munidos do quadro que nos permite compreender as dinâmicas das redes sociais na web, iremos, no Capítulo 3, trabalhar à caracterização da esfera jornalística e de sua atual relação com o ciberespaço, a cibercultura e seus interlocutores. Será, a tal tempo, fundamental tratar do chamado “jornalismo padrão” ou “jornalismo tradicional” para configurar um referente à compreensão do atual campo midiático à luz da evolução histórica do jornalismo.

Isso posto, devemos dizer que, uma vez inspirados pela perspectiva bakhtiniana, não pretendemos submeter nosso objeto a enquadramentos teóricos ou métodos de análise prontos; ao contrário, visamos, mediante diálogo progressivo com o objeto, que supõe um dado recorte sócio-histórico e um acabamento temático, mobilizar os recursos necessários à compreensão teórico-analítica do tuíte jornalístico nos termos específicos da pesquisa proposta e do olhar que o lança, aqui, como objeto de estudo. Assim, adiantamos que nosso *corpus* será constituído por tuítes produzidos, entre os dias 1º e 5 de dezembro de 2015, pelos “perfis” de três veículos jornalísticos tradicionais, a saber: a Folha de S.Paulo (sujeito 1); O Globo (sujeito 2) e o Estado de S. Paulo (sujeito 3). Buscando compreender **o tuíte jornalístico** como um todo significativo, nossa pesquisa pretende mobilizar os partícipes do *corpus*, considerando, sim, suas especificidades, mas focando às similaridades que permitam considerá-los como integrantes de um mesmo grupo de “objetos”, os tuítes jornalísticos.

1 BAKHTIN: UM DIÁLOGO SOBRE LINGUAGEM, ESFERA E GÊNERO DISCURSIVO

*“A língua passa a integrar a vida através de enunciados concretos; é igualmente através de enunciados concretos que a vida entra na língua”
(Mikhail Bakhtin)*

Não poderíamos, diante de nosso projeto enunciativo, iniciar nosso referencial teórico senão por Bakhtin. Isso, pois, desde o princípio, este trabalho foi pensado como um diálogo e, por consequência, como interação entre áreas, disciplinas, noções etc. Dizemos, assim, que mobilizamos Bakhtin, ou melhor dizendo, mobilizamos nossa perspectiva acerca da sua obra, orientados por uma intenção discursiva que, *per se*, seleciona, conecta e estabelece “um” sentido provisório aos recortes propostos. Este capítulo, portanto, materializa nossa compreensão responsiva-ativa do enunciado bakhtiniano (entendido aqui como o conjunto de textos acessados por nós), compreensão essa emoldurada por nossos interesses.

Pelo caráter interdisciplinar deste trabalho e, ao mesmo tempo, pela centralidade da teoria bakhtiniana à compreensão de nosso objeto, sentimo-nos compelidos a apresentar os principais conceitos que sustentam a perspectiva bakhtiniana acerca dos gêneros discursivos. Assim, para chegarmos à ideia de gênero (que sustentará toda nossa análise), propomos um percurso que parte de uma apresentação do olhar bakhtiniano sobre o fenômeno da linguagem humana, evidenciando o papel do sujeito e do contexto à “apreensão” do sentido. Apresentaremos, portanto, os conceitos de ato verbal, enunciado, discurso, entre outros, para tratarmos da noção de gênero discursivo. Destacamos que por se tratar de uma espécie de filosofia da linguagem, a obra de Bakhtin não sugere modelos teóricos ou métodos de análise, mas indica uma forma de perceber e dialogar com os fenômenos linguísticos. Ao sugerir que não há sentido fora do diálogo, Bakhtin introduziu vida aos estudos da língua, colocando o homem em situações reais de comunicação no cerne de suas observações. E, assim, concluiu que compreender é, sempre, participar de um diálogo com o texto que se lê (seja ele uma frase, uma expressão facial ou a obra completa de um autor), com seu destinatário, com outros textos e discursos. Será, portanto, essa perspectiva que adotaremos ao tratarmos dos tuítes jornalísticos, ou seja, não buscaremos entendê-los apenas através da análise formal de sua

estrutura e suas possíveis significações; pretendemos compreender nosso objeto travando um diálogo entre os “textos”, os sujeitos e o espaços enunciativos envolvidos à sua produção.

Dito isso, partiremos à exposição de nossas leituras acerca dos principais conceitos da obra bakhtiniana, passando pela compreensão do conceito de esfera de comunicação e à discussão proposta acerca da noção de gêneros discursivos. Dizemos, em suma, que o objetivo final deste capítulo de abertura é, portanto, apresentar o universo que nos permitirá mobilizar o conceito de gênero aos nossos propósitos de exploração do tuíte jornalístico.

1.1 A LINGUAGEM EM BAKHTIN: PRINCIPAIS CONCEITOS

O russo Mikhail Bakhtin, considerado um dos principais pensadores do século XX, dedicou sua vida e obra às pesquisas acerca da linguagem e do agir humano. Embora a obra de Bakhtin não tenha sido publicada na íntegra, seu consistente legado teórico nos brinda com noções fundamentais como: dialogismo, polifonia, gênero discursivo (GD), enunciado, enunciado concreto, enunciação, ato responsável/ético, esferas de atividade etc. Suas propostas teóricas acabaram aplicadas a pesquisas e tratados científicos das mais distintas áreas do conhecimento humano, contribuindo de maneira inequívoca à compreensão do fenômeno social da linguagem. Destacamos que a obra de Bakhtin é, por assim dizer, uma obra poliautoral¹. Seus textos confundem-se e conectam-se intimamente com textos de autores como Voloshinov e Medvedev, membros de um grupo de estudo com foco científico-filosófico que ficou conhecido, precisamente, como o “Círculo de Bakhtin”.

A popularidade da obra bakhtiniana, especialmente no Brasil, implicou na renovação do olhar lançado aos fenômenos linguísticos, mas, ao mesmo tempo, condenou alguns de seus mais valiosos conceitos à “presumidos teóricos” que, como tais, não consideram as virulentas e radicais implicações das noções bakhtinianas (SOBRAL, 2006). Ao buscar resgatar uma das bases do pensamento bakhtiniano, a ideia de gênero discursivo, do estiolamento a que fora condenado, Sobral destaca ainda que,

Essas implicações se acham configuradas no fato de a obra de Bakhtin unir aspectos da obra de Kant, da fenomenologia de Husserl e do materialismo histórico e dialético de Marx e Engels, ao lado de elementos mais propriamente lingüísticos e discursivos, numa concepção de linguagem e de discurso/gênero sobremodo transdisciplinar, também ela uma totalidade

¹ Não entraremos na discussão acerca da autoria dos textos do Círculo por não considerarmos uma questão relevante à nossa pesquisa. Indicamos, aos interessados, consultar o livro de José Luiz Fiorin (2008).

arquitetônica que, se não propõe – tanto por razões históricas como por não ser esse seu objeto – uma metodologia aplicável *per se*, traz princípios passíveis de, evitando o teoreticismo que mata a singularidade e o empirismo que mata a generalidade, permitir uma proveitosa junção entre singularidade e generalidade, ou seja, o respeito à especificidade de cada discurso/gênero e a generalidade que faz dele membro da categoria *discurso/gênero* (2006, p. 2)[grifos do autor].

Podemos, de forma resumida, dizer que Bakhtin, considerado um filósofo da linguagem, dedicou seu tempo e suas considerações à compreensão da linguagem humana, observando-a através de **situações reais de comunicação**. Sua obra trata a noção de “língua” em sua integridade concreta e não somente “a língua como objeto específico da lingüística, obtido por meio de uma abstração” (BAKHTIN, 2005, p. 181) conforme objetivava os trabalhos de Saussure. Sendo assim, podemos diferenciar duas principais tendências linguístico-filosóficas que concebem e investigam a língua, a saber:

- (1) **a lingüística**, que trata da língua enquanto sistema de signos, interessando-se apenas pela dimensão material, verbo-textual (abstrata e convencionada), da linguagem;
- (2) **a teoria do discurso ou metalingüística**, que vê a língua do ponto de vista do discurso, visando explorar também a dimensão extra-verbal (sócio-histórica) da linguagem. É a esta segunda tendência que “engaja-se” a obra do Círculo de Bakhtin.

A primeira perspectiva mencionada, a Linguística, pode ser compreendida por meio das observações tecidas, principalmente, por Ferdinand de Saussure. Considerado o pai da Linguística moderna, Saussure definiu, guiado pela lógica estruturalista, a língua (*langue*) como um sistema de signos (formas) que obedece a certos limites de organização (sintaxe) para produzir uma dada significação. Esse sistema estaria, conforme o autor, ligado ao campo social e seria apropriado pelos sujeitos falantes através do exercício individual da língua, ou seja, através da fala (*parole*). Assim, de acordo com Saussure, o que é “fato da língua” está no campo social; o que é “ato de fala” situa-se na esfera individual. Para o autor, o lado individual e o lado social da linguagem são indissociáveis, sendo impossível conceber um sem o outro. Vale sublinhar que, em Saussure (1969), a linguagem é considerada a faculdade natural de uso da língua, “ao passo que a língua constitui algo adquirido e convencional” (p. 17). Das inúmeras reflexões saussurianas acerca da noção de “língua” depreendem-se três

concepções fundamentais: **(1)** a língua como acervo linguístico, **(2)** a língua como instituição social e, por fim, **(3)** a língua como realidade sistemática e funcional.

Ao nosso estudo interessa, especialmente, a compreensão da língua como instituição social, ou seja, como uma estrutura que “não está completa em nenhum [indivíduo], e só na massa ela existe de modo completo” (SAUSSURE, 1969, p. 21, grifo nosso). Dessa forma, a língua é, simultaneamente, realidade psíquica e instituição. Como sistema que permite aos falantes expressarem suas ideias, a língua é vista, em Saussure, como uma estrutura capaz de organizar, através dos processos de significação, o ambiente caótico no qual o homem está inserido. Em suma, Saussure defende que a língua é “a parte social da linguagem, exterior ao indivíduo, que, por si só, não pode nem criá-la nem modificá-la; ela não existe senão em virtude de uma espécie de contrato estabelecido entre os membros da comunidade” (SAUSSURE, 1969, p. 22). Ao estar em posição de anterioridade aos sujeitos, a língua se posta como instituição através da qual as relações de poder são demarcadas e relativamente estabilizadas ao longo do processo histórico. Para o autor, é a **língua** que deve ser posta como objeto de estudo da linguística que, a seu ver, não deve concentrar-se nos atos individuais de fala. Se foi a visão saussuriana que delimitou a linguística como ciência voltada à compreensão dos signos linguísticos e do sistema da língua, a perspectiva bakhtiniana apontou uma nova abordagem cujo foco não está no sistema da língua, mas sim no **emprego social** deste. Bakhtin pretendia,

[...] criar, nas fronteiras da linguística, da antropologia filosófica e dos estudos literários (ou teoria) uma nova disciplina das ciências humanas com a denominação de metalinguística (e não *translinguística* tradução inadequada que Kristeva faz do conceito de Bakhtin com a finalidade nada disfarçada de reduzir-lhe o pensamento a mais uma corrente da linguística), e esta seria uma interação dialógica daquelas disciplinas, o discurso literário, com as relações dialógicas que o sedimentam, seria objeto de estudo de uma nova teoria da cultura, assentada em fundamentos interdisciplinares e capaz de contemplar um vasto leque de formas humanas de pensar e agir (BEZERRA, 2015, p. XV).

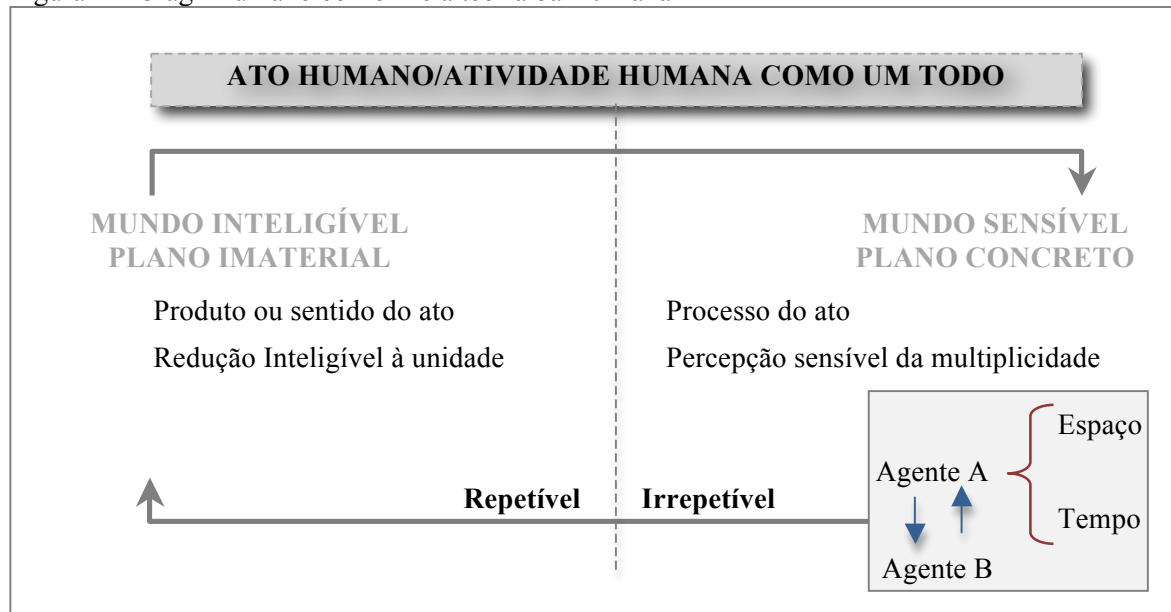
As investigações metalinguísticas (segunda “tendência” mencionada) tratam, enfim, dos **atos de fala** e de seus **produtos**, e não da língua (social) em contraposição à fala (individual). Vemos, portanto, que a metalinguística não aborda a fala em seu caráter de apropriação individual do sistema sógnico (conforme sugere Saussure), mas sim pelo seu aspecto social e acional. Em outras palavras, a perspectiva bakhtiniana interessa-se pelo fenômeno da fala em sociedade e não como apropriação individual das formas da língua. Isso pois,

na realidade, o ato de fala, ou, mais exatamente, seu produto, a enunciação, não pode de forma alguma ser considerada como individual no sentido estrito do termo; não pode ser explicada a partir das condições psicofisiológicas do sujeito falante. A enunciação é de natureza social (BAKHTIN, 1995, p. 109).

As palavras citadas evidenciam a preocupação do autor com a compreensão da fala como um fenômeno acional, ou seja, como uma ação, um ato. Como ato, só pode ser realizado por um sujeito histórico que está, inevitavelmente, atravessado pelo universo social, cultural que formata seu espaço de fala, espaço discursivo construído na interação responsiva-ativa do “eu” com o “outro”. A saga bakhtiniana pelo entendimento do **agir humano** de forma global é uma tentativa de mostrar como generalizar acerca das singularidades que são os **atos**, sem esquecer, precisamente, tal singularidade. Dizemos, assim, que o **agir humano** é uma **generalização abstrata** dos **atos particulares** e **concretos** desenvolvidos por sujeitos históricos, em situações reais de comunicação. A perspectiva bakhtiniana defende, portanto, que a compreensão teórica do **ato** exige a consideração de três elementos fundamentais: **o conteúdo do ato** (o que o ato produz); **o processo do ato** (operações realizadas pelos sujeitos para produzirem atos); por fim, **o agente do ato** ou, melhor dizendo, os interagentes (aqueles que realizam o ato).

Salientamos, que a filosofia de Bakhtin é, conforme indica Sobral (2009, p. 25), “uma **filosofia humana do processo**”. Isso significa que, para que se possa compreender o ato, deve-se dar atenção não apenas ao **produto** e ao **processo** do ato, mas, especialmente, ao **sujeito** realizador da ação. Assim, evidenciamos que “Bakhtin não admite que a teoria apague a vida concreta, prática, e também não admite que a prática concreta apague a teoria, o plano em que se pode generalizar sobre todos os atos” (p. 26). Nesse sentido, a perspectiva bakhtiniana tem como vital, em todo empreendimento humano, evitar o rompimento entre o **conteúdo** ou **sentido de um ato** e a concretude do **sujeito** que o atualiza através do **processo de produção do ato**. Dessa maneira, devemos entender que o processo de produção e o produto do ato estão em relação de pressuposição mútua, ou seja, um sempre supõe o outro.

Figura 1 – O agir humano conforme a teoria bakhtiniana



Fonte: produção nossa.

A Figura 1, exposta acima, busca ilustrar que, na perspectiva de Bakhtin, **compreender um ato** é ter ciência de seu todo, sua **dialética processo-produto**, seu caráter situado num aqui e agora que comporta a ação dos interagentes. Destacamos, mais uma vez, que o agente do ato é um sujeito histórico que efetua uma mediação fundamental entre suas atividades particulares (atos singulares) e os atos potenciais à sua situação, às práticas no âmbito das quais o agente realiza atos (SOBRAL, 2009a, p. 25). O **ato particular** do agente, portanto, ocorre em uma situação concreta que se organiza em torno de **práticas sócio-históricas** que **limitam os atos potenciais e suas formas de realização**.

Ora, quando falamos em práticas sócio-históricas, estamos, inevitavelmente, pondo em jogo grupos humanos atuando concretamente e instituindo modos gerais de agir. Isso supõe que os agentes individuais buscam, intencionalmente, por **atos** e por **realizações concretas de atos** que estejam em consonância com as **formas aceitas** pelas práticas estabelecidas socialmente. Todavia, a responsabilidade pelo ato e pela forma de realizá-lo é sempre do sujeito. E ele também está em papel responsivo com relação aos outros sujeitos no âmbito das práticas em que são realizados os atos. Podemos dizer, assim, que o agir do sujeito bakhtiniano é uma sucessão de mediações entre o **geral** e o **particular**. Os rumos de tal mediação dependem da **apropriação** (interpretação específica) que o sujeito (concreto/singular) faz da **objetivação** (interpretação coletiva) social do mundo.

Sobral (2009), ao tratar do papel mediato do sujeito bakhtiniano, afirma que este “sujeito-situado” toma decisões éticas baseadas não apenas em **regras gerais** – pretensamente aplicáveis a todas as situações –, mas também em **circunstâncias específicas** à situação histórica. Essa perspectiva defendida por Sobral (2009) propõe, assim, em vez de um código moral (conjunto de regras abstratas), um código ético (um conjunto que parte de regras abstratas e as torna concretas nas situações singulares).

A valoração/avaliação ética que o agente tem de fazer de seus próprios atos é o elemento unificador de todos os atos de sua atividades. Trata-se de um ato de avaliação ‘responsível’ em que se fazem presentes o processo do ato, ou sua singularidade, o conteúdo do ato, ou sua generalidade, e o agente como sujeito que avalia seus atos/feitos singulares no âmbito da generalidade dos atos/atividades. O sujeito não está sozinho: o valor de seus atos, a avaliação/valoração que o sujeito faz deles é o valor que eles têm para o agente, em vez de um valor absoluto que se impusesse a ele, mas essa avaliação/valoração ocorre numa situação de interação com outros sujeitos [...] Trata-se de uma mediação que depende da interpretação (apropriação) específica que cada sujeito, singular que é, faz pessoalmente da ‘interpretação’ (objetivação) coletiva do mundo dado (SOBRAL, 2009a, p. 31).

A obra de Bakhtin propõe, portanto, compreender o “**ato verbal**”, ou seja, o processo de intercâmbio linguístico através do qual os enunciados são produzidos, concretizados. Sendo assim, ao tratarmos a linguagem sob o foco de Bakhtin, estamos tratando o **ato verbal** em sua totalidade, em sua inteireza. Isso significa dizer que nossa preocupação ao observar a linguagem não está restrita ao texto (o produto em si) ou ao contexto (o processo em si), mas sim ao **fenômeno todo**. Embora Bakhtin e seu Círculo considerem legítima a exploração parcial da língua enquanto sistema, não demonstram crer que tal abordagem possa ser eficaz quando se pretende a compreensão plena do **processo de produção de sentido**. Segundo Fiorin, não há

[...] nada mais antibakhtiniano do que a compreensão passiva ou a aplicação mecânica de uma teoria. Toda compreensão de um texto, tenha ele a dimensão que tiver, implica, segundo Bakhtin, uma *responsividade* e, por conseguinte, um juízo de valor. O ouvinte ou o leitor, ao receber e compreender a significação lingüística de um texto, adota, ao mesmo tempo, em relação a ele, uma atitude responsiva ativa: concorda ou discorda, total ou parcialmente; completa; adapta; etc. Toda compreensão é carregada de resposta. Isso quer dizer que a compreensão passiva da significação é apenas parte do processo global de compreensão. O todo é a compreensão responsiva ativa, que se expressa num ato real de resposta. Compreender é participar de um diálogo com o texto, mas também com seu destinatário, uma vez que a compreensão não se dá sem que entremos numa situação de

comunicação, e ainda com outros textos sobre a mesma questão. Isso quer dizer que a leitura de uma obra é social, mas também individual (FIORIN, 2006, p. 6) [grifos do autor].

Com base no exposto, podemos afirmar que, em Bakhtin, as relações dialógicas são o **princípio constitutivo da linguagem**. Isso significa dizer que o texto-discurso não é individual, ele é construído por, pelo menos, dois interlocutores (reais ou imaginários) que articulam um diálogo entre si e, ao mesmo tempo, entre textos-discursos outros. Cabe, assim, destacarmos que, como o discurso, a língua, em Bakhtin, ao contrário da perspectiva formalista, não é uma entidade neutra, mas complexa e dialógica, uma vez que nela imprimem-se, através do uso e da história, os sentidos socialmente estabelecidos. A linguagem, portanto, seja ela pensada como língua ou como discurso, é, segundo a perspectiva bakhtiniana, essencialmente dialógica. Nas palavras de Sobral,

O conceito de dialogismo, vinculado indissolavelmente com o de interação, é assim a base do processo de produção dos discursos e, o que é mais importante, da própria linguagem: para o Círculo, o locutor e o interlocutor têm o mesmo peso, porque toda enunciação é uma ‘resposta’, uma réplica, a enunciações passadas e as possíveis enunciações futuras, e ao mesmo tempo uma ‘pergunta’, uma ‘interpelação’ a outras enunciações: o sujeito que fala o faz levando em conta o outro não como parte passiva mas como parceiro – colaborativo ou hostil – ativo. A linguagem para o Círculo define-se precisamente a partir dessa cadeia ou corrente mutante de enunciações, de enunciados concretos, sem prejuízo da estabilidade relativa das ‘frases’, das ‘formas da língua’, que são o material das enunciações, mas não sua essência (SOBRAL, 2009a, p. 33).

Em Bakhtin, portanto, a linguagem não é compreendida como um sistema abstrato de formas, nem como produto da criação individual do sujeito; mas sim como o local onde ocorre a junção do individual e do social. A língua, assim, é, para Círculo, um sistema dinâmico, e não um conjunto estático de signos. Isso, pois, apesar de serem dotadas de uma **significação**², as palavras (ou os signos linguísticos) assumem novos sentidos em função do contexto de uso. Esses novos sentidos são o que o Círculo definiu como o **tema**. O conceito de **tema** ultrapassa a noção de um “assunto” ou “tópico” sobre o qual se articula o discurso. O tema é sempre um **sentido concreto** que parte do **sentido abstrato**, encontrado nos dicionários, mas vai além da significação formal do verbete. O tema é, portanto, “conjunto integrado de elementos únicos que se manifestam na enunciação concreta, os elementos não

² Na obra do Círculo, a significação compreende o conjunto de elementos da língua, as formas fixadas da língua. A significação é fundamental à realização do tema, mas é na realização do tema que o sentido floresce.

reiteráveis e não-idênticos da enunciação, tão únicos quanto ela, e que geram sentido por ser tomados em seu contexto e em sua situação de produção” (SOBRAL, 2009a, p. 75). Assim, para se chegar ao tema é preciso articular os elementos verbais da enunciação com os elementos extra-verbais.

Em suma, pode-se dizer que a enunciação envolve tanto o **plano da significação** – ou seja, os significados postos por meio das formas da língua –, como os elementos concretos que surgem do uso real das formas língua, na interação, ou seja, o **plano do tema**. Significação e tema são, portanto, indissociáveis, não se pode tentar entender um sem levar em conta o outro. A significação das palavras serve, assim, ao desenvolvimento do tema, é ela que os sujeitos (em contexto) recorrem para criar os temas de suas falas. Quando falamos em “sujeito em contexto”, estamos, é claro, fazendo menção ao sujeito na presença do “outro”, o que evidencia que os temas surgem nas situações concretas de produção dos discursos, na interação dialógica através da qual o sujeito acaba avaliando aquilo que diz em função das reações presumidas do seu interlocutor (real ou imaginário). Cabe lembrarmos que tal avaliação é realizada sob uma dada visão de mundo – ou seja, sob uma dada maneira de conceber e construir o universo humano (cultural) a partir do mundo biológico (natural) – que tem caráter inerentemente ideológico uma vez que está submetida ao plano dos signos.

Vimos até agora que a visão de Bakhtin difere daquela defendida pela chamada Linguística Formal inaugurada por Ferdinand de Saussure. Sinalizamos que, ao buscar compreender a linguagem, Bakhtin vai além da dicotomia saussuriana língua *versus* fala. Embora não tenha descartado a importância do estudo linguístico, Bakhtin propôs, exatamente, a exploração do que fora excluído por Saussure, ou seja, o exercício da linguagem humana. Assim, enquanto a Linguística coloca a língua como seu objeto de estudo, Bakhtin aponta como foco de sua perspectiva o único objeto material real disponível para compreender o fenômeno da linguagem humana, ou seja, o exercício da fala em sociedade. Bakhtin, portanto, afasta-se das **filosofias da forma** surgidas em Platão e que apontam a um mundo de formas imutáveis, congelado, fora do tempo e do espaço, e aproxima-se de uma **filosofia do movimento**, iniciada por Heráclito, que prevê um mundo em perene transformação, um universo dinâmico e histórico. Se para os linguístas o signo é constituído por um significante (som, imagem acústica ou grafema) e por um significado correspondente (conceito), para os adeptos de Bakhtin, o significado é uma impossibilidade teórica pois prevê um fechamento de sentido, uma imobilidade semântica. Aos estudiosos filiados ao Círculo, portanto, um signo não possui “um significado” imediato, mas tão somente “significações

provisórias” que se atualizam, criativamente, a cada situação real de comunicação. Na obra, *“Estética da Criação Verbal”*,

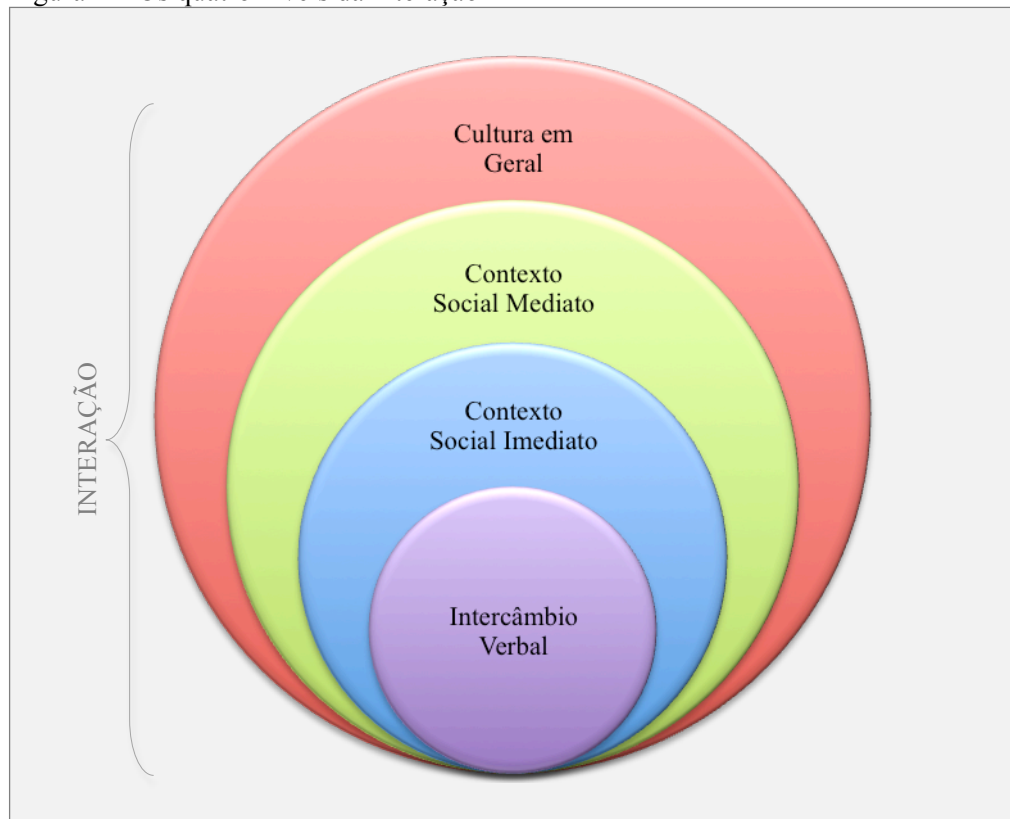
[...] Bakhtin afirma que ‘o significado está excluído do diálogo’. Mesmo admitindo aí que no significado existe uma ‘potência de sentido’, Bakhtin jamais opera com a categoria de significado por considerar que ele fecha em si mesmo a possibilidade de diálogo, daí a sua opção pelo termo sentido, que é ‘de índole responsiva... sempre responde a certas perguntas’, ao passo que ‘aquilo que a nada responde se afigura sem sentido, afastado do diálogo’, razão por que ‘o significado está afastado do diálogo’ (BEZERRA, 2015, p. XVI).

Ora, se Bakhtin deixa de se preocupar com a língua (sistema formal) e direciona sua energia à exploração da linguagem enquanto exercício social da fala, é lógico que o signo não pode figurar como a unidade básica de exploração dos estudos bakhtinianos. Assim, sob os preceitos do Círculo de Bakhtin, o estudo do signo linguístico, enquanto elemento fundamental à compreensão da língua, cede espaço ao elemento que é a base à compreensão da fala em sociedade ou da linguagem humana, **o enunciado**. Será, portanto, sobre esse conceito basilar à teoria bakhtiniana e sobre as demais noções que subjazem sua compreensão que centraremos as discussões do ponto subsequente. Lembramos, aqui, que o caminho teórico proposto é fundamental à nossa pesquisa uma vez que apresentará os fundamentos necessários à compreensão dos Gêneros do Discurso em Bakhtin.

1.1.1 Compreendendo o enunciado bakhtiniano: interação, enunciação e discurso

Vimos que a linguagem é, na perspectiva de Bakhtin, um sistema semiótico aberto baseado numa dialética entre a estabilidade (núcleo centrípeto) e a instabilidade (força centrífuga). Tal entendimento da linguagem humana tem como cerne a “inter-ação linguística, uma inter-ação entre sujeitos concretos, ação em que sempre se fazem presentes diferentes formas de apropriação do mundo” (SOBRAL, 2009a, p. 89). Assim, o exercício da língua ocorre no ambiente sócio-histórico em que as interações acontecem. Para Bakhtin, **a interação é o nascedouro do sentido**, e engloba desde uma conversa face a face até uma relação entre sujeitos de tempos e/ou lugares distintos (espíritos de época). Em função da amplitude da noção de interação, iremos apresentá-la por meio de seus quatro níveis integrados. Estes, obedecem uma organização baseada na abrangência da relação comportada, conforme buscamos elucidar através da Figura 2:

Figura 2 – Os quatro níveis da interação



Fonte: produção nossa.

O primeiro nível, o menos abrangente, chamado de **intercâmbio verbal**, contempla o aspecto material da interação, ou seja, envolve o espaço físico e os meios concretos de mediação. Já o segundo nível, nível do **contexto imediato**, é um plano mais abstrato e amplo. Ele comporta o aspecto “imaginário” que é instituído pelas práticas sociais e que termina balizando as interações entre os sujeitos, ou seja: quem pode dizer o quê, a quem, de que maneira(s) e a que tempo. O nível seguinte, do **contexto social mediato**, é o domínio mais amplo das esferas de atividade humana, contempla o lugar social e imaginário onde a interação se desenrola e as exigências que impõem aos interagentes. Por fim, tem-se o **nível da cultura geral** (*zeitgeist*), o mais amplo, que integra todos os outros. É o nível da relação entre culturas, entre períodos históricos e entre as diferentes visões de mundo que marcam diferentes épocas do desenvolvimento social.

Em suma, a interação, conforme a teoria bakhtiniana, é condicionada pela situação individual, social e histórica dos interagentes e, concomitantemente, pelas condições materiais/concretas e institucionais em que o intercâmbio verbal ocorre. O discurso, assim, é

considerado um produto do processo de intercâmbio linguístico. Baseando-se nas várias menções que a obra do Círculo faz aos tópicos “enunciado” e “discurso”, Sobral (2009) propõe que tomemos o discurso bakhtiniano como:

[...] uma unidade de produção de sentido que é parte das práticas simbólicas de sujeitos concretos e articulada dialogicamente às suas condições de produção, bem como vinculada constitutivamente com outros discursos. Mobilizando as forma da língua e as formas típicas de enunciados em suas condições sóciohistóricas de produção, o discurso constitui seus sujeitos e inscreve em sua superfície sua própria existência e legitimidade social e histórica (p. 101).

A ênfase dada à concretude dos enunciados/discursos é reflexo da importância que Bakhtin dá ao processo de produção que os originam e, ao mesmo tempo, aos sujeitos que se relacionam, interagem e, dessa forma, imprimem a marca das relações firmadas na própria estrutura dos enunciados. Assinalamos, com isso, o **caráter ativo** que os enunciados/discursos assumem dentro da concepção bakhtiniana de linguagem. Para compreendermos o discurso enquanto produto de uma interação, precisamos levar em conta seus processos de **produção** (enunciação), de **circulação** e de **recepção**. O sentido de um discurso está sempre vinculado a seu processo de produção, sendo, portanto, um fenômeno dinâmico, contínuo, que se estende e se transforma ao longo da história. A interação entre sujeitos diferentes, em épocas e/ou lugares distintos, termina por dar sentidos diversos a um mesmo texto. Ao tratar a questão da interação em Bakhtin, Sobral (2009) indica que esta envolve:

(1) a presença de parte implícitas e explícitas de outros textos num dado texto – a intertextualidade, (2) a presença de discursos em outros discursos (nos modos de dizer, de elaborar textos, nas formas de interação etc.) – a interdiscursividade e (3) a presença de gêneros (modos de entender e de organizar o mundo em discursos) em outros gêneros – a intergenericidade (p. 91).

Assim, quando se trata de interação sob a perspectiva de Bakhtin e o do Círculo, não pode limitar a questão ao encontro entre sujeitos históricos que efetuam algum tipo de troca. Isso, pois, conforme dito, a noção se estende às relações entre unidades textuais, entre discursos e entre tipos de enunciados relativamente estabilizados. Dessa forma, a ideia de interação está, sobretudo, ligada ao movimento contínuo das ações humanas e de seus produtos, sempre dialógicos. Podemos, portanto, visando a concisão, afirmar que de acordo com Bakhtin o estudo da língua deve estar focado na interação verbal (materialização do

discurso), nas relações dialógicas estabelecidas. O discurso, assim, é entendido como uma atividade comunicativa, produtora de sentido, construída por sujeitos sociais em interação (diálogo) e materializada através de enunciados. É na produção dos enunciados/discursos que os sujeitos atuam sobre a linguagem, (re)empregando recursos linguísticos que possam provocar o sentido desejado e, ao mesmo, atualizá-lo.

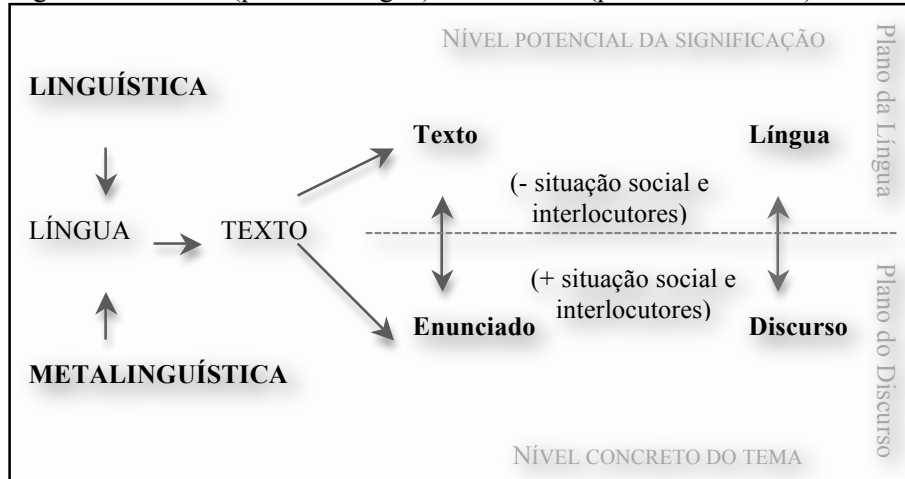
Por tratar da língua em uso social, a abordagem adotada pelo Círculo crê, conforme vimos, que é o enunciado, e não o signo linguístico, a unidade básica no estudo da linguagem humana. Tais unidades diferenciam-se, fundamentalmente, pela presença do fator humano, ou seja, do sujeito. Enquanto o signo linguístico, da teoria saussuriana, dispensa a existência dos sujeitos reais do discursos por ser uma abstração teórica, o enunciado bakhtiniano só existe na presença de um “eu” que fala (o enunciator) e um “tu” a quem o eu se dirige (o interlocutor). Nas palavras de Bakhtin há “dois fatores que determinam um texto e o tornam um enunciado: **seu projeto (a intenção)** e a **execução desse projeto**” (2011, p. 308, grifo nosso). Todavia, evidenciamos que esse não é um processo estanque, ou seja, ao longo da execução do projeto enunciativo o locutor pode imprimir modulações ao enunciar, alterando o que fora planejado inicialmente.

[...] por trás de cada texto está o sistema da linguagem. A esse sistema corresponde no texto tudo que é repetido e reproduzido e tudo que pode ser repetido e reproduzido, tudo que pode ser dado fora de tal texto (o dado). Concomitantemente, porém, cada texto (como enunciado) é algo individual, único e singular, e nisso reside todo o seu sentido (sua intenção em prol da qual ele foi criado) (BAKHTIN, 2011, p. 309-310).

Com isso, Bakhtin encerra qualquer confusão entre a ideia de “texto” enquanto “dado” (ou seja, enquanto conjunto organizado das formas materiais da língua), e de “texto” enquanto “enunciado”. Uma vez dotado de autor, qualquer texto (frase/oração) torna-se, imediatamente, um enunciado e, portanto, um acontecimento histórico, irrepetível, que, como tal, resultou de um projeto enunciativo de um sujeito que o efetivou (e modulou) em um determinado tempo, em um dado espaço e sob determinadas circunstâncias impostas pelo processo de **interação**. Assim, a Figura 3 elucidada as diferentes perspectivas de estudo do texto e, concomitantemente, os elementos que, conforme mencionado, leva o texto material a ser considerado um enunciado. Como vimos, no plano da língua (sistema de signos), o texto é uma abstração, fruto de convenções. Esse texto, explorado pelos estudos linguísticos, não possui sentido pois está desvinculado de qualquer situação real de interação entre sujeitos, apresentando somente significações formais e virtuais. Já o enunciado é um texto com um

autor, situado em uma dada situação enunciativa que, em última análise, lhe confere sentido. Se, portanto, no plano da língua o texto apresenta significações potenciais (virtuais), no plano concreto do discurso (plano do exercício social da língua) ele é dotado de **tema e sentido**.

Figura 3 – O texto (plano da língua) *versus* texto (plano do discurso)



Fonte: produção nossa.

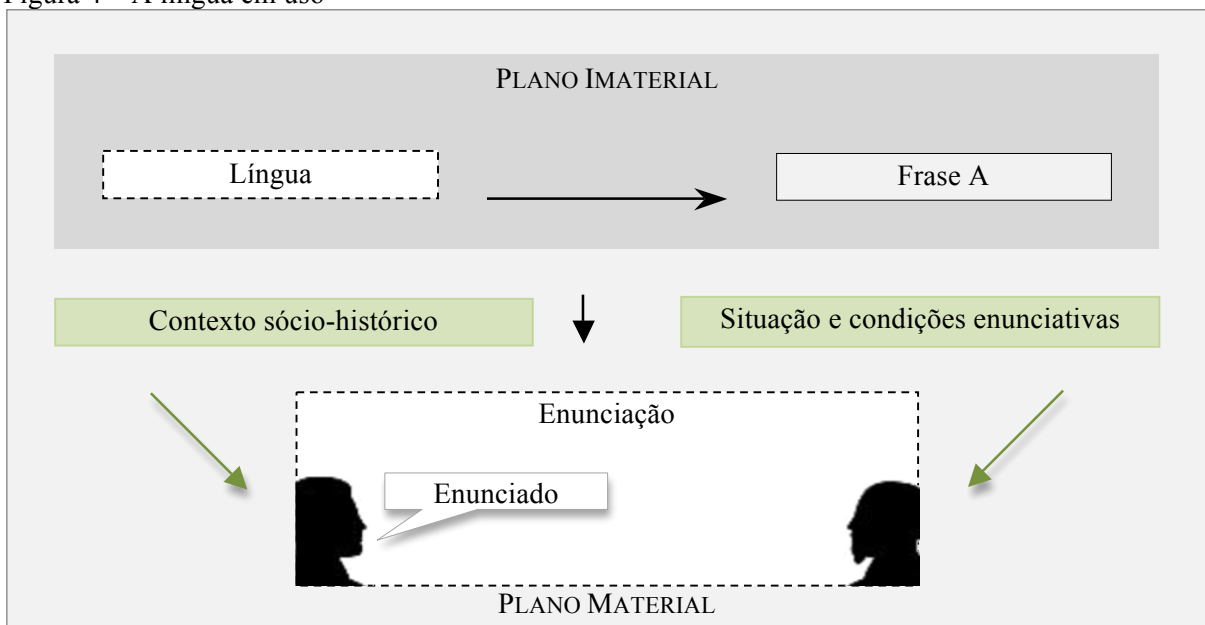
Sendo assim, cada enunciado sempre é único e irrepetível. A mesma frase/oração, exatamente a mesma, pronunciada em situações sociais distintas, ainda que pelo mesmo sujeito, não constitui um mesmo enunciado. Isso porque o enunciado é um acontecimento histórico que está, necessariamente, conectado a um tempo e a um lugar que não podem ser retomados pelo enunciatador. Em suma, pode-se afirmar que o enunciado, como resultado alcançado pela enunciação (processo enunciativo), aparece como a “instância de mediação que assegura a colocação em enunciado-discurso das virtualidades da língua” (GREIMAS, 1979, p. 127). Ao enunciado, portanto, se identifica o dito, como equiparação da língua em sua atualização – enquanto ao dizer, por sua vez, se identifica a ação que promove esse “dito”, ou seja, a enunciação (GOMES, 2000). A enunciação é de natureza acional e existe mostrando-se através do enunciado, mas não necessariamente dizendo-se.

Segundo Mayra Gomes (2000), “a enunciação mostra-se quando falamos pelo fato de falarmos” (p. 60). Para elucidar o apontamento da autora podemos utilizar como exemplo a sentença “eu quero uma caneta”, a enunciação é ação de proferir essa “frase” e não está materialmente exposta, embora, esteja expressa através da própria existência do enunciado. Ou seja, a enunciação está sempre “fora” do enunciado, mas o enunciado só existe a partir dela. Nas palavras da autora:

[...] quando tento explicitar a enunciação afirmando ‘eu digo que digo...’ [ex. Eu digo que digo que quero uma caneta], dá-se um processo semelhante ao fotográfico, quando tento mostrar o aparato técnico. Se, tomando a foto em equivalência ao enunciado e a máquina fotográfica em equivalência ao dispositivo enunciativo, resolvo mostrar o processo de produção de produção da foto=enunciado usando outra câmera para incluir a primeira câmera em sua produção, tudo que obtenho é uma nova enunciação e um novo enunciado. A situação de exterioridade da enunciação se define pelo fato de que só mudamos o dispositivo de enunciação. E se prosseguirmos nessa tática, o resultado será uma perspectiva em abismo (GOMES, 2000, p. 60,) [grifo nosso].

As palavras da autora evidenciam a relação intransponível de diferimento que se estabelece entre a enunciação e o enunciado. Não há uma separação temporal entre o dito e o dizer. Todavia, vistos enquanto processos, a lógica nos leva a estabelecer uma anterioridade imanente à enunciação. A figura 4, exposta abaixo, demonstra que, para a “frase A” figurar como enunciado, é fundamental que ultrapasse a barreira da imaterialidade do sistema linguístico e seja submetida ao plano material da comunicação através da enunciação. Nesse ponto, a frase já não pode ser considerada como mera unidade textual, mas sim um acontecimento histórico, um enunciado.

Figura 4 – A língua em uso



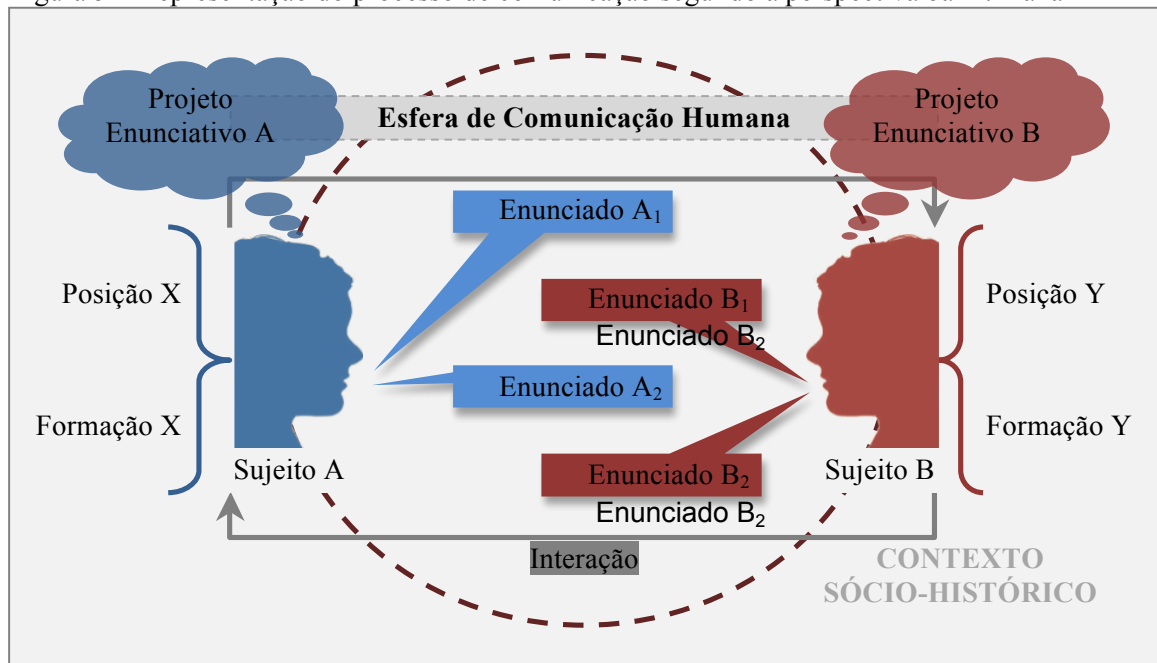
Fonte: produção nossa.

Assim, cada acontecimento enunciativo prevê, no mínimo, a existência de: uma situação compartilhada entre locutor e interlocutor; o conhecimento recíproco dessa situação; e, por fim, de um certo acordo (de grau variável) sobre como avaliar tal situação. Dessa

forma, podemos dizer que os enunciados bakhtinianos implicam a alternância entre, pelo menos, dois sujeitos falantes que compreendem de forma responsiva-ativa a “fala” do outro. Essa, como enunciado, possui, na sua estrutura, uma espécie de acabamento/fechamento que é percebido pelo interagente como um “sinal verde” à tomada da palavra. De acordo com Sobral (2009), “o enunciado envolve quanto a isso três fatores inter-relacionados: a exaustividade, o projeto enunciativo do locutor e as ‘formas típicas de estruturação do gênero do acabamento’” (p. 93). De acordo com o autor, a **exaustividade** do enunciado varia conforme as coerções da esfera de comunicação/atividade a qual o enunciado “pertence”. **O grau e a forma de acabamento** do enunciado estão, por sua vez, relacionados ao projeto enunciativo do sujeito enunciador, ou seja, variam em função da intenção do locutor acerca do que deve ser dito e da resposta que deseja receber ou evitar. Essa oscilação (na forma e no acabamento), entretanto, obedece aos termos das formas típicas dos enunciados, ou seja, dos **gêneros discursivos**.

Os **gêneros discursivos** são, portanto, conforme a perspectiva defendida por Bakhtin, **selecionados pelos sujeitos** durante o ato de fala **em função de seus projetos enunciativos**. Diz-se, com isso, que **o locutor coopta um gênero**, em detrimento de outros tantos, seguindo um critério de **adequação ao seu propósito enunciativo**. Tal critério é balizado ou atravessado pelas especificidades da esfera de comunicação/atividade na qual a enunciação ocorre (as circunstâncias da interação com o outro, as necessidades temáticas etc). Através da Figura 5, exposta abaixo, sublinhamos, mais uma vez, a importância das esferas de comunicação/atividade à compreensão dos enunciados uma vez que é no interior delas que as interações se estabelecem e, portanto, são as suas regras de organização que orbitam a construção dos enunciados e interferem nos seus efeitos de sentido. É, portanto, em função da posição que os sujeitos envolvidos na (inter)ação ocupam na esfera onde a enunciação se dá e, ao mesmo tempo, do sistema cultural desse universo, que os enunciados são construídos de uma dada forma e geram um dado efeito de sentido. Vale lembrar que, ao falarmos em sujeitos, nos referimos aos interagentes, historicamente e socialmente localizados, atravessados por formações culturais, experiências pessoais e expostos à coerções sociais específicas.

Figura 5 – Representação do processo de comunicação segundo a perspectiva bakhtiniana



Fonte: produção nossa.

Vimos até este ponto que a comunicação humana se dá por meio de enunciados concretos e únicos, proferidos por sujeitos, localizados em uma determinada esfera de comunicação/atividade, que visam atender um projeto enunciativo específico. Esses enunciados são, portanto, afetados pelas condições específicas e finalidades da esfera na qual se originam, pelo intenção discursiva do sujeito-falante e, assim, pelo **conteúdo temático**, pelo **estilo** de linguagem empregada e pela **construção composicional**. Sendo assim, embora cada enunciado seja singular, eles partilham características que se estabilizam relativamente dentro das esferas de comunicação, dando origem aos chamados **gêneros discursivos**.

Para que possamos desvendar os gêneros discursivos, objetivo central deste capítulo, dedicaremos o ponto subsequente à exploração mais aprofundada da noção de esfera de comunicação/atividade humana. Sublinhamos que tal conceito é fundamental a este trabalho uma vez que consideramos que os tuítes jornalísticos surgem em uma (hiper)esfera de comunicação específica que, como tal, sugere um universo próprio de compreensão do processo enunciativo.

1.2 AS ESFERAS DE COMUNICAÇÃO/ATIVIDADE HUMANA: PROPONDO UMA DISCUSSÃO

Uma vez que a proposta deste trabalho depende, especialmente, da apropriação da noção de **gênero discursivo** apresentada pelo Círculo de Bakhtin – e posteriormente (re)trabalhada por inúmeros autores, como os pesquisadores brasileiros Adail Sobral (2006) e Luiz Antônio Marcuschi (2010), – é de suma importância que nosso capítulo de abertura se dedique à exploração desse conceito. Antes, entretanto, faz-se necessário apresentar alguns elementos que auxiliarão o entendimento da noção de gênero discursivo e, especialmente, do seu processo de formação.

A adoção do pressuposto de que a “constituição dos gêneros ocorre tanto por assimilação como por oposição, diretas ou indiretas, com relação a outros gêneros, no âmbito de suas respectivas esferas, consolidadas, em consolidação, ou em mutação” (SOBRAL, 2006, p. 7), leva-nos a iniciar essa jornada pelos espaços nos quais surgem e se constituem os gêneros discursivos, ou seja, pelas chamadas **esferas de comunicação/atividade humana**. Nossa preocupação em não apresentar apenas o conceito de gênero, mas também discutir os processos pelos quais ele se constitui, pretende, sobretudo, garantir a coerência teórica deste trabalho. Isso, pois, para o Círculo de Bakhtin não basta trabalhar a noção de gênero através do produto em si (enunciado), é necessário considerar seu processo de produção (enunciação). Podemos dizer que a perspectiva bakhtiniana concentra-se mais nos processos de constituição do gênero do que, propriamente, nos elementos formais que o emolduram. Dessa forma, a compreensão da noção de esfera de comunicação/atividade é, neste trabalho, imprescindível, pois está, sob perspectiva bakhtiniana, profundamente vinculada ao aparecimento dos gêneros discursivos e à complexidade destes. Destacamos neste ponto que a noção de esfera de comunicação/atividade humana orbita trabalhos de diferentes áreas do conhecimento, em especial, das disciplinas voltadas ao estudo das dinâmicas sociais e/ou discursivas.

Partimos, portanto, à compreensão do conceito de esfera de comunicação/atividade humana alertando, antes, que tal ideia pode ser encontrada sob distintas denominações, entre elas: esfera de comunicação, esfera de atividade, esfera de ação, esfera da vida social, campo social etc. Segundo Barbosa (2001), a despeito da diversidade de nomenclatura, a origem do conceito subjacente aos termos está vinculada à obra de Max Weber, que, ao discutir o processo de dominação inerente às relações sociais, evidencia que as esferas de atividade são o palco às disputas de poder que formatam o corpo social. Para Weber, tais esferas podem ser consideradas como entidades analítico-teóricas autônomas que emergem da divisão social do

trabalho e permanecem em constante relação umas com as outras. É ao conjunto dessas entidades que Weber dá o nome de sociedade. São, portanto, as esferas de comunicação/atividade que, para o autor, atribuem sentido às ações individuais dos sujeitos sociais.

Se a origem do termo remete à obra de Max Weber (BARBOSA, 2001), sua popularização aponta para o trabalho do sociólogo francês, Pierre Bourdieu (1998). A visão construtivista-estruturalista³ de Bourdieu indica que o mundo social precisa ser compreendido à luz de três conceitos fundamentais: campo, *habitus*⁴ e capital. No trabalho do autor, o termo “campo” é construído por meio do diálogo entre a reflexão de Weber acerca das esferas da vida social e a noção marxista de classe social; devendo, portanto, ser compreendido como um espaço simbólico onde ocorrem as lutas dos agentes sociais que, em última análise, determinam, legitimam e validam certas representações em detrimento de outras. Ou,

Em termos analíticos, um campo pode ser definido como uma rede ou uma configuração das relações objetivas entre posições. Essas posições são definidas objetivamente em sua existência e nas determinações que elas impõem aos seus ocupantes, agentes ou instituições, por sua situação (*situs*) atual potencial na estrutura da distribuição das diferentes espécies de poder (ou de capital) cuja posse comanda o acesso aos lucros específicos que estão em jogo no campo e, ao mesmo tempo, por suas relações objetivas com outras posições [...] Nas sociedades altamente diferenciadas, o cosmos social é constituído do conjunto destes microcosmos sociais, relações objetivas que são o lugar de uma lógica e de uma necessidade específicas e irreduzíveis às que regem os outros campos. Por exemplo, o campo artístico, o campo religioso ou o campo econômico obedecem lógicas diferentes (BOURDIEU *apud* BONNEWITZ, 2005, p. 60).

Sendo assim, podemos dizer que ao apresentar sua ideia de “campo”, Bourdieu resgata a noção de “esfera de ação social” encontrada em Weber e lhe confere centralidade no processo de compreensão do mundo por considerar que é, precisamente, no campo/esfera que a classificação valorativa dos signos se estabelece, indicando, assim, o que é ou não adequado

³ O chamado construtivismo estruturalista é, em suma, uma perspectiva que assume tanto a noção estruturalista de estruturas objetivas que podem coagir a ação e a representação dos indivíduos, como a ideia construtivista que aponta que tais estruturas são constructos sociais assim como os esquemas de ação e pensamento (*habitus*). A obra de Pierre Bourdieu dá especial atenção à análise de como os agentes incorporam a estrutura social e, concomitantemente, a produzem, legitimam e reproduzem.

⁴ O conceito de *habitus*, proposto por Bourdieu, relaciona-se à capacidade de incorporação de uma dada estrutura social pelos agentes através de disposições para sentir, agir e pensar. É, grosso modo, um sistema de disposição adquirido pelos sujeitos durante o processo de socialização, ou seja, “são modos de agir, fazer, perceber, sentir e pensar” interiorizados (de forma inconsciente) pelos agentes “como resultado das condições de sua existência” (SANT’ANNA, 2012, s.p.). A ideia de *habitus* estabelece uma relação íntima com as esferas de comunicação/atividade uma vez que cada uma possui e reproduz seu próprio *habitus*.

e pertencente ao espaço que se formata. Embora a ideia de esfera/campo esteja vinculada aos espaços sociais autônomos – de produção e circulação de discursos e práticas em interação permanente –, a observação da obra de Bourdieu (1998) esclarece que para ser considerado uma esfera/campo os espaços precisam atender algumas leis gerais. Segundo Bernard Lahire (2002), os elementos fundamentais⁵, e relativamente invariantes, à definição de campo, extraídos da obra completa de Bourdieu, podem ser, resumidamente, elencados da seguinte forma:

- 1) Um campo é um microcosmo incluído no macrocosmo constituído pelo espaço social global;
- 2) Cada campo possui regras idiossincráticas e desafios muito específicos, irreduzíveis às regras do jogo dos outros campos;
- 3) Um campo deve ser compreendido como um “sistema” ou um “espaço” estruturado de posições;
- 4) Tal espaço é um lugar de lutas entre os diferentes agentes que ocupam as diversas posições;
- 5) As lutas são motivadas pela pretensa apropriação de um capital específico do campo (ou *enjeu*) e/ou da redefinição daquele capital;
- 6) O capital é desigualmente distribuído dentro do campo;
- 7) A distribuição desigual do capital determina a estrutura do campo, que é, portanto, definida pelo estado de uma relação de força histórica entre as forças (agentes, instituições) presentes no campo;
- 8) As estratégias dos agentes são compreendidas se as relacionarmos com suas posições no campo;
- 9) Entre as estratégias invariantes, pode-se ressaltar a oposição entre as estratégias de conservação e as estratégias de subversão do estado da relação de força existente. As primeiras são típicas dos agentes dominantes e, as segundas, características dos dominados;
- 10) Em luta uns contra os outros, os agentes de um campo têm pelo menos interesse em que o campo exista e, portanto, mantêm uma “cumplicidade objetiva” para além das lutas que travam;

⁵ Tais elementos serão fundamentais à apresentação da Web como uma espécie de (hiper)esfera de comunicação/atividade humana.

- 11) Logo, os interesses sociais são sempre específicos de cada campo e não se reduzem ao interesse de tipo econômico do campo;
- 12) Cada agente do campo é caracterizado por sua trajetória social, seu *habitus* e sua posição no campo;
- 13) Um campo possui uma autonomia relativa: as lutas que nele ocorrem têm uma lógica interna, mas o seu resultado nas lutas externas ao campo pesa fortemente sobre a questão das relações de força internas.

A teoria desenvolvida por Bourdieu acerca dos campos é a continuidade de uma gama de reflexões, antropológicas e sociológicas, sobre o processo histórico de distinção das atividades e das funções sociais vinculadas à divisão do trabalho. Nas palavras de Bourdieu (2001), “a axiomática específica de cada campo especializado é a forma transformada (conforme às leis específicas do campo) dos princípios da divisão do trabalho” (p. 97). A fala de Bourdieu sugere a integração entre sua noção de campo e a concepção weberiana de esfera de ação social. O Círculo de Bakhtin, ao tratar dos gêneros do discurso e da linguagem humana, trabalha com uma proposta conceitual que se aproxima à noção bourdieriana. Conforme explicita Grillo:

O conceito de esfera da comunicação discursiva (ou da criatividade ideológica, ou da atividade humana, ou da comunicação social, ou da utilização da língua, ou simplesmente da ideologia) está presente ao longo de toda a obra de Bakhtin e de seu Círculo, iluminando, por um lado, a teorização dos aspectos sociais nas obras literárias e, por outro, a natureza ao mesmo tempo onipresente e diversa da linguagem verbal humana (GRILLO, 2006, p. 133).

Assim como em Grillo, também a obra de Barbosa (2001) indica uma estreita relação entre a noção de esfera de atividade humana, presente na obra do Círculo de Bakhtin, e a noção de campo, oriunda dos trabalhos de Bourdieu, pois ambas implicam a “correlação de força entre os agentes que possuem diferentes posições sociais” (BARBOSA, 2001, p. 32). Dito isso, partimos à compreensão da ideia de gêneros discursivos cientes de que as esferas de comunicação são espaços simbólicos onde as interações se dão e, portanto, onde os sentidos são negociados e as relações são firmadas. Isso significa, grosso modo, que cada esfera sugere determinados modos de dizer, certas vicissitudes que indicam quem pode dizer o quê, a quem, de que maneira e a que tempo dentro daquele universo social específico.

1.3 UMA DISCUSSÃO ACERCA DOS GÊNEROS DISCURSIVOS

Ao longo das últimas páginas buscamos apresentar e inter-relacionar os conceitos mais básicos à compreensão da visão bakhtiniana acerca dos gêneros discursivos. Justificamos que o caráter multidisciplinar de nosso estudo nos leva a considerar o risco de redundância na abordagem de algum conceito, preferível ao risco de deixar algum leitor à deriva ao longo do percurso teórico. Sendo assim, enfatizamos que, ao tratar dos gêneros discursivos, tratamos de unidades da comunicação discursiva, ou seja, de enunciados. Estes, diferenciam-se das unidades da língua (orações), como vimos, por três peculiaridades constitutivas: **(1) a alternância dos sujeitos do discurso** – que o emoldura e confere uma clara fronteira entre ele e os enunciados vinculados a ele; **(2) a conclusibilidade específica do enunciado** – aspecto interno que da alternância dos sujeitos do discurso (ela pode ocorrer exatamente porque o sujeito disse tudo o que quis dizer em uma situação ou sob determinadas condições); **(3) a relação do enunciado com o enunciador e com os demais participantes da comunicação discursiva** – todo enunciado é, ao mesmo tempo, um elo na comunicação discursiva (o enunciado representa a posição ativa do sujeito-falante em um campo do objeto e do sentido – indica um tema) e um elemento expressivo (uma relação subjetiva emocionalmente valorativa com o conteúdo do objeto e do sentido do seu enunciado – indica uma composição e um estilo).

Atentando ao segundo aspecto supracitado, ou seja, **a conclusibilidade dos enunciados**, devemos esclarecer que esta é determinada por alguns critérios. O primeiro e mais relevante é a possibilidade de responder ao enunciado, ou seja, “de ocupar em relação a ele uma posição responsiva” (BAKHTIN, 2011, p. 280). Para que se responda (ou se compreenda responsivamente) a um enunciado é, entretanto, necessário, lhe supor uma inteireza acabada que, segundo a perspectiva do autor, é determinada por três elementos (ou fatores): **(a) exauribilidade do objeto e do sentido; (b) projeto de discurso ou vontade de discurso do sujeito-falante; (c) formas típicas composicionais e de gênero do acabamento**. Quanto a **exauribilidade semântico-objetiva** do tema do enunciado, primeiro fator mencionado, devemos frisar que possui grande variação entre os diferentes campos de comunicação discursiva, assim:

Essa exauribilidade pode ser quase extremamente plena em alguns campos da vida (as questões de natureza factual, bem como as respostas factuais a elas, os pedidos, as ordens, etc.), em alguns campos oficiais, no campo das ordens militares e produtivas, isto é, naqueles campos em que os gêneros do

discurso são de natureza sumamente padronizada e o elemento criativo está ausente quase por completo. Nos campos da criação (particularmente no científico, evidentemente), ao contrário, só é possível uma única exauribilidade semântico-objetual muito relativa; aqui só se pode falar de um mínimo de acabamento, que permite ocupar uma posição responsiva. O objeto é objetivamente inexaurível, mas ao se tornar um *tema* do enunciado (por exemplo, de um trabalho científico) ele ganha uma relativa conclusibilidade em determinadas condições, certa situação do problema, em um dado material, em determinados objetivos colocados pelo autor, isto é, já no âmbito de uma ideia *definida do autor* (BAKHTIN, 2011, p. 281).

Assim, o primeiro fator, a exauribilidade semântico-objetual, explorado pela citação acima, conecta-se intimamente ao segundo, ou seja, com a **intenção discursiva**. Isso, pois, em cada enunciado abrangemos, interpretamos, sentimos a intenção ou vontade discursiva do enunciador, que delimita as fronteiras e o todo do enunciado. Todo “ouvinte” imagina o que o “falante” pretende expor e, uma vez que essa ideia (imaginada pelo sujeito) é exposta, a conclusibilidade do enunciado se impõe. Essa ideia – momento subjetivo do enunciado – se combina, conforme destaca Bakhtin, em uma unidade indissolúvel com o seu caráter “semântico-objetivo, restringindo este último, vinculando-o a uma situação concreta (singular) de comunicação discursiva, com todas suas circunstâncias individuais, com seus participantes pessoais, com suas intervenções – enunciados antecedentes” (BAKHTIN, 2011, p. 282). É, portanto, por essa razão que os interagentes, que se orientam pelas situações e enunciados anteriores, compreendem de forma hábil a intenção discursiva um do outro e, assim, apreendem o todo do enunciado que está sendo construído. O terceiro e último fator que determina a conclusibilidade dos enunciados é, precisamente, as **formas estáveis de gênero do enunciado**, ou seja, os **gêneros discursivos**. Daremos especial atenção a esse tópico nos parágrafos seguintes. Antes, devemos estar cientes de que,

Desde a Grécia, o ocidente opera com a noção de gênero. Ele agrupa os textos que têm características e propriedades comuns [...] A história literária oscila entre períodos em que os gêneros são rigidamente codificados e aqueles em que as formas são mais livres, em que se abandonam as formas fixas. Bakhtin não vai teorizar sobre o gênero, levando em conta o produto, mas o processo de sua produção. Interessam-lhe menos as propriedades formais dos gêneros do que a maneira como eles se constituem. Seu ponto de partida é o vínculo intrínseco existente entre a utilização da linguagem e as atividades humanas. Os enunciados devem ser vistos na sua função no processo de interação. Os seres humanos agem em determinadas esferas de atividades, as da escola, as da igreja, as do trabalho num jornal [...] Essas esferas de atividade implicam a utilização da linguagem na forma de enunciados. Não se produzem enunciados fora das esferas de ação, o que significa que eles são determinados pelas condições específicas e pelas finalidades de cada esfera. Essas esferas de ação ocasionam o aparecimento

de certos tipos de enunciados, que se estabilizam precariamente e que mudam em função de alterações nessas esferas de atividades. Só se age na interação, só se diz no agir e o agir motiva certos tipos de enunciados, o que quer dizer que cada esfera de utilização da língua elabora tipos relativamente estáveis de enunciados (FIORIN, 2008, p. 60-61).

Dito isso, partimos à nossa discussão acerca dos gêneros, salientando que a diversidade das relações sócio-culturais e, conseqüentemente, das esferas de comunicação/atividade que compõem a vida social conferem aos gêneros discursivos um caráter heterogêneo, múltiplo, plural. A noção de gênero abrange um gigantesco *continuum* de situações discursivas, cujas extremidades podem ser representadas, de um lado, pela conversação espontânea e, de outro, pelas comunicações científicas. Ao enfatizar a importante relação entre esfera e gênero, Fiorin (2008) salienta, em resumo, que o entendimento dos gêneros do discurso não pode se limitar a “um conjunto de propriedades formais isolado de uma esfera de ação, que se realiza em determinadas coordenadas espaço-temporais, na qual os parceiros da comunicação mantêm certo tipo de relação” (p. 69). Nas palavras de Bakhtin,

[...] a situação social mais imediata e o meio social mais amplo determinam completamente e, por assim dizer, a partir do seu próprio interior, a estrutura da enunciação. [...] A situação e os participantes mais imediatos determinam a forma e o estilo ocasionais da enunciação. Os estratos mais profundos da sua estrutura são determinados pelas pressões sociais mais substanciais e duráveis a que está submetido o locutor (1990, p. 113-114).

A fala do autor retoma a ideia de que os gêneros são determinados no interior das interações e das relações que desenham os espaços sociais. Nesses espaços, os interlocutores passam a manipular diferentes gêneros conforme a necessidade imposta em função das **especificidades da relação** com o outro, da **situação comunicacional imediata** e das **pressões sociais** envolvidas. Em outras palavras, cada esfera estimula o aparecimento de diferentes “tipos” de **enunciados relativamente estáveis** que são moldados em função de projetos enunciativos, de condições e finalidades específicas de uma esfera, de relações e valores sociais singulares. Tais “tipos” de enunciados são, conforme já vimos, o que Bakhtin (2011) nos apresenta como **gêneros discursivos** ou **gêneros do discurso**.

Embora a noção de gênero perpassasse muitos trabalhos desenvolvidos no âmbito da Análise do Discurso, Linguística Textual e da Teoria da Enunciação, é na obra “*Estética da*

Criação Verbal”⁶ (BAKHTIN, 2011) que encontramos o principal aporte teórico ao desenvolvimento de nossa proposta de estudo do tuíte jornalístico. Em tal obra, o autor apresenta os gênero discursivos ao discutir a língua em práticas comunicativas concretas, construídas por sujeitos que interagem “nas” e “pelas” esferas de comunicação/atividade, produzindo enunciados a partir de um dado projeto enunciativo que, por sua vez, atende a uma situação comunicativa específica. Devemos, ao tratar da questão dos gêneros do discurso, lembrar que sua importância está vinculada ao fato de que a vontade discursiva do sujeito-falante,

[...] se realiza antes de tudo na *escolha de um certo gênero do discurso*. Essa escolha é determinada pela especificidade de um dado campo da comunicação discursiva, por considerações semântico-objetais (temáticas), pela situação concreta da comunicação discursiva, pela composição pessoal dos seus participantes, etc. A intenção discursiva do falante, com toda sua individualidade e subjetividade, é em seguida aplicada e adaptada ao gênero escolhido, constitui-se e desenvolve-se em determinada forma de gênero (BAKHTIN, 2011, p. 282) [grifos do autor].

Assim como as formas da língua chegam aos sujeitos através de enunciações concretas, os gêneros discursivos também são assimilados, apropriados, de maneira não consciente. Isso, pois, o homem fala somente por meio dos gêneros do discursos. Cada enunciado singular, portanto, possui uma **forma** relativamente estável e típica de **construção do todo**. Dessa forma, podemos dizer que os gêneros discursivos são elementos ao mesmo tempo **estáveis** e **mutáveis**, pois, apesar de representarem a estabilização de certos “tipos” de enunciados, os enunciados são, fundamentalmente, entidades não repetíveis e, portanto, não podem ser catalogados de forma inflexível e irrefletida. Se, conforme vimos, cada enunciado é um acontecimento histórico, é lógico que, como tal, partilham apenas alguns traços com enunciados outros. Ao conceituar os gêneros discursivos, Bakhtin sublinha esse caráter aparentemente paradoxal da “**estabilidade relativa**” dos gêneros:

O emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo de atividade humana [...] Evidentemente, cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis de enunciados*, os quais denominamos *gêneros do discurso*. A riqueza e a diversidade dos gêneros do discurso são infinitas porque são inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana e

⁶ Na obra, o texto “*Os Gêneros do Discurso*”, posto como “adendo”, seria um esboço de um livro específico sobre a questão dos gêneros, livro este que nunca teria sido finalizado por Bakhtin (SOBRAL, 2013).

porque em cada campo dessa atividade é integral o repertório de gêneros do discurso, que cresce e se diferencia à medida que se desenvolve e complexifica um determinado campo (BAKHTIN, 2011, p. 261-262) [grifos do autor].

Com isso, destacamos que o emprego da palavra “relativamente” sinaliza a mutabilidade dos os gêneros discursivos em meio à “estabilidade”, ou seja, quando falamos em gêneros discursivos não estamos tratando de estruturas fixas de enunciados categorizados. O caráter “estável-dinâmico” dos gêneros pode, segundo Sobral (2009, p. 117-118), ser constatado em função dos seguintes aspectos: **(1)** O gênero é dotado de uma lógica orgânica, isto é, não há algo externo que venha se impor, mas uma ação criadora (“generificante”) de suas características como gênero; **(2)** fragmentos ou protótipos do gênero permitem “dominá-lo”, isso quer dizer que este possui um certo “tom”, uma certa “linguagem” que, contudo, não devem ser consideradas como formas fixas que engessam os enunciados; **(3)** a lógica de cada gêneros não é abstrata, porque se manifesta em cada nova variedade – ele não é, portanto, rígido em sua normatividade, mas dinâmico e concreto; **(4)** o gênero traz o “novo” ao “mesmo”, exatamente porque não é uma abstração normativa, mas “um vir-a-ser concreto cujas regras supõem regularidade e não fixidez” (SOBRAL, 2009A, p. 118).

Diante do exposto há de se destacar, entretanto, que embora o enunciado bakhtiniano seja uma entidade dinâmica, “para o Círculo, no mundo humano o ‘absolutamente novo’ é tão inconcebível quanto o ‘absolutamente mesmo’” (SOBRAL, 2009A, p. 118). A primeira ideia mencionada pelo autor, do “**absolutamente novo**”, remete ao absurdo de supor a existência de algo absolutamente desconhecido; a segunda, do “**absolutamente mesmo**”, indica outra noção inconcebível de um mundo imutável e indistinto. Ora, sendo assim, é bastante coerente que o Círculo de Bakhtin refute firmemente as duas possibilidades já que sua perspectiva aponta de maneira recorrente à ideia de estabilidade (ato geral) *versus* instabilidade (ato específico), presente na própria concepção de ato. Para Bakhtin,

Os gêneros do discurso, comparados às formas da língua, são bem mais mutáveis, flexíveis e plásticos; entretanto, para o indivíduo falante eles têm significado normativo, não são criados por ele mas dados a ele. Por isso um enunciado singular, a despeito de toda a sua individualidade e do caráter criativo, de forma alguma pode ser considerado uma *combinação absolutamente livre* de formas da língua, como supõe, por exemplo, Saussure (e muitos outros linguistas que o secundam), que contrapõe enunciado (*la parole*) como ato puramente individual ao sistema da língua como fenômeno puramente social e obrigatório para o indivíduo (BAKHTIN, 2011, p. 285) [grifos do autor].

Podemos dizer, grosso modo, que o sujeito-falante, ao conceber seu projeto enunciativo (considerando todas as relações imaginárias envolvidas à situação comunicativa em questão, que ocorre dentro de uma dada esfera) seleciona, por assim dizer, o tipo de enunciado relativamente estabilizado mais adequado aos seus propósitos discursivos. Isso significa, é claro, considerar o outro, as formações ideológicas construídas ao longo do processo histórico, as pressões e as especificidades da esfera na qual a ação se realiza, os textos e discursos anteriores etc. À luz da teoria bakhtiniana, os gêneros não podem, assim, ser observados senão a partir do **todo orgânico do enunciado** e, impreterivelmente, considerando o **projeto discursivo** do sujeito pois, só assim, pode-se analisar o **tema**, o **estilo** e a **forma de composição** ou **forma composicional** do gênero. Isso, pois, nas palavras de Bakhtin,

Um traço essencial (constitutivo) do enunciado é seu *direcionamento* a alguém, o seu *endereçamento*. À diferença das unidades significativas da língua – palavras e orações –, que são impessoais, de ninguém e a ninguém estão endereçadas, o enunciado tem autor [...] e destinatário. Esse destinatário pode ser um participante-interlocutor direto do diálogo cotidiano, pode ser uma coletividade diferenciada de especialistas de algum campo especial da comunicação cultural, pode ser um público mais ou menos diferenciado, um povo, os contemporâneos, os correligionários, os adversários e inimigos, o subordinado, o chefe, um inferior, um superior, uma pessoa íntima, um estranho, etc.; ele também pode ser um *outro* totalmente indefinido, não concretizado (em toda sorte de enunciados monológicos de tipo emocional). Todas essas modalidades e concepções são determinadas pelo campo da atividade humana e da vida a que tal enunciado se refere. A quem se destina o enunciado, como o falante (ou o que escreve) percebe e representa para si os seus destinatários, qual é a força e a influência deles no enunciado – disso dependem tanto a composição quanto, particularmente, o estilo do enunciado. Cada gênero do discurso em cada campo da comunicação discursiva tem a sua a sua composição típica de destinatário que o determina como gênero (2011, p. 301) [grifos do autor].

Compreendemos, assim, que o projeto enunciativo ou a relação enunciativa é a pedra angular à escolha do gênero discursivo, abrangendo, portanto, o tema, a forma de composição e o estilo. As referências à relação enunciativa está tanto no conteúdo (temático) e no estilo da linguagem empregada, como na sua construção composicional. Tais elementos – **conteúdo temático, o estilo, a construção composicional** – estão indissolivelmente ligados ao todo do enunciado e são igualmente determinados pela especificidade de um determinado projeto enunciativo que se desenrola, por sua vez, sob um dado campo (esfera). A teoria bakhtiniana trata, com especial ênfase, a questão da consideração do destinatário porque, em suma,

Ao falar, sempre levo em conta o fundo aperceptível da percepção do meu discurso pelo destinatário: até que ponto ele está a par da situação, dispõe de conhecimentos especiais de um dado campo cultural da comunicação; levo em conta as suas concepções e convicções, os seus preconceitos (do meu ponto de vista), as suas simpatias e antipatias – tudo isso irá determinar a ativa compreensão responsiva do meu enunciado por ele. Essa consideração irá determinar também a escolha do gênero do enunciado e a escolha dos procedimentos composicionais e, por último, dos meios linguísticos, isto é, o *estilo* do enunciado (BAKHTIN, 2011, p. 302).

É, portanto, em última análise, a consideração da percepção do destinatário que “irá determinar também a escolha do gênero do enunciado e a escolha dos procedimentos composicionais e, por último, dos meios linguísticos, isto é, o estilo do enunciado. Visando uma melhor compreensão do “elementos que compõem” os gêneros discursivos (tema ou conteúdo temático, forma de composição ou forma composicional e estilo) – ilustrados através da Figura 6 –, destacamos que, ao apresentar a noção de “**tema**” (conteúdo temático), Bakhtin não a equipara à noção de “assunto” ou “tópico”. De modo equivalente, a concepção de “**forma composicional**” não está vinculada a uma estrutura fixa e imutável, assim como o conceito de “**estilo**” não pode, segundo a perspectiva bakhtiniana, ser reduzido à ideia de expressão da subjetividade do enunciador. Dispostos tais alertas, trataremos de cada um dos elementos buscando aprofundar nossa compreensão dos gêneros discursivos.

Figura 6 – Elementos constituintes dos gêneros discursivos



Fonte: produção nossa.

Podemos, grosso modo, definir o **conteúdo temático** como um domínio de sentido de que se ocupa o gênero, ou seja, ele compreende o tema geral dos enunciados, sua intenção discursiva. Para clarear a noção de tema, o Círculo de Bakhtin a coloca em confronto com a

ideia de significação. Na obra *“Marxismo e Filosofia da Linguagem”*, de 1929, a significação é posta como um estágio inferior da capacidade de significar, e apresenta, por sua vez, o tema, como um estágio superior da mesma capacidade. Assim, a significação compreende uma capacidade potencial, virtual, de construir sentido, própria dos signos linguísticos e das formas gramaticais da língua. A significação é um estágio mais estável dos signos e dos enunciados, já que seus elementos, como fruto de uma formalização convencionalizada, podem ser utilizados em diferentes enunciações com as mesmas indicações de sentido (CEREJA, 2012). O tema, por outro lado, é indissociável da enunciação, pois, assim como esta, é expressão de uma situação concreta, real e histórica. Se a significação está para o signo linguístico, o tema está para o signo ideológico (resultado da enunciação e da compreensão ativa), o que traz para primeiro plano as relações que os sujeitos estabelecem em situações concretas de interação.

Todavia, na obra *“Problemas da Poética de Dostoiévski”*, os termos significação e tema assumem uma outra dinâmica na qual já não aparecem em contraposição. Nessa obra, a noção de tema ganha um caráter mais generalista, servindo à identificação do tema mais frequente na obra de um autor. Apesar de não estar em completa oposição a noção apresentada em *“Marxismo e Filosofia da Linguagem”*, o tema aqui já não é posto como o sentido assumido pelo discurso em uma situação singular de interação, mas como um dos feixes de sentido, entre tantos outros, articulado pela obra ou pelas obras. Assim, quando se fala do **tema** vinculado a um dado gênero discursivo, essa segunda perspectiva é mais comumente resgatada, pois permite dar conta do **“projeto de sentido geral”** assumido pelos enunciados de um gênero específico. Dessa forma, quando pensamos em um gênero, como, por exemplo, o gênero notícia, temos um projeto de sentido discursivo partilhado pelos enunciados singulares (cada uma das notícias particulares) que, no caso, seria a informação factual. Em suma,

O conteúdo temático não é o assunto específico de um texto, mas é um domínio de sentido de que se ocupa o gênero. Assim, as cartas de amor apresentam o conteúdo temático das relações amorosas. Cada uma das cartas trata de um assunto específico (por exemplo, o rompimento de X e Y, por causa de uma traição) dentro do mesmo conteúdo temático. As aulas versam sobre um ensinamento de um programa de curso. As sentenças têm como conteúdo temático uma decisão judicial (FIORIN, 2008, p. 62).

Já a **construção composicional** de um gênero discursivo é compreendida como o modo de organizar e estruturar o texto, ou seja, trata dos elementos das estruturas

textuais/semióticas que constituem um gênero. Costa Val (2003) diz que cada gênero estabelece padrões de estrutura composicional, isto é, modos típicos de organização do texto quanto a que partes o compõem e como elas se distribuem. Assim, se, mais uma vez, pegarmos o gênero notícia (tradicional) teremos como construção composicional o modelo conhecido como pirâmide invertida (PI).

Por fim temos o último elemento responsável pela caracterização de um dado gênero: o **estilo**. O estilo de um gênero discursivo é definido pela a seleção de certos meios lexicais, gramaticais e fraseológicos em função da imagem que se tem do interlocutor e da presunção de como será sua compreensão responsiva ativa do enunciado. Para Costa Val (2003), os gêneros definem o estilo, orientando o processo de seleção de recursos lexicais e morfossintáticos no interior de cada frase e nas relações interfrasais. O estilo está, indissociavelmente, vinculado às unidades temáticas e, o que é particularmente importante, às unidades composicionais: tipo de estruturação e de conclusão de um todo, tipo de relação entre o locutor e os outros parceiros da comunicação verbal (relação com o ouvinte, ou com o leitor, com o interlocutor, com o discurso do outro, etc.). Assim, em suma, “conteúdo temático, estilo e organização composicional constroem o todo do enunciado, que é marcado pela especificidade de uma esfera de ação” (FIORIN, 2008, p. 62).

Embora cada um dos elementos mencionados – conteúdo temático, construção composicional e estilo – possa ser observado individualmente, eles são interdependentes, não funcionam de forma autônoma, se relacionando através de um processo dialógico-discursivo (BAKHTIN, 2011, p. 261-263). No processo sócio-histórico de estabilização dos enunciados, têm-se inúmeras possibilidades para criação e entrelaçamento de vários gêneros. Nesse contexto, Bakhtin evidencia o caráter heterogêneo dos gêneros do discurso pois reflete as variadas manifestações da atividade humana de linguagem/comunicação e a complexidade das relações que formatam cada esfera de ação.

A riqueza e a diversidade dos gêneros do discurso são infinitas porque são inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana e porque em cada campo dessa atividade é integral o repertório de gêneros do discurso, que cresce e se diferencia à medida que se desenvolve e se complexifica um determinado campo (BAKHTIN, 2011, p. 262).

A extrema heterogeneidade e dinamicidade dos gêneros têm, ao longo da história, impedido que os estudos linguísticos contemplem toda complexidade e riqueza do universo dos gêneros. Desde a antiguidade, quando estudavam-se “os gêneros literários [...] quase não se levava em conta a questão linguística geral do enunciado e dos seus tipos” (BAKHTIN,

2011, p. 262). Ao tratar, portanto, da questão dos gêneros do discurso, o Círculo de Bakhtin passou a considerar a, antes negligenciada, heterogeneidade dos gêneros, assumindo, assim, a consequente dificuldade de definir a natureza geral dos enunciados. Todavia, podemos, com base na obra do Círculo e nas discussões suscitadas, compreender que,

[...] o gênero se define como certas formas ou tipos relativamente estáveis de enunciados/discursos que têm uma lógica própria, de caráter concreto, e recorrem a certos tipos estáveis de textualização (tipos de frases e de organização frasais mobilizadas costumeiramente pelos enunciados e discursos de certos gêneros), mas não necessariamente a textualizações estáveis (frases e organizações frasais que sempre se repitam), pois são tipos ou formas de enunciados. É certo que ao longo do tempo, há certa cristalização dos gêneros em termos de certas formas de textualização, mas isso ocorre sem fixidez, porque os gêneros se acham em constante mudança – em diferentes ritmos, a depender do gênero. É também certo que um memorando é mais estável do que um blog (SOBRAL, 2009A, p.119).

Salientamos, assim, que os estudos acerca dos gêneros discursivos sob a perspectiva do Círculo não pretendem impor qualquer forma de catalogação dos gêneros, com a descrição de cada estilo, conteúdo temático e estrutura composicional. Tal abordagem volta-se à compreensão da constante emergência, estabilização e reformulação de gêneros dentro das esferas de comunicação. Dito isso, evidenciamos que, sem visar qualquer fechamento ou classificação formalista, Bakhtin organizou os gêneros do discurso em dois grupos distintos, a saber: os **gêneros primários** e os **gêneros secundários**.

A certa estabilização dos enunciados decorre do fato que é inviável que os sujeitos sociais criem, a cada situação comunicacional, as formas de se falar e que, de mesmo modo, a sociedade, como espaço coletivo (base do imaginário social), reestruture sua forma de representar e organizar o mundo. Quando um discurso é produzido e passa a circular na sociedade, ele representa uma determinada visão de mundo, que, por sua vez, reflete a posição relativa dos interlocutores (típicos/imaginários) envolvidos. É a posição relativa que os sujeitos assumem na ação comunicadora que termina por estabelecer, a partir de uma dada esfera de atividade, tipos de enunciados – ou seja, gêneros discursivos – e sua respectiva complexidade enquanto fenômeno comunicacional.

Sendo assim, das esferas de comunicação/atividade menos complexas surgem os gêneros primários. Estes são próprios de uma situação de comunicação verbal mais espontânea (simples, cotidiana e íntima), como a conversação, o diário íntimo, a carta, os bilhetes etc. Já os gêneros secundários dão suporte a uma comunicação cultural mais complexa e formal, normalmente (mas não obrigatoriamente), suportada pela escrita, como,

por exemplo: palestras, atas de reuniões, orações, cartas, comerciais, romances, notícias etc. (BAKHTIN, 2011, p. 263). Assim, a complexidade do gênero é sempre proporcional a complexidade da esfera que o suporta (SOBRAL, 2009A). Na perspectiva bakhtiniana, os gêneros secundários são oriundos da absorção e da transformação dos gêneros primários que, acredita-se, perdem ao longo do processo sua relação direta com a interação imediata e com os enunciados alheios, ou seja, eles perdem sua relação com o contexto imediato e passam a figurar em esferas mais complexas de comunicação. Assim, um relato oral que seria classificado, *a priori*, como gênero primário, deverá ser posto como gênero secundário quando for localizado no contexto de, por exemplo, um evento acadêmico. Isso ocorre porque o gênero foi deslocado da esfera cotidiana à esfera científica, culturalmente mais complexa. Bakhtin denominou **transmutação** o fenômeno elucidativo da gênese dos gêneros secundários, originados dos gêneros primários que, ao se transmutarem de uma esfera para outra, geram novos gêneros que assumem algumas das características específicas da esfera que os absorveu. Em outras palavras, transmutação é um conceito da teoria bakhtiniana que sugere “ressignificação”, ou seja, um novo sentido resultante de uma mudança de contexto. O tópico subsequente pretende apresentar com maior clareza o processo de formação dos gêneros discursivos

1.3.1 Processo de formação dos gêneros discursivos

Com as profundas transformações na vida social e, portanto, nas relações que formatam as mais variadas esferas de comunicação/atividade, tais modalidades sócio-históricas estão, especialmente nos últimos dois séculos, sob processo de reestruturação. As esferas política, familiar, acadêmica e jornalística servem como exemplos de campos que envolvem o cotidiano da sociedade contemporânea e, ao mesmo tempo, marcam espaços distintos com valores, posições e regras que lhes são característicos. Se antes da década de 60, por exemplo, a família era considerada um núcleo social baseado em uma hierarquia patriarcal cujos principais agentes estavam ligados pelo matrimônio, hoje, essa mesma esfera obedece uma lógica mais flexível que admite uma variedade de formas de união entre agentes e de distribuição de papéis. Tais alterações modificam tanto a organização dos papéis de cada membro do núcleo familiar, como suas formas de representação e distribuição funcional. Essas transformações são reflexos de macromudanças que incidem sobre todos os aspectos da vida social e, portanto, sobre todos os campos de ação. No exemplo dado, do “campo familiar”, a esfera absorveu e reinterpretou as mudanças das esferas política e cultural que, em

função das mudanças sugeridas, especialmente, pelo movimento feminista, (re)significaram o papel da mulher na sociedade e geraram efeitos diversos tanto na família, como na economia, na política etc.

Sendo assim, podemos indicar que os gêneros, uma vez que estão sempre vinculados a uma esfera, estão também suscetíveis a constantes modificações. Se cada esfera de atividade tem sua própria forma de produção, circulação e recepção de discursos (SOBRAL, 2009A), os gêneros originados em tal espaço social carregam seus traços e são afetados por qualquer alteração nos processos que orientam a produção, circulação e recepção dessa esfera. Como vimos, o conceito de esfera de atividade para o Círculo é mais amplo que a noção de “instituição social” presente na obra de Bourdieu, uma vez que não se restringe àquilo que o Estado inclui em seu aparato institucional:

Para o Círculo, o simples fato do encontro casual de duas pessoas já é um evento institucional, uma relação social e histórica que envolve toda a sociedade, do ponto de vista de seus diferentes recortes possíveis num dado momento histórico. A relação entre duas pessoas traz à cena a soma total das relações sociais dessas pessoas, envolvendo no mínimo um espectro que vai da família ao Estado. Isso ocorre porque a sociedade não pode existir independentemente das relações entre os sujeitos que dela fazem parte: são precisamente essas relações que a constituem, seja qual for o ambiente e o grau específico de ‘formalização’ desse ambiente (SOBRAL, 2009A, p. 121).

Ao voltarmos ao exemplo acerca das mudanças na esfera familiar, notamos que elas refletem alterações no relacionamento entre agentes sociais; o feminismo e a luta pela igualdade de direitos entre os sexos incidiram diretamente sobre a estrutura familiar e, portanto, sobre os discursos que constituíam tal espaço. A (re)estabilização desses discursos ao longo do tempo, sugere a (re)formulação dos gêneros discursivos típicos da esfera familiar. Assim, podemos afirmar que as interações sociais são, grosso modo, o espaço onde o sentido se origina e as mudanças discursivas se efetivam.

Vimos, até aqui, que os gêneros, enquanto formas discursivas estabilizadas dentro de uma determinada esfera de comunicação/atividade, refletem a complexidade das relações sociais que constituem tal campo. E, de acordo com o Círculo de Bakhtin, que eles podem ser postos como primários, os gêneros oriundos de esferas menos complexas de comunicação, ou como secundários, os gêneros que refletem relações e espaços mais complexos de interação. Dessa forma, a teoria bakhtiniana acerca da formação dos gêneros discursivos indica que os gêneros secundários são, via de regra, formatados por meio da absorção e transmutação dos gêneros primários, que perdem no processo sua relação direta com a interação imediata e com

os enunciados dos interlocutores. Trata-se, portanto, de uma diferenciação que dimensiona as esferas de atividade em processo “dialógico-interativo”, conforme explicita Machado:

Os gêneros secundários – tais como romances, gêneros jornalísticos, ensaios filosóficos – são formações complexas porque são elaborações da comunicação cultural organizada em sistemas específicos como a ciência, a arte, a política. Isso não quer dizer que eles sejam refratários aos gêneros primários: nada impede, portanto, que uma forma do mundo cotidiano possa entrar para a esfera da ciência, da arte, da filosofia, por exemplo. Em contatos como esses, ambas as esferas se modificam e se complementam. Assim um diálogo perde sua relação com o contexto da comunicação ordinária quando entra, por exemplo, para um texto artístico, uma entrevista jornalística, um romance ou uma crônica. Adquire, assim, os matizes desse novo contexto (2012, p. 155-156).

Podemos compreender que a perspectiva bakhtiniana trabalha tanto com a relação entre os gêneros primários e os secundários, como com os processos históricos de composição dos gêneros – especialmente, os secundários. Isso engloba a derivação dos gêneros primários em secundários e a inter-relação entre gêneros, os gêneros híbridos e intercalados etc., que têm relação direta com os embates travados entre gêneros em suas esferas de produção, circulação e recepção (SOBRAL, 2009A). A **hibridização intencional** dos gêneros decorre da junção de duas linguagens postas em confronto em um único enunciado a partir do ponto de vista do autor/locutor. Um outro procedimento de hibridização é chamado de **hibridização orgânica**, que “é um dos principais processos centrífugos que intervêm na mudança lingüística em geral, sendo marcado por uma mistura ‘densa e sombria’, isto é, impessoalizada e fora de controle de todo sujeito” (SOBRAL, 2009A, p. 123). Já os **gêneros intercalados** são formas de reprodução do discurso alheio, o que, algumas vezes, reacentua esse discurso e/ou altera a forma que o intercala.

Salientamos, assim, que os gêneros discursivos podem, conforme vimos, surgir em função de sua **transmutação** em uma nova esfera, de sua **hibridização** e/ou **intercalação** com outros gêneros. Ao tratar do processo de formação dos gêneros discursivos, Adail Sobral⁷ (2006, 2009), orientado pela perspectiva do Círculo, propõe os conceitos de “intergenericidade” e de “fase parasitária”. A noção de **intergenericidade** remete ao caráter constitutivo dos gêneros discursivos em circulação em relação aos gêneros constituídos ou em

⁷ Sobral (2006) trabalha a questão dos gêneros sob orientação da perspectiva bakhtiniana, entretanto, o autor soma aos conceitos que, costumeiramente, convergem à compreensão da noção de gênero em Bakhtin – ou seja, forma composicional, tema e estilo – o conceito de “forma arquitetônica”. A forma arquitetônica dá conta das relações interlocutivas, ou seja, das estratégias específicas a que o autor recorre para propor um projeto enunciativo.

constituição, envolvendo as relações temporais e espaciais entre culturas e os chamados “espíritos de época” (*zeitgeist*), isto é, “as maneiras pelas quais os gêneros se interconstituem na sociedade e na história por meio do conjunto de discursos e textualidades” (2009, p. 124). A proposição do conceito de “fase parasitária”, por sua vez, refere-se aos processos de assimilação ou refutação entre gêneros. A fase parasitária é, portanto, uma etapa do procedimento de apropriação ativa e criativa de gêneros outros que, nas palavras do autor, funcionam de maneira,

[...] antropofágica, extremamente ativa, de ocupar o espaço discursivo dos gêneros parasitados, ou criar um espaço discursivo paralelo, alternativo, que envolve esforços de alteração ou de redefinição da esfera de produção, recepção e circulação, ou então de criação de uma esfera paralela/agregada, em todos os casos em um esforço de afirmação. A hipótese apresentada é que todo gênero, em seu processo de formação, ao buscar antecipar-se a dificuldades que mais tarde vai enfrentar para sua consolidação, passe por uma fase “parasitária”, na qual incorporando certos gêneros a partir dos quais se forma, e recusando outros gêneros que também lhe servem de base, parece hesitante e frágil precisamente porque, ao criar para si uma estrutura de superfície fechada, [...] tem uma existência indefinida, ambivalente, sem definição genérica. (2009, p. 125).

Percebe-se que a fase parasitária é, sobretudo, um período de transição, de tensão entre gêneros e suas especificidades. A principal característica dessa etapa de formação pode ser posta como a tentativa de escamoteamento, por parte do gênero em formação, da presença tensa dos gêneros apropriados (por assimilação ou rejeição) em sua constituição, o que, ironicamente, termina por tornar os gêneros assimilados ou rejeitados ainda mais presentes no gênero parasitário. Sendo assim, podemos afirmar que ao tentar velar a presença de discursos alheios, paradoxalmente, o gênero parasitário acaba tornando ainda mais evidente a presença deles em seu interior.

Vimos, portanto, que os gêneros podem surgir no âmbito de outros gêneros e, conseqüentemente, no âmbito de outras esferas de atividade. Isso significa dizer que o gênero em formação aparece como um objeto distinto entre as formas de discurso típicas daquela esfera e do gênero parasitado. Em função disso, Sobral (2006) indica a utilização dos termos “**gêneros segundos**” e “**esferas segundas**” para dar conta dos gêneros nascidos no seio de outros e, concomitantemente, de suas respectivas esferas. Salientamos que, conforme indica o autor, tais denominações não pretendem sinalizar qualquer tipo de hierarquização, mas sim apontar, didaticamente, à anterioridade de um gênero e sua esfera em relação a outros.

Destacamos, portanto, com base na perspectiva de Sobral (2006, 2009), que o surgimento de um “gênero segundo” não garante a estabilização deste, sua autonomia enquanto gênero discursivo depende do amparo de uma esfera segunda que, ao torna-se autônoma, cria o ambiente necessário à relativa independência do gênero segundo. Dessa maneira, não há gêneros sem esferas de comunicação/atividade, primeiras ou segundas. Desprovidos de uma esfera, tudo que encontramos são formas textuais, textualizações, nunca gêneros ou formas discursivas. Em suma, os “gêneros segundos” são gêneros que advêm de outro(s) gênero(s), e sua autonomia depende da concomitante instituição de “esferas segundas” que sustentem as novas formas interlocutivas (gêneros).

Buscamos, ao longo deste capítulo de abertura, tecer o fundo sobre o qual iremos compor nossas observações futuras. Alertamos que, sendo também um enunciado, este trabalho materializa um projeto discursivo, articulando, portanto, aos seus fins, enunciados outros, ou melhor dizendo, apropriações singulares desses enunciados. Assim, as noções e os recortes teóricos mobilizados são apresentados, aqui, através de uma ordem específica que está a serviço (e por isso reflete) uma maneira particular de observar o mundo. Não se pretende, assim, estabelecer ou defender uma verdade, mas somente compartilhar um olhar possível. Feita tal ressalva, partimos ao capítulo seguinte munidos do entendimento de que os gêneros discursivos são tipos relativamente estáveis de enunciados, que são mobilizados pelos interlocutores, em um dado campo de comunicação, para efetivar seus projetos discursivos. Os gêneros possuem estilo, forma composicional e conteúdo temático, que, grosso modo, atendem às necessidades/preensões dos falantes dentro do universo de sentido encarnado por cada esfera. Assim, à medida que as esferas de comunicação/atividade “se desenvolvem e ficam mais complexas, gêneros desaparecem ou aparecem, gêneros diferenciam-se, gêneros ganham um novo sentido” (FIORIN, 2008, p. 65). No próximo capítulo, portanto, iremos explorar as principais mudanças no nível da “cultura geral” (dimensão mais ampla dos quatro níveis da interação) e, especialmente, seus impactos sobre o homem e suas formas de comunicar.

2 O INTERATIVO UNIVERSO PÓS-MODERNO: HOMEM, TECNOLOGIA E INFORMAÇÃO

*“É a ferramenta, isto é, a tekhnè que inventa o homem e não o homem que inventa a ferramenta”
(Bernard Stiegler)*

Embora não haja unanimidade no que se refere às questões que caracterizam a chamada pós-modernidade, há, sem dúvida, o que podemos expor como pontos sensíveis de confluência teórica. Entre os mais relevantes está aquele que reúne as razões que levaram o mundo ocidental a transpor sua dita condição “moderna” e a postar-se em um estado “pós-moderno”. Como o próprio termo evidencia, o pós-modernismo sugere a superação de um modo específico de “ser”. Juremir Machado da Silva (2003), um dos grandes debatedores do tema no Brasil, resume a perspectiva de grande parte dos autores que debruçam-se sobre a questão ao indicar que o universo pós-moderno pode ser representado por três grandes crises: **(1)** crise da ideia que postava a filosofia como construtora da verdade; **(2)** crise dos universais e da própria ideia de verdade; **(3)** crise das grandes utopias, das metanarrativas, das ideologias e/ou dos grandes discursos. Estas três convulsões, segundo o autor, minaram as bases que sustentavam todo universo cultural da sociedade moderna, abrindo terreno à solidificação de um novo panorama “societal” (MAFFESOLI, 2012, p. 5).

Podemos dizer que a chegada da pós-modernidade é a transição de um sistema filosófico – baseado na materialidade dos objetos, na aparente verdade expressa através deles e da ciência que busca explicá-los –, para um sistema complexo que “desmaterializa” o mundo e relativiza as certezas. O prefixo “pós”, portanto, indica, a superação de um sistema baseado na objetividade científica, os objetos deixam de ser determinados por sua materialidade e passam a depender do sentido que atribuímos a eles. Segundo Silva (2003), o grande legado da pós-modernidade é, precisamente, trazer à tona a noção de que somos seres que inventam sentidos, estabelecem significações provisórias e atribuem verdades que, no fim, serão apenas miragens. Somos, portanto, produtos da linguagem, signos, criaturas semânticas de nossa própria criação signica. Nas palavras de um dos mais icônicos membros do Círculo de Bakhtin,

O velho conceito de que o homem toma consciência e concebe a realidade por meio da língua é basicamente correto. É verdade que nenhuma consciência distinta ou clara do mundo é possível fora da palavra. A língua e

suas formas desempenham um papel essencial no processo de refração da existência, que ocorre na consciência⁸ (MEDVEDEV, 1978, p. 133).

A importância de trazermos a questão da pós-modernidade ao nosso debate é posta pela própria perspectiva teórica sugerida no capítulo anterior. Isso, pois, conforme vimos, o estudo bakhtiniano preocupa-se, sobremaneira, com as interações que, por sua vez, só podem ser compreendidas considerando os quatro níveis integrados que as formatam (ver Figura 2 no capítulo anterior). Dizemos, com isso, que, grosso modo, a pós-modernidade sugere um “nível de cultura geral” diferente daquele apontado pela modernidade e, conseqüentemente, um contexto singular à compreensão dos sujeitos hodiernos e suas relações/interações. Não podemos, portanto, cientes de que o mais importante à perspectiva bakhtiniana é compreender o processo e não o produto e suas propriedades formais, buscar entender o tuíte jornalístico através da sistematização e exploração formal do *corpus*, precisamos, sim, colocá-lo em perspectiva, observando além do produto, buscando entender o contexto que o emoldura, o lugar onde ele comunica e os sujeitos que o produzem e (re)produzem. Sendo assim, parece impensável tratar de um enunciado jornalístico no Twitter sem, antes, traçarmos o panorama societal que serve de nascedouro aos atuais fenômenos comunicacionais.

David Harvey (2006) aponta que, no que se refere ao universo “pós-moderno”, o consenso limita-se, exatamente, à afirmação de que “representa alguma espécie de reação ao ‘modernismo’ ou de afastamento dele” (p. 19). Sendo assim, para desvelarmos as idiosincrasias do universo dito pós-moderno, o melhor caminho parece ser aquele que nos apresenta, mesmo que em linhas gerais, a chamada: **Era Moderna**. Apesar do termo “moderno” ter raízes muito mais profundas, o “projeto moderno”, assim definido por Habermas (1983), entrou em foco no decorrer do século XVIII. Tal projeto,

equivale a um extraordinário esforço intelectual dos pensadores iluministas para ‘desenvolver a ciência objetiva, a moralidade e a lei universais e a arte autônoma nos termos da própria lógica interna destas’. A ideia era usar o acúmulo de conhecimento gerado por muitas pessoas trabalhando livre e criativamente em busca da emancipação humana e do enriquecimento da vida diária. O domínio científico da natureza prometia liberdade da escassez, da necessidade e da arbitrariedade das calamidades naturais. O desenvolvimento de forças racionais de organização social e modos racionais de pensamento prometia a libertação das irracionalidades do mito, da religião, da superstição, liberação do uso arbitrário do poder, bem como

⁸ Tradução nossa do inglês (EUA): “The old concept that man is conscious of and conceptualizes reality through language is basically correct. It is true that no distinct or clear consciousness of the world is possible outside of the word. Language and its forms play an essential role in the processo f the consciousness’s refraction of existence”.

do lado sombrio da nossa própria natureza humana. Somente por meio de tal projeto poderiam as qualidades universais, eternas e imutáveis de toda humanidade ser reveladas (HARVEY, 2006, p. 23).

O ideal iluminista, portanto, pode ser considerado a própria ideia geral de progresso. Para alcançá-lo buscou-se uma completa ruptura com a história e a tradição pré-modernas ou, como prefere Maffesoli (2012), com o mítico mundo pagão. Mas a verdade é que o imponente projeto progressista moderno falhou. Segundo Habermas (1983), os iluministas pecaram por um excesso de otimismo, ficaram tomados por uma extravagante expectativa de que “as artes e as ciências iriam promover não somente o controle das forças naturais como também a compreensão do mundo e do eu, o progresso moral, a justiça das instituições e até a felicidade dos seres humanos” (p. 9). Todavia, à medida que o século XX foi descortinando seus campos de concentração, sua inclinação militarista – explicitada em duas guerras mundiais –, seu ardor por bombas atômicas e seu desejo desenfreada pelo poder do medo e da subjugação do outro, o otimismo iluminista esvaneceu-se. O ideal progressista sufocou em função do próprio processo de desenvolvimento que, ao transformar o deserto em um espaço, social e físico, vicejante, recriou o deserto no interior do próprio agente do desenvolvimento. Assim, nas palavras de Berman (1982), funcionou “a tragédia do desenvolvimento”. Ao certo, o modernismo postou-se como um processo complexo e contraditório,

[...] uma extraordinária combinação entre o futurista e o niilista, o revolucionário e o conservador, o naturalista e o simbolista, o romântico e o clássico. [A modernidade] Foi a celebração de uma era tecnológica e de sua condenação; uma excitada aceitação da crença de que os velhos regimes da cultura tinham chegado ao fim e a um profundo desespero diante desse temor; uma mistura de convicções de que as novas formas eram precisamente expressão viva dessas coisas (BRADBURY, MCFARLANE, 1976, p. 46) [grifo nosso].

Sem atentarmos a todas as minúcias históricas e às polêmicas acerca da abrangência do termo, podemos entender, grosso modo, a modernidade como uma demonstração da vivência de um entendimento técnico (tecnoestrutura e tecnocultura) que se integrou às instituições sociais (família, religião, Estado, etc.). De maneira mais didática, o cientista político, Sérgio Paulo Rouanet (1993), expôs em sua obra o “*Mal-estar na Modernidade*” que a sociedade moderna é, em suma, a progressista sociedade industrial⁹ com todos os seus valores. Tal universo, representado criticamente com maestria por Charles Chaplin na

⁹ São consideradas como sociedades industriais, as sociedades capitalistas européias do século XVIII.

aclamada película “*Tempos Modernos*”, de 1936, é o mundo do conforto¹⁰, do *fordismo*¹¹, do industrialismo como modelo de desenvolvimento, dos dualismos positivistas (bem/mal, certo/errado, privado/público, comunismo/capitalismo) legitimados pelas metanarrativas ideológicas, da vitória do modo de produção capitalista, do utilitarismo e da estabilidade nas representações dos papéis sociais e institucionais.

Foi, em linhas gerais, uma “invenção” da idade média cristã (KUMAR, 1999). A expressão latina *modernus* apareceu justamente em oposição à noção de *antiquus*, estabelecendo o contraste entre o mundo antigo, pagão, e o mundo moderno, majoritariamente cristão. A perspectiva filosófico-cristã foi, portanto, determinante à consolidação da era moderna. É provável que sua maior contribuição ao projeto modernista tenha sido a introdução de uma lógica temporal linear e irreversível que superou a perspectiva cíclica característica do mundo antigo. A tradição cristã, portanto, obedece e, concomitantemente, dissemina uma lógica narrativa estruturada através de um começo (a criação e o pecado original), um meio (o advento de Cristo) e um fim (o segundo advento). Ao mesmo tempo, ela

[...] inverte a cronologia e interpreta a história de frente para trás, a partir de seu ponto final. É orientada para o futuro. Satura o presente com um senso de expectativa, criando uma tensão permanente entre o presente e o futuro. Considera o passado um simples prólogo para o presente, a caminho de concretizar a promessa do futuro (KUMAR, 1999, p. 81).

A introdução do modelo de narrativa cristã – com início, meio e fim – nas bases da cultura do ocidente alimentou a ideia de que os fatos, assim como os homens, obedeceriam a um ciclo recorrente de nascimento, crescimento, corrupção e declínio. Dessa forma, crescimento e progresso, decadência e degeneração, seriam partes integrantes e indissociáveis da história humana. Ao longo do século XVIII, entretanto, com o enfraquecimento das expectativas apocalípticas de finitude do universo, a noção de evolução e progresso aproximaram-se da ciência e da razão, transformando-se nos principais fundamentos à solidificação do mundo moderno. Essa pequena alteração no olhar lançado aos objetos foi, segundo Kumar (1999), responsável pela própria reorganização da experiência temporal, que passou a ser dividida em períodos, estabelecendo um modelo evolucionário de humanidade. No século XIX, a ciência, a razão, o progresso, o foco no futuro e no industrialismo já

¹⁰ Para André Lemos (2002), a relação do homem com os objetos técnicos pode ser resumida em três fases: 1) a **fase da indiferença** (prevalece até a idade média); 2) a **fase do conforto** (corresponde à modernidade); 3) **fase da ubiquidade** (pós-modernidade).

¹¹ O termo fordismo representa os sistemas de produção em massa, linhas de montagem, e gestão idealizados, em 1913, pelo empresário estadunidense e fundador da Ford Motor Company, Henry Ford (1863-1947).

formatavam o epicentro da vida social e, conseqüentemente, o cerne da lógica modernista. Harvey (2006) diferenciou alguns momentos do projeto moderno apontando que:

Enquanto o modernismo dos anos entre-guerras era ‘heróico’ mas acossado pelo desastre, o modernismo ‘universal’ ou alto que conseguiu hegemonia de pois de 1945 exibia uma relação muito mais confortável com os centros de poder dominantes da sociedade. A contestada busca de um mito apropriado pareceu receder em parte, suspeito eu, porque o sistema de poder internacional – organizado [...] ao longo de linhas fordistas-keynesianas sob os olhos vigilantes da hegemonia norte-americana – se tornou relativamente estável. A arte, a arquitetura, a literatura etc. do alto modernismo tornaram-se artes e práticas do *stablishment* numa sociedade em que uma versão capitalista corporativa do projeto iluminista de desenvolvimento para o progresso e a emancipação humana assumira o papel de dominante político-econômica. A crença ‘no progresso linear, nas verdades absolutas e no planejamento racional de ordens sociais ideais’ sob condições padronizadas de conhecimento e de produção era particularmente forte. Por isso, **o modernismo resultante era ‘positivista, tecnocêntrico e racionalista’**, ao mesmo tempo que **era imposto como obra de uma elite de vanguarda** formada por planejadores, artistas, arquitetos, críticos e outros **guardiões do gosto refinado** (p. 42) [grifo nosso].

Foi dentro do racionalista universo moderno que a ciência e a técnica se traduziram em valores que acabaram perpetuados. A objetividade, a racionalidade instrumental, o universalismo e a neutralidade passaram a figurar como qualidades fundamentais na busca pela “verdade”, pelo acesso “objetivo” ao mundo. O conhecimento científico e a técnica tornaram-se autônomos e passaram a ser vistos como legítimos instrumentos de transformação social, símbolos do progresso humano. Vemos, portanto, que a pedra angular à modernidade, ou fase do conforto (LEMOS, 2002), é a substituição de uma estrutura “onto-teológica” por uma estrutura “onto-antropológica”, centrada na razão científica e na ideia maniqueísta de neutralidade. Para o homem moderno,

Tudo deve ser visto, analisado, auscultado sob a imparcialidade da razão. É este o intuito da técnica universal e do conhecimento científico. Este é neutro, tendo como objetivo eliminar os epifenômenos do espírito (o imaginário, o mito, a religião), a escória sensorial que dificulta o desenvolvimento livre da razão (LEMOS, 2004, p. 49).

Podemos dizer que, apesar de menosprezar o universo simbólico, a sociedade moderna elegeu a máquina como símbolo mítico de seu tempo e, por essa razão, tornou a Revolução Industrial (RI) um dos grandes marcos de sua Era. Para Lemos (2002, 2004), a idiosincrasia mais fundamental da modernidade foi a constituição de um sistema técnico

isolado das demais esferas da vida, ou seja, a constituição de uma **tecnocultura** capaz de formatar um,

poder unidimensionalizante (Marcuse), em que a organização de trabalho é pensada em termos de divisão de tarefas e da otimização do tempo (taylorismo, fordismo) [...] o trabalho humano é ligado [na modernidade] ao ritmo da indústria, onde a velocidade das máquinas determina o tempo e os movimentos do trabalhador [...] O paradigma eletricidade/petróleo, motor elétrico e química de síntese do final do século XIX muda, depois da Segunda Guerra Mundial, para um novo paradigma: energia nuclear, informática, engenharia genética. Este novo sistema técnico vai afetar a vida cotidiana de forma radical com formação e planetarização da sociedade de consumo e do espetáculo. Este é o pano de fundo para o surgimento da cibercultura (LEMOS, 2004, p. 51) [grifo nosso].

Foi dentro desse novo paradigma centrado na evolução tecnológica que surgiu a fase da ubiquidade, a pós-modernidade, ou, conforme dito, a cibercultura. Esse período singular indica a conclusão da fase do conforto e o aparecimento do universo digital. É, conforme veremos, a fase do aparecimento do ciberespaço, da sociedade em rede (CASTELLS, 2010), da cibercultura (LÉVY, 1999), da superação do “tempo linear” e dos “espaços de lugar” (CASTELLS, 2007, 2010). Os grandes discursos ideológicos, típicos da modernidade, são sufocados pela ênfase na polissemia, no presente imediato e na troca ininterrupta de informações. Sendo assim, podemos afirmar que é no final do século XX que a expansão tecnológica nos introduz em um intervalo histórico revolucionário que está sendo marcado pela transformação da cultura em função de um novo contexto, formatado, principalmente, pelas tecnologias de Comunicação Mediada por Computador (CMC). A referência ao conceito de pós-modernidade pressupõe, portanto, um movimento de ruptura com o mencionado projeto e ideal moderno e, conseqüentemente, a constituição paulatina de uma nova ordem histórico-social. Para observarmos de forma clara e concisa as profundas, porém discretas, quebras entre o modernismo e o pós-modernismo, recorreremos à Hassan (1975) que expõe uma sequência de oposições para elucidar a compreensão dos dois universos.

Quadro 1 – Características modernismo *versus* pós-modernismo

Modernismo	Pós-modernismo
Romantismo/simbolismo	Parafísica/dadaísmo
Forma (conjuntiva/fechada)	Antiforma (disjuntiva, aberta)
Propósito	Jogo
Projeto	Acaso
Hierarquia	Anarquia
Domínio/logos	Exaustão/silêncio
Objeto de arte/obra acabada	Processo/ <i>performance/happening</i>

Distância	Participação
Criação/totalização/síntese	Descrição/desconstrução/antítese
Presença	Ausência
Centração	Dispersão
Gênero/fronteira	Texto/intertexto
Semântica	Retórica
Paradigma	Sintagma
Hipotaxe	Parataxe
Metáfora	Metonímia
Seleção	Combinação
Raiz/profundidade	Rizoma/superfície
Interpretação/leitura	Contra a interpretação/desleitura
Significado	Significante
<i>Lisible</i> (legível)	<i>Scriptible</i> (escrevível)
Narrativa/ <i>grande histoire</i>	Antinarrativa/ <i>petite histoire</i>
Código mestre	Idioleto
Sintoma	Desejo
Tipo	Mutante
Genital/fálico	Polimorfo/andrógino
Paranóia	Esquizofrenia
Origem/causa	Diferença-diferença/ vestígio
Deus Pai	Espírito Santo
Metafísica	Ironia
Determinação	Indeterminação
Transcendência	Imanência

Fonte: baseado em Hassan (1975).

Tais dicotomias, expostas no Quadro 1, indicam, claramente, a mencionada postura reagente do pós-modernismo aos comportamentos e valores modernos. Embora a discussão acerca do “pós-moderno” remonte aos anos 1960, a anteposição do prefixo “pós” aos substantivos “moderno”, “modernismo” e “modernidade” só se tornou recorrente a partir da década de 80. O termo, inicialmente cooptado à crítica literária, tomou forma no contexto da cultura *pop* (HUYSSSENS, 1984, p. 16), servindo à compreensão de um novo estilo artístico expresso, inicialmente, através da arquitetura e, posteriormente, reverberado em quase todas as expressões culturais. De acordo com Maffesoli (2012), a saturação da modernidade situa-se na década de 1950, quando, precisamente,

emerge o ‘pós-modernismo’ arquitetônico [...] trata-se de revalorizar a ambiguidade, a complexidade em arquitetura, onde reinava absoluto o funcionalismo moderno. A escola de Bauhaus, na Alemanha de 1919 a 1932, tinha lançado os fundamentos de uma técnica moderna em que o ângulo reto e a estética funcional iriam triunfar. O modernismo de Bauhaus se reencontra, sob a forma artística, em Le Corbusier, mas também, de uma forma bem mais obscena, nas construções de uma afluente monotonia características dos subúrbios de todas as cidades europeias. Minimalismo estético traduzindo bem, de um ponto de vista arquitetônico, o utilitarismo e a ‘maquinização’ próprios da sociedade moderna. É exatamente contra isso que o *pós-modernismo* vai privilegiar a volta da ambiguidade e da

complexidade como elementos fundadores da natureza humana. Necessidade de parte da sombra, importância da irregularidade barroca, gosto pelo patético, junção de coisas opostas, mestiçagem, diversidade, *patchwork*, profundidade da superfície, várias são as especificidades do mosaico pós-modernistas que os arquitetos desse movimento vão pôr em funcionamento (MAFFESOLI, 2012, p. 6) [grifos do autor].

A ampliação do terreno disposto ao trânsito do termo “pós-moderno”, se deu, em grande parte, em função da discussão suscitada pela obra “*La condition postmoderne*”¹², publicada pelo filósofo francês Jean-François Lyotard, em 1979. A obra trata, entre outras coisas, daquilo que Habermas chama de “legitimação” – que, na era moderna, se traduziu por meio de uma metanarrativa (discurso) acerca da evolução do conhecimento e da cultura. Lyotard, entretanto, tratou a questão de forma inovadora ao propor uma discussão focada no campo da linguagem, indicando que a pós-modernidade deveria ser representada como um grande jogo linguístico capaz de ressignificar toda experiência humana. Isso, pois, nas palavras de Maffesoli,

Os *intersignos* estão aí irrefutáveis, estabelecendo ligações cada vez mais evidentes entre fenômenos diferentes, mas convergentes: uma mudança de fundo está-se operando. A matriz social moderna se revela cada vez mais infecunda. A economia, os movimentos sociais, o imaginário e até mesmo a política sofrem os contragolpes de uma onda de maré cuja amplitude não se consegue medir. Mutação social que necessita de uma transmuta o da linguagem. Assim   a pós-modernidade (MAFFESOLI, 2012, p. 2) [grifo do autor].

Dessa maneira, a oblitera o dos grandes discursos inaugurou um novo tempo e um novo espaço de signifi a o   vivência do homem pós-industrial. O desencantamento com os grandes discursos – que explicavam as condi oes econ micas, sociais e culturais da sociedade ocidental moderna e, ao mesmo tempo, indicavam e legitimavam o bom, o justo e o verdadeiro – lança o homem em um universo de incertezas e polissemias. De acordo com Lyotard, ao contrário do que ocorreu na modernidade, a ciência e o saber não se voltam, na pós-modernidade, ao consenso,   unanimidade,   legitima o, mas sim às instabilidades de uma vivência essencialmente polissêmica. O que se tem, de tal modo,   a instaura o de uma **nova ordem societal** (MAFFESOLI, 2012) que parece avessa   presença de uma razão balizadora e, conseqüentemente, valoriza a multiplicidade de razões conflitantes.

¹² No Brasil, o livro foi publicado sob o título “O pós-moderno”.

Ao procurar sintetizar o espírito libertário e multifacetado do pós-modernismo de maneira pontual, David Harvey (2006) cita a expressão da heterogeneidade e da diferença como forças libertadoras deste novo tempo e, ao mesmo tempo, o desgaste dos discursos universais e positivistas. Harvey destaca, assim, em sua icônica obra, “*Condição Pós-moderna*”, que o fato mais espantoso sobre o pós-modernismo é, precisamente, essa

[...] total aceitação do efêmero, do fragmentário, do descontínuo e do caótico que formavam uma metade do conceito baudelariano de modernidade. Mas o pós-modernismo responde a isso de uma maneira bem particular; ele não tenta transcendê-lo, opor-se a ele e sequer definir os elementos ‘eternos e imutáveis’ que poderiam estar contidos nele. O pós-modernismo nada, e até se esboja, nas fragmentárias e caóticas correntes da mudança, como se isso fosse tudo que existisse [...] Portanto, na medida em que não tenta legitimar-se pela referência ao passado, o pós-modernismo tipicamente remonta à ala de pensamento, a Nietzsche em particular, que enfatiza o profundo caos da vida moderna e a impossibilidade de lidar com ele com o pensamento racional (2006, p. 49).

Em consonância, as palavras de Lévy (1999) também destacam a superação da exaltação moderna da “unidade”, da “totalidade”, como características do pós-modernismo. Todavia, a obra de Lévy concentra-se, diferentemente do trabalho de Harvey, na discussão acerca dos papéis que o saber técnico e as ferramentas tecnológicas de comunicação e informação desempenham ante às transformações sociais sugeridas e tão amplamente debatidas na atualidade. Na visão do autor, a sociedade contemporânea está vivendo uma espécie de “segundo dilúvio”. Traçando um paralelo com o mito bíblico, Lévy descreve o que chama de dilúvio informacional para indicar as idiosincrasias de cada época, a moderna e a pós-moderna:

No meio do caos, Nôe construiu um pequeno mundo bem organizado. Face ao desencadeamento dos dados, protegeu uma seleção. Quando tudo vai por água abaixo, ele está preocupado em transmitir. Apesar do salvem-se quem puder geral, recolhe pensando no futuro. ‘E Jeová fechou as portas por fora’ (Gênesis, 7:16). A arca foi fechada. Ela simboliza a totalidade reconstituída. Quando o universo está desenfreado, o microcosmos organizado reflete um macrocosmo que está por vir. Mas o múltiplo não se deixa esquecer. O dilúvio informacional jamais cessará. A arca não repousará no topo do monte Ararat. O segundo dilúvio não terá fim. Não há nenhum fundo sólido sob o oceano das informações. Devemos aceitá-lo como nossa nova condição. Temos que ensinar nossos filhos a nadar, a flutuar, talvez a navegar. Quando Noé, ou seja, cada um de nós, olha através da escotilha de sua arca, vê outras arcas, a perder de vista, no oceano agitado da comunicação digital. E cada uma dessas arcas contém uma seleção diferente. Cada uma quer preservar a diversidade. Cada uma quer transmitir. Estas

arcas estarão eternamente à deriva na superfície das águas (LÉVY, 1999, p. 14-15).

A analogia proposta por Lévy evidencia as inegáveis mudanças estimuladas pela expansão tecnocientífica. Através da Arca de Noé (única, fechada, estanque, totalizante), o autor aponta à modernidade, ao pólo da escrita (LÉVY, 1993), à busca do homem por mensagens universais. Para alcançar essa pretensa universalidade semântica, o homem moderno precisou reduzir e/ou fixar o “significado” das coisas. Essa fixação semântica do mundo se deu através do que Lévy chama de **universal totalizante**¹³. Este, marca, segundo o autor, a perspectiva cultural da escrita, sob a qual as civilizações ocidentais se desenvolveram e pela qual se originaram os ideais de universais político, ideológico, econômico, cultural e social, ou seja, os ideais que deram vida ao mundo moderno. Já a segunda arca mencionada por Lévy, a arca informacional, nasceu junto das novas possibilidades de comunicação da sociedade contemporânea. É, portanto, o nascer de uma sociedade que flui no ciberespaço¹⁴ e que é caracterizada pela velocidade, multimodalidade e universalidade. Todavia, a “universalidade [desta nova sociedade] não depende mais da autossuficiência dos textos, de uma fixação e de uma independência das significações” (LÉVY, 1999, p. 15, grifo nosso). A **universalidade não totalizante** da sociedade pós-moderna se constrói e se estende através da interconexão de mensagens cujas significações se estabelecem por meio de um sistema interativo que não visa a estabilidade dos sentidos e nem a verticalidade dos processos comunicacionais. Sendo assim,

Em lugar dos princípios universais e generalizantes que costumavam conferir legitimidade aos discursos culturais tradicionais, temos agora a pulverização dos discursos na relatividade de redes flexíveis de jogos de linguagens que são otimizadas na produção e distribuição das novas tecnologias de comunicação. De resto, todo o discurso social pós-moderno tornou-se ele mesmo uma rede multiforme de jogos de linguagens, em cuja disseminação o sujeito se dissolve, disperso em nuvens de elementos narrativos (SANTAELLA, 2007, p. 68).

Foi em função da maleabilidade observada nas estruturas, nas identidades e nas diversas esferas da vida social contemporânea que Bauman (2001) desenvolveu sua teoria dos

¹³ Para Pierre Lévy (1999), o termo universal se refere à presença (virtual) da humanidade em si mesma. Já o termo totalidade se liga à ideia de conjunção estabilizada do sentido de uma pluralidade (discurso, situação, conjunto de acontecimentos, sistemas, etc.).

¹⁴ De acordo com Pierre Lévy (1999), o ciberespaço (ou a rede) pode ser definido como um novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores (Internet). O termo, entretanto, especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo de informações e atores que abriga. Trataremos deste tópico mais adiante.

líquidos. Ao contrário dos elementos sólidos, os líquidos não mantêm uma forma estável, não se prendem ao tempo ou se fixam no espaço. Os líquidos são variedade dos fluídos e, portanto, “se movem facilmente. Eles fluem, escorrem, esvaem-se, respingam, transbordam, vazam, inundam, borrifam, pingam, são filtrados, destilados; diferentemente dos sólidos, não são facilmente contidos” (p. 8). A extraordinária capacidade de movimento e transformação dos líquidos faz o autor invariavelmente associá-los à ideia de leveza. A liquefação da vida é, na perspectiva de Bauman, a característica central da sociedade contemporânea. Ao contrário da sociedade moderna, chamada por ele de “modernidade sólida”, a conjuntura atual, batizada pelo autor de “modernidade líquida”, instaura uma nova lógica pela qual tudo (valores, relacionamentos, identidades, etc.) tende a permanecer em fluxo, desregulado, volátil, maleável, disforme.

Pode-se, conferida certa liberdade, dizer que a linguística formal está para a perspectiva moderna, assim como a a teoria bakhtiniana está para a pós-modernidade. Enquanto o primeiro paralelo lida com a sistematização e fixação de sentidos pela generalização e objetificação dos textos; o segundo, trata da fluidez semântica e do “não-totalizante” pós-moderno. Indo muito além, Fiorin (2008) afirma que a obra de Bakhtin o coloca como um representante perfeito do pós-modernismo. Afinal, argumenta o autor, Bakhtin,

[...] se posicionou contra o que se convencionou chamar as grandes narrativas do final do século XIX e do início do século XX, criticou o estruturalismo, a psicanálise, o formalismo, não foi existencialista, não aderiu propriamente ao marxismo, negou o coletivismo. Mostrou que todas as explicações totalizantes eram monológicas. Daí se conclui que não foi um modernista. Por outro lado, o acento de sua obra na alteridade, na fragmentação, na energia centrífuga, na rejeição das forças centrípetas, na carnavalização com sua luta contra a autoridade, na negação das diferenças entre cultura popular e cultura erudita, na não-hierarquia, no relativismo faz dele um ícone dos teóricos da pós-modernidade (FIORIN, 2008, p. 15).

Vimos, no capítulo anterior, que a teoria bakhtiniana foca-se, sobretudo, no sujeito e na ação comunicadora. Sendo assim, devemos, uma vez que pretendemos analisar – sob a perspectiva bakhtiniana – produtos genuínos da cultura pós-moderna, apontar quem são, exatamente, esses tais sujeitos da pós-modernidade. Para tanto, recorreremos à obra de Rouanet (1993) que busca na teoria freudiana as bases para tratar da subjetividade desse homem que, segundo ele, caracteriza-se pelo caráter transitório, efêmero, descartável e heterogêneo. Uma vez que o sujeito pós-moderno vivencia a era do prazer imediato e efêmero, sua “identidade constitui-se acionada por desejos e prazeres cambiáveis, estando, sempre, um passo além daqueles que a perseguem; os indivíduos são convocados a serem colecionadores de

experiências e sensações” (HENNIGEN, 2007, p. 197). Para Bauman (2001), a multiplicidade de identificações potenciais do homem contemporâneo torna frágeis as construções identitárias. Pode-se dizer, assim, que as “identidades fixas”, genuinamente modernas, cederam espaço às “identificações cambiáveis”, tipicamente pós-modernas. Para Hall (2010, p. 13), o próprio

processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático. Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (Hall, 1987). É definida historicamente, e não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades 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. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora ‘narrativa do eu’ (veja Hall, 1990). A identidade plenamente identificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar - ao menos temporariamente.

Para o sociólogo e filósofo francês, Jean Baudrillard (1981), este novo universo mediado por ferramentas tecnológicas representa uma espécie de **hiperrealidade**, um espaço formatado por simulacros, onde as fronteiras, as distâncias e o tempo diluem-se, criando um novo ambiente às simulações humanas. A complexidade do conceito de simulacro costuma gerar simplificações grosseiras da visão baudrillardiana do chamado universo pós-moderno. Mas, ao contrário do que sugerem algumas leituras distorcidas de sua principal obra, “Simulacro e Simulações”, a perspectiva de Baudrillard não estabelece uma separação entre “simulação” e “realidade”, entre o “real” e o “signo”. A ideia de simulacro não representa uma irrealidade, mas apenas formas, experiências, virtualidades, objetos sem referência que se postam, muitas vezes, de maneira mais real do que a própria realidade, ou seja, se colocam de maneira **hiperreal** (MASSAGLI, 2010). A ideia de um real tangível e determinado é, de tal maneira, substituída por imagens incessantes que escapam a qualquer tipo de referente que tente lhes capturar (TASCHNER, 1999). A hiperrealidade pós-moderna é, portanto, um produto de processos contínuos de desmaterialização e de simulação (virtualização) do

mundo. Esses processos foram, certamente, impulsionados e possibilitados pelo aparecimentos e aperfeiçoamento das novas ferramentas de comunicação e informação.

O pós-moderno, enquanto condição da cultura nesta era, caracteriza-se exatamente pela incredulidade perante o metadiscurso filosófico-metafísico, com suas pretensões atemporais e universalizantes. O cenário pós-moderno é essencialmente cibernético-informático e informacional (BARBOSA, 1988, p. viii).

O papel das tecnologias de Comunicação Mediada por Computador (CMC) é tão relevante à compreensão dos fenômenos que marcam a superação da modernidade e instauração da condição pós-moderna que alguns autores, como, por exemplo, o sociólogo espanhol Manuel Castells (2003, 2007, 2010), preferem chamar este novo período de a “era da informação”, exatamente, pela explícita referência da expressão à centralidade dos processos e das ferramentas comunicacionais à experiência do homem contemporâneo. Em várias de suas obras, Castells (2010) – após analisar, principalmente, as transformações nas relações de produção, de poder e de experiência¹⁵ desenroladas a partir dos anos 60 – indica que as paulatinas mudanças que implicaram à transformação da antiga sociedade industrial (moderna) foram fruto da sinergia entre: **(1)** o rápido desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação (TICs); **(2)** a crise econômica do capitalismo industrial e do estatismo (comunismo), e suas respectivas reestruturações; **(3)** aparecimento e popularização de movimentos sócio-culturais como o liberalismo, o feminismo, o ambientalismo e a defesa irrestrita dos direitos humanos.

O resultado da interação entre tais processos culminou, segundo Castells, na gênese de uma nova estrutura social, que ele definiu como a “**sociedade em rede**”, de uma nova ordem econômica, a “**economia informacional global**”, e de um novo sistema cultural, a “**cultura da virtualidade real**” (cibercultura). Nas palavras do autor,

¹⁵ Segundo Manuel Castells (2010), todas as sociedades são organizadas em processos estruturados por relações historicamente determinadas de **produção, experiência e poder**. Produção é a ação humana sobre a matéria (natureza) com intuito de apropriação e transformação, em benefício próprio, desta; o resultado é um produto que será consumido e acumulado (excedente). Já a experiência – construída pela eterna busca de satisfação humana de seus desejos e necessidades – é a ação dos sujeitos sobre si mesmos, determinada pela interação entre as identidades biológicas e culturais desses sujeitos em relação a seus ambientes sociais e naturais. Por fim, as relações de poder são aquelas estabelecidas entre os sujeitos que, com base na produção e na experiência, impõe a vontade de alguns sobre outros através do emprego potencial ou real de violência física ou simbólica. As instituições sociais são constituídas para impor o cumprimento das relações de poder existentes em cada período histórico.

A revolução da tecnologia da informação motivou o surgimento do informacionalismo como a base material de uma nova sociedade. No informacionalismo, a geração de riqueza, o exercício do poder e a criação de códigos culturais passaram a depender da capacidade tecnológica das sociedades e dos indivíduos, sendo a tecnologia da informação o elemento principal dessa capacidade. A tecnologia da informação tornou-se ferramenta indispensável para implantação efetiva dos processos de reestruturação socioeconômica. De especial importância, foi seu papel ao possibilitar a formação de redes como modo dinâmico e auto-expansível de organização da atividade humana. Essa lição preponderante de redes transforma todos os domínios da vida social e econômica (CASTELLS, 2007, p. 412).

A “sociedade em rede”, definida pelo autor, é, grosso modo, o próprio retrato da pós-modernidade ou da “era da informação”. O sistema econômico dessa nova sociedade globalizada é capitalista, mas a base dos meios tecnológicos salta da energia elétrica (capitalismo industrial) à informação (capitalismo informacional). O que existe de mais revolucionário na pós-modernidade é exatamente essa virada informacional, ou seja, a manipulação da informação – “a ação do conhecimento sobre o conhecimento” (CASTELLS, 2010, p. 17) –, processo que reafirma a informação como fator central à produtividade econômica e a transforma no núcleo das relações sociais hodiernas. Sendo assim, as características que moldam a sociedade atual podem ser resumidas através dos seguintes termos: **(1) globalização das atividades econômicas; (2) organização em rede; (3) instabilidade do mercado de trabalho e individualização do emprego; (4) cultura da virtualidade real/cibercultura; (5) transformação das condições materiais da vida – espaço e tempo – originando o chamado espaço de fluxos e o tempo intemporal.**

A concepção de “sociedade em rede” (CASTELLS, 2003, 2007, 2010) é, de maneira geral, compatível com a ideia de “pós-modernidade” (ANDERSON, 1999; LYON, 1998; LYOTARD, 1988; HARVEY, 2006), “fase do conforto” (LE MOS, 2002, 2004), e às noções de “era da informação” (LYON, 1992), “era informacional” (CASTELLS, 2010), “sociedade do conhecimento” ou “sociedade informacional” (LÉVY, 1993, 1999) e de “modernidade líquida” (BAUMAN, 2001). Embora cada uma das terminologias citadas carregue em si especificidades teóricas e/ou dê destaque a esta ou aquela perspectiva, todas contemplam um universo hiperreal caracterizado possibilitado por uma acelerada mudança tecnológica, “envolvendo as telecomunicações e o poder da informática, alterações nas relações políticas e o surgimento de movimentos sociais” (LYON, 1998, p. 7). Não sendo nosso objetivo atentar às minúcias de cada uma das perspectivas teóricas que tratam do tema da pós-modernidade, consideraremos os termos expostos como unidades equivalentes que indicam um estágio

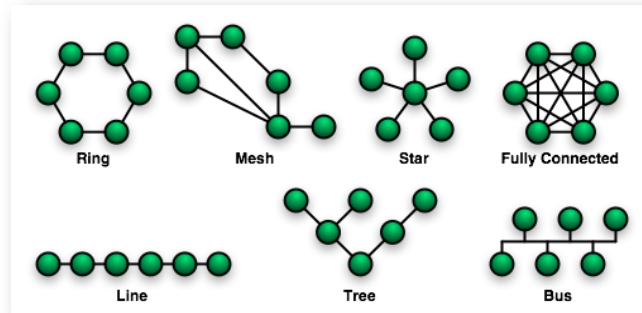
idiossincrático de evolução humana no qual a tecnologia, a ciência e, principalmente, as ferramentas de comunicação têm papel central na formatação universo social. Nos deteremos, no ponto subsequente, a exploração das peculiaridades desse estágio societal pós-moderno e, posteriormente, sobre alguns de seus revolucionários processos comunicacionais.

2.1 A SOCIEDADE EM REDE E O UNIVERSO CIBER

O termo “sociedade em rede” foi cunhado pelo teórico e sociólogo espanhol, Manuel Castells, durante sua pesquisa empírica sobre o papel das novas tecnologias da informação e comunicação (TICs) nas sociedade e cultura contemporâneas. O resultado de suas observações foi publicado através de uma trilogia denominada “A Era da Informação”. Já em seu primeiro volume, a obra expôs e discutiu os processos que caracterizariam a nova estrutura social surgida às portas do século XXI, ou seja, a chamada “Sociedade em Rede”. Essa nova sociedade sugerida por Castells (2010) nasceu, como mencionado, de processos de ordens distintas, que, em última análise, conectaram-se com as, então novas, possibilidades tecnológicas do mundo pós-moderno. Dessa forma, enquanto na antiga sociedade industrial a ação do homem sobre o meio foi direta, ou seja, ocorreu em espaços delimitados e em concordância temporal e física; na sociedade em rede, as barreiras espaço-temporais foram rompidas, possibilitando ao homem atuar às margens e se organizar não mais pelo seu papel produtivo e posição de classe, mas através de **redes conectadas** cujo foco de apropriação voltou-se à interação e à comunicação globalizadas.

Vital ao entendimento desta nova forma de organização social, portanto, é o conceito de rede. O termo – que deriva da expressão latina *rete* – representa, em sua acepção original, um conjunto entrelaçados de fios com aberturas regulares, fixados por malhas e nós, formando um tecido aberto (WIKIPÉDIA, *on-line*). Atualmente, a palavra rede mobiliza a ideia de uma totalidade de “nós” ou “nodos” (ponto no qual uma curva se entrecorta), concretos ou abstratos, que são interligados através de relações diversas (conexões, arestas). Em geral, as redes, ou melhor dizendo, as estruturas organizadas em rede, são representadas através de figuras denominadas “grafos”. Embora apareçam sob diferentes formatos (distribuído, centralizado, descentralizado etc.), as redes sempre são constituídas por um conjunto de **nós** interligados por meio de arestas, **conexões**.

Figura 7 – Grafos de diferentes tipos de redes



Fonte: Wikipédia¹⁶.

A existência de uma grande variedade de grafos, conforme exemplificado na Figura 7, é, sobretudo, reflexo do imenso universo de sistemas que costumam ser organizados de maneira reticular. A aplicabilidade da metáfora da rede é, assim, quase tão ilimitada quanto sua capacidade de expansão estrutural. Dizemos, com isso, que um sistema organizado em rede é, por natureza, aberto e expansível. Ele pode, em tese, acoplar infinitos nodos à rede inicial, bastando, para tanto, que o “candidato” possua a habilidade de se comunicar com o resto da estrutura. Sendo assim, uma estrutura em rede deve sempre ser compreendida como um sistema de interações/relações, caracterizado por ser amplamente aberto e dinâmico.

Quando, portanto, a metáfora da rede é aplicada a um conjunto de pessoas/atores, ela sugere um sistema social, ou seja, uma **rede social (RS)**. Por ser um sistema altamente dinâmico, a observação das propriedades de uma RS pode oferecer apenas um retrato momentâneo do sistema. Segundo Thacker (2004), o acompanhamento das modificações de uma RS ao longo do tempo, permitem, entretanto, a extração de padrões que auxiliam à compreensão do sistema e, portanto, deve sempre ser considerado. Alterações em uma RS traduzem, grosso modo, alterações nos processos de interação estabelecidos pelos atores sociais que a compõe. Sublinhamos que,

Uma topologia ou mapa de uma rede não é uma representação em tempo real, está parada no espaço, mostrando-nos todos os possíveis nós e conexões. Entretanto, um nível de nossas experiências diárias – em comunicação, transporte e socialidade – a rede cria efeitos que são eminentemente baseados no tempo, na dinâmica. *Redes são sempre redes vivas*: redes que estão funcionando e redes que estão em processo. Isto significa que as redes são inerentemente dinâmicas com mudanças constantes e variáveis, ambas dentro da composição dos nós individuais e das relações entre os nós (THACKER, 2004a, *on-line*) [grifos do autor].

¹⁶ Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Topologia_da_Nete>.

A adoção da terminologia “rede” à caracterização desta sociedade pós-moderna justifica-se, portanto, pelo tipo de conexão firmada no contexto fluído e globalizado das chamadas novas TICs ou das ferramentas de CMC. Nessa sociedade organizada através das morfologias das redes, a determinação social está mais ligada à lógica da própria rede do que aos interesses sociais específicos que possam ser expressos através dela, o poder dos fluxos, portanto, “é mais importante que os fluxos do poder” (CASTELLS, 2010, p. 565). De acordo com o autor, a topologia definida por redes,

determina que a distância ou (intensidade e frequência da interação) entre dois pontos (ou posições sociais) é menor (ou mais frequente, ou mais intensa), se ambos os pontos forem nós de uma rede do que se não pertencerem à mesma rede. Por sua vez, dentro de determinada rede os fluxos não tem nenhuma distância, ou a mesma distância, entre os nós. Portanto, a distância (física, social, econômica, política, cultural) para um determinado ponto ou posição varia entre zero (para qualquer nó da mesma rede, e infinito (para qualquer ponto externo à rede). A inclusão/exclusão em redes e a arquitetura das relações entre redes, possibilitadas por tecnologias da informação que operam à velocidade da luz, configuram os processos e funções predominantes em nossas sociedades (CASTELLS, 2010, p. 566).

Sabemos que, sob a perspectiva sociológica tradicional, a ação social pode ser fundamentalmente definida como o padrão em transformação das relações entre a natureza e a cultura. Assim, o primeiro modelo de relação da existência humana foi caracterizado pela dominação da natureza sobre a cultura. Os códigos primitivos dessa primeira forma de organização social expressavam a luta do homem pela sobrevivência. Já o segundo modelo, estabelecido na racionalista era moderna, caracterizou a dominação cultural da natureza, que passou a servir aos ideais progressistas. Atualmente, observamos um processo de suplantação da natureza, “a ponto de a natureza ser renovada (‘preservada’) artificialmente como forma cultural” (CASTELLS, 2010, p. 573).

A história mostra que as formas de interação e comunicação sempre influenciaram a conformação do universo humano. Isso se deve, pois, ao fato de não vermos a realidade objetivamente, mas sim através de linguagens. Essas, são, precisamente, nossos meios de comunicação, que, por sua vez, são nossas metáforas, ou seja, o conteúdo fundamental de nosso sistema cultural (POSTMAN, 1985, p. 15). Afirmamos, com isso, que não há separação entre “realidade” e “representação simbólica”, pois toda “experiência humana real” é permeada e conhecida por intermédio dos símbolos. Assim, com o aparecimento dos sistemas de comunicação mediados por computador, a noção de uma “realidade virtual” se popularizou

e passou a indicar que, na dita “era informacional”, a própria realidade (ou seja, a experiência simbólica/material das pessoas) é “totalmente imersa em uma composição de imagens virtuais no mundo do faz-de-conta, no qual as experiências não apenas se encontram na tela comunicadora da experiência, mas se transformam na experiência” (CASTELLS, 2010, p. 459). Dessa maneira, podemos afirmar que as relações que formatam a sociedade em rede estão, em última análise, firmadas sobre o arenoso solo das redes de comunicação digital, do universo virtual. Este enorme cosmo se caracteriza como um hipertexto histórico que liga as manifestações passadas, presentes e futuras da mente comunicativa, originando um novo ambiente simbólico chamado também de “cultura da virtualidade real”. De acordo com Castells:

a sociedade em rede desincorpora as relações sociais e introduz a cultura da virtualidade real. Ao longo da história, as culturas foram geradas por pessoas que compartilham espaço e tempo - sob condições determinadas pelas relações de produção, poder e experiência e modificadas por seus projetos – e lutam umas contra as outras para impor valores e objetivos à sociedade [...] No paradigma informacional surgiu uma nova cultura a partir da superação dos lugares e da invalidação do tempo pelo espaço de fluxos e pelo tempo intemporal: a cultura da virtualidade real (CASTELLS, 2007, p. 426-427).

Na era informacional, portanto, os lugares afastam-se de seu sentido cultural, geográfico e histórico, e passam a integrar o fluxo informacional formatado em espaços virtuais que acabam suprimindo o valor dos espaços de lugar¹⁷. Tais fluxos atuam como o suporte à sociedade hodierna e, por sua vez, são sustentados pela infraestrutura tecnológica do mundo pós-moderno. Se durante o período industrial, eram as ferrovias que definiam as regiões econômicas e os mercados; hoje, são os equipamentos tecnológicos que determinam o espaço, configurado como uma rede de interação global que não está geograficamente localizada. Este “não-lugar” ocupado por essa rede global é chamado de ciberespaço. Em tal ambiente hiperreal, nenhum lugar existe por si só, as posições são definidas e redefinidas pelo incessante intercâmbio estabelecido pelos atores que a formatam e por sua presença ou ausência no fluxo.

Os novos meios de comunicação que coletam manipulam, estocam, simulam e transmitem os fluxos de informação criam uma nova camada que vem a se sobrepor aos fluxos materiais que estamos acostumados a receber. O ciberespaço é um espaço sem dimensões, um universo de informações

¹⁷ A ideia de “espaços de lugar” pode ser entendida como espaços geograficamente localizados que se constituem pelo compartilhamento do tempo e do espaço físico, assim como as relações que o formatam.

navegável de forma instantânea e reversível. Ele é, dessa forma, um espaço mágico, caracterizado pela ubiquidade, pelo tempo real e pelo espaço não físico. Estes elementos são característicos da magia como manipulação do mundo. Depois da modernidade que controlou, manipulou e organizou o espaço físico, estamos diante de um processo de desmaterialização (pós-moderna) do mundo (LEMOS, 2004, p. 128).

É sabido que a concepção de tempo varia ao longo da história, acompanhando as transformações culturais. Na sociedade medieval, por exemplo, o tempo era regido pela troca de estações e marcado pelas feiras e comemorações religiosas. Já na sociedade moderna, como vimos, o conceito de tempo cronológico (linear, exato, mensurável e previsível), introduzido pela cultura cristã, prevaleceu ao espaço e à própria sociedade, tornando-se uma ferramenta fundamental à constituição da lógica industrial moderna. Com o colapso do universo moderno, entretanto, a retidão do tempo cronológico passa por um processo de sobreposição e mixagem, originando,

um universo eterno que não se expande sozinho, mas que se mantém por si só, não cíclico, mas aleatório, não recursivo, mas incursor: tempo intemporal, utilizando a tecnologia para fugir dos contextos de sua existência e para apropriar, de maneira seletiva, qualquer valor que cada contexto possa oferecer ao presente eterno (CASTELLS, 2010, p. 526).

Muitos autores destacam a aceleração do tempo como um dos principais fundamentos sobre o qual o universo pós-moderno ergue-se. A crescente velocidade na troca de informações somada à superação das distâncias físicas, comprimiu o tempo ao ponto de torná-lo uma espécie de “tempo intemporal” (CASTELLS, 2010). Essa “modalidade” temporal pertence ao espaço de fluxos, enquanto que a disciplina tempo, o tempo biológico e a sequência cronológica moderna, pertence aos espaços de lugar. Em suma, a “tendência predominante da sociedade contemporânea mostra a vingança do espaço, estruturando a temporalidade em lógicas diferentes e até contraditórias de acordo com a dinâmica espacial” (CASTELLS, 2010, p. 559). Enquanto o espaço de fluxo liquefaz o tempo, desordenando a sequência dos eventos e tornando-os simultâneos – colocando a sociedade na efemeridade eterna –; o espaço de lugar, fragmentado e desconectado, apresenta inúmeras temporalidades. Dessa maneira, ao mesmo tempo em que navega por um não-espaço, submetido à lógica do tempo intemporal, através de um a ferramenta de CMC, o homem pós-moderno está fisicamente ligado a um espaço de lugar e à passagem cronológica do tempo. Em suma, no paradigma informacional, a cultura da virtualidade real se caracteriza, a partir da superação dos lugares e da invalidação do tempo. Como mencionado, nesse novo sistema cultural pós-

moderno a realidade (entendida como a existência material) é absorvida em um ambiente de imagens virtuais onde os símbolos já não são vistos apenas como metáforas, uma vez que absorvem toda a experiência real. Sendo assim,

[...] o desenvolvimento das redes digitais interativas favorece outros movimentos de virtualização que não o da informação propriamente dita. Assim, a comunicação continua, com o digital, um movimento de virtualização iniciado há muito tempo pelas técnicas mais antigas, como a escrita, a gravação de som e imagem, o rádio a televisão e o telefone. O ciberespaço encoraja um estilo de relacionamento quase independente dos lugares geográficos (telecomunicação, telepresença) e da coincidência dos tempos (comunicação assíncrona). Não chega a ser uma novidade absoluta, uma vez que o telefone que nos habituou a uma comunicação interativa. Com o correio (ou a escrita em geral), chegamos a ter uma tradição bastante antiga de comunicação recíproca, assíncrona e à distância. Contudo, apenas as particularidades técnicas do ciberespaço permitem que os membros de um grupo humano (que podem ser tantos quantos se quiser) se coordenem, cooperem, alimentem e consultem uma memória comum, e isto quase em tempo real, apesar da distribuição geográfica e da diferença de horários. O que nos conduz diretamente à virtualização das *organizações* que, com a ajuda das ferramentas da cibercultura, tornam-se cada vez menos dependentes de lugares determinados, de horários de trabalho fixos e de planejamentos a longo prazo (LÉVY, 1999, p. 51).

O conceito de cultura da virtualidade real pode ser, como vimos, em termos gerais, comparado à noção proposta por Pierre Lévy (1999) através do termo “cibercultura”. Segundo o autor, a palavra sugere o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensar e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento da Rede, ou como prefere o Lévy, do ciberespaço. Este, por sua vez, é definido por Pierre Lévy como um novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores e que especifica “não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo” (LÉVY, 1999, p.17). Se antes da revolução iniciada pela criação dos computadores pessoais (PCs), todo conhecimento ou produto cultural de qualquer espécie precisava de grandes suportes e planejamento logístico para ser transportado e repassado; hoje, os mesmos produtos podem ser codificados, armazenados, distribuídos e acessados em qualquer parte do globo em alguns segundos. Mais do que PCs temos, hoje, computadores conectados (CCs), interligados em uma rede mundial (Internet), conhecida como a Rede das redes, como Web ou, simplesmente, como ciberespaço.

O aparecimento da Internet e, especialmente, da Web 2.0¹⁸ consagrou a utilização dos computadores pessoais e impactou radicalmente sobre a vida social e o cotidiano das famílias. Seu vertiginoso crescimento, observável já nos primeiros anos da década de 1990, tornou-se quase incontrolável com a chegada do século XXI. Com a evolução das redes locais sem fio (WLAN), popularmente conhecidas como redes *wi-fi*, e, claro, com a simultânea popularização dos dispositivos portáteis (*notebooks, smartphones, tablets*), a Internet tornou-se parte, talvez a mais relevante, do universo sob o qual as experiências do homem pós-moderno são firmadas. Podemos afirmar que é impossível pensar o mundo hodierno sem a presença **da** Internet em nossas vidas, ou, melhor dizendo, sem a presença de nossas vidas **na** Internet. Mais que mero usuário de um novo meio de comunicação, o contemporâneo **cibercidadão** é, sem dúvida, permeado e constituído pelos códigos estabelecidos na Internet. Sendo assim, a chamada Rede das redes não pode ser resumida a um sistema que (inter)conecta redes (net) de computadores ou máquinas, ela é, sim, um espaço social, um **ciberespaço**, onde as relações humanas são firmadas e, portanto, onde os códigos culturais se formatam e se atualizam.

O período a partir da década de 2000 ficou conhecido como período da Web 2.0 e da internet das coisas. Nesse momento houve o amadurecimento da sociedade em rede, como proposto por Manuel Castells. [...] Foi a década da Web 2.0 (com surgimento de blogs, microblogs, sites de redes sociais, mídia locativa, mapas interativos etc.) e da internet das coisas (objetos conectados a bancos de dados e à internet por meio de sensores e etiquetas de radiofrequência, RFID). O termo ‘Web 2.0’ foi criado por Tim O’Reilly para ressaltar o potencial conversacional e de escrita da web, diferente da primeira fase de acesso e leitura. Por internet das coisas entende-se a conexão de objetos e aparelhos a bancos de dados e à internet. Houve uma expansão das formas de relações sociais on-line, dos games multiusuários, do jornalismo em base de dados, experiências do governo e democracia eletrônicos, da publicidade e do marketing digitais, da vigilância e do controle de dados, dos sistemas baseados em tecnologias de localização. A globalização informacional generalizou-se (LEMOS, 2014, p. 417).

Ao buscar especificar as principais características de tal ambiente, Pierre Lévy (1999) esclareceu, didaticamente, que, apesar da confusão teórica em torno dos termos envolvidos, a Internet deve ser entendida como uma mídia, um suporte, ou seja, um veículo utilizado para repassar uma mensagem que, no caso, é potencialmente multimodal e não multimidiática, como muitos erroneamente afirmam. Isso porque uma mensagem, quando

¹⁸ Web 2.0 foi um termo criado por Tim O’Reilly para referir um novo momento da web, marcado, principalmente, pelo caráter conversacional e interativo.

veiculada no ciberespaço, pode colocar em jogo diversas modalidades perceptivas, como a visão, a audição, o tato e a cinestesia (sentido interno dos movimentos do corpo), e não diferentes mídias como sugere o termo multimídia. Cada uma dessas modalidades perceptivas pode, por sua vez, permitir a recepção de diversos tipos de representação (texto, imagem, som etc.). A estrutura dessa mensagem (ou o modo de relação dos elementos de informação) é qualificada pelo dispositivo informacional empregado, podendo ser **linear** ou em **rede**. Lévy esclarece que,

Os hiperdocumentos codificados digitalmente não foram criadores da estrutura em rede já que [...] um dicionário [...], uma enciclopédia [...], uma biblioteca [...] já possuem uma estrutura reticulada. O ciberespaço fez com que surgissem dois dispositivos informacionais que são originais em relação às mídias precedentes: o mundo virtual e a informação em fluxo. O *mundo virtual* dispõe as informações em espaço contínuo – e não em uma rede – e o faz em função da posição do explorador ou de seu representante dentro deste mundo (princípio de imersão). Neste sentido, um vídeo-game já é um mundo virtual. A *informação em fluxo* designa dados em estado contínuo de modificação, dispersos entre memórias e canais interconectados que pode ser percorridos, filtrados e apresentados ao cibernauta de acordo com suas instruções, graças a programas, sistemas de cartografia dinâmica de dados ou outras ferramentas de auxílio à navegação. Note-se que o mundo virtual e a informação em fluxo tendem a reproduzir em grande escala, e graças a suportes tecnicamente avançados, uma relação ‘não midiaticizada’ com a informação. A noção de dispositivo informacional é, em princípio, independente da mídia, modalidade perceptiva em jogo ou do tipo de representação transportada pela mensagem (1999, p. 64-65).

Devemos considerar que as mídias possuem diferentes dispositivos comunicacionais, ou seja, estabelecem relações distintas entre os participantes da comunicação. Há pelo menos três categorias de dispositivos comunicacionais que devem ser mencionados: os dispositivos de comunicação “um-todos”, “um-um” e “todos-todos”. A mídia impressa, o rádio e a televisão são formatadas, por exemplo, pelo princípio um-todos, ou seja, as mensagens são enviadas por um centro emissor que atinge um grande número de receptores. Já o telefone organiza uma relação recíproca (um-um). O ciberespaço, por sua vez, introduz um dispositivo comunicacional que possibilita que comunidades inteiras estabeleçam, de forma progressiva e cooperativa, um contexto comum. Assim, o autor destaca que,

Mais uma vez, o dispositivo comunicacional independe dos sentidos implicados pela recepção, e também do modo de representação da informação. Insisto nesse ponto porque são os nossos dispositivos informacionais (mundos virtuais, informação em fluxo) e comunicacionais (comunicação todos-todos) que são os maiores portadores de mudanças culturais, e não o fato de que se misture o texto, a imagem e o som, como

parece estar subentendido na noção vaga de multimídia (LÉVY, 1999, p. 65-67) .

Através da reflexão apresentada, Lévy sublinha que o ciberespaço é caracterizado pelo seu poder de estabelecer uma interação contínua e horizontal entre pessoas que não precisam estar geograficamente próximas ou simultaneamente conectadas. Em linhas gerais, podemos afirmar que o ciberespaço configura-se, em suma, como uma **unimídia multimodal e interativa**, pois estimula a confluência de mídias separadas rumo à mesma rede digital integrada e reúne mensagens que despertam diversas modalidades sensoriais em um único suporte, permitindo a interação síncrona ou assíncrona entre comunidades virtuais geograficamente distantes.

2.2 A COMUNICAÇÃO MEDIADA POR COMPUTADOR E AS REDES SOCIAIS NA INTERNET

Vimos, no ponto anterior, que o computador passou por um longo processo antes de se tornar objeto onipresente no cotidiano das pessoas. De seu berço localizado em laboratórios militares até às mãos e mochilas dos adolescentes que se relacionam através do Tinder¹⁹, muitas foram as inovações técnicas e as mudanças comportamentais dos usuários. A evolução dos aparelhos, embora relevante, mascara a verdadeira transformação suscitada no século XX, que antes de ser tecnológica, é societal. Mais do que evolução dos meios, observamos nesse período uma revolução nos modos do homem (re)conhecer, experimentar e se relacionar com o mundo, com o outro e com as formas de representação da experiência. Assim, a importância da Internet não está na inegável magnitude dos avanços técnicos que permitiram sua criação e consolidação, mas sim na sua apropriação e capacidade à conexão de pessoas. À revelia de qualquer distância física, a Internet permite que atores interajam, estabeleçam relações e firmem laços que alimentam o ininterrupto fluxo informacional da grande Rede.

Segundo Michel Maffesoli (2000), a observação do ciberespaço, ou melhor, das interações e redes humanas ali firmadas, demonstra, de forma inequívoca, que o homem pós-moderno está ultrapassando a mônada individual, característica da vida moderna, e retornando a um estágio marcado pelo sentido da coletividade e da conexão com o outro. Tal quadro,

¹⁹ O Tinder é uma aplicação multi-plataforma (APP) de localização de pessoas interessadas em encontros românticos sugeridos através do cruzamento entre as informações do Facebook e a localização geográfica dos usuários.

segundo o autor, nos coloca diante da ideia de um novo modo de vida tribal, ou seja, um **neotribalismo**. Conforme suas palavras,

A socialidade pós-moderna estaria recuperando alguns valores no mínimo arcaicos. Se nos referirmos à monumentalidade burguesa, às suas expressões institucionais e a sua preocupação projetiva, trata-se de valores ‘inaturais’. E nem por isso são menos reais, nem deixam de se difundir, pouco a pouco, no conjunto societal em sua totalidade. O paradigma da rede pode, então, ser compreendido como a reatualização do antigo mito da comunidade. Mito, no sentido de que alguma coisa que, talvez, jamais tenha existido, age, com eficácia, no imaginário do momento. Daí a existência dessas pequenas tribos, efêmeras em sua realização, mas que nem por isso deixam de criar um estado de espírito que parece destinado a durar (MAFFESOLI, 2000, p. 207-208).

Não é à toa que os grupos estabelecidos no ciberespaço costumam autodenominar-se comunidades, não é à toa que a expressão “comunidade virtual” tenha tornado-se tão difundida ao longo das últimas décadas. Não são poucos os que veem o crescimento das redes sociais na Internet e o espalhamento de seus epifenômenos como indícios claros do reencontro do homem com seu primitivo instinto gregário, com seu ardor por estar junto e sua sede de pertencer. André Lemos (2004), por exemplo, indo ao encontro do que fora dito por Maffesoli, afirma que os computadores em rede parecem ir na direção contrária àquela da cultura do impresso, estando mais próximos do tribalismo que precedeu a tecnologia da escrita e da imprensa. Dessa forma, a dinâmica social do ciberespaço pode ser vista como o primitivo “desejo de conexão se realizando de forma planetária” (LEMONS, 2004, p. 71) ou, de maneira resumida, como a transformação do PC (Computador Pessoal), máquina individual, desconectada, austera, feita para um indivíduo racional e objetivo, em um CC (Computador Coletivo), uma máquina conectada em rede. Com efeito, Lemos crê que a conjunção entre uma tecnologia retribalizante (o ciberespaço) e a socialidade contemporânea, produz a cibercultura profetizada por Marshall McLuhan. A homogeneidade e o individualismo da cultura do impresso cede, assim, espaço à retribalização e à conectividade típica da atual sociedade em rede (CASTELLS, 2010).

O desejo de estar junto, de estar com o outro, é o desejo de comunicar e estabelecer uma (inter)ação. E essa vontade de firmar uma comunicação com o outro, estabelecer um contato, talvez seja a chave mestra à compreensão de nosso tempo. A incessante criação de ferramentas de comunicação mediadas por computador (CMC) demonstra a demanda por meios, por pontes que permitam o trânsito permanente entre o “eu” e o “outro”, entre o “aqui” e o “lá”. O universo contemporâneo é, sobretudo, um universo regido pelo emocional, pela

necessidade de compartilhar as experiências, sejam elas boas ou ruins. Para ser ouvido, entretanto, dentro dos atuais fluxos comunicacionais é preciso “estar” visível na Rede, ou seja, é preciso interagir. Assim, nos apropriamos das ferramentas tecnológicas mais avançadas e abrimos mão da privacidade do universo *off-line* para, no fim, estarmos apenas em permanente contato com o outro, . Isso significa dizer que,

O computador, mais que uma ferramenta de pesquisa, de processamento de dados e de trabalho, é hoje uma ferramenta social, caracterizada principalmente pelos usos conversacionais. Isso quer dizer que os computadores foram apropriados como ferramentas sociais e que esse sentido, em muitos aspectos, é fundamental para a compreensão da sociabilidade na contemporaneidade (RECUERO, 2012, p. 21).

Quando, portanto, falamos em comunicação mediada por computador (CMC), estamos indicando todo um conjunto de práticas sociais, e não somente de aparatos técnicos, que decorrem das apropriações interacionais das ferramentas digitais e, conseqüentemente, da consolidação do ciberespaço como ambiente comunicacional. Em termos didáticos, a CMC pode ser entendida como a “área de estudo dos processos de comunicação humanos realizados através da mediação das tecnologias digitais” (RECUERO, 2012, p. 23). Dessa forma, salientamos que o conceito de CMC não se limita à exploração dos objetos técnicos envolvidos, há uma pluralidade de aspectos sociais e culturais que, conforme já vimos, devem ser considerados e analisados. Concordamos, portanto, com Herring quando afirma que a CMC é “a comunicação que acontece entre seres humanos através da instrumentalidade dos computadores” (*apud* RECUERO, 2012, p. 23). E, sendo assim, ela deve observar as relações que emergem e as práticas sociais e linguísticas que tomam forma em função dos processos interacionais firmados. Em suma, devemos considerar que

[...] a CMC não é influenciada somente pelas suas ferramentas. Ela é, também, um produto social, gerada pelas ressignificações que são construídas pelos atores sociais quando dão sentido a essas ferramentas em seu cotidiano [...] a CMC não é apenas constituída de um conjunto de ferramentas, mas é um motor de relações sociais, que não apenas estrutura essas relações, mas também proporciona um ambiente para que elas ocorram. É na CMC que as relações são forjadas pelas trocas de informação entre os indivíduos e principalmente através das conversações que essas práticas são estruturadas (RECUERO, 2012, p. 24).

Uma importante característica da CMC é, sem dúvida, sua intrínseca ligação com a oralidade, a fala e a dinâmica dialógica típica das conversações face a face. As trocas estabelecidas através do computador tendem à informalidade, tendem a apresentar alguns dos

traços típicos da comunicação oral (pré-escrita); o que parece reforçar a perspectiva de Maffesoli ao defender que o homem atual está buscado contato com seu “eu” mais primitivo, o seu “eu” da tribo, da cultura oral, do estar junto. Todavia, devemos ressaltar que a CMC opera por meio de várias ferramentas e, portanto, enfrenta características e limitações específicas em cada uma delas, que, em última análise, vão influenciar suas práticas conversacionais.

Na conversação casual, os usuários da Internet frequentemente referem-se às trocas textuais como conversações, usando verbos como ‘falei’, ‘disse’ e ‘ouvi’ ao invés de ‘digitei’, ‘escrevi’ ou ‘li’ para descrever suas atividades na CMC. Mesmo autores publicados, algumas vezes, referem-se, de forma inconsciente, parece-me, aos ‘falantes’ mais do que aos ‘escreventes’, ‘conversa’ mais do que ‘trocas digitadas’, ‘turnos’ mais do que ‘mensagens’ e daí por diante quanto reportam-se à CMC. O uso linguístico atesta ao fato que a experiência dos usuários na CMC é fundamentalmente similar àquela da conversação falada, apesar da CMC ser produzida e recebida por meios escritos (HERRING, *on-line*, s.p).

Recuero (2012) observa que a mencionada similaridade entre as trocas estabelecidas na CMC e na conversação face a face – para Bakhtin (2000), um dos gêneros primários mais ligado às esferas do discurso cotidiano – vem, em parte, da incorporação das ferramentas de CMC ao cotidiano das pessoas e, portanto, da resignificação a qual foram submetidas. Sendo assim, a autora defende que a conversação é, em tal contexto, uma **(re)apropriação** de um **gênero típico da esfera do discurso cotidiano** (BAKHTIN, 2000). Segundo Lemos (2002), a apropriação é, em suma, a essência da cibercultura, produto da manipulação humana da tecnologia que possui, como vimos anteriormente, tanto uma **dimensão técnica**, quanto uma **dimensão simbólica**. A técnica diz respeito ao domínio das funcionalidades da ferramenta, já a dimensão simbólica compreende a construção de sentido através da manipulação de tais funcionalidades que, de acordo com Recuero (2012), costuma ser desviante, ou seja, tende a fugir do escopo de uso previsto.

Em outras palavras, podemos dizer que as ferramentas de CMC são tomadas criativamente pelos usuários como meios à consolidação de diálogos, de conversas, de interações informais. Há nessas conversas em rede, a inserção de elementos específicos, como *emoticons*, elementos gráficos, léxicos especiais e acrônimos, que dão à linguagem da CMC alguns contornos idiossincráticos (ver Quadro 2) e, ao mesmo tempo, denunciam uma tentativa de simulação do contato face a face. Herring (1996) alerta, entretanto, que a linguagem da CMC é homogênea, já que se manifesta através de gêneros e estilos variados,

alguns, inclusive, fortemente influenciados pelas características da ferramenta tecnológica (RECUERO, 2012, p. 34) empregada à comunicação.

Quadro 2 – Características e impactos da CMC

	CMC	Impactos
Espaço/Ambiente	Ciberespaço	Persistência; Replicabilidade; Audiências Invisíveis; Buscabilidade; Migração;
Linguagem	Escrita Oralizada	Hibridização; Multimodalidade; Apropriação criativa; Ressignificação; Informalidade.
Tempo/Temporalidade	Unidade temporal elástica	Conversação Síncrona; Conversação Assíncrona; Memória; Virtualização da presença; Negociação do contexto.
Audiência	Privada ou Pública	Migração; Apropriação dos ambientes; Delimitação de redes sociais; Transgressão do privado; Capacitação técnica.
Interagentes	Representações do <i>self</i>	Ações performáticas; Construções identitárias; Criação de espaços personalizados;
Estutura	Não-Linear	Multimodalidade; Hipertextualidade; Migração entre ferramentas.

Fonte: baseado em Recuero (2012).

Dizemos, portanto, com base no exposto, que as ferramentas de CMC estão, sobretudo, servindo à criação, (re)criação, transmutação de práticas comunicacionais que, em última análise, firmam as relações que constituem os laços sociais. Dessa forma, o universo virtual torna-se um ambiente social, um **espaço hiperreal** profícuo não só à produção e distribuição de informação, mas, principalmente, à comunicação com outro, seja através do compartilhamento de algum conteúdo de interesse público ou por meio de uma conversação informal de interesse restrito de uma rede ou grupo. Para alguns (LEMOS, 2009; SILVEIRA, 2009), o impacto do ciberespaço e do universo cultural criado pelas ferramentas de CMC, originou, essencialmente, uma nova **esfera pública** (HABERMAS, 1997) potencial, hiperreal. Isso, pois, a Web atenderia a todos os requisitos de habermasianos, ou seja, é potencialmente

universal, acessível, permite liberdade de expressão e participação fora das instituições políticas etc. Dessa forma,

Pode-se, como hipótese, pensar no ciberespaço como uma nova esfera pública de conversação onde o ‘mundo da vida’ amplia o capital social, recriando formas comunitárias, identitárias (público), ampliando a participação política. A função conversacional das mídias de função pós-massiva pode servir como fator privilegiado de resgate da coisa pública, embora não haja garantias. A participação, a colaboração e a conversação são as bases para uma ação política, mas não garantem a sua efetividade (LEMOS, 2009, p. 27).

Se sua apropriação à discussão da coisa pública ainda parece ser foco de debate, a constituição da Internet como um espaço de produção, circulação, recepção e recirculação de discursos já parece superada. Quando pensamos nas 13 características²⁰ extraídas por Lahire (2002) do conceito de Bourdieu de um campo social, percebemos que a Web atende a todas. Entendemos, assim, que, com base no exposto, que o ciberespaço é uma espécie de (hiper)esfera de comunicação onde, atualmente, as relações entre os atores são firmadas. Sendo um espaço de CMC, o sujeito da comunicação é um ator que, em função das especificidades do meio,

[...] pode ser representado por um *weblog*, por um *fotolog*, por um *twitter* ou mesmo por um perfil no Orkut. E, mesmo assim, essas ferramentas podem apresentar um único nó (como um *weblog*, por exemplo), que é mantido por vários atores (um grupo de autores do mesmo *blog* coletivo) (RECUERO, 2009a, p. 25).

Reforçamos, assim, mais uma vez, que uma rede social é sempre formada por dois elementos básicos: os atores (ou suas representações) e suas conexões. Esses atores, sejam pessoas, grupos ou instituições, apropriam-se das possibilidades das ferramentas de CMC para construir representações individualizadas dentro da Rede. Essas formas de expressão do *self*, constituem os nós (nodos) da estrutura, enquanto que as interações entre elas originam o substrato sobre o qual sedimentam-se os **laços sociais**. São as relações de troca que, fundamentalmente, atuam na construção dos laços que interconectam os indivíduos. Segundo Recuero (2009a), o laço é resultado “da sedimentação das relações estabelecidas entre agentes. Laços são formas mais institucionalizadas de conexão entre atores, constituídos no

²⁰ O tópico acerca das características que “definem” a existência de um campo/esfera foi abordado no primeiro capítulo.

tempo e através da interação social” (p. 38). É importante salientarmos ainda que os laços entre os indivíduos surgem das interações – se constituindo de forma natural e espontânea e, ao mesmo tempo, emocional (MAFFESOLI, 1996). De acordo com Lévy (1993), o laço social está essencialmente relacionado com o saber – sendo através das interações que as competências se desenvolvem e mediante iniciação e transmissão que se faz viver esse saber. Para o autor, o laço social está relacionado com a inteligência coletiva que é distribuída por toda parte e ininterruptamente valorizada, coordenada e mobilizada pelos atores sociais em tempo real na (hiper)esfera digital.

Vale mencionarmos que qualidade das trocas firmadas entre os nós de uma rede determinará se os laços que os unem serão considerados **fracos** ou **fortes**. A classificação dos laços depende, portanto, do investimento dos indivíduos na interação (GYARMATI, KYTE, 2004) – e esse investimento não precisa, necessariamente, ser recíproco, ou seja, o laço estabelecido de A com relação a B não será, obrigatoriamente, o mesmo na relação de B para A, os laços não são obrigatoriamente simétricos. Assim, podemos caracterizar como “**laço forte**” àquele que sugere maior proximidade, intimidade e intencionalidade na criação e manutenção relação entre os sujeitos, e como “**laço fraco**” o que dá conta de relações esparsas, trocas difusas, que não traduzem proximidade e intimidade entre os atores envolvidos. Apesar de ser possível afirmar que a conexão estabelecida por meio de laços fracos é frágil em comparação à consistência da conexão dos laços fortes, são exatamente os primeiros que atuam como estruturadores da rede, pois criam as pontes para conectar grupos sedimentados por laços fortes. Sem a existência e manutenção dos laços fracos, portanto, o ciberespaço seria apenas um arquipélago de ilhas isoladas e fechadas, jamais chegando a ser a esfera de interação, democratização e conversação que (re)conhecemos.

Enquanto as relações interpessoais são geralmente formadas por uma díade, isto é, uma relação entre duas pessoas, digamos, A e B, as relações em rede existem a partir de tríades, relação entre pelo menos três indivíduos. No entanto, o que está em jogo não é apenas a relação, mas a lógica das relações. Em uma rede, as relações não são aditivas, mas combinatórias. Isso significa que, quando alguém se liga a uma rede, ela não está somando apenas mais um elemento, mas, potencialmente, multiplicando a possibilidade de conexões. Por exemplo, em uma rede formada por três pessoas, A, B e C, existem igualmente três relações possíveis – entre A e B, entre A e C e entre B e C. No entanto, se uma quarta pessoa se junta à rede, o número de conexões não cresce na mesma proporção, mas em termos combinatórios. Passa-se a ter, por exemplo, seis possibilidades de conexão com o quarto elemento (AB, AC, AD, BC, BD, CD). Assim, o poder das redes não está exatamente em seus participantes individuais, mas no potencial de quase infinito (MARTINO, 2014, p. 73).

Sendo um ambiente de comunicação mediada, o ciberespaço permite que as redes estruturem-se e mantenham suas conexões independentemente da distância geográfica, ampliando as possibilidades de conexão e desterritorializando os laços sociais. Bauman (1998) acredita que, dessa forma, o ciberespaço poupa os indivíduos do desconforto das relações pessoais invasivas, uma vez que facilita o rompimento de laços, basta um clique no teclado e, pronto, a relação indesejada está desfeita. Todavia, essa facilidade é, ao mesmo tempo, estendida à interação, à consolidação de relações e, portanto, à sedimentação dos laços e, conseqüentemente, das redes sociais. Nesse sentido apontam os resultados da pesquisa firmada acerca de “Netville”²¹ (WELLMAN, BOASE, CHEN, 2002) que constatou o aumento do suporte social entre os residentes de Netville e, também, entre eles e pessoas geograficamente distantes. O estudo sugere, ainda, que a Internet aumentou a frequência das interações, facilitou o contato *off-line* e aprofundou a relação entre vizinhos, sugerindo, assim, que a CMC possui o potencial de gerar e aprofundar laços sociais.

Wellman (2002), ao tratar das RSI, vai chamar atenção à questão do “glocal”. Essa questão é, segundo Trivinho (2001) – do ponto de vista sócio-histórico –, “o selo original, o sinete genuíno da civilização mediática, a sua face inconfundível e inelidível, capaz de diferenci-la, no fundamental, das outras fases sociotecnológicas” (p. 76). O fenômeno do glocal é, grosso modo, a justaposição de uma esfera global e de uma esfera local a partir de um meio de comunicação. O aparecimento da Internet, portanto, expõe os indivíduos a esta condição de estar presente em seu espaço físico (local) e, concomitantemente, em seus espaços virtuais no ciberespaço (global). Assim, mais do que facilitar a interação entre os distantes, o ciberespaço parece favorecer o aprofundamento de laços com o localizado.

Buscamos, ao longo da discussão aqui proposta, indicar que, no ciberespaço, as interações não ocorrem entre máquinas, mas sim entre atores sociais, entre representações construídas, personalizadas e individualizadas através das funcionalidades oferecidas por sistemas, por ferramentas de CMC. Dentre essas ferramentas estão os sites de redes sociais (SRS), ou seja, os sistemas especializados que, em última análise, facilitam a expressão,

²¹ Nome fictício dado à comunidade canadense estudada por Wellman, na década de 1990. A pesquisa surgiu quando uma empresa de telefonia convidou os moradores de uma comunidade residencial, próxima a Toronto, a participarem de um experimento que buscava entender como seria a vida conectada. As casas dos voluntários receberam Internet de alta velocidade e os moradores foram incluídos em uma lista de *e-mails*. O estudo mostrou que os vizinhos apropriaram-se da ferramenta e trocaram *e-mails* cujo conteúdo estava centrado em aspectos e problemas da vida *offline* e no estabelecimento de relações. Wellman observou, assim, que a articulação entre relacionamentos *online* e *offline* não tinha fronteira definida – o que acontecia em um era refletido e comentado no outro (MARTINO, 2014).

estruturação e organização das redes sociais na imensidão informacional do ciberespaço. Se quisermos traçar uma metáfora com os espaços do universo *off-line*, o SRS pode ser posto como o “barzinho” da moda. É lá que os amigos se encontram, que as conversas acontecem e que os relacionamentos se desenham. É o ambiente propício à formação dos grupos e ampliação da rede de contatos dos indivíduos. É onde todos estão, e é, portanto, aonde devemos estar no ponto subsequente.

2.2.1 Sites de Redes Sociais (SRS)

Antes de nos aprofundarmos na exploração dos sites de redes sociais (SRSs), devemos esclarecer que, ao contrário do que sugerem algumas expressões e interpretações, os SRSs não são e, portanto, não devem ser postos em equiparação às redes sociais propriamente ditas. Redes sociais são, como vimos, conjuntos de atores sociais e suas relações, ao passo que um SRS é, somente, um sistema informático criado para auxiliar a manutenção dessas redes no ciberespaço. Assim, neste trabalho, um SRS é visto como uma ferramenta técnica utilizada, criativamente, à expressão de redes e à interação entre usuários. Embora sejam considerados mecanismos de CMC, os SRS diferenciam-se em função do “modo como permitem a visibilidade e a articulação das redes sociais, a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço *off-line*” (RECUERO, 2009a, p. 103).

Embora sujeitos às incontáveis variáveis técnicas e simbólicas (firmadas através do uso), todos os SRSs compartilham, segundo Boyd e Ellison (2007), algumas características que nos possibilitam reuni-los em um grupo específico de ferramentas de CMC. Segundo as autoras, entendem-se como SRSs os sistemas que possibilitam a: **(1)** construção de uma *persona*, uma representação do eu, através de perfil ou página pessoal; **(2)** interação através de comentários/mensagens; e, por fim, **(3)** a exposição pública da rede social de cada ator. De acordo com Recuero, há, na definição proposta por Boyd e Ellison, pelo menos dois elementos trabalhados simultaneamente, a **apropriação** (manutenção e significação) e a **estrutura** (exposição pública da rede dos atores). Nas palavras da autora,

A apropriação refere-se, portanto, ao uso das ferramentas pelos atores, através de interações que são expressas em um determinado tipo de site de rede social. Já a estrutura, tem um duplo aspecto: por um lado, temos a rede social expressa pelos atores em sua ‘lista de amigos’ ou ‘conhecidos’ ou ‘seguidores’. Por outro, há a rede social que está realmente viva através das trocas conversacionais dos atores, aquela que a ferramenta auxilia a manter. As conexões decorrentes das listas são normalmente associadas a um *link* a

uma adição ou a uma filiação preestabelecida pela estrutura do sistema (RECUERO, 2009a, p. 103).

Vimos, portanto, que os SRSs, embora atuem como suportes às interações dos atores sociais, não são a rede em si. A função desses sistemas está, dessa forma, voltada à apresentação, auxílio e percepção da rede de atores. Cabe destacarmos neste ponto que, conforme sublinhado pela autora, os dois aspectos que orbitam a definição de SRS, apropriação e estrutura, estabelecem uma tipologia básica à compreensão dessas ferramentas. Assim sendo, podemos organizar os inúmeros sites que encaixam-se na definição de Boyd e Ellison (2007) em dois grupos: **(1) sites de redes sociais propriamente ditos;** **(2) sites de redes sociais apropriados.**

Os **sites de redes sociais propriamente ditos** podem ser definidos como os SRSs centrados na exposição e na publicação das redes sociais. Esse é o caso de sistemas como o Facebook²² e o LinkedIn²³. É fácil observarmos, em qualquer um dos sites mencionados, a relevância que o próprio sistema dá ao perfil do usuário e, ao mesmo tempo, à exposição de sua rede de contatos; em ambos, o foco está “em ampliar e complexificar essas redes, mas apenas nisso. O uso [...] está voltado para esses elementos, e o surgimento dessas redes é consequência direta desse uso” (RECUERO, 2009a, p. 104). Já os **sites de redes sociais apropriados** são os sistemas que, originalmente, não estavam voltados à exposição das redes sociais, mas que foram, em função da apropriação dos usuários, transformados e levados a cumprir esse papel. É o caso de sistemas como o Fotolog e o Twitter. Em tais SRSs, não foram previstos espaços à apresentação de perfis e conexões, esses ambientes foram criados por apropriações livres e criativas das funcionalidades do sistema. Podemos afirmar, portanto, que são os atores, os usuários, ou os membros dos SRSs que conferem vida à ferramenta. Mais que representar a variável humana do sistema informático, os usuários estabelecem o valor semântico de cada ferramenta, definindo seus objetivos e funções. Esta é, em última análise, a razão final à volatilidade da relevância de um SRS, todo sentido que ele possa ter depende, sobretudo, da imprevisibilidade dos sentimentos e desejos humanos.

Outra observação interessante acerca dos SRS é que, uma vez apropriados, não necessariamente suportam redes interdependentes. É cada vez mais comum que os usuários estejam representados em diferentes sites e, em função das apropriações e comportamentos

²² O Facebook é um popular site de rede social que opera desde fevereiro de 2004. Em 2012, o site atingiu a marca recorde de 1 bilhão de usuários cadastrados, consolidando-se, assim, como a maior o maior SRS da história.

²³ O LinkedIn é um site de rede social voltado à vida profissional. Foi fundada em maio de 2003.

estabelecidos em cada ambiente, estabeleçam diferentes significações às próprias representações. Um mesmo ator pode, por exemplo, ter um perfil no Facebook para manter contato com os amigos íntimos e a família e, ao mesmo tempo, possuir uma conta no Twitter para acompanhar as informações dos veículos jornalísticos de sua confiança. Em suma, os atores utilizam diferentes SRSs para manter redes diferentes e, conseqüentemente, criar valores distintos – isso pode refletir na própria maneira de representação do *self*, variando o “eu” de ferramenta para ferramenta.

Assim sendo, podemos afirmar que os SRSs atuam em planos distintos de sociabilidade, proporcionando que um mesmo ator faça uso de diferentes suportes para construir redes independentes, focadas em diferentes tipos de capital social²⁴. “O que é diferencial nos sites de redes sociais é que eles são capazes de construir e facilitar a emergência de tipos de capital social que não facilmente acessíveis aos atores sociais no espaço *off-line*” (RECUERO, 2009a, p. 107), um bom exemplo é o capital relacional (tipo de capital que compreende as relações, laços e trocas que ligam os indivíduos de uma determinada rede). Os SRSs mantêm, artificialmente, as relações entre os atores, facilitando, assim, que um indivíduo aumente consideravelmente seu número de conexões em relação à rede *off-line* e, portanto, amplie seu acesso ao capital social relacional.

Quadro 3 – Valores e Capital Social nos SRSs

Valor Percebido	Capital Social
Visibilidade	Relacional
Reputação	Relacional Cognitivo
Popularidade	Relacional
Autoridade	Relacional Cognitivo

Fonte: baseado em Recuero (2009a).

O Quadro 3, acima exposto, mostra os valores mais comumente acessados através dos SRSs e os tipos de capitais mobilizados. Como facilitam o aumento exponencial das conexões, os SRSs aumentam a potencial **visibilidade** de cada um dos nós e, uma vez ampliada, essa visibilidade facilita o acesso a outros valores – como, por exemplo, o “suporte social” e as “informações” –, e a manutenção de laços entre atores fisicamente distantes. O aumento da visibilidade de um ator pode impactar diretamente sua **reputação** (BUSKENS, 1998), ou seja, a percepção que os outros sobre ele. Nos SRSs, a reputação está associada

²⁴ Neste trabalho, entende-se como capital social os recursos aos quais um sujeito tem acesso em função/através de sua rede social.

tanto ao capital relacional quanto ao capital cognitivo; ao relacional porque é, pelo menos em parte, reflexo das conexões do ator, e, ao cognitivo, porque está também relacionada ao tipo de informação publicada pelo sujeito. Podemos dizer que os sites dão ao usuário um maior controle na construção de sua reputação em função da mediação tecnológica, do distanciamento físico entre o “eu” e o “outro”. Cada tipo de reputação estimula, grosso modo, a aproximação e a solidificação de audiências específicas. Essas, quando estabelecidas, ajudam a conferir **popularidade** ao ator. Essa popularidade pode, nos SRSs, ser facilmente percebida em função da exposição da rede social dos usuários. Um nó popular costuma centralizar a rede em torno de si, ele funciona, portanto, como um conector (BARABÁSI, 2003). Todavia, a popularidade, embora influencie, não garante **autoridade** ao nó. A autoridade não se traduz simplesmente pela visibilidade e centralidade do ator social, ela é o valor que sugere a capacidade de um nó influenciar o resto da estrutura. No Twitter, por exemplo, a autoridade de um ator precisa ser medida não apenas pela quantidade de citações, mas principalmente pela capacidade de gerar conversação a partir do que diz (o que não é sinônimo de citações suscitadas) (RECUERO, 2009a).

Todos os valores mencionados e brevemente traduzidos ao contextos dos SRSs são provenientes do que Bertolini e Bravo (2001) denominam como primeiro nível de capital social. De maneira bastante concisa, isso significa dizer que os SRSs, embora capacitados à manutenção da rede social, não são, conforme sugere a classificação dos autores, muito eficazes ao aprofundamento dos laços ou a institucionalização de um grupo social. Em outras palavras, podemos afirmar que os SRSs são eficientes à construção, manutenção e gerenciamento do tipo mais básico de capital social, ou seja, daquele ligado aos valores direcionados à constituição e à manutenção da rede social dos indivíduos. De qualquer forma, o que vale destacar é que nos SRSs,

A construção de capital social não é inteiramente emergente, mas também uma consequência apropriação social das ferramentas de comunicação na Internet. Essa apropriação é capaz de gerar tipos de capital social de primeiro nível, o mais básico e mais voltado aos indivíduos, o que é típico das redes de filiação. Já o capital social de segundo nível, mais característico de redes emergentes, demanda maior investimento e maior contato entre os atores sociais. Por conta disso, nem sempre é encontrado nos sites de redes sociais (RECUERO, 2009a, p. 115).

Devemos destacar, portanto, que, assim como ocorre no universo *off-line*, as redes sociais constituídas no ciberespaço são sistemas que sofrem alterações constantes, pois são, como vimos, estruturas dinâmicas, não existem “congeladas” no tempo e no espaço (WATTS,

2003) e, conseqüentemente, assim também o são os sites que as suportam. Através das ferramentas, portanto, se dão os processos típicos de um sistema dinâmico – suscetível à agregação, desagregação, ordem, caos e ruptura (NICOLIS, PRIGOGINE, 1989) – e complexo (JOHNSON, 2003) – sujeito ao aparecimento de padrões emergentes de comportamento em larga escala que não foram necessariamente determinados em microescala. A emergência, como uma propriedade dos sistemas complexos, aparece em função de comportamentos coletivos, descentralizados, que não possuem uma autoria individualizada. Assim, conforme afirma Recuero (2009a, p. 80), “todo processo dinâmico nas redes sociais será considerado como emergente e capaz de impactar a estrutura”. Ou seja, todos movimentos que denunciam a dinamicidade da rede – seja a cooperação, a competição, o conflito, a ruptura, a agregação, a adaptação ou a auto-organização – são capazes de alterar sua estrutura e, conseqüentemente, seu funcionamento. Dessa maneira,

[...] o surgimento de um grupo em uma rede social exige que os atores que fazem parte dessa rede engajem-se em um processo de cooperação. Sem cooperação, não há grupo. Do mesmo modo, a difusão de informações e a propagação de memes²⁵ também necessitam da cooperação entre os atores membros de uma mesma rede. Já o conflito pode ser altamente benéfico no sentido de fortalecer os grupos, mas também pode desestruturar os grupos e ocasionar uma ruptura destes (RECUERO, 2009a, p. 91).

Amparados pelo entendimento do que são os SRSs, como operam, como são apropriados pelos atores e, conseqüentemente, como os valores são constituídos e o capital social criado, nos tornamos aptos a explorar o ambiente singular que suporta nossos objetos de análise, ou seja, o site de rede social Twitter. Antes, entretanto, faremos um pequeno resumo da evolução dos SRSs, sublinhando as peculiaridades do Twitter em relação aos demais SRSs na Internet.

2.2.1.1 A evolução dos SRS: do Friendster ao Twitter

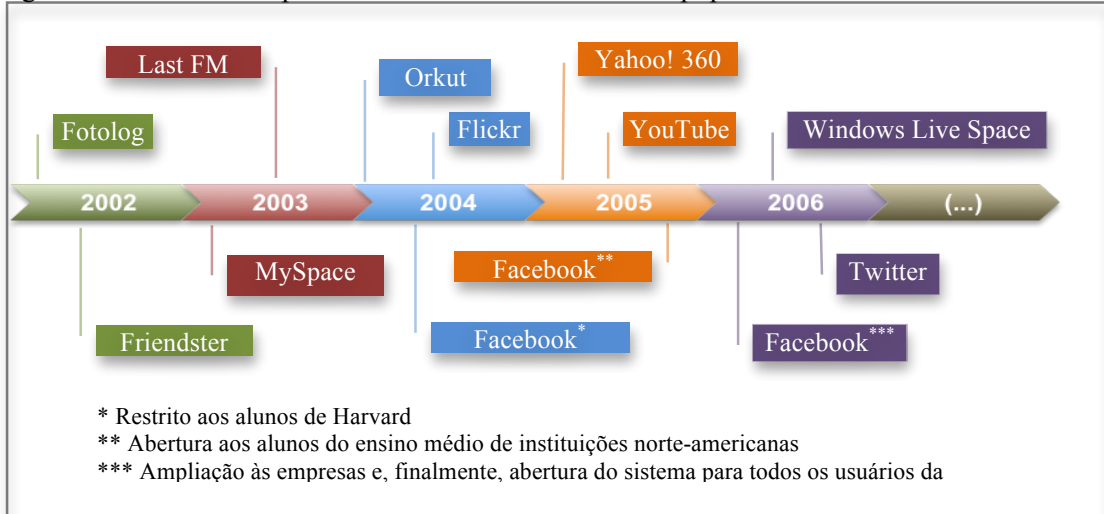
Quando, na década de 1990, apareceram os primeiros SRSs – idealizados e programados por jovens estadunidenses que buscavam reunir, através da Internet, colegas de

²⁵ Meme é um termo cunhado por Richard Dawkins na obra “O Gene Egoísta”, de 1976. A palavra sugere uma unidade de evolução cultural capaz de autopropagar-se. Atualmente, o termo é empregado para denominar os conteúdos que se espalham rapidamente pela Internet e cujos sentidos são introjetados pelos atores. Eles podem ser ideias, partes de ideias, imagens, línguas, sons, valores estéticos e morais, ou qualquer outra coisa que possa ser apreendida facilmente e replicada como unidade autônoma.

classe (vínculos diretos) e os amigos desses colegas (vínculos indiretos) –, ninguém imaginava a relevância que tais sistemas teriam no cotidiano das futuras gerações e, muito menos, o impacto que teriam sobre as formas de socialização. Provavelmente, nem mesmo seus idealizadores tinham, à época, clareza acerca do universo de oportunidades que abririam ao usar a arquitetura da Internet à conexão não de conteúdos, mas de pessoas.

O primeiro SRS a se tornar popular foi o Friendster. Lançado em 2002. O sistema, desenvolvido pelo cientista britânico Jonathan Bishop, estava baseado no modelo “Círculo de Amigos”. A proposta de Bishop, embora inovadora, era bastante simples: representar no universo virtual seu círculo de relacionamentos “reais”. Para tanto, o sistema previu a construção de perfis públicos²⁶ ou semipúblicos²⁷ que, após criados, podiam ser conectados a outros perfis. Dessa maneira, o Friendster permitiu aos usuários a representação de suas redes de relacionamento *off-line* no universo *on-line*. A topologia do programa baseou-se basicamente na conexão, através de hiperlinks²⁸, de páginas individuais. O modelo criado pelo jovem cientista ganhou a simpatia dos usuários que, em menos de um ano, já somavam 3,3 milhões de pessoas (BOYD, ELLISON, 2007).

Figura 8 – Linha do tempo dos sites de redes sociais mais populares



Fonte: produção nossa.

O sucesso do Friendster foi tão avassalador que os servidores responsáveis por manter o sistema *on-line* não suportaram a demanda. O reflexo dessa incapacidade técnica foi

²⁶ O perfil público é aquele visível à toda rede de usuários de um sistema.

²⁷ O perfil semipúblico é aquele que não está visível a todos usuários da rede, ou seja, pode ser visto apenas por usuários e/ou grupos autorizados.

²⁸ Hiperlinks são mecanismos que conectam objetos (textos, sites, imagens) em uma malha hipertextual que facilita a referência e o acesso de um ponto a outro.

a crescente aparição de serviços similares que se mantinham em constante aperfeiçoamento. Em 2004 surgiram o Orkut e o Facebook, dois sites que, cada um a seu tempo, foram expoentes da popularidade e do potencial do modelo “círculo de amigos”. Tanto o Orkut quanto o Facebook podem ser considerados como SRSs propriamente ditos, ou seja, foram idealizados como ferramentas à criação e à manutenção de redes sociais no ciberespaço.

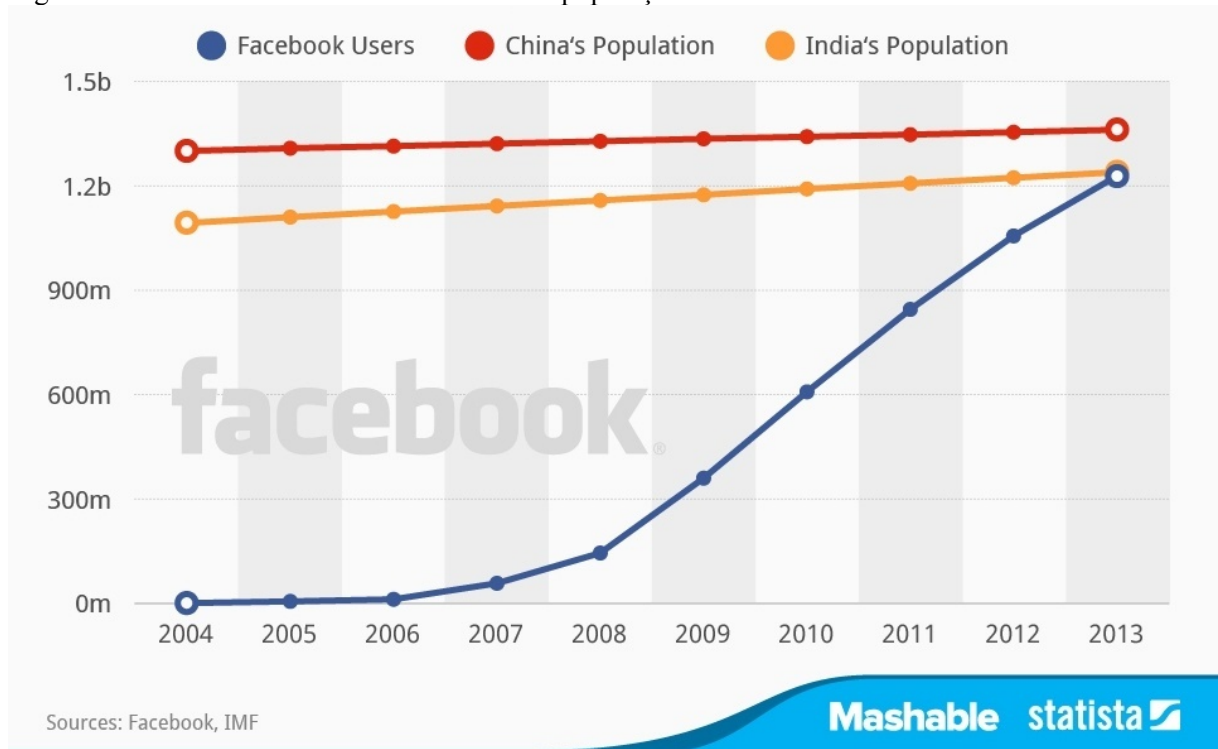
Conforme pesquisa publicada pela Experian Hitwise²⁹, os SRSs e os fóruns foram, em 2012, as ferramentas mais acessadas no Brasil. Com 22,08% dos acessos, os primeiros colocados, os SRSs, apareceram quase dez pontos à frente das ferramentas de busca, que registram uma queda de 8,88 pontos percentuais em relação aos dados de 2011. Os resultados apresentados pela Experian Hitwise levaram os especialistas a considerar que, em apenas uma década, os SRSs se tornaram parte da vida das pessoas, integrando-se ao cotidiano como uma ferramenta de comunicação, relacionamento e informação.

Recentemente³⁰, o Facebook demonstrou sua força e, concomitantemente, o enorme alcance dos SRSs ao registrar a marca de 1,49 bilhão de usuários ativos. Esse número representa um crescimento de 13% no ano 2015, indicando que “1 em cada 7 pessoas na terra usaram o Facebook” (ZUCKERBERG, *on-line*). Para se ter uma ideia do alcance dos números, se o Facebook fosse um país, ele estaria, desde 2013, disputando com a China o título de Estado mais populoso do planeta e, segundo projeções, assumiria, segundo os dados e projeções do Mashable, em 2015, a liderança do *ranking*. Veja a Figura 9 com o prospecto:

²⁹ A Experian Hitwise é a ferramenta líder global de inteligência digital da Experian Marketing Services.

³⁰ As informações expostas foram divulgadas pelo fundador do Facebook, Mark Zuckerberg. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/08/facebook-bate-marca-de-1-bilhao-de-usuarios-conectados-em-um-unico-dia.html>>.

Figura 9 – Número de usuários do Facebook x população da China e da Índia



Fonte: site Mashable³¹.

No Brasil, a extinção do Orkut, em setembro de 2014, contribuiu ao movimento migratório dos usuários ao sistema do Facebook. Essa transferência de um SRS a outro, pode, em parte, ser explicada pelas inúmeras similaridades entre os dois sistemas. Como ambos foram, conforme vimos, baseados no modelo “círculo de amigos” e se apresentam com SRSs propriamente ditos, dividem características operacionais, de linguagem, *interface* e culturais que tornam o universo de um, muito familiar aos usuários do outro – conforme ilustra a Figura 10 exposta abaixo.

Figura 10 – Similaridades entre os SRSs Orkut e Facebook



Fonte: site do G1³².

³¹ Disponível em: <<http://mashable.com/2014/01/30/facebook-china-population/#sLOW0t3ZjPqB>>.

³² Dados disponíveis em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/fim-do-orkut/index.html>>

Se a semelhança com o Orkut pode ajudar a explicar o sucesso do Facebook no Brasil, o mesmo não auxilia à compreensão da expansão do SRS Twitter. Uma observação, realizada em 2012 pela Hi-Mídia e M.Sense, acerca do padrão de comportamento de 484 brasileiros no uso do Facebook e do Twitter, indicou que os SRSs tendem a ser apropriados de formas distintas, visando fins específicos. Os resultados do monitoramento sugerem que, enquanto a motivação para acessar o Facebook está ligada à comunicação e obtenção de informações acerca de familiares e amigos próximos (laços fortes), a conexão ao Twitter está mais ligada à busca por informações noticiosas e assuntos específicos de interesse do usuário. A Figura 11 elucida algumas das diferenças encontradas entre os sites mencionados e, principalmente, das apropriações às quais foram submetidos por seus usuários.

Figura 11 – Perfil dos usuários brasileiros do Facebook e do Twitter



Fonte: fragmento retirado do infográfico produzido pelo site Dinaweb³³

Dados³⁴ recentes, divulgados pelo site do “Twitter.Inc” e pelo site “TechTudo”, indicam que o Twitter cresceu em 2015, atingindo os 302 milhões de usuários. O Brasil está entre os cinco países que mais aderiram ao Twitter. A popularização do site no país demonstra

³³ Infográfico completo disponível em: < <http://www.dinaweb.com.br/wp-content/uploads/2013/02/Infografico-redes-sociais.jpg>>

³⁴ Informação disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/04/twitter-recupera-e-cola-no-instagram-em-total-de-usuarios-302-milhoes.html>>.

que o modelo de plataforma do Facebook não é hegemônica e, muito menos, excludente. A aceitação e integração ao Twitter marca o interesse dos usuários por modelos de SRSs que sejam mais dinâmicos, concisos e informativos. O Twitter, ao contrário do Facebook, é considerado um site de rede social apropriado. Isso porque sua finalidade inicial não era a publicização das redes de seus usuários, mas, sim, uma troca de mensagens curtas e dinâmicas que atendessem uma simples questão: o que você está fazendo? Foi por meio dessa indagação direta que o Twitter começou a traçar sua trajetória rumo aos milhões de adeptos.

Ao contrário do que ocorreu com grande parte dos SRSs, a criação do Twitter não se deu em função da iniciativa de jovens estudantes fascinados por tecnologia. A história do Twitter começou a ser escrita pelas mãos de Ev Williams ao associar-se a outro investidor e originar a empresa Pyra, em 1999. A aposta de negócios de Williams estava no desenvolvimento de *softwares* focados na gestão de projetos. A experiência como investidor o levou a perceber que sua intenção inicial não seria capaz de gerar o retorno desejado. Como medida alternativa, Williams isolou um componente do escopo inicial e, dessa forma, criou o primeiro *software* que permitia aos usuários finais desenvolver o que, até então, se chamava de *weblogs*³⁵.

Voltado para Internet, o novo programa desenvolvido por Williams e seus sócios foi chamado de *Blogger*. Em fevereiro de 2003, o sucesso alcançado pelo sistema “Blogger.com” levou o Google a adquirir a Pyra. Após alguns meses trabalhando em parceria com o Google, Williams fundou sua terceira *startup*³⁶, em outubro de 2004 nasce a Odeo. Nesse novo empreendimento Williams contou com o auxílio de um antigo conhecido e colega de trabalho, Biz Stone. Juntos, os dois principais nomes da Odeo movimentaram o Vale do Silício que, em pouco tempo, passou a considerar a empresa como a “Próxima Grande Onda” (ISRAEL, 2010, p. 16). Mas, por volta de 2006, a Odeo passou a enfrentar algumas dificuldades.

As culturas de *start-ups* são dominadas por desenvolvedores de *software*. Essas pessoas trabalham muito, e com muita dedicação. Elas são altamente motivadas, mas pouco gestores conseguiram fazer os desenvolvedores se adaptarem ao horário tradicional de 9h às 17h. Eles trabalham onde e quando

³⁵ O nome *weblog* surge da contração do termo inglês *web log*, diário da Web. Os *weblogs* ou *blogs* são sites cuja estrutura permite a atualização rápida a partir de acréscimos dos chamados *posts*. Estes são, normalmente, organizados de forma cronológica inversa, tendo como foco a temática proposta do *blog*, podendo ser escritos por um número variável de pessoas.

³⁶ O termo *startup* é originário da cultura norte-americana, referindo-se à abertura de uma empresa. Todavia, o termo acabou sendo adotado, pelo mundo todo para designar as empresas voltadas ao desenvolvimento de sistemas inovadores para a Internet.

querem: em casa, em cafés com Wi-Fi, à noite ou de madrugada, nos fins de semana e feriados – no horário que é melhor para eles. Era difícil quando surgia um problema e Stone e Williams precisavam reunir algumas pessoas. Também era difícil concordar se a reunião era mais importante que a interrupção do trabalho. Alguém sempre perguntava a um membro da equipe técnica: ‘O que você está fazendo?’ (ISRAEL, 2010, p. 17) [grifos do autor].

Visando resolver os problemas que atravancavam o crescimento da Odeo, Williams dividiu seus funcionários em grupos de trabalho que se dedicaram a buscar soluções. Seu amigo e sócio, Biz Stone, ficou responsável por unir esforços com o arquiteto de *software*, Jack Dorsey, a fim de sanar a maior dificuldade imediata da Odeo: conseguir encontrar os seus funcionários. Para cumprir tal tarefa, Dorsey sugeriu a adaptação de uma ideia antiga que englobava, basicamente, através de um sistema *on-line*, localizar e redirecionar veículos de emergência em tempo real. O arquiteto inseriu ao conceito inicial as potencialidades de tecnologias recentes como o *Short Message Service* (SMS)³⁷ e de plataformas como o LiveJournal. Em apenas duas semanas de trabalho, Stone e Dorsey apresentaram um programa de *interface* muito simples que permitia a inserção de mensagens curtas – no máximo, 140 caracteres –, precedidas pela identificação do emissário. “A tela era de uma simplicidade franciscana. Você respondia a uma única pergunta, que era ouvida com frequência pelos integrantes da equipe da Odeo: ‘O que você está fazendo?’” (ISRAEL, 2010, p. 19).

A ferramenta criada por Dorsey e Stone previa que as mensagens enviadas chegassem a todos os usuários, permitindo o compartilhamento de informações entre os integrantes dos grupos móveis de trabalho. Para que os grupos fossem firmados através da ferramenta, bastava que os integrantes selecionassem a opção *follow* (seguir) para cada colega. Outras opções relevantes previstas pelo sistema foram o bloqueio de contatos e o envio individual de mensagens. Embora tenha sido projetado para ser um simples serviço de troca de mensagens instantâneas, os funcionários da Odeo terminaram por explorar ao máximo as possibilidades criadas por influência do LiveJournal. Mais do que a prevista troca de mensagens, a invenção foi empregada à criação de *microblogs* que foram além da publicação de pequenos relatos cotidianos, servindo para aproximar de forma mais democrática “autor” e “público-leitor” ou, como prefere Rojo (2013) “lautor” (o leitor-autor). Enquanto nos blogs tradicionais a participação dos leitores se restringia a acrescentar comentários ao texto do autor ou discutir o assunto abordado em seu próprio blog; no

³⁷ SMS (serviço de mensagens curtas) é um serviço disponível em suportes digitais que permite o envio de mensagens curtas, popularmente conhecido como mensagem de texto.

software da Odeo, a troca de mensagens passou a ter um caráter mais horizontal, permitindo que a conversa fluísse de maneira fácil, ágil e mais igualitária. Em março de 2006, Dorsey e Stone apresentaram a inovação sob o nome de TWTTTR³⁸ e, assim que se deu o primeiro contato com a ferramenta,

os integrantes da equipe Odeo se apaixonaram pelo TWTTTR. Em pouco tempo, ele havia solucionado o problema de encontrar as pessoas quando era necessário. Mas não era só isso. Todos os dias alguém encontrava outro motivo para usá-lo, e os outros tweetavam sobre a nova maneira de usá-lo. Em pouco tempo, havia mais pessoas falando sobre o TWTTTR do que sobre a Odeo, mesmo dentro da empresa. Havia outra coisa, que chamo de síndrome Jurassic Park. A vida sempre encontra um jeito de sair dos limites que são impostos. Ao final do primeiro dia, um produto que havia sido criado para uso interno de uma equipe de 12 participantes contava 20 usuários. O pessoal da Odeo não conseguia resistir à tentação de compartilhá-lo com seus amigos que, por sua vez, não resistiam à tentação de compartilhá-lo com seus amigos (ISRAEL, 2010, p. 20-21).

Se em uma empresa convencional o interesse extremado dos funcionários por um sistema seria encarado como um problema, e o compartilhamento do sistema com pessoas não vinculadas à empresa como algo danoso, na Odeo a história foi outra. Os fundadores da empresa, oriundos do movimento pelo código aberto³⁹, perceberam o encantamento gerado pelo TWTTTR e redirecionaram suas energias. A Odeo fechou. Mas, mantendo a equipe e a infraestrutura de trabalho, Williams e Stone fundaram uma nova *start-up* e tornaram Dorsey seu mais novo sócio. Em outubro de 2006, nascia a Twitter Inc. Acrescentando duas vogais ao nome da ferramenta que já havia conquistado os membros da Odeo, Williams e Stone batizaram o novo empreendimento e seu único, mas promissor, produto: o SRS Twitter.

³⁸ Dorsey pretendia batizar sua invenção de “Stat.us”, mas como o domínio já estava registrado ele optou por TWTTTR, seguindo a recente tendência de supressão de vogais. Já que o conceito do sistema consistia no envio de mensagens curtas pelo celular em que a pessoa receberia um *twitch* (vibração), a nomenclatura, *twitch*, chegou a ser cogitada, mas como não traduzia a visão de Dorsey foi rapidamente eliminada. Assim, após algumas pesquisas a palavra eleita foi “twitter”, por significar tanto a ação de “espalhar informações inconsequentes” como também o “gorgeio dos pássaros”.

³⁹ O movimento pelo código aberto luta pela reestruturação democrática de como a tecnologia é desenvolvida, utilizada, compartilhada e distribuída.

Figura 12 – Primeiros rascunhos da *interface* do SRS Twitter



Fonte: reprodução site Techtudo.

O lançamento oficial do novo sistema, em março de 2007, foi realizado durante o festival interativo conhecido, mundialmente, como *South by Shouthwest (SXSW)*⁴⁰. O sucesso foi imediato e os criadores do Twitter saíram do evento com o prêmio de melhor produto da SXSW 2007 e, conseqüentemente, com o triplo de usuários cadastrados, 60 mil pessoas. Apenas três anos após seu lançamento, o número de tuiteiros⁴¹ já estava em mais de 32 milhões de pessoas. Tanta popularidade em um espaço tão curto de tempo acarretou alguns problemas à equipe do Twitter que precisou buscar alternativas para comportar tantos acessos sem acarretar “quedas do sistema”. Os problemas de instabilidade acompanharam o Twitter até o início de 2009, quando uma injeção de recursos financeiros e tecnológicos permitiu que as adversidades fossem sanadas e, ao mesmo tempo, que a ferramenta se tornasse referência no seguimento, expandindo enquanto a concorrência desaparecia. Desde sua primeira apresentação, o Twitter passou por algumas transformações, principalmente, em sua *interface*. Apesar disso, o conceito inicial de servir como uma ferramenta baseada em uma troca permanente de pequenas mensagens de até 140 caracteres permaneceu intacta. O visual limpo (Figura 12) somado à estrutura simples e intuitiva são, provavelmente, os maiores responsáveis pela enorme expansão da *Twitterville*⁴².

⁴⁰ O SXSW é um evento voltado aos interessados em tecnologia, que ocorre, anualmente, em Austin, no Texas.

⁴¹ Tuiteiro ou *twitteiro* é o termo pelo qual os usuários do Twitter se reconhecem.

⁴² A *Twitterville* é definida como toda rede do Twitter, ou seja, seus membros, seus fluxos de informação, seus conteúdos e ferramentas. Shel Israel (2010) foi um dos primeiros autores a adotar o termo para demonstrar a sensação de uma cidade pequena, aconchegante, em que se pode sair às ruas e conhecer as pessoas de maneira informal.

O funcionamento básico da ferramenta calca-se, principalmente, na criação de *perfis* que se interconectam, formatando a rede. Cada ator pode, de acordo com seu desejo, comunicar-se de forma privada ou pública com seus contatos. Outra característica marcante do sistema é a permissão dada para que sua API seja utilizada na construção de mecanismos que utilizem o Twitter – aumentando suas funcionalidades e possibilidades (RECUERO, 2009a). As inúmeras mutações as quais o Twitter foi submetido não parecem ter assustado os habitantes da *Twitterville*, pelo contrário, as pesquisas mencionadas neste trabalho demonstram que o sistema segue uma linha ascendente no que tange o número de adeptos. Embora as alterações tenham sido constantes ao longo de sua história, foi em 2010 que as mais significativas alterações foram implantadas.

Após 2010, o Twitter passou a ofertar não apenas um design remodelado – mais moderno e com maiores possibilidades de personalização –, mas também novas funcionalidades que permitiram a publicação e o compartilhamento de fotos e vídeos (por meio de parcerias com sites como o YouTube), a exploração de assuntos relacionados aos tuítes (sugeridos pelo próprio sistema) e dos “microperfis” dos atores da rede. Entretanto, todas essas alterações não causaram nenhum efeito significativo no efetivo manuseio do sistema já que funcionaram como medidas de adaptação às prévias apropriações realizadas pelos usuários. A Figura 13 ilustra como a ferramenta foi reestruturada para melhor atender as necessidades dos tuiteiros sem, entretanto, modificar as principais funcionalidades (*profile* ou perfil, *following* ou perfis seguidos, *followers* ou seguidores, *home/timeline* ou página inicial e, por fim, as mensagens de 140 caracteres) que garantem a simplicidade e a facilidade de operação do sistema.

Figura 13 – Evolução da *interface* do Twitter e de suas funcionalidades





Fonte: Twitter.

Embora possa parecer irrelevante à primeira vista, a mudança mais significativa imposta ao Twitter foi a substituição do questionamento inicial “what are you doing?”, ou “o que você está fazendo?”, pela questão “o que está acontecendo?”. Tal alteração pode ser considerada um reflexo direto da apropriação da ferramenta como meio eficaz à divulgação de informações que vagueiam tanto pela Internet como pelo mundo *offline*. Sobre a mudança protagonizada pela ação dos usuários, Christofolletti e Silva (2010), comentam que, à época, mais de um terço das atualizações fugiam do mote inicial do serviço, “what are you doing?”,

[...] tanto é que o próprio Twitter atualizou seu slogan, passando a “What's happening?” (O que está rolando?, em linguagem mais jovem). A utilização do Twitter como plataforma de conversação, compartilhamento de links ou mesmo reportagem de notícias é crescente, a ponto da nomenclatura microblog ser cada vez mais questionada. Para Orihuela (2007), o Twitter é uma mescla de blog, rede social e mensageiro instantâneo. Recuero (2008) sugere uma nova definição: serviço de mensagens curtas. Ambas as definições ajudam a caracterizar o recente fenômeno, mas seu alcance e sua influência têm propiciado também que novas formulações sejam geradas para explicá-lo. Orihuela e Recuero, por exemplo, reforçam o caráter conversacional do Twitter e seu perfil de funcionamento em tempo real (CRISTOFOLETTI, SILVA, 2010, p. 67).

A reformulação da pergunta, que funciona como motor simbólico à produção de conteúdo, demonstra, em suma, um claro desvio na postura que colocava o Twitter como uma ferramenta de “*microblogging*”, mais voltado ao cotidiano dos usuários, à posição que o coloca como um mecanismo de comunicação e informação globalizado, capaz de repercutir de maneira eficaz os mais variados conteúdos. Em outras palavras, podemos dizer que o site marcou, através dessa mudança, a passagem de um foco centrado na vida pessoal dos atores, a

um foco voltado à exploração do contexto, dos fatos que rodeiam os atores. Transformando, assim, o tuíte de cada usuário em um potencial relato testemunhal de fatos sociais.

Uma pesquisa realizada com 903 usuários brasileiros, ainda em 2008, demonstrou que 73% apontaram como principal uso da ferramenta⁴³ a publicação de informações consideradas importantes e interessantes para seus seguidores, 65% afirmaram usar o Twitter para divulgação de *links*, 40% para informar a atualização de seus blogs ou sites e 40% para conversar com os amigos (RECUERO; ZAGO, 2010). Segundo as autoras do estudo, quando questionados sobre o que pensavam ser a principal função do Twitter, os respondentes,

[...] também apontaram um forte uso informativo. 75% apontaram a ferramenta como ‘fonte de informações’, 74% como um espaço para ‘divulgar links interessantes’, 53% para ‘saber o que os amigos estão fazendo’, 45% como um espaço para ‘conversar com os amigos’, 43% como um espaço para ‘acompanhar coberturas jornalísticas’ e 38% para ‘centralizar a divulgação de informações’ (RECUERO, ZAGO, 2010, p. 7).

Tais dados corroboram a ideia de que o Twitter já não serve apenas como um SRS convencional, uma vez que os tuiteiros extrapolaram a mera capacidade de publicação de trivialidades cotidianas e passam a utilizar a ferramenta como um poderoso e inigualável mecanismo à produção, disseminação e obtenção de informações, e à interação e colaboração entre usuários. Tudo isso no mesmo espaço, tudo com o dinamismo garantido pela limitação de caracteres. Se, portanto, quando fora lançado, o Twitter centrava-se na postagem de conversas cotidianas pelas quais a maioria das pessoas informava o que estava fazendo (JAVA *et al*, 2007), com o passar do tempo, ele foi apropriado ao uso informativo e colaborativo (HONEYCUTT, HERRING, 2009), sendo recrutado à divulgação de coberturas de fatos sociais. Em função dessa mudança cultural imposta pelos usuários, o Twitter passou a chamar a atenção de grandes empresas e profissionais do ramo jornalístico que, ao aderirem à rede, deparam-se com um novo panorama comunicacional pelo qual,

o fluxo da notícia, até então um monopólio de profissionais acostumados à via de mão única da comunicação, passa a ter um novo personagem [o próprio Twitter], desafiando princípios consolidados da estrutura midiática e convidando o jornalista para um curioso debate, por que não, com o seu leitor (BORGES, 2007, p. 43) [grifo nosso].

⁴³ O resultado obtido pelas autoras é oriundo de um questionário aplicado em 903 usuários brasileiros do Twitter. Os números apresentados ultrapassam 100% em função da possibilidade dos respondentes escolherem mais de uma das opções de respostas ofertadas pelas autoras.

Podemos afirmar que, atualmente, o Twitter é considerado muito mais um **site de mídia noticiosa** do que um **site de suporte às redes sociais** (KWAK *et al.*, 2010), isso, pois – diferentemente destes, nos quais a função central está na manutenção dos laços interacionais, no Twitter, predomina a função informativa, incluindo o compartilhamento de notícias e *links* (KWAK *et al.*, 2010; RECUERO, ZAGO, 2010). Alertamos, todavia, que a função informacional não está isolada das apropriações conversacionais pois “[...] é possível mediante a difusão de informações, suscitar conversações e interações” (RECUERO, ZAGO, 2010, p. 77). Dizemos, com isso, que, embora para fins didáticos possamos separar os usos da plataforma em categorias excludentes, os usos se combinam de tal maneira que uma apropriação informativa pode levar à conversação entre atores, e vice-versa. Assim, a conversação e a informação podem ser compreendidas como macrofunções que permeiam diferentes usos da ferramenta, um tipo de hibridação que é característica das mídias sociais digitais.

Como já vimos, a sociedade contemporânea está submersa nas redes, nos fluxos de informação, traduzidos em uma conversa polissêmica interminável que está em constante (re)construção, em permanente negociação. Nesse contexto, o Twitter se coloca como a metáfora perfeita da sociedade em rede e da pós-moderna cultura da virtualidade real. As características técnicas desse novo ambiente são apropriadas como potencializadoras da colaboração e da troca de conteúdo entre sujeitos – criando valores e posições que obedecem seu caráter fluido e interativo.

Cientes de que, no universo da sociedade em rede e dos meios de CMC, a conectividade é determinante à eficiência de qualquer atividade, os veículos jornalísticos têm dado uma crescente atenção às redes e às mídias sociais na Internet. Dessa forma, as características do ciberespaço, das ferramentas de comunicação na web e da cultura oriunda de seus fluxos ininterruptos de troca, passam a influenciar e a modificar a prática jornalística considerada padrão e/ou tradicional e, conseqüentemente, seus produtos. Sendo assim, iremos dedicar o próximo capítulo à exploração das características da atividade jornalística e os novos processos ensejados pelo universo digital.

3 A ESFERA JORNALÍSTICA E O JORNALISMO EM REDE

*“Mutação e transmuta o suscitam
sempre temor e tremor”
(Michel Maffesoli)*

Não podemos, conforme sugerem todas as teorias cooptadas até aqui, buscar compreender o tuíte jornalístico sem, antes, darmos conta de todo seu macrocosmo. Dessa forma, após dedicarmos os dois primeiros capítulos deste projeto   compreensão do fenômeno linguístico (conforme a perspectiva bakhtiniana) e do contexto histórico e societal que subjaz a discussão proposta, resta tratarmos especificamente da esfera de comunica o/atividade diretamente envolvida   produ o do nosso objeto de análise. Mais do que estabelecer uma sequência lógica às modifica es da atividade jornalística no ciberespaço, este capítulo pretende nos habilitar   identifica o e diferencia o do papel do tuíte jornalístico, tanto em rela o   macrorrede de comunica o (a web/ a Rede) a qual se vincula, como em rela o   microrrede ou, mais precisamente, ao SRS Twitter (a rede). Iniciaremos, portanto, pelo desbravamento do jornalismo na web e, posteriormente, passaremos a uma breve discussão acerca da atividade jornalística no Twitter.

Há, entre os teóricos, muita discordância acerca da nomenclatura mais adequada   referen a o do conjunto de práticas jornalísticas realizadas “na” ou “pela” Internet. Essa falta de consenso teórico nos coloca diante de inúmeras possibilidades   nomea o do jornalismo voltado   Rede, entre os mais recorrentes estão: webjornalismo, jornalismo *on-line* e ciberjornalismo. Embora cada termo abarque uma perspectiva específica de observa o do fenômeno, não entraremos no mérito de cada um dos conceitos, nosso interesse limita-se ao ponto de confluência teórica, ou seja, que foi o advento da Internet que permitiu a emergência de um novo gênero jornalístico (PENA, 2008) – seja ele nomeado de ciberjornalismo, jornalismo digital, jornalismo *on-line* ou, como adotaremos, webjornalismo. Para Felipe Pena, o webjornalismo “pode ser precariamente definido como a disponibiliza o de informa es jornalísticas em ambiente virtual, o ciberespaço, organizadas de forma hipertextual com potencial multimidiático e interativo” (2008, p. 176). Apesar das incontáveis inova es técnicas, o ponto mais relevante   transforma o do jornalismo   que,

Com o uso social das redes telemáticas e das novas tecnologias digitais - criando redes sociais *on-line*, comunidade de desenvolvedores de *software* livres, produtos distribuídos livremente sob a bandeira do *copyleft*, aí es de ciberativismo lutando pela liberdade e democratiza o da rede, produ o de conteúdo independentes em *microblogs*, *blogs* ou em sistemas

como ‘YouTube’, ‘Flickr’, ‘Orkut’, ‘MySpace’ ou ‘Facebook’, produção de conteúdo de baixo para cima com mídias locativa, etc. - emerge uma cultura das mídias mais conversacional que informacional, já que a troca se dá mais próxima do diálogo do que da recepção (LEMOS, 2009, p. 11).

As transformações tecnológicas e socioculturais, exploradas no capítulo anterior, foram determinantes ao aparecimento desse “novo jornalismo”. Com o desenvolvimento e o aperfeiçoamento do meio técnico e a especialização dos profissionais, a atividade jornalística realizada na web foi, paulatinamente, rompendo o originário vínculo de dependência com a mídia impressa, conferindo maior autonomia ao webjornalismo. Apesar de configurar um fenômeno bastante recente na história da comunicação social e das mídias, o webjornalismo já possui, de acordo com Primo e Träsel (2006), algumas fases distintas que auxiliam à compreensão de seu desenvolvimento. Assim, as configurações evolutivas do webjornalismo podem ser postas através de três gerações, conforme expõe o Quadro 4:

Quadro 4 – Evolução do webjornalismo

	Primeira Geração	Segunda Geração	Terceira Geração
Texto	Transposição do texto do veículo impresso para o digital, sem nenhuma alteração	Começa a produção de conteúdo exclusivo para <i>web</i>	Produção hipertextual e multimodalidade
Interação	Os recursos de interação são escassos e apartados do texto, restringindo-se a participação por e-mails e enquetes	Os textos começam a ganhar um caráter mais interativo através de recursos como a indicação de matérias relacionadas, listas de últimas notícias e hipertexto	Integração dos conteúdos para outras plataformas, como celulares, e há uma enorme abertura à participação do leitor, em alguns casos, com ação direta na produção da notícia
Interface	A interface dos veículos e das matérias jornalísticas ainda obedecem o modelo do veículo impresso	Maior preocupação com a usabilidade dos veículos digitais, estruturas mais limpas e intuitivas	Atrativa, dinâmica, intuitiva e personalizadas.

Fonte: dados retirados de Primo e Träsel (2006).

Seguindo a linha de análise dos autores, a pesquisadora Suzana Barbosa (2007, 2013) atualizou tal proposta acrescentando mais duas gerações à linha evolutiva do webjornalismo. Segundo a autora, há uma quarta etapa ou geração que se traduz em um modelo que “tem as bases de dados como definidoras da estrutura e da organização, além da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística” (BARBOSA, 2007, p. 28-29). Nesse contexto, traça-se um trabalho com a articulação de diversas bases de dados, desde a apuração das informações até a publicação dos relatos jornalísticos. Já a quinta e última geração, ou seja, aquela que

traduziria o atual momento do webjornalismo, é, segundo a autora, igualmente vinculada ao “jornalismo digital em base de dados”, mas idiossincrática pelo protagonismo das mídias móveis. Esta peculiaridade é a principal responsável pela reconfiguração na produção, publicação, distribuição, circulação, recirculação, consumo e recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas (BARBOSA, 2013, p. 42). Nas palavras da autora,

O Paradigma Jornalismo em Base de Dadas é balizador para inferirmos a existência de uma quinta geração de desenvolvimento para o jornalismo nas redes digitais. Os traços constitutivos incluem a própria medialidade, a horizontalidade como marca para o processamento dos fluxos de informações por entre as distintas plataformas (impresso, pdf/*Page flip*, web, operações mobile: *smartphones*, *tablets*, redes sociais), com integração de processos e produtos no *continuum* multimídia dinâmico (BARBOSA, 2013, p. 41).

Assim, podemos entender que, em suma, o aparecimento de algumas ferramentas e a popularização da Internet, algumas das possibilidades técnicas do próprio ambiente digital acabaram influenciando e contribuindo (mas não determinando) às mudanças no campo jornalístico, seja na estrutura profissional, seja na produção, distribuição, circulação e (re)circulação de seus produtos (ZAGO, 2008). Sendo assim, podemos identificar alguns elementos-chave à demarcação das imprecisas fronteiras entre o webjornalismo e o jornalismo tradicional, a saber: **(1) as rotinas produtivas; (2) o hipertexto; (3) a interatividade**. Esses elementos tornaram-se a pedra angular do jornalismo na Web. Ao se dedicarem à observação dos produtos jornalísticos que circulavam na Rede, Bardoel e Deuze (2000) identificaram quatro características básicas, promovidas pelo próprio meio digital: **(1) interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimídia**lidade. Palacios (1999), ampliando a proposta dos autores, indicou cinco características fundamentais ao jornalismo na Web: **(1) multimídia**lidade/convergência, **(2) interatividade, (3) hipertextualidade, (4) personalização e (5) memória**. Indo um pouco mais adiante, Mielniczuk (2002) propôs, ainda, uma sexta característica à proposta de Palacios: **(6) a instantaneidade**.

Com relação as **rotinas produtivas**, a principal mudança observada entre o jornalismo tradicional e o webjornalismo está na relação com o tempo. Enquanto no jornalismo padrão os jornalistas precisam estabelecer uma rigorosa rotina de atividades que é balizada pelo *deadline*⁴⁴; no webjornalismo, essa limitação não existe. O webjornalista precisa lidar com um “*deadline*” que se (re)estabelece minuto a minuto, uma vez que os fatos precisam ser reportados de forma quase simultânea a sua ocorrência. Nesse cenário, a

⁴⁴ No jargão jornalístico *deadline* é o termo que identifica a hora de fechamento de uma edição do jornal.

velocidade de inserção da informação torna-se preponderante e determinante ao sucesso do veículo na Rede. Podemos afirmar, portanto, que enquanto o jornalismo tradicional submetesse à ordem cronológica – típica da sociedade industrial –, o webjornalismo atua no presente imediato, sob a lógica do tempo intemporal dos fluxos informacionais globais. Ora, cientes de que um dos valores essenciais ao reconhecimento da notícia é o valor atualidade, fica claro que, com a alteração na noção de temporalidade, as notícias na Web passam a ser influenciadas e percebidas de forma distinta daquela proposta pela técnica da “notícia-padrão”⁴⁵. Mais do que isso, observa-se através das rotinas produtivas que há mudanças significativas no “vocabulário de precedentes”⁴⁶ dos jornalistas em função de novos aspectos trazidos, principalmente, pela cibercultura e pelos “novos leitores”. Sendo assim, podemos afirmar que os saberes “de reconhecimento”⁴⁷, “de procedimento”⁴⁸ e “de narração”⁴⁹ jornalísticos (TRAQUINA, 2005, 2008) se transformam junto com a sociedade e sugerem um novo universo ao jornalismo e uma nova semântica à atividade.

Para entendermos um pouco mais sobre as mudanças que contribuíram a formatação desse novo jornalismo em rede, abordaremos, resumidamente, cada uma das seis características apontadas por Mielniczuk (2002). A primeira especificidade do webjornalismo e dos seus produtos é, segundo a autora, a efetivação do **hipertexto** como forma narrativa predominante no ciberespaço. Segundo afirma André Lemos (2004), os hipertextos,

[...] seja *on-line* (Web) ou *off-line* (CD-Rom), são informações textuais, combinadas com imagens (animadas ou fixas) e sons, organizadas de forma a promover uma leitura (ou navegação) não-linear, baseada em indexações e associações de idéias e conceitos, sob a forma de *links*. Os *links* funcionam como portas virtuais que abrem caminhos para outras informações. O hipertexto é uma obra com várias entradas, onde o leitor/navegador escolhe seu percurso pelos *links* (p. 122) [grifos do autor].

O hipertexto, como característica do webjornalismo, traz a possibilidade de interconectar blocos de textos (ou lexias) através de links, criando uma enorme narrativa em

⁴⁵ Entende-se como notícia-padrão os relatos jornalísticos típicos do jornalismo impresso (moderno) cujo texto busca, através de certos critérios e estratégias, informar de maneira objetiva e isenta, portando-se como um espelho da realidade.

⁴⁶ O termo designa, conforme Traquina (2008), a progressiva articulação verbal do estado corrente de saber de reconhecimento, de procedimento e de narração, exigidas para consolidar um bom trabalho jornalístico.

⁴⁷ Saber de reconhecimento é a capacidade do jornalista de reconhecer quais são os acontecimentos que possuem valor como notícia (TRAQUINA, 2008).

⁴⁸ Saber de procedimento são o conjunto de conhecimentos que orientam o jornalista na recolha de dados e apuração das informações (TRAQUINA, 2008).

⁴⁹ Saber de narração é o conhecimento de todo um inventário de discurso, ou seja, é a mobilização de um catálogo de histórias que permite aos jornalistas completarem seu trabalho (TRAQUINA, 2008)

rede. Dessa forma, um texto noticioso pode remeter a outros textos, outros sites, outras notícias, etc. (BARDOEL, DEUZE, 2000). O hipertexto permite que o leitor subverta a rigidez da ordem linear do texto jornalístico padrão e, assim, navegue livremente entre o “dilúvio informacional” que constitui o ciberespaço, tecendo a própria narrativa. No webjornalismo, portanto, nem os jornalistas, nem a técnica padrão de redação podem determinar o ritmo e a ordem com que as informações serão exploradas pelo público. A introdução do hipertexto à produção noticiosa marca o efetivo engajamento do leitor ao fazer jornalístico. A leitura ativa, ampliada pelo hipertexto, permite diferentes formas de recepção, organização do conteúdo e, conseqüentemente, construção semântica. Os leitores contemporâneos são, conforme Lúcia Santaella (2007), leitores imersivos, sujeitos da era informacional e da sociedade em rede, cibercidadãos imersos em fluxos informacionais, organizados através de redes de interação, conectados ininterrupta e globalmente. São leitores em permanente estado de “prontidão, conectando-se entre nós e nexos, num roteiro multilinear, multiseqüencial e labiríntico que ele próprio ajudou a construir ao interagir com os nós entre palavras, imagens [...]” (SANTAELLA, 2007, p. 33).

Também importante à caracterização do webjornalismo é a possibilidade de **customização e/ou personalização do conteúdo** pelo leitor. Normalmente, os processos de personalização estão baseados em uma pré-seleção de temas que é facilitada por ferramentas específicas dispostas nos sites das empresas jornalísticas ou em de sistemas específicos. Dessa forma, quando o leitor acessa “seu jornal *on-line*”, o sistema se encarrega de apresentar ao usuário apenas as informações referentes à demanda de interesse solicitada previamente. Outra possibilidade de personalização está no próprio percurso individualizado de leitura.

A **multimedialidade/convergência**, no contexto do webjornalismo, refere à convergência de diferentes “modalidades perceptivas” (LÉVY, 1999) – todas acessadas para auxiliar à compreensão das mensagens. Apesar do termo “multimedialidade” ser mais popular, Lévy (1999, p. 68) alerta, como vimos, que ele pode induzir ao erro, uma vez que parece indicar uma variedade de suportes e canais, ao passo que a tendência de fundo vai, ao contrário, rumo à interconexão e à integração. O autor explica que,

O termo ‘multimídia’ é corretamente empregado quando, por exemplo, o lançamento de um filme dá lugar, simultaneamente, ao lançamento de um videogame, exibição de uma série de televisão, camisetas, brinquedos etc. Neste caso, estamos de fato frente a uma ‘estratégia multimídia’. Mas se desejamos designar de maneira clara a confluência de mídias separadas em direção à mesma rede digital integrada, deveríamos usar de preferência a palavra ‘unimídia’ (LÉVY, 1999, p. 67-68).

De acordo com o exposto, portanto, a Internet é, ela própria, uma mídia específica que reúne diferentes conteúdos que estimulam as diversas modalidades perceptivas humanas (visão, audição, etc.). Essa ressalva é importante ao entendimento do ciberespaço como um ambiente diferenciado e criativo, e não meramente reprodutivo e convergente. Assim, a Internet se coloca como um ambiente unimidiático que se apropria de antigos formatos, mas os reformula, integrando-os em um fluxo hipertextual e multimodal singular.

Outra importante característica do webjornalismo é a **memória**. Palacios (1999) chama atenção à maior capacidade da Rede, em comparação às outras mídias, de acumular e organizar informações. Diante disso, o jornalismo encontra no ciberespaço o ambiente ideal para veicular um volume maior de informações, sejam elas atuais ou passadas. Assim, os produtos jornalísticos na Web podem não apenas ocupar um espaço indefinido, mas também conectar de maneira ilimitada núcleos informativos independentes.

Já a **instantaneidade**, embora não seja uma característica exclusiva do webjornalismo, assume outra dimensão quando pensada no contexto cibernético. Em outras mídias, a instantaneidade está limitada à difusão do material informativo através das inserções “ao vivo” – para cada intervenção instantânea o jornalista constrói uma pequena “unidade narrativa” que acaba isolada das demais. No ciberespaço, entretanto, cada unidade pode transforma-se em um nodo de uma rede narrativa que mistura passado, presente e futuro, que podem atuar de maneira independente e/ou colaborativa, criando um enorme hipertexto informacional altamente dinâmico.

Outro elemento fundamental à compreensão do webjornalismo é a **interatividade**. O grau de interação possibilitado pela própria estrutura da Internet é, *per se*, potencialmente infinito. Na prática, é claro, os inúmeros *gadgets*⁵⁰, aplicativos, sistemas e ferramentas disponíveis exploram, em função de muitas variáveis técnicas e culturais, de forma desigual esse potencial. Nos próprios textos jornalísticos encontramos exemplos dos mais variados níveis de interatividade, mas, independentemente dos recursos demandados, a interação só poderá ser verificada ou mensurada após a (re)ação do leitor-navegador. Assim, podemos dizer que o primeiro nível de interação é, conforme indica Santaella (2007), precisamente, a própria navegação no ambiente hipertextual pela qual o leitor pode realizar infinitos trajetos, construindo e reconstruindo o conteúdo narrativo quantas vezes desejar. Um outro nível de

⁵⁰ *Gadgets* ou *gizmos* são termos atualmente empregados para indicar dispositivos eletrônicos portáteis como *smartphones*, celulares, *tablets*, etc.

interação se dá por meio do *feedback* dos leitores aos jornalistas, que, salientamos, costuma ser público, ou seja, visível à Rede. Por fim, há o nível mais elevado de interação onde observa-se a participação ativa e material do leitor no processo de redação jornalística – alguns autores chamam isso de “Webjornalismo Participativo”. Neste “tipo” de jornalismo, as fronteiras entre produção e leitura passam a ser nebulosas ou inexistentes, os leitores tornam-se coprodutores do material noticioso e ativos difusores da informação jornalística. Fonseca e Lindemann (2007), debatendo o conceito de webjornalismo participativo, afirmam que, através dele, há a valorização de:

[...] uma forte característica da rede, que é a possibilidade de uma interatividade efetiva. Afinal, enquanto o jornal (através de cartas), o rádio (através de ligações telefônicas) e a leitura digital (através da navegação por diversos sites), para citar alguns exemplos, permitem uma interação superficial, a prática do webjornalismo participativo constitui uma interação que vai além, possibilitando aos destinatários colaborarem com a produção dos conteúdos (*ibidem*, p. 88).

Embora sites como o do jornal Zero Hora (ZH), por exemplo, já disponibilizem, há algum tempo, espaços para que os leitores enviem notícias ou fotos de sua autoria, esse conteúdo passa pela avaliação de algum profissional antes de ser publicado, limitando a atuação do público e, ao mesmo tempo, restringindo e diferenciando os espaços disponíveis à fala do “leitor”. Tal exemplo demonstra que, se a abertura à participação dos leitores não é absolutamente vedada nas *home pages*, ela também não é plena. Existem, na Rede, experiências mais efetivas de participação dos “leitores-navegadores”. Exemplos icônicos são os sistemas *Slashdot* e *Wikinews* (CORREIA, 2011). No *Slashdot*, as notícias postadas são avaliadas por outros usuários do site e, conforme a média das avaliações recebidas, a matéria fica mais ou menos tempo em evidência no sistema. Já no caso do *Wikinews*, os usuários utilizam uma plataforma colaborativa aberta onde todos podem editar o conteúdo publicado, estabelecendo um processo de escrita coletiva que depende da constante vigilância e disponibilidade dos usuários para funcionar. Ou seja, o sucesso da ferramenta depende do efetivo engajamento dos “leitores--produtores” e, portanto, de um alto nível de interatividade. É apenas por meio da observância de um alto grau de interação que vemos surgir o webjornalismo participativo. A consolidação de um sistema baseado na permanente troca entre os usuários é uma das dimensões fundamentais à configuração de um contexto mais amplo de CMC, ou se assim preferirem, de efetivação da web 2.0. Esse cenário mais interativo sugere repercussões sociais importantes que potencializam os processos de

trabalhos coletivos, de trocas afetivas, de produção, circulação e recirculação de informações e de construção do conhecimento. Essa, que é considerada a segunda geração de serviços *on-line*, caracteriza-se por:

[...] potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo. A Web 2.0 refere-se não apenas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços Web, linguagem Ajax, *Websyndication*, etc.), mas também a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador (PRIMO, 2007, p. 1).

Através das diversas ferramentas de colaboração e de interatividade disponíveis no contexto da web 2.0, os usuários se habituaram a produzir, partilhar e colaborar com o outro. Serviços populares como os *blogs*, por exemplo, permitiram um grande aumento na democratização da produção e do compartilhamento de conteúdo por meio, justamente, da ampliação e da acessibilidade irrestrita aos espaços de fala. Sites como o Twitter são reflexo direto dessa fase de maior interatividade e democratização, uma vez que possibilitam condições virtualmente igualitárias à produção, circulação e repercussão de conteúdos variados. Para Lemos (2009), essas mudanças transformaram a web em uma “nova esfera conversacional” que,

se caracteriza por instrumentos de comunicação que desempenham funções pós-massivas (liberação do pólo da emissão, conexão mundial, distribuição livre e produção de conteúdo sem ter que pedir concessão ao Estado), de ordem mais comunicacional do que informacional (mais próxima do “mundo da vida” do que do “sistema”), alicerçada na troca livre de informação, na produção e distribuição de conteúdos diversos, instituindo uma conversação que, mesmo sendo planetária, reforça as dimensões locais. As tecnologias da comunicação e da interação digitais, e as redes que lhes dão vida e suporte, provocam e potencializam a conversação e reconduzem a comunicação para uma dinâmica na qual indivíduos e instituições podem agir de forma descentralizada, colaborativa e participativa. Fatos recentes comprovam este estado de coisas. Vejam por exemplo a sincronia das recentes informações sobre o fim da TV analógica no EUA, a uso político do “Twitter” e do telefone celular no Irã (para combater suposta irregularidade nas últimas eleições), o uso de *blogs*, *wikis* e SMS como armas políticas importantes nos países em desenvolvimento (como também nas eleições espanholas, na derrubada do presidente das Filipinas, em protestos na China, nos EUA e em outras partes do mundo), e o fim da exigência do diploma para o exercício da profissão de jornalista no Brasil. Estes fatos revelam a nova paisagem infocomunicacional contemporânea, exibindo o sintoma de uma crise planetária. Abre-se aqui possibilidades para se questionar dogmas, certezas,

formações profissionais, reservas de mercado, controle informacional, vigilância, regimes totalitários... A dimensão política é evidente (p. 11)

Ora, diante de todas as alterações no cenário comunicacional, parece óbvio que o webjornalismo não poderia, neste trabalho, ser entendido apenas uma especialização do “jornalismo padrão” ou “jornalismo tradicional”. Vimos que todas as características apontadas estão intimamente relacionadas com a configuração de um novo contexto societal que, por sua vez, está refletido na (re)estruturação e (re)significação da notícia. Se o jornalismo padrão, baseado e orientado pelo modelo da **Pirâmide Invertida (PI)**⁵¹, reflete em notícias factuais, objetivas e concisas, será que o webjornalismo, apesar de toda (re)caracterização, mantém-se atrelado ao velho modelo noticioso e suas tradicionais técnicas de redação? Buscando responder a esta questão, partiremos ao cruzamento das características da web com as características do modelo padrão de estruturação da notícia. Cremos, pois, que o enfrentamento sugerido poderá elucidar a real interferência das idiossincrasias do ciberespaço à preservação do modelo narrativo do jornalismo padrão. Enfatizamos, todavia, que as alterações na estrutura e na narrativa jornalística servem apenas para elucidar mudanças sociais mais profundas que, por serem processos, podem ser observados através da apreciação de seus produtos, embora não possam ser resumidos a eles.

3.1 O WEBJORNALISMO E O MODELO DA PI

Atualmente, o tempo entre o desenrolar do fato e sua veiculação nos meios de comunicação é (ou precisa ser) quase zero. Há incontáveis sites, emissoras de rádio e tevê, *blogs* e agências de notícia que possuem os recursos, material e humano, necessários para garantir uma cobertura instantânea (ou tempo real) dos fatos. Recentemente, os atentados terroristas ocorridos em Paris⁵², organizados pelo grupo Estado Islâmico (ISIS), e a posterior “caçada” aos responsáveis pelos ataques deram uma prova consistente da capacidade de cobertura instantânea e repercussão global de um fato social através dos dispositivos de CMC. Relatos de testemunhas dos atentados foram publicados e repercutidos, em tempo real, através

⁵¹ A chamada Pirâmide Invertida é um modelo de narração especialmente apropriado pelo jornalismo impresso da era industrial centrado na distribuição hierárquica de informações. A ideia do modelo está, grosso modo, focada na exposição dos dados mais importantes à compreensão do fato logo no início do relato.

⁵² O texto refere-se aos atentados terroristas ocorridos na noite de 13 de novembro de 2015, em Paris, na França. O esquema de ataques, coordenados pelo grupo extremista ISIS, se deu em diferentes pontos da capital francesa, utilizou diferentes métodos de ataque e deixou mais de 130 mortos.

dos SRSs. Cada mensagem veiculada pelos usuários tornou-se um elo à construção da narrativa acerca dos ataques e, ao mesmo tempo, uma perspectiva singular sobre os eventos. A capacidade de cobertura imediata e, porque não dizer, pessoal, é uma característica das mídias sociais, que não pode ser simulada ou superado pelos meios tradicionais nem pelo jornalismo profissional. O enorme impacto dessas narrativas testemunhais tem sido não apenas reconhecido, mas explorado como fontes para construção da notícia, especialmente, para os veículos *on-line*. Na Figura 14, abaixo exposta, vemos a apropriação que o jornalismo faz dos relatos compartilhados pelos usuários dos SRSs e, ao mesmo tempo, o engajamento da rede e do próprio suporte à cobertura em tempo real.

Figura 14 – Protagonismo dos SRSs à cobertura dos atentados em Paris

As primeiras imagens dos atentados em Paris chegaram em minutos pelas redes sociais

Por: Giovanni Santa Rosa
13 de novembro de 2015 às 20:57

🔗 124 💬 146



Uma série de atentados coordenados deixou, no mínimo, 60 mortos em Paris, França, segundo a CNN e a polícia local. Cerca de 100 pessoas foram tomadas como reféns na casa de shows Le Bataclan Music Hall. As primeiras imagens estão chegando, ao vivo, pelas redes sociais, como Twitter, Vine e Periscope.

(Imagem do topo: Associated Press)

O Twitter criou um Moment, seção especial para coberturas ao vivo, para acompanhar os acontecimentos.

Fonte: site Gizmodo Brasil⁵³.

A característica mais latente nessa e nas hodiernas coberturas dos fatos sociais é, certamente, a instantaneidade. Se o telégrafo surgiu, durante o século XIX, em função da dificuldade de se obter informações em um espaço de tempo razoável – comprimindo o mundo para que o homem pudesse ter acesso aos acontecimentos globais –, podemos dizer que, em tempos de Twitter, essa questão já está mais que superada. Na Figura 15, subexposta, vemos, mais uma vez, exemplos da efetiva instantaneidade entre os ataques terroristas de 13 novembro e os relatos das testemunhas, veiculados e repercutidos através dos SRSs. Mais que servir ao registro e repercussão em tempo real dos atentados, a característica de instantaneidade das ferramentas de CMC serviu para publicar e espalhar o pedido de socorro das pessoas que estavam sob ataque.

Figura 15 – SRSs usados para pedir ajuda e compartilhar relatos de testemunhas



Fonte: site Brasil Post⁵⁴.

⁵³ Disponível em: <<http://gizmodo.uol.com.br/as-primeiras-imagens-dos-atentados-em-paris-chegaram-em-minutos-pelas-redes-sociais/>>.

⁵⁴ Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2015/11/13/atentados-terroristas-franca_n_8560334.html>.

O emprego de uma ferramenta de CMC para pedir socorro evidencia não apenas sua alta capacidade de rápida e ampla propagação de conteúdo, como também o caráter colaborativo e solidário da rede. Tal recurso seria, é claro, impensável quando a técnica jornalística padrão surgiu. A tal tempo, a superação das distâncias físicas experimentada hoje não podia ser, sequer, imaginada. Entretanto, a técnica padrão representa, pelo menos em parte, a imposição de uma aceleração funcional – característica da sociedade da escrita, do sistema capitalista e, portanto, da era industrial –, às rotinas do jornalismo. Essa alteração transformou os veículos de mídia, em empresas e as notícias, em produtos (MEDINA, 1988; TRAQUINA, 2005). Esse novo sistema de produção “industrial” da notícia levou a imprensa a buscar “o máximo no mínimo”, ou seja, a “otimizar o espaço” dos jornais, publicando mais informação em um texto menor, garantido espaço à maior fonte de renda dos jornais modernos: os anúncios publicitários. Inserido no progressista sistema industrial, o jornalismo tradicional amparou-se na eficácia do modelo da Pirâmide Invertida (PI) para atender um público apressado e, ao mesmo tempo, ávido por notícias. Adaptando-se ao modelo da “indústria cultural” (era moderna), a atividade moldou sua narrativa para ser produzida e consumida em grande escala, o que pressupôs a criação de uma imagem de um “leitor médio” e, conseqüentemente, a massificação da recepção. No período industrial, portanto, o leitor de jornal torna-se,

[...] um sujeito apressado, que precisa rapidamente da informação; os jornais, pelo menos os que pretendem ao jornalismo sério e, por isso, são os de mais credibilidade, têm muito a contar em um espaço que é limitado. Por isso, economia de espaço para o jornal e de tempo para o leitor são palavras de ordem nas redações (COMASSETTO, 2003, p. 59).

Se na web, não há necessidade de economizar espaço – pois, em função de características técnicas, se pode veicular e transmitir uma quantidade virtualmente infinita de dados –, cabe questionarmos se, com a superação dos problemas de edição, de transmissão e disponibilidade de espaço, o webjornalismo extinguiu ou afastou a PI de suas práticas produtivas. Será que o modelo, confundido com a própria identidade profissional do jornalista (TRAQUINA, 2005, 2008; CANAVILHAS, 2006; SOUSA, 1999), deixou de ser a base à narrativa jornalística? De acordo com Comassetto (2003), a resposta é não. Para o autor, o jornalismo ainda está a serviço da agilidade e da concisão e, sendo assim, a utilização da PI na atualidade se justifica e atende, de maneira satisfatória, as necessidades de um texto enxuto e objetivo. José Francisco Sánchez (2003) pondera, entretanto, o uso da PI aos assuntos que

exploram e carecem das potencialidades do modelo, ou seja, para: **(1) as notícias de última hora**, sobre as quais só se sabe o essencial; **(2) as notícias de resultados**, em que se é ciente apenas dos efeitos e não das causas e, por fim, **(3) as notas breves**, centradas em informações curtas e diretas.

Pereira Junior (2003), por sua vez, não crê na aplicabilidade do modelo da PI em função do tipo de notícia ou abordagem noticiosa, mas sim em função do tipo de mídia envolvida. Na perspectiva de Pereira Junior, as mídias eletrônicas e digitais possuem características intrínsecas que convergem à melhor exploração da PI e de suas qualidades. Para sustentar sua tese, o autor apresenta uma crítica à aplicabilidade da PI aos meios de massa, questionando a eficácia de cada uma das partes que constituem o modelo e, concomitantemente, sugerindo como as novas mídias estão mais aptas a tirar o máximo proveito dessa estrutura narrativa. Apresentaremos, nos parágrafos subsequentes, os principais aspectos da discussão proposta pelo autor.

O primeiro elemento que encontramos ao observarmos a estrutura da PI é a chamada **(1) cabeça** ou, conforme o jargão jornalístico, **o lide**. Este pode ser posto como o primeiro parágrafo de uma narrativa, um núcleo introdutório que concentra todos os dados fundamentais à compreensão e entendimento do relato. Esses elementos basilares podem ser representados pelas seguintes questões: “o quê?”, “quem?”, “quando?”, “onde?”, “como?” e “por quê?”. A técnica do lide está historicamente associada ao modelo da PI e pode ser observada nos mais variados meios de comunicação. Apesar disso, suas qualidades são melhor aproveitadas quando a concisão sugerida pela estrutura narrativa do lide é conjugada à velocidade do meio. Com o surgimento e a popularização das mídias eletrônicas e digitais, vimos nascer um novo tipo de público: as **testemunhas oculares**. Para esse público, a mídia impressa não está habilitada a oferecer informações em primeira mão. Ele está interessado na notícia do último minuto e dá preferência às coberturas veiculada em tempo real.

O segundo elemento observado no modelo tradicional dos textos jornalísticos é o **(2) corpo do texto**, nele, distribui-se as informações obedecendo uma hierarquia decrescente baseada na importância das informações. Logo no início do relato noticioso dispõe-se, como vimos, o lide e, na sequência, está o chamado corpo do texto, ou seja, o desenrolar do fato (dados e informações complementares). Por fim, seguindo a arquitetura do modelo, temos a base, ou seja, o **pé** da pirâmide, o núcleo de fechamento onde são dispostos os detalhes irrelevantes à compreensão do fato. Nilson Lage (2004) chama a totalidade dessa estrutura de “**relato**”, com o claro objetivo de diferenciá-la da “**narrativa**”. Em um relato, esclarece o autor, os eventos não são ordenados por sua sequência temporal, mas sim pela suposta

importância das informações que é, em última análise, determinada pela perspectiva de quem está escrevendo a história e pela imagem que este faz de quem irá ouvi-la. Na estrutura noticiosa de um relato, os parágrafos são tratados como blocos hierarquizados e independentes, não há conexões entre eles. Lage (2004) afirma que a hierarquização imposta pela PI desestimula o jornalista a criar transições internas à notícia. De acordo com o autor, além da falta de interesse em produzir um texto consistente e bem elaborado, o uso da PI e principalmente do lide estimula a preguiça dos leitores que, por (re)conhecerem a estrutura padrão dos relatos, não se preocupam em lê-los na íntegra. Para Pereira Junior (2003) esse fato é uma evidência da ineficácia do modelo para o jornalismo impresso: o veículo impresso está sempre atrasado em relação aos MCM e aos meios de CMC, ou seja, o leitor que busca o relato impresso já costuma estar ciente das principais informações (repassadas instantaneamente pelas mídias digitais) e, portanto, seu interesse está exatamente no “algo mais”, na exploração noticiosa que vai além do relato.

Uma das principais justificativas à incorporação do modelo da PI na produção da notícia impressa é possibilidade de **(3) “cortar o pé da matéria”** sem comprometer o entendimento do relato. Essa medida preventiva, que Pereira Junior (2003) classifica como desculpa, era de extrema importância às redações do século XIX e do início do século XX, pois garantia que um anunciante de última hora pudesse ter seu anúncio veiculado à edição do jornal e/ou ainda que uma nova notícia pudesse ser inserida rapidamente pelo editor. No fim do século XX, entretanto, os avanços tecnológicos tornaram possível o planejamento gráfico dos veículos, a diagramação foi, enfim, adotada pela prática jornalística. Com o advento da informática e dos programas avançados de edição e diagramação de textos, a hierarquização imposta pela PI deixou de ser uma ferramenta essencial aos editores. Hoje, não há mais necessidade de “cortes pelo pé”, tudo é planejado e (re)estruturado facilmente através de *interfaces* bastante intuitivas e práticas.

Por fim, para encerrar sua discussão acerca da arquitetura da notícia, Pereira Junior (2003) fala da **(4) máscara**, ou seja, do “jornalês” (TRAQUINA, 2005, 2008). De acordo com Pereira Junior, os princípios clássicos do jornalismo padrão baseiam-se nos “critérios de objetividade”. Através das balizas impostas por tais critérios, o jornalismo conseguiria, esta é a tese, acessar a suposta “verdade” contida nos fatos. Foi, portanto, a noção de verdade que estimulou a formulação dos princípios fundamentais do jornalismo tradicional, como, por exemplo, o “direito de saber” público. Para fazer valer esse direito civil, a imprensa postou-se como uma espécie de servidor público, um funcionário cuja obrigação está no fornecimento de informações socialmente relevantes. Dessa forma, o jornalismo posicionou-se acima de

quaisquer contradições sociais, assumindo a postura de “guardião da verdade”, senhor absoluto da imparcialidade e da objetividade. Quando o jornalista faz as perguntas que constituem o lide, está, conforme a perspectiva apresentada, recolhendo os dados necessários para alcançar “a verdade objetiva do fato”. A partir do lide o jornalista hierarquiza as informações (PI) e, assim, acredita atingir um relato objetivo e imparcial. Ao expor tais práticas, Pereira Junior (2003) destaca que a objetividade perseguida pelo jornalismo é sempre uma utopia, uma construção mítica, uma máscara traduzida por meio de estratégias linguísticas específicas à redação noticiosa. Não há no modelo da PI mecanismos que possam garantir a suposta “imparcialidade” e “neutralidade” necessárias à fala jornalística, o que o modelo faz é criar um efeito de verdade, de objetividade e imparcialidade aos relatos. A utilização da PI, assim, não apenas sintetiza as informações, mas garante um poderoso “efeito imaginário” de verdade ao texto jornalístico.

É fácil, através das indicações de Pereira Junior (2003), observarmos as razões que levaram o autor a considerar a aplicabilidade do modelo da PI não recomendável às mídias impressas. Em termos gerais, a justificativa está na impossibilidade desse modelo conferir ao texto impresso, a agilidade e objetividade necessárias para ele competir, em igualdade de condições, com as coberturas das mídias eletrônicas e digitais. Ademais, todas as vantagens e razões à observância da arquitetura foram, em função do avanço tecnológico, esvaziadas, tornando-se prejudiciais à própria sobrevivência do relato impresso uma vez que o colocam em disputa direta com os produtos oferecidos pelos veículos de CMC.

Diante do exposto, cabe agora discutirmos a utilização da PI dentro do contexto do webjornalismo. Sendo assim, buscaremos expor nos parágrafos seguintes as metamorfoses sofridas pela PI durante sua transposição das linearidades das páginas impressas à hipertextualidade das páginas da web. Ao encerrarmos este ponto, pretendemos ter compreendido se as transformações sugeridas pelo ciberespaço apenas (re)configuraram o modelo da PI, ou se, mais que isso, as mudanças indicam o aparecimento de um novo modelo técnico/estrutural de apresentação das notícias no ciberespaço.

Para iniciar a discussão nos apoiaremos nos trabalhos de Mielniczuk (2002, 2005) cujo objetivo converge à dissolução do problema da possível aplicabilidade do modelo da PI aos textos jornalísticos para web. Em um primeiro movimento de investigação, a autora coloca o modelo em confronto direto com as características do webjornalismo para identificar as possíveis interferências à aplicabilidade da técnica. Cabe ressaltarmos que os estudos de Mielniczuk abordam a aplicabilidade do modelo sob dois ângulos: **(1)** o da produção do texto jornalístico; **(2)** o de sua recepção. Os resultados alcançados por Mielniczuk (2002) sugerem

que, sob a perspectiva da escrita e da apresentação do texto, haveria, prioritariamente, interferência das características de **hipertextualidade** e de **multimídia**⁵⁵, e, depois, da **instantaneidade**; já sob a perspectiva da leitura, interfeririam a **interatividade** e a **personalização**. Resumidamente, podemos elucidar as indicações da autora através do Quadro 5:

Quadro 5 – O impacto das características da Web no modelo da PI

NÍVEIS	CARACTERÍSTICA	INTERFERÊNCIA
PRODUÇÃO	Hipertextualidade	Texto mais fragmentado, composto por células (nodos) informativos
		Proposição multilinear de leitura
		Blocos menores de texto
	Multimodalidade	Imagens, sons e vídeos podem compor um nodo informativo
	Instantaneidade	Permite o crescimento ininterrupto do hipertexto por meio da adição de novas células informativas
RECEPÇÃO	Interatividade	O leitor pode escolher, entre as possibilidades ofertadas, quais nodos informativos deseja acessar
	Personalização	Através de suas escolhas, cada leitor pode construir um texto individualizado

Fonte: baseado em Mielniczuk (2002).

Ao observarmos os direcionamentos de Mielniczuk, fica evidente que as características do webjornalismo afetam, sim, a aplicabilidade do modelo da PI. Ocasionalmente algumas alterações tanto na forma como o texto jornalístico é produzido, como na forma que é recebido. Enquanto no jornalismo impresso o relato noticioso é constituído por um único bloco informativo, ou seja, pela própria estrutura da PI; no webjornalismo, o texto é formado por pequenos blocos de dados que se conectam através de *links*, que funcionam como paratextos⁵⁶. Discorrendo sobre o tema, Nielsen (2001, *on-line, s.p*) afirmou que, na web, cada um desses blocos deve ser estruturado como uma PI, ressaltando, entretanto, que “o trabalho como um todo se parece mais com um grupo de pirâmides que flutuam no ciberespaço do que com um artigo tradicional”. Dessa forma,

⁵⁵ O termo multimídia é aqui empregado apenas para sermos fiéis a apresentação dos conceitos e das terminologias adotadas por Mielniczuk em seus trabalhos. Reafirmamos, portanto, nossa preferência pelos termos unimídia ou multimodalidade propostos por Pierre Lévy.

⁵⁶ Termo cunhado por Gerard Genette (2001), podemos dizer que, sinteticamente, “paratexto” é um elemento responsável por: apresentar o texto principal; negociar a relação entre leitor e texto; realizar a transição entre o mundo do leitor e o mundo do texto; situar-se nas fronteiras do texto, estabelecendo-lhe limites.

Ao navegar por uma narrativa hipertextual jornalística, o usuário faz suas escolhas – que são viabilizadas pelos paratextos – e vai construir uma trajetória própria de leitura. O texto não é mais proposto como um produto acabado, são oferecidas frações e opções. O usuário é quem termina de construir o texto, no sentido de compô-lo como uma unidade, um conjunto informativo (MIELNICZUK, 2001, p. 14).

Diante de tudo que fora apresentado, podemos afirmar que a estrutura do texto jornalístico na web caracteriza-se pela fragmentação (composição com múltiplos blocos informativos), individualização da leitura e efemeridade. Segundo Mielniczuk, se pensarmos na “perspectiva da redação e apresentação, o formato da narrativa jornalística hipertextual seria o de um rizoma” (2001, p. 14) e não de uma PI. Assim sendo, os estudos apresentados nos levam a concluir que a PI, no contexto da web, mantém-se restrita a uma célula informativa textual. Queremos dizer com isso que a técnica na PI é eficaz apenas na produção e na representação do bloco noticioso em seu aspecto individual e restrito, não servindo, portanto, à representação da estrutura resultante da soma dos nodos informativos que constituem a “macronarrativa hipertextual da Web”.

Tendo, portanto, atendido aos dois questionamentos que centram nossas exposições neste subcapítulo, devemos, agora, nos perguntar se existe um modelo capaz de representar a estrutura da narrativa jornalística na web. A resposta à questão é dúbia, pode ser tanto um enfático “sim”, como um sonoro “não”. Existem, atualmente, muitas propostas que visam preencher a lacuna teórica suscitada pela indagação posta. Há, assim, diferentes propostas à representação da arquitetura da notícia na web. Uma delas é desenhada pela supracitada autora, Luciana Mielniczuk (2001), ao propor uma analogia com a imagem que se forma no fundo de um caleidoscópio:

Os elementos que estão no interior do caleidoscópio são fragmentos (característica a) que se unem temporariamente (característica b) e que muito dificilmente irão compor-se da mesma maneira novamente, formando por isso imagens únicas (característica c) (p. 15).

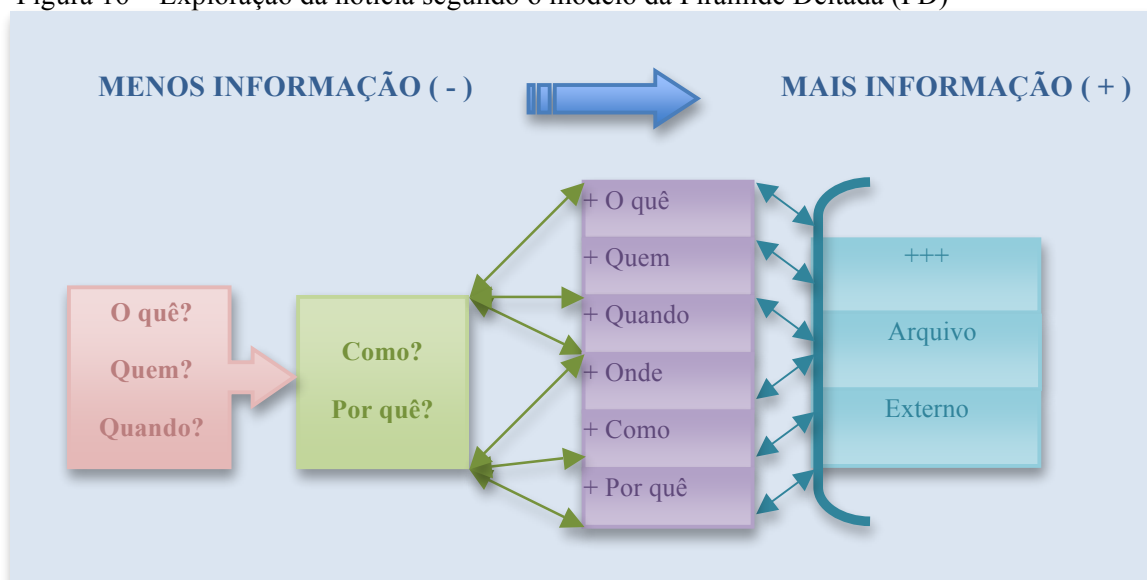
Outra abordagem igualmente interessante é apresentada por João Canavilhas (2006) quando, com base na observação dos percursos de leitura dos internautas, contesta a eficácia da PI ao webjornalismo. Apesar de não excluir totalmente o uso da técnica (restrita aos nodos), o autor defende que a arquitetura base do texto jornalístico já não é, na web, a PI. Em função da grande disponibilidade de percursos que o internauta dispõe em ambiente hipertextual, podemos, de acordo com o autor, vislumbrar uma nova arquitetura que lembra,

sim, o formato de uma pirâmide, mas uma **Pirâmide Deitada (PD)**. Consideramos, portanto, que,

[...] a técnica em causa [PI] está intimamente ligada a um jornalismo muito limitado pelas características do suporte que utiliza – o papel. Usar a técnica da pirâmide invertida na web é cercear o webjornalismo de uma das suas potencialidades mais interessantes: a adopção de uma arquitectura noticiosa aberta e de livre navegação (CANAVILHAS, 2006, p. 7) [grifo nosso].

A visualização do modelo proposto pelo autor, através da Figura 16, nos permite afirmar que, embora definidos, os diferentes níveis de informação não seguem uma organização vertical como a sugerida pela PI, mas sim uma disposição horizontal dos núcleos informativos, que sugere uma maior ou menor exploração dos dados.

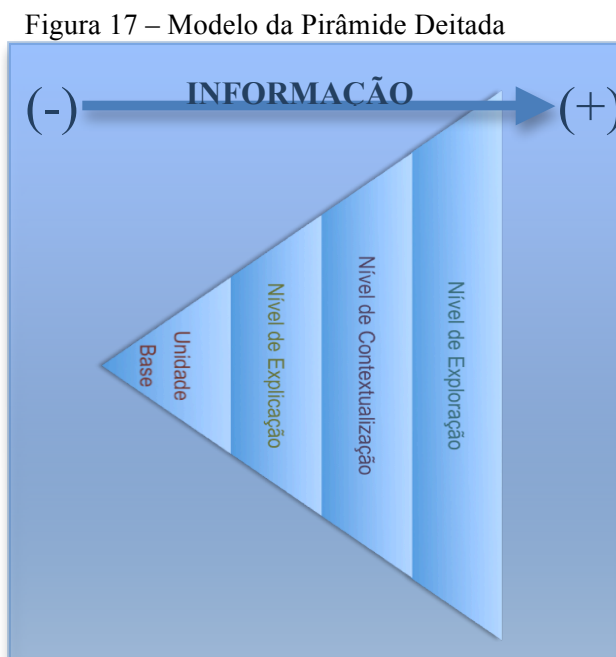
Figura 16 – Exploração da notícia segundo o modelo da Pirâmide Deitada (PD)



Fonte: produção nossa.

Embora não unânime, o modelo da PD encontra grande aceitação nas reflexões acerca da estrutura noticiosa em ambiente virtual. A estrutura da PD prevê que a construção noticiosa inicie por uma **unidade base**, uma espécie de “microlide” (“o quê?”, “quem?”, “quando?”, “onde?”) (TEIXEIRA, 2011) que pode ser uma notícia de última hora ou mesmo um tuíte. Na sequência, há o **nível de explicação**, ou seja, um tipo de sublide que abrange o “como?” e o “por quê?”, explicando o “fato” ou ampliando a exploração das informações expostas. Seguindo a arquitetura da PD, chega-se ao **nível de contextualização** onde são oferecidas informações ampliadas (seja em formato de vídeo, texto, infográfico animado etc.) sobre o que foi exposto na unidade base e/ou no nível de explicação. Por fim, observa-se o

último nível, o nível de **exploração**, aquele que liga a notícia aos arquivos do veículo, aos marcadores ou aos arquivos externos. Assim, baseando-se no caminho percorrido pelos internautas na exploração da notícia, Canavilhas (2006) chegou à seguinte representação da arquitetura da notícia no contexto da Web (Figura 17):



Fonte: dados de Canavilhas (2006).

Através da breve exposição do modelo caleidoscópico de Mielniczuk e da discussão acerca da arquitetura da PD, constatamos que a migração inicial da tradicional técnica da PI para o contexto do ciberespaço foi ocasionando alterações ou adaptações à estrutura noticiosa tradicional. Assim, podemos afirmar que as possibilidades e especificidades do mídia digital ocasionam alterações no modelo referencial do texto jornalístico a fim de potencializar as características do próprio ambiente e do sistema societal que lhe dá sentido. Evidenciamos, entretanto, que tanto o modelo de Canavilhas (2001, 2006) como a proposta de Mielniczuk (2001), não dão à estrutura da PI como uma arquitetura superada.

Se analisarmos nosso objeto de estudo, o tuíte jornalístico, sob a perspectiva de Mielniczuk (2001), o veremos como um nodo da estrutura noticiosa; já sob a perspectiva de Canavilhas (2006), como uma “unidade base” da arquitetura noticiosa. Neste último, o papel do tuíte está muito próximo do que Bradshaw (2007) chama de “alerta”. Tal estrutura nomeia a primeira etapa do famoso modelo conhecido como *News Diamond* ou simplesmente modelo diamante. Considerando a dinamicidade, a hipertextualidade e a ampliação dos espaços de fala ao tratar da produção e da função do material jornalístico no ciberespaço, o modelo de

Bradshaw identifica sete etapas à construção da narrativa noticiosa na Web, conforme expõe o Quadro 6 abaixo:

Quadro 6 – Etapas do modelo *News Diamond*

Etapas	Caracterização
1) Alertas (alert)	Mensagem curta relatando que algo aconteceu. Sua maiores vantagens estão na agilidade e na capacidade de estimular o leitor a acompanhar a cobertura de um fato.
2) Resumo (draft)	Espécie de backup do alert, que é atualizado a cada nova informação. O draft é considerado ideal para blogs e para atrair novos leitores, comentaristas e potenciais fontes ou colaboradores.
3) Artigo/pacote (article/package)	Possui caráter documental e limitação de espaço e de tempo para produção. Habita o limiar entre os relatos mais imediatos os textos analíticos. A informação é dada como um pacote capaz de ser distribuído nas mídias impressa, eletrônica e digital.
4)Análise/reflexão (analysis/reflection)	Ocorre após a divulgação dos dados mais relevantes do fato. Busca reuni-los e interpretá-los, indicando possíveis desdobramentos.
5) Contextualização (context)	O fato é explorado e contextualizado. Indica suas causas, relações e prováveis consequências. Nesta etapa a hipertextualidade tem papel central ao direcionar o usuário às informações que auxiliam à compreensão do evento.
6) Interatividade (interactivity)	Formato noticioso que leva tempo e despense alto investimento para ser produzido. Possui a vantagem de envolver os usuários e garantir a permanência dele em um dado site por um tempo considerável.
7) Personalização (customization)	Estágio automatizado que permite aos usuários personalizar o acesso às informações com base em suas necessidades.

Fonte: baseado em Bradshaw (2007).

Destacamos que os dois últimos modelos mencionados, ou seja, a PD e o modelo diamante serão as perspectivas adotadas durante a apreciação dos dados deste trabalho. Entendemos que a limitação de caracteres do Twitter favorece a configuração dos tuítes como nodos diferenciados, como unidades base da “macronarrativa jornalística na web” ou como mecanismos de alerta que convidam o leitor a explorar o assunto noticiado nos demais níveis da narrativa noticiosa. É essa visão, portanto, que orienta e justifica nossa escolha. O tópico subsequente tratará exatamente das especificidades que o universo dos SRSs impõe à prática jornalística, especialmente, o SRS Twitter.

3.2 O JORNALISMO NOS SITES DE REDES SOCIAIS

A já reconhecida facilidade para se publicar, comentar e distribuir informações no ciberespaço é, sem dúvida, ampliada nos SRSs. A junção das possibilidades técnicas do meio ao caráter colaborativo e móvel das mídias sociais torna, certamente, esses sites os maiores aliados contemporâneos à produção, publicação e repercussão de informações. Hoje, ao contrário do ocorria no sistema midiático da sociedade da escrita – quando os editores dos jornais possuíam controle quase exclusivo sobre os debates sociais –, o espaço de fala é potencialmente partilhado entre todos os membros da Rede, o que amplia os debates e estimula a polissemia. De acordo com Shirky (2011, p. 45), “publicar costumava ser algo que precisávamos pedir permissão para fazer; as pessoas a quem precisávamos pedir essa permissão eram os editores. Não é mais assim”, visto que os editores deixaram de ser a “barreira entre textos públicos e privados”. Dessa maneira, a notícia hodierna,

[...] alarga a sua concepção enquanto especialidade profissional – posto que não é mais campo exclusivo de jornalistas (vide o fenômeno dos blogs e dos centros de mídia independente), enquanto formas simbólicas e de consumo social (vide a pleora de dispositivos e configurações assumidas de se consumir notícia) e a permanente circularidade, surgindo em ciclos cada vez mais rápidos, sendo comentada, retrabalhada e processada em uma dinâmica social (SILVA JÚNIOR, 2008, p. 56).

Com isso, podemos afirmar que o modelo que orientou a produção, circulação e distribuição jornalística desde a institucionalização do campo, altera-se profundamente após a aparição e popularização dos meios de CMC e, principalmente, dos SRSs. Há, hoje, a interferência constante dos chamados usuários não-especializados (UNE) que, a despeito de qualquer hierarquia autoral, produzem, comentam e distribuem a informação conforme os próprios critérios. Essa nova realidade impõe ao jornalismo uma postura mais aberta e condizente à “cultura participativa” (JENKINS, 2009; SHIRKY, 2011; JENKINS, FORD, GREEN, 2013), levando-o, assim, a, entre outras coisas, apropriar-se dos SRSs como uma ferramenta de produção, distribuição e circulação de informações e, concomitantemente, como mecanismo de aproximação e interação com seus “leitores-navegadores”. Isso, pois, no atual cenário, o conteúdo que não circula pelos fluxos informacionais das redes sociais, seja ele noticioso ou não, está morto (JENKINS, FORD, GREEN, 2013). Devemos lembrar que, conforme fora abordado no capítulo anterior, os SRSs

[...] constituíram-se em suportes das redes, passando por apropriações sociais e emergentes, gerando novas práticas sociais com impacto na interconexão entre os indivíduos e no capital social construído. Esses sites, portanto, não apenas publicam redes, mas as modificam. E, modificando suas conexões, alteram também os fluxos de informação, gerando impactos nos processos comunicativos (RECUERO, 2014, p. 409).

Podemos, assim, em função da atuação dos usuários, identificar pelo menos três tipos de relação entre os SRSs e o jornalismo, a saber: **(1)** redes sociais como fontes produtoras de informação; **(2)** redes sociais como filtros de informação e, por fim, **(3)** redes sociais como espaços de reverberação (RECUERO, 2009a). Vimos que, com a consolidação dos SRSs, o campo jornalístico perdeu sua hegemonia no controle do que é ou não publicado uma vez que os usuários tomaram para si a tarefa de publicar, selecionar, comentar e compartilhar informações. Assim,

O que se presencia atualmente é que a comunicação na internet, principalmente por meio das redes sociais, mostra-se constituída de uma ‘horizontalidade dialógica’, rompendo com os paradigmas de uma ‘comunicação de massa’ verticalizada estruturalmente, além de romper com a própria noção de uma ‘indústria cultural’ hierarquizada, propiciando dessa forma um espaço virtual segmentado - nichos temáticos – para os diversos atores usuários dos meios cibernéticos. Horizontalidade dialógica traduz-se em liberdade de expressão e de acesso à informação em ambientes genuinamente democráticos de veiculação (LIMA, SILVA, 2010, p. 192).

Dessa forma, nos SRSs cada ator é uma fonte virtual, um potencial produtor-editor de conteúdo e, ao mesmo tempo, um possível mobilizador de ações e conversações capazes de influenciar na pauta e no agendamento dos temas abordados pelos veículos jornalísticos tradicionais, dentro e fora da Rede (RECUERO, 2009b). O compartilhamento do poder outrora exclusivo às instituições formais de mídia, aponta, conforme Bruns (2005), para uma transformação no papel social dos jornalistas e da própria esfera de atividade cuja função estaria, agora, mais próxima à seleção, indicação e contextualização das informações (RECUERO, 2009b; CANAVILHAS, 2006; PRIMO, 2011). Para Bruns (2005), o jornalista contemporâneo deve desempenhar o papel de *gatewatcher*, ou seja, deve:

[...] fornecer essa contextualização ou, mais precisamente, proporcionar uma variedade de indicadores para uma série de modos alternativos de ver e interpretar as notícias que são planejadas para atender às diferentes necessidades dos usuários. Os sites de notícias construídos sobre os esforços de *gatewatching* servem como um local central e ‘seguro’ para retornar após explorar a rede hipertextual adjacente em suas muitas

direções. Esses sites oferecem ao usuário um sentido de localização, para evitar que se sintam perdidos em meio a grande variedade de informações disponíveis (BRUNS, 2005, p. 19) [tradução livre nossa]⁵⁷.

Os SRSs são, conforme Henn (2011), os espaços ideais ao surgimento de novos acontecimentos de cunho jornalístico visto que há uma gama de eventos que têm a sua força de agendamento vinculada às novas formas de produção e consumo de notícias. Assim, ao considerar que já existem fatos consolidados e difundidos a partir de plataformas da Web, o autor propõe a definição de **webacontecimentos**, ou seja, eventos que se “constituem a partir de lógicas específicas das plataformas instituídas no ambiente da web tanto no que diz respeito a sua produção quanto à sua disseminação” (HENN, 2011, p. 4). É o que se observou, por exemplo, nas manifestações de junho de 2013 e na mobilização de março de 2015 ocorridas no Brasil, quando os SRSs foram empregados para planejar, mobilizar, divulgar e repercutir as manifestações de descontentamento de parte da sociedade às políticas adotadas pelo governo federal e aos escândalos de corrupção envolvendo agentes públicos. Isso, pois,

Com a internet, o indivíduo sente-se unido em meio à multidão dando razão a si próprio. E, as redes sociais – por causa de suas ferramentas, interfaces e aplicativos online – criam as condições para que esse ‘ser comunicante sem fronteiras’ se materialize; e, que possa ele, exercer o papel simultâneo de produtor e de consumidor do conteúdo virtual. Talvez seja esse o elemento principal a tornar as redes sociais tais como Orkut, Facebook, Twitter, Bebo, Hi5, MySpace tão populares e peculiares. O chamado fenômeno Web 2.0 (LIMA, SILVA, 2010, p. 195-196).

Os SRSs não apenas democratizam os espaços de fala, permitindo que qualquer usuário produza e compartilhe informações, mas também abrem um novo canal à disseminação e repercussão de notícias, o que, claro, desperta especial interesse dos veículos jornalísticos de referência. Embora alguns autores tenham prenunciado que o ciberespaço e as novas ferramentas de CMC selariam o fim do jornalismo, outros, como Alex Primo (2011), por exemplo, sugerem a transformação e não a extinção da esfera jornalística. Para o autor, o cenário atual confirma que “as organizações midiáticas tradicionais não saíram de cena, mas

⁵⁷ No original, em inglês: “Gatewatchers help provide this contextualization, or more precisely a variety of pointers to a range of alternative ways of seeing and interpreting the news that are slate to different user needs, and news sites built upon gatewatching efforts serve as a central, ‘safe’ location to return to after exploring the surrounding hypertextual network in various different directions. Their sites offer the user a sense of location, to avoid their feeling lost in the multitude of information available to them”.

sim desceram do palco central e agora colaboram e competem com vários outros atores, com os quais disputam pela atenção de múltiplas audiências” (PRIMO, 2011, p. 13).

Os usuários, portanto, não são algozes do jornalismo tradicional, mas potenciais aliados à ampliação do alcance das notícias produzidas, eles podem comentar e distribuir o conteúdo sem onerar a empresa midiática. De tal forma, os novos leitores-navegadores dos SRSs são “uma espécie de novos gatekeepers que comentam e selecionam as notícias mais interessantes para os seus amigos (Facebook) ou seguidores (Twitter)” (CANAVILHAS, 2010, p. 03), o resultado é o aumento da audiência do jornalismo praticado na Web e, conseqüentemente, da sua relevância no quadro midiático. Se, portanto, de um lado o índice de venda dos jornais impressos parece indicar que as empresas jornalísticas estão em crise, de outro, “o alto índice de links compartilhados no Twitter e no Facebook para os jornais on-line dessas empresas revela uma outra situação” (PRIMO, 2013, p. 16).

Entretanto, embora as organizações jornalísticas já reconheçam a importância dos SRSs e, em sua maioria, insiram tais ferramentas às suas rotinas produtivas, as incertezas com relação ao uso e às aplicações dessas plataformas geram experimentações diversas por parte dos jornalistas e veículos. Podemos dizer que o campo jornalístico está diante de um processo de transformação gradual, não-homogêneo e experimental. Conforme Longhi, Flores e Weber (2011), podemos, hoje, falar de pelo menos quatro cenários distintos (mas não excludentes) que representam o grau de integração dos veículos jornalísticos aos SRSs: **(1)** compartilhamento simples; **(2)** perfil em sites de redes sociais; **(3)** colaboração; **(4)** ferramenta de rede social própria. No quadro abaixo podemos entender melhor cada um desses cenários:

Quadro 7 – Cenários possíveis à relação jornais *versus* SRS

Cenários	Característica
Compartilhamento Simples	Ocorre quando são disponibilizados botões para o compartilhamento das notícias veiculadas nos sites ou portais das empresas jornalísticas
Perfil em SRS	Se dá quando as organizações jornalísticas criam perfis ou <i>fanpages</i> ⁵⁸
Colaboração	Ocorre quando os veículos jornalísticos utilizam o conteúdo precedente e selecionado dos SRS. Costuma ocorrer em coberturas jornalísticas especiais onde o material tende a ser usado para atualizações em tempo real
Ferramenta de Redes Sociais Própria	Configura-se quando além de possuir todas as características anteriores, o jornal ainda dispõe de uma rede social própria

Fonte: baseado em Longhi, Flores e Weber (2011).

⁵⁸ Página corporativa que se diferencia dos perfis pessoais no SRS Facebook. Apresenta uma interface própria, adaptada para melhor atender as necessidades de empresas, organizações e instituições.

A adesão dos veículos jornalísticos tradicionais aos SRSs, embora fundamental, não é, conforme Rodrigo Alsina (2009), o único condicionante à produção, circulação e consumo do material noticioso. Para o autor, as características tecnológicas do meio condicionam as etapas do processo comunicacional, da produção à recirculação da informação (ZAGO, 2014), uma vez que cada meio volta-se a uma função, mas, ao mesmo tempo, relaciona-se com os demais. Alsina (2009, p. 55) crê, portanto, que o sistema midiático é um complexo que envolve os produtores da informação, as forças políticas e os grupos econômicos internos e externos ao setor, caracterizando-se como um ecossistema em permanente estado de transformação. Dessa forma, o cenário atual indica, conforme o autor, transformações estimuladas pela introdução das ferramentas de CMC que giram em torno da globalização ou, mais precisamente, da transnacionalização, do mercado de mídia, integração das tecnologias de comunicação e multiplicação dos canais de circulação e repercussão das informações.

Nesse novo e complexo ecossistema midiático vemos surgir processos diferenciados à circulação da informação. Conforme Machado (2008), a circulação da informação pode ser caracterizada em função do objetivo final. Ou seja, o autor diferencia a **distribuição de conteúdo**, cujo foco está no consumo, da **circulação de informação**, onde o foco volta-se à participação. E, sendo assim, considera que a distribuição “opera de forma centralizada, mantém uma hierarquia rígida entre os participantes e tem como objetivo principal a entrega das informações ao consumidor final”, ao passo que a circulação “funciona sem necessidade de uma hierarquia rígida, adota a descentralização como modelo padrão e tem como objetivo final a disseminação das informações produzidas nestes diferentes centros” (MACHADO, 2008, p. 09). No primeiro quadro, o da distribuição, o trajeto da informação vai ao encontro do consumidor, já no segundo cenário, o da circulação, o processo se inverte e o consumidor é que passa a ir em busca da informação.

Para Machado essa distinção é relevante pois nos permite compreender os sistemas de circulação jornalística de forma integrada aos diversos contextos históricos. Entre 1995 e 1998, o modelo predominante no ciberespaço era o estático, a partir de 1999 “o desenvolvimento de sistemas dinâmicos centralizados e descentralizados”, como o RSS⁵⁹, e a posterior multiplicação dos sistemas ancorados em tecnologias dinâmicas e descentralizadas, por volta de 2004, foram transformando o ambiente virtual e, paulatinamente, estão suprimindo os modelos de circulação estática. Dessa maneira, podemos afirmar que a

⁵⁹ RSS é um subconjunto de dialetos XML empregados à reunião de conteúdo na Web.

caracterização dos sistemas de circulação do material jornalístico depende, principalmente, do grau de inclusão dos usuários no processo de produção. Isso significa que,

As funções dos usuários podem variar, indo da produção e consumo, até a de simples consumo. Nos sistemas mais simples o usuário somente consome as informações produzidas pelos profissionais enquanto que nos sistemas mais complexos o usuário tanto colabora na produção quanto consome as informações. A natureza do produto que circula nestes sistemas – a informação jornalística – possibilita que em função do tempo de consumo um mesmo fato possa ser compartilhado com diferentes tipos de público, utilizando redes de circulação distintas (MACHADO, 2008, p. 19).

Não há dúvida que, atualmente, os SRSs são os maiores expoentes desses espaços de circulação dinâmica e descentralizada de informação. Neles, a circulação não está balizada por decisões editoriais, pois é, antes de tudo, um “fato social, descentralizado, pelo qual todos os participantes destes sistemas são responsáveis” (MACHADO, 2008, p. 20). A principal característica desse novo sistema de circulação de informação é, precisamente, sua capacidade de disseminação, seja através dos usuários especializados (UE) – jornais, jornalistas ou empresas de mídia –, seja através dos usuários não-especializados (UNE). Com o aparecimento e popularização da Web, a atividade jornalística mudou. O webjornalismo coloca “o profissional [...] diante um cenário interativo de equivalência com o sujeito-receptor e de tempo-real com os acontecimentos (novamente uma horizontalidade das relações)” (LIMA, SILVA, 2010, p. 198). Podemos afirmar, portanto, que o atual modelo de circulação,

vê o público não como simples consumidor de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reformulando e remixando o conteúdo da mídia de maneira que não possa ter sido anteriormente imaginado. E eles estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas dentro de comunidades e redes maiores, que os permite espalhar o conteúdo bem além de sua proximidade geográfica imediata (JENKINS, FORD, GREEN, 2013, p. 02) [tradução livre nossa]⁶⁰.

Buscando descrever o hodierno sistema de circulação da informação jornalística na Web, os autores supracitados introduzem os conceitos de *spread*, *spreadable* e *spreadability*, que podem ser traduzidos livremente como espalhar, espalhável e espalhabilidade. Tais

⁶⁰ No original, inglês (EUA): “Which sees the public not as simply consumers of preconstructed messages but as people who are shaping, sharing, reframing, and remixing media content in ways which might not have been previously imagined. And they are doing so not as isolated individuals but within larger communities and networks, which allow them to spread content well beyond their immediate geographic proximity” (JENKINS; FORD; GREEN, 2013, p. 02).

conceitos estão, na perspectiva dos autores, diretamente conectados à possibilidade técnica e cultural dos usuários atuarem na disseminação das informações. Se, antes das ferramentas de CMC e da transformação cultural estimulada pelos novos meios, as notícias eram comentadas entre familiares, amigos e vizinhos, atualmente, elas são compartilhadas, comentadas e (re)editadas por usuários globalmente distribuídos e conectados. Não há limite geográfico ou temporal que balize a disseminação de conteúdo. Alguns autores têm chamado essa nova forma de “consumir” conteúdo informativo de “experiência social da notícia” (LONGHI, FLORES, 2012; HERMIDA, 2010). Isso pois,

[...] o ato de consumir o conteúdo jornalístico deixa de ser um processo individual e interiorizado. No contexto das RSIs, esse processo inicia quando um leitor necessariamente reage à determinada notícia por meio de interações possibilitadas pelas ferramentas das redes. Ditas interações são sempre publicizadas e podem se dar por meio de manifestações simples como curtir (like), favoritar, compartilhar, retuitar ou interações complexas, como repassar notícias com comentários ou publicar conteúdo original de forma colaborativa (LONGHI, FLORES, 2012, p. 130).

Para a pesquisadora Gabriela Zago (2008a, 2011, 2014) esse movimento de comentar e/ou replicar informações nas redes é definido como um processo de recirculação do material noticioso, ou seja, é uma sub-etapa do processo de circulação jornalística. Nele, o UNE utiliza os diversos espaços sociais “da Internet (como sites de relacionamento, blogs, microblogs, dentre outros), contribuindo para divulgar o link para a notícia, recontar com suas palavras o acontecimento ou manifestar sua opinião sobre o ocorrido” (ZAGO, 2011, p. 63). Sendo assim, uma informação pode recircular através das apropriações e ressignificações as quais está submetida ao ser exposta aos usuários de um SRS. Ou seja,

Da mesma forma como os veículos se apropriam desses espaços para distribuir notícias, também os interagentes podem utilizar sites de redes sociais para comentar – expressar opinião, criticar, reagir com humor em determinados acontecimentos jornalísticos – e para filtrar – postar pequenas notas, links ou manchetes – notícias, vindo a contribuir para uma recirculação jornalística (ZAGO, 2013, p. 213).

Vimos até aqui, a passagem de uma economia da tinta, típica da sociedade da escrita, à economia do *link*, típica da sociedade pós-moderna, pós-industrial, da sociedade conectada em rede, da sociedade da informação, da cibercultura etc. A escassez de espaços à publicação e as dificuldades logísticas de distribuição foram superadas pela economia do *link* onde o compartilhamento é feito em um único clique e os espaços disponíveis à publicação

multiplicam-se diariamente, alterando, sobremaneira, a relação do jornalismo com seu “público-leitor”. Recuero e Zago (2011) dedicaram-se, entre 2008 e 2010, a compreender as apropriações dos SRSs pelo jornalismo e, observando perfis noticiosos no Twitter, concluíram que apenas o material produzido⁶¹ no último ano de pesquisa (2010) chegou a apresentar características de postagens produzidas especificamente para o site de rede social. Se, em um primeiro momento, o que se viu foi a transposição das manchetes dos portais de notícia à *timeline* do SRS, a pesquisa indica que há “uma diminuição na proporção de contas dedicadas ao uso considerado como menos original ‘feed’” e, ao mesmo tempo, “um aumento considerável em duas formas de utilização mais adaptadas às especificidades do Twitter: ‘notícia curta’ e ‘misto’” (RECUERO, ZAGO, 2011, p. 157), ou seja, há um movimento claro de apropriação do meio e, conseqüentemente, de adaptação à linguagem e aos recursos do novo ambiente técnico e cultural. Dessa forma, as autoras concluíram que as apropriações do Twitter pelo jornalismo podem ser postas em paralelo às fases propostas por Mielniczuk (2003), salientando a coexistência dos estágios.

Com base nisso, parece correto afirmarmos que o jornalismo, nos SRSs, apresenta, hoje, diferentes realidades. Os veículos oscilam de uma fase a outra em função da própria capacidade de adaptação técnica, editorial e de seus jornalistas ao ambiente e ao sistema de valores delineado. Ao se observar a atividade jornalística nos SRSs vê-se, ao mesmo tempo (RECUERO, ZAGO, 2011): **(1)** a transposição de conteúdos produzidos para outras mídias, **(2)** a adaptação de conteúdos produzidos para outros meios e, por fim, **(3)** a veiculação de conteúdo original e experimental que busca explorar ao máximo as características do ambiente. Diante dos resultados obtidos, Recuero e Zago (2011) apontam que, a despeito da hodierna convivência, a tendência a longo prazo é que as ferramentas se popularizem e, com isso, sejam apropriadas de forma cada vez mais criativa e eficientes pelas organizações midiáticas. Para Firmino (2009, p. 269), o material jornalístico no Twitter, quando bem construído, possui a capacidade de funcionar como uma pílula informacional que, através de “links, notas curtas e atualizações contínuas, prende a atenção do internauta para as reportagens de maior fôlego e contextualização que serão exploradas nas edições on-line ou impressas”, e atua como um “nó de informação que pode desencadear na expectativa para a leitura das matérias jornalísticas mais aprofundadas sobre o tema em foco do dia”.

⁶¹ Recuero e Zago (2011) identificaram que o material noticioso coletado poderia ser classificado em oito formatos, a saber: *feeds*, alerta, bastidores, cobertura, notícias curtas, programação, pessoal e misto.

Gerada a expectativa de leitura, a atuação dos usuários sobre o material jornalístico colabora à propagação da notícia e repercussão dos textos divulgados. Nos SRSs é comum a formação de “cascatas de informações” acerca de fatos impactantes, pois, em função do próprio formato reticular do organismo social, o comportamento (decisão) de um ator pode influenciar o comportamento de toda rede que o observa, esse fenômeno se caracteriza quando,

[...] temos um tipo de comportamento (ou decisão) que é repetido por vários atores com base na observação dos demais (influência) e não em uma análise a partir das informações recebidas a respeito. Ou seja, as pessoas repetem as informações baseadas no fato de que outras pessoas estão fazendo assim (RECUERO, 2009c, *on-line, s.p.*).

Esse movimento de recirculação (ZAGO, 2011, 2014) da informação auxilia o jornalismo a espalhar o conteúdo de maneira eficiente e indireta. Todavia, os usuários não atuam como meros mensageiros do conteúdo jornalístico, repassando passivamente as informações fornecidas pelos veículos de mídia; eles comentam, editam e, às vezes, rechaçam as informações divulgadas (JENKINS, FORD, GREEN, 2013). Dessa maneira, podemos afirmar que, ao compartilhar ou interferir no conteúdo jornalístico, os usuários abandonam a posição de receptores (como sugeriam os antigos modelos de comunicação) e passam a atuar como filtros sociais (STELNER, 2008) do conteúdo noticioso, substituindo as “conversas de balcão” – que repercutiam as matérias da imprensa tradicional –, pelas curtidas, retuítes, comentários e compartilhamentos.

Dessa maneira, Recuero (2009b) aponta que a relação entre o jornalismo e os usuários nos SRSs sugere pelo menos duas funções ao “público-leitor”, a saber: **(1) usuários como filtros** e **(2) usuários como reverberadores** da informação. O primeiro termo designa aquele sujeito que coleta e repassa o conteúdo dos veículos de mídia, essa filtragem de informações é, segundo a autora, a forma mais comum de difusão de conteúdos atualmente. Já o segundo, o usuário reverberador, aponta à apropriação dos SRSs como espaços de debate e discussão social. Para autora, o fato dos SRSs serem espaços de circulação de informação os leva a tornarem-se o ambiente ideal à reverberação. Dessa forma, um SRS é posto como uma ferramenta que “permite não apenas a difusão das informações, mas igualmente o debate em cima das mesmas” (RECUERO, 2009b, p. 9). É com base em tais indicações que Zago (2011) propõe categorizar as **ações participativas de recirculação da informação jornalística** no Twitter como **filtros** e **comentários**. O primeiro caso indica, segundo a autora, a reprodução, por parte do usuário, do conteúdo jornalístico disponibilizado em seu perfil – esse repasse

pode ser feito de forma mais passiva (sem fazer alterações no material) ou mais ativa (impondo alterações) – e/ou pelo direcionamento, através da inclusão de *links*, à matéria original. O segundo caso, o comentário, se dá quando há uma manifestação evidente da opinião do usuário acerca de um fato noticioso, que é, portanto, avaliado com base em critérios subjetivos do “leitor”.

Seja como for, o certo é que, ao circular no dinâmico ambiente de um SRS, o conteúdo jornalístico assume uma dinâmica idiossincrática que traduz, em parte, o contexto cultural de uso do ambiente. Para Silva Júnior (2008), o jornalismo nos SRSs ganha uma nova dinâmica social, sobretudo, porque deixa de ocupar seu tradicional espaço privilegiado e estático de onde observava o organismo social e passa a integrar uma enorme rede, não-hierarquizada, de produção, circulação e recirculação de informações. Sendo assim, ao mesmo tempo que perde alguns privilégios (concedidos pela sociedade da escrita e pela era moderna), a esfera jornalística ganha, através da interação com as redes sociais, proximidade e familiaridade ante à Rede. Ou seja,

[...] quando as notícias passam a circular nas redes sociais, mais especificamente nos sites de redes sociais, que são os locais técnicos onde se dão essas relações, elas também passam a ter uma dinâmica própria. Primeiro, porque com a internet além das tradicionais organizações jornalísticas, os usuários também podem atuar como produtores, filtros indicadores e reverberadores de informação, potencializando o alcance do texto noticioso. Segundo, porque a notícia é adaptada e reconfigurada constantemente segundo os interesses das organizações jornalísticas e dos usuários que a fazem circular e recircular, respectivamente, a partir das particularidades e especificidades dos locais onde é publicada (SOUSA, 2013, p. 112).

Dessa forma, uma mesma notícia pode, como já vimos, circular por diferentes SRSs e assumir diferentes formatos em função das características de cada ambiente e do comportamento específico de seus usuários. Enquanto a informação se move pelo ciberespaço ela vai sendo transformada, retrabalhada e ressignificada. Destacamos que, conforme indica a própria perspectiva bakhtiniana, o contexto no qual os enunciados transitam interfere, sobremaneira, nos sentidos que serão atribuídos tanto ao seu conteúdo como ao campo envolvido. O que consideramos como a dinâmica noticiosa nos SRSs, portanto, deve ser vista como um processo complexo que envolve as organizações jornalísticas, os usuários-navegadores do ciberespaço e os SRSs. É, em suma,

[...] o movimento do texto noticioso na internet, provocado pela interação dos actantes da rede – instancias como usuários, ferramentas, tecnologias,

códigos, dentre outros – que a reconfiguram constantemente [...] Esta dinâmica envolve além das tradicionais organizações jornalísticas, os usuários destas redes sociais, que se tornam ao mesmo tempo comentadores, distribuidores e responsáveis pela reverberação da notícia pela internet. Esse movimento e essa reconfiguração estão condicionados às características e às particularidades desses espaços, uma vez que são elas que ditam o tipo de conteúdo (texto, imagem, áudio, vídeo) da notícia a circular, e por sua vez criam uma linguagem específica para o texto jornalístico no Twitter, no Facebook e no portal (LONGHI, SOUSA, 2012, p. 525).

Ao empregar o termo “dinâmica”, as autoras destacam uma perspectiva que vai além da circulação e recirculação do conteúdo jornalístico, contemplando as reconfigurações e adaptações às quais as notícias, a esfera e a linguagem jornalísticas estão, inevitavelmente, expostas. Dessa forma, a dinâmica da notícia nos SRSs relaciona-se tanto com a formatação das postagens, quanto com o conteúdo informacional e com as ações ou (re)ações dos demais usuários (SOUSA, 2013). Alertamos, entretanto, que a atuação dos usuários não é ilimitada pois, embora haja grande espaço às apropriações criativas, as ferramentas de comunicação impõem, em função de suas configurações técnicas, algumas balizas que influenciam à atuação dos usuários e à constituição dos rituais que intermedeiam a relação dos atores-membros. Sendo assim, consideramos indispensável aos nossos propósitos, tratar, mesmo que de forma breve, das idiossincrasias do SRS Twitter à atuação dos agentes jornalísticos.

3.2.1 O @jornalismo no #Twitter

Já vimos que, desde de seu aparecimento, o Twitter foi submetido a, pelo menos, duas grandes apropriações: tornou-se, ao mesmo tempo, uma popular plataforma midiática e um dos maiores sites de redes sociais do mundo. De acordo com Raquel Recuero, o Twitter tem se caracterizado por exercer forte influência “na mídia, nos fluxos de informação e pelo papel relevante em diversos acontecimentos políticos” (2014, p. 410). O crescente número de veículos e de jornalistas profissionais atuando na *Twiterville* indica tanto o sucesso da ferramenta à produção e circulação noticiosa quanto a refutação à ideia de que a Web 2.0 marcaria o fim do jornalismo profissional. Mais do que isso, a enorme quantidade de usuários que seguem os perfis de jornalistas profissionais e de organizações midiáticas demonstra que, apesar das possibilidades oferecidas à produção da notícia, a credibilidade historicamente conquistada e legitimada da esfera jornalística ainda exerce alguma influência no “público-navegador”. De acordo com Israel,

a divisão mutuamente excludente entre jornalistas tradicionais e jornalistas cidadãos, talvez não seja o rumo para o qual estejamos indo. Em vez disso, vejo a convergência da mídia tradicional e da nova mídia em um futuro próximo. E vejo grandes possibilidades nessa convergência. Chamo essa convergência de ‘jornalismo entrelaçado’ (2010, p. 165).

Para o autor, o jornalismo entrelaçado ganha vida no interior da sociedade em rede e espaço à expressão no fluxo ininterrupto e globalizado das mídias sociais. Conforme a denominação proposta por Israel, esse novo formato de jornalismo é composto por inúmeros fios que, uma vez entrecruzados, alteram a maneira como as pessoas acessam as informações noticiosas. Para o autor (2010), essa nova forma de se fazer jornalismo entrelaça os seguintes fios: **(1) veículos de mídia tradicionais; (2) jornalismo cidadão; (3) mídia social**. O Quadro 8, abaixo exposto, apresenta cada uma dessas três dimensões:

Quadro 8 – Dimensões do jornalismo entrelaçado

Mídia Tradicional	Organizações que remuneram jornalistas profissionais para que esses apurem e noticiem fatos que sejam relevantes, oportunos, interessantes ou úteis. Suas raízes estão na mídia impressa e de transmissão. À medida que tais organizações passam a coexistir no universo <i>on-line</i> , elas permanecem tradicionais, publicando eventos para obter receitas através de anúncios publicitários;
Jornalismo Cidadão	Atividade informativa exercida por não-profissionais ou jornalistas amadores. Com frequência, esses “repórteres” não especializados deparam-se com fatos que consideram noticiáveis e o compartilham sem visar nenhuma recompensa financeira direta. O jornalismo cidadão não é um fato novo e existe desde o início da história.
Mídia Social	Modalidade que envolve lugares na Internet através dos quais as pessoas se comunicam e colaboram espontaneamente. É a forma mais recente e mais curta dos três fios. Nem tudo que é postado na mídia social tem a ver com reportagem, mas é nela que o jornalismo tradicional e o jornalismo cidadão se tocam e se entrelaçam na própria fibra da mídia social.

Fonte: dados extraídos de Israel (2010).

Ora, se o Twitter se caracteriza como um Site de Rede Social (SRS) cujo uso está intimamente relacionado à informação, não é surpresa que ele tenha se tornado um nicho relevante ao jornalismo contemporâneo e que seja considerado uma importante ferramenta de mídia social. A maneira de informar ganha, no Twitter, novas características e possibilidades, pois, sendo um SRS, permite e facilita a conversação entre usuários e a colaboração à produção e circulação dos conteúdos. É notório, portanto, que os,

Sites de Rede Social foram especialmente significativos para a revolução da mídia social porque vão criar redes que estão permanentemente conectadas, por onde circulam informações de forma síncrona (como nas conversações, por exemplo) e assíncrona (como no envio de mensagens). Redes Sociais

tornaram-se a nova mídia, em cima da qual informação circula, é filtrada e repassada; conectada à conversação, onde é debatida, discutida e, assim, gera a possibilidade de novas formas de organização social baseadas em interesses das coletividades. Esses sites atingem novos potenciais com o advento de outras tecnologias, que aumentam a mobilidade do acesso às informações, como os celulares, tablets, smartphones e etc. Redes Sociais constituídas em fluxos informacionais, refletindo a era da conexão proposta por Manuel Castells [...] Hoje, as redes são os meios e as mensagens da Era da Hiperconexão (RECUERO, 2011, p.15-16) [grifos do autor].

Podemos afirmar, assim, que o Twitter destaca-se tanto como um SRS apropriado, como uma ferramenta de mídia social, pois além de permitir que as informações especializadas circulem livremente, favorece as conversações e discussões que podem, como já vimos, desencadear novas informações e/ou acrescentar/refutar dados do conteúdo divulgado. O valor das informações que circulam pelo Twitter não está, assim, vinculado apenas à origem do relato, mas, principalmente, ao debate que suscita (RECUERO, 2009b). Tal fato contribui à noção que estamos diante de um novo ecossistema midiático onde os SRSs são considerados a “alma do jornalismo” (LONGHI, FLORES, WEBER, 2011, p. 19) e parte fundamental do processo comunicacional. Ao jornalismo atual é essencial, portanto, “fornecer espaços de comunicação e socialização às audiências [...] o objetivo está em captar novos públicos e os converter em audiência nos sites de redes sociais” (LARA, 2008, *on-line*, tradução livre nossa⁶²).

Sendo assim, parece evidente que as organizações jornalísticas estão sendo levadas a reformular suas rotinas, linguagens e posturas. Conforme Lara (2008), três fenômenos contribuem à transformação do jornalismo hodierno, a saber: **(1) o envelhecimento do público das mídias tracionais**, que pressiona a esfera jornalística à aproximar-se dos consumidores mais jovens; **(2) a capacidade expansiva do mercado formatado pelos usuários dos SRSs**; **(3) manutenção da credibilidade** que, em última análise, legitima o campo jornalístico e sua atuação junto à sociedade. Conforme já mencionamos,

[...] o valor de uma informação está sempre associado de forma direta, à credibilidade dela. E a credibilidade de uma informação está associada a quem a reporta. Costumo associar esse valor a três elementos da rede social: autoridade, popularidade e reputação. Esses três elementos, relacionados entre si, são as chaves para a construção da credibilidade (RECUERO, 2009b, *on-line*, s.p).

⁶² No Original, em espanhol: “[...] han de proveer de espacios de comunicación y socialización a sus audiencias [...] el reto estriba en captar nuevos públicos y convertir a sus audiencia en redes sociales” (LARA, 2008, *on-line*).

Nesse sentido, podemos afirmar que a esfera jornalística busca, através de alterações estratégicas, manter sua credibilidade com o público, integrando-se às redes sociais digitais. Destacamos que o valor de autoridade dentro de um SRS está relacionado ao poder que um usuário da rede possui sobre os demais. No contexto de uma mídia social, esse poder está intimamente relacionado à produção de conteúdo, ou seja, a autoridade de um ator depende de sua capacidade de produzir informação e influenciar o restante da rede. Essa autoridade, entretanto, não aparece espontaneamente, ela é concedida e construída através da combinação de diferentes qualidades como a popularidade e a reputação.

A **popularidade** de um ator mostra o quão central ele é na rede. Isso se traduz, no contexto específico do Twitter, em uma pessoa que possui muitos seguidores e/ou segue muitas pessoas (em relação à média dos demais usuários). Todavia, a popularidade de um determinado ator não se traduz necessariamente em autoridade dentro da rede. O fato de um nó estabelecer um grande número de conexões, não representa, automaticamente, que ele exerça alguma autoridade sobre os demais. Sendo assim, o fato de um perfil do Twitter possuir muitos seguidores não significa que ele tenha alguma influência sobre os que o seguem. “Há twitter cujo poder de influência é muito grande (por exemplo, uma boa parte de suas mensagens é repassada na rede), mas que não necessariamente são aqueles mais conectados” (RECUERO, 2009b, *s.p*). Já a **reputação** é, como vimos, um valor relacionado à impressão que os demais membros da rede têm de um dado ator. Tal impressão é reflexo das ações, das mensagens e das impressões subjetivas que o usuário deixa na rede. Assim, não causa estranheza a afirmação de que, embora sendo uma ferramenta aberta à veiculação de informações por qualquer usuário, no Twitter, as notícias veiculadas por empresas tradicionais de mídia – como a Globo.com, por exemplo –, exerçam maior autoridade. A reputação da empresa lhe garante, *a priori*, maior **autoridade**. Em suma, podemos afirmar que a relação entre a popularidade, a reputação e a autoridade de um ator culmina na consolidação de sua **credibilidade**. Alertamos, assim, que

[...] Ainda que se possa ver o jornalismo como uma rede complexa de diferentes atores que contribuem para apuração, produção e circulação de notícias, o peso e o papel desses atores varia conforme o acontecimento jornalístico sendo noticiado, com uma óbvia inclinação para que o peso maior recaia sobre veículos jornalísticos tradicionais, os quais costumam atuar como *hubs*, ou conectores, durante grandes acontecimentos jornalísticos (ao serem constantemente referenciados como fonte das notícias, cf. Recuero, 2011). Acontecimentos de menores proporções, por sua vez, podem depender de pessoas comuns para iniciarem sua apuração

e/ou produção. Independente da proporção do acontecimento, todos os tipos de atores da rede contribuem para o espalhamento da informação, tanto a partir da postagem de links, quanto a partir da postagem de comentários ou avaliações acerca dos acontecimentos, os quais, ao serem acessados, contribuem para a circulação de narrativas sobre o acontecimento que suscitou a notícia (ZAGO, 2014, p. 46).

De acordo com o analista de tecnologias e mercados, Ross Dawson (*on-line*)⁶³, o impacto do Twitter sobre a atividade jornalística se dá, fundamentalmente, sobre cinco pontos. O primeiro deles está relacionado à capacidade do Twitter em funcionar como um plantão ininterrupto e global de informações “aqui, agora”, alterando a própria percepção temporal e espacial dos leitores, que sentem-se conectados ao mundo todo, o tempo todo. O segundo, diz respeito ao compartilhamento de dados iniciais que, por não serem sempre confiáveis, abrem espaço à exploração e checagem do relato através do cruzamento de dados entre atores de maior e menor credibilidade. Já o terceiro ponto aborda a ampliação na competitividade entre organizações midiáticas em função da crescente velocidade de publicação, a outrora busca pelo “furo” tornou-se, hoje, a busca pelo “imediatismo”. Relacionando-se com o terceiro ponto está a busca pelo equilíbrio entre a agilidade no repasse da informação e a confiabilidade dos dados apresentados aos “leitores” que, por sua vez, estão cada dia mais habilitados a confrontá-los. O quinto e último ponto apresentado por Dawson é, precisamente, a simbiose entre a “esfera jornalística” e o “universo social”. Se é através do Twitter que as pessoas acessam os veículos de mídia, também é por meio dele que os veículos jornalísticos têm acesso aos sentimentos e às demandas sociais que podem alimentar e garantir as chamadas *breaking news* (notícias de última hora). No jornalismo em rede,

[...] os usuários são cada vez mais ativos. Não apenas consomem informações: também comentam, avaliam, recomendam, compartilham links, dentre outras atividades. Cada vez mais o leitor passa a exigir que o jornalismo seja mais interativo, mais conversacional. E isso demanda dos jornais uma produção mais voltada para os interesses e perfis de seu público (ZAGO, 2014, p. 47).

As idiossincrasias da prática jornalística no Twitter são, em suma, reflexo tanto das apropriações societárias, como, também, das especificidades técnicas da ferramenta. Cientes disso, apresentaremos nos próximos parágrafos as principais especificidades da ferramenta e sua influência sobre às práticas jornalísticas conforme as indicações encontradas, especialmente, em Zago (2008b). Para a autora, a primeira característica do Twitter que

⁶³ Vídeo disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=1-q8NLbY-Cg>>.

merece ser ressaltada é a **possibilidade de atualizar e de receber atualizações através de dispositivos móveis**, facultando aos usuários o acesso e o envio de mensagens em tempo real e, ao mesmo tempo, alterando as rotinas tradicionais do campo jornalístico. Outra peculiaridade é a **limitação das mensagens a 140 caracteres**, o mesmo número disponível às mensagens via SMS (*Short Message Service*). Essa característica faz com que a produção de conteúdo à plataforma precise ser pensada e adaptada. Associada à disposição cronológica inversa, a limitação de caracteres favorece a cobertura jornalística no estilo minuto a minuto. De acordo com Zago (2008b, *on-line*),

a eventual superficialidade das atualizações em uma ferramenta com limitação de caracteres pode ser compensada pelo fato de que se pode aprofundar as informações através de hipertextos, a partir da oposição de links que apontem para espaços que completem a informação.

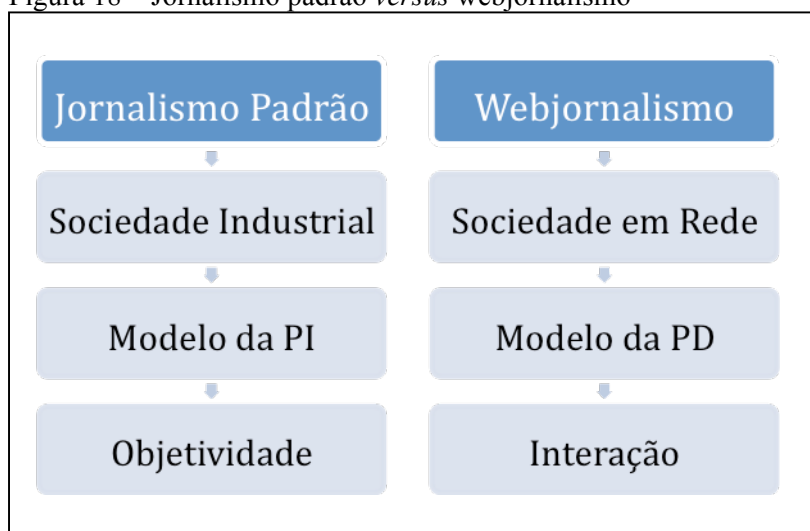
Destacamos que a utilização de *links* pressupõe que a informação compartilhada não é um dado “novo”, ou seja, já há informações prévias disponíveis em outros espaços (portais, websites etc.). Assim podemos dizer que a mera presença de um elemento hipertextual repassa, de forma muito concisa, relevantes informações à rede. Uma vez familiarizado à linguagem da ferramenta, o usuário extrai e decodifica significados inacessíveis àqueles que não estão alfabetizados à linguagem específica do ambiente. Quando tratamos de um tuíte jornalístico, portanto, podemos afirmar que a presença do *link* sugere que os valores-notícia de atualidade e novidade não estão plenamente contemplados na publicação.

Outra característica que devemos destacar é a **atualização automática** possibilitada por sistemas “auxiliares”, criados a partir da manipulação da API do Twitter. Tais ferramentas permitem a transposição do conteúdo RSS *feeds*, organizados em outros espaços da Web, para contas do Twitter. Alguns sites utilizam mecanismos para que essa transposição de conteúdo seja efetuada automaticamente. Entretanto, essa forma de uso não explora as capacidades da ferramenta uma vez que não prevê uma rotina produtiva adaptada ao meio. Sobre o uso de RSS, Zago (2008a, *on-line*) comenta que:

trata-se de uma possibilidade interessante, na medida em que possibilita aos veículos jornalísticos terem presença na ferramenta Twitter sem que efetivamente precisem produzir um conteúdo específico para ser veiculado na ferramenta. Entretanto, ao apenas reproduzir o conteúdo do site do jornal, não se cria algo propriamente novo: usa-se o Twitter como um mero suporte para leitura e acompanhamento de *feeds*, resultando em um produto jornalístico bem mais característico da primeira fase do webjornalismo.

Por fim, a última característica que iremos abordar é a já mencionada configuração do **Twitter como um site de rede social na Internet**. Essa especificidade da ferramenta, também apropriada pela prática jornalística, permite a comunicação entre os seguidores de um perfil e o proprietário da conta. Essa, provavelmente, é a principal qualidade catalisadora de mudanças ao jornalismo praticado no Twitter em função do potencial para alterar a relação entre o público e o veículo/jornalista. É, portanto, por meio do conjunto de todas as características apresentadas que o Twitter tornou-se um suporte potencial às novas formas de produção, apropriação, divulgação e repercussão dos conteúdos jornalísticos, podendo ser considerada uma das ferramentas de CMC mais importante para os webjornalistas.

Figura 18 – Jornalismo padrão *versus* webjornalismo



Fonte: produção nossa.

Com base, portanto, em tudo que fora exposto neste capítulo, podemos dizer que a esfera jornalística (incluindo suas rotinas, produtos e agentes) passou por mudanças substanciais que perpassam desde os equipamentos e conhecimentos técnicos empregados à produção de conteúdo até o modo de se relacionar, observar e se posicionar dentro do corpo social. Assim, conforme ilustra o Figura 18, enquanto jornalismo padrão representou os valores da sociedade industrial (da escrita), formatando seus produtos através de modelos hierarquizados (PI) para alcançar a objetividade (considerada o portal à verdade dos fatos); o webjornalismo parece encarnar o espírito da sociedade em rede, oferecendo um modelo narrativo mais horizontalizado e mais voltado à interação. Cremos que a adoção e o emprego de ferramentas de CMC, especialmente, do Twitter traduz muito bem as principais transformações do campo jornalístico, as quais esperamos ter aludido satisfatoriamente ao

longo deste capítulo. Recorremos as palavras de Lemos para resumirmos o atual universo no qual está inserido nosso objeto de estudo:

A partir das últimas décadas do século XX surge, com as redes telemáticas mundiais e com a popularização dos microcomputadores (a sociedade da informação), um novo formato de consumo, produção e circulação de informação que tem como característica principal a liberação do pólo da emissão, a conexão planetária (participação e colaboração) de conteúdos e pessoas e, conseqüentemente, a reconfiguração da paisagem comunicacional (Lemos, 2003). Esta reconfiguração se dá pela instituição de um novo sistema (aberto, “todos – todos”, independente), que chamarei de “pós-massivo”, em tensão com o sistema clássico caracterizado pelo fluxo “um – todos” da informação para as massas. Temos agora, neste começo de século XXI, um sistema infocomunicacional mais complexo, onde convivem formatos massivos e pós-massivos. Emerge aqui uma nova esfera conversacional em primeiro grau, diferente do sistema conversacional de segundo grau característico dos *mass media*. Neste, a conversação se dá após o consumo em um rarefeito espaço público. Naquele, a conversação se dá no seio mesmo da produção e das trocas informativas, entre atores individuais ou coletivos. Esta é a nova esfera conversacional pós-massiva (LEMOS, 2009, p.10).

A relação do Twitter com o jornalismo é muito recente e, portanto, seria irresponsável tecer previsões ou afirmações consistentes acerca do futuro dessa parceria. Tudo que podemos compor de forma segura é que o Twitter está ganhando espaço como suporte de mídia social. As notícias, hoje, são construídas, produzidas, apropriadas e ressignificadas em função das novas possibilidades de interação e comunicação pós-massiva surgidas nas redes de interação que navegam e modelam o ciberespaço, integrar-se com essas redes parece ser o novo foco do jornalismo e, possivelmente, sua melhor alternativa. Vimos, ao longo deste capítulo, algumas das inúmeras alterações incitadas pelo aparecimento das ferramentas de CMC à estrutura noticiosa e às práticas jornalísticas. Salientamos que o webjornalismo aparece inculido de características típicas da nova sociedade organizada em rede e do ciberespaço, mesclando a técnica padrão com as novas possibilidades das ferramentas digitais, obedecendo as novas apropriações, exigências e valores que constituem o novo contexto da era informacional. Assim, o macrocontexto da notícia na web abre espaço ao aparecimento de novos modelos estruturais, como o modelo da PD, ocasionando mudanças na técnica estrutural de construção da notícia e na própria cultura do campo jornalístico. Seja com o propósito de divulgar, noticiar ou cobrir um acontecimento, o conteúdo jornalístico veiculado no Twitter insere-se neste novo sistema onde as informações passam a ter valor em função, principalmente, dos processos interativos que são capazes de suscitar.

4 ANÁLISE DISCURSIVA: UM DIÁLOGO SOBRE O TUÍTE JORNALÍSTICO

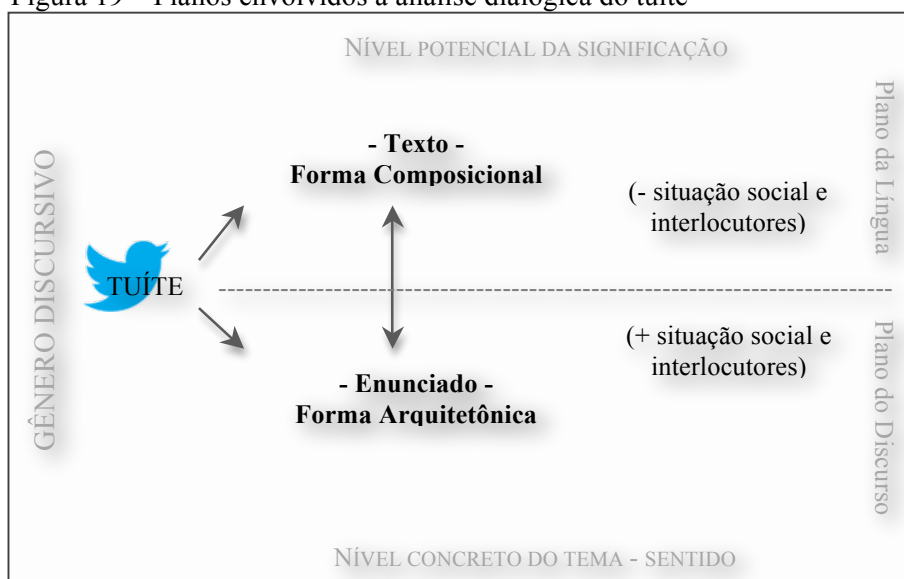
*Toda pesquisa só tem começo depois do fim.
Dizendo melhor, é impossível saber quando e
onde começa um processo de reflexão. Porém,
uma vez terminado, é possível ressignificar o
que veio antes e tentar ver indícios no que
ainda não era e que passou a ser.
(Marília Amorim)*

Abrimos nosso último capítulo alertando que, ao contrário do que se possa imaginar, não faremos, aqui, o fechamento de uma exposição; não ambicionamos, portanto, que as páginas subsequentes apresentem qualquer conclusão. Propomos, sim, abrir **um** diálogo, traçar **um** caminho entre tantos outros; todos, devemos sublinhar, igualmente possíveis. Se fomos minimamente exitosos ao tratar da perspectiva teórico-filosófica e poliautoral do Círculo de Bakhtin, nossa posição não apenas não causará espanto, como se mostrará adequada e coerente ao princípio que sustenta toda visão bakhtiniana acerca da linguagem, ou seja, o dialogismo. Filiamo-nos, assim, àqueles que, como Bakhtin, buscam enxergar o fenômeno estudado e o referencial mobilizado sem, para tanto, engessar o fenômeno, impondo-lhe categorias teóricas pré-concebidas, ou, por outro lado, negar a impreteribilidade de se adotar e fidelizar a uma perspectiva de análise.

Reafirmamos, com isso, que nosso compromisso, neste último capítulo, é traçar uma análise discursiva do tuíte jornalístico por viés bakhtiniano que nos permita refutar ou assumir a hipótese de que os tuítes jornalísticos constituem-se como um gênero discursivo. Essa opção “metodológica”, entretanto, nos coloca diante de uma encruzilhada. De um lado, temos as “expectativas de gênero” típicas da esfera acadêmica, com sua vocação à formalização e objetivação, e, de outro, nosso compromisso com a abordagem bakhtiniana, de base fenomenológica e marxista, que “nega” a aplicação dogmática de teorias e a pura objetivação dos fenômenos. Apropriamo-nos, aqui, das palavras de Sobral que, de maneira irretocável, esclarece que “o ‘método’ do Círculo de Bakhtin consiste em não ‘aplicar’ teorias a fenômenos, mas abordar fenômenos mediante uma dada concepção teórica, e, respeitando os termos desses fenômenos, constituí-los em objetos a ser analisados” (2009, p. 136). Conforme o autor, portanto, nosso compromisso fundamental, uma vez engajados à abordagem do Círculo, deve ser mostrar, através da análise, que todo texto é mobilizado por um dado discurso, que, por sua vez, é invariavelmente interpelado por algum gênero e que “por isso o texto só faz sentido e articulado à sua inserção discursiva e genérica” (p. 137).

Ao falarmos de tuíte estamos, é claro, nos referindo a um tipo de texto, um objeto material que mobiliza uma certa composição e um certo conjunto de “signos” que lhe são típicos. Ele poderia (como, muitas vezes, o é) ser apresentado, portanto, como um formato multimodal de texto, limitado a 140 caracteres, que é utilizado para comunicação via Twitter. Entretanto, a assunção dessa “concepção” negligenciaria a dimensão discursiva que viabiliza a compreensão do objeto enquanto “produto” de ações comunicativas reais, condenando-o a abstração do “mundo das ideias” e das “formas imutáveis”.

Figura 19 – Planos envolvidos à análise dialógica do tuíte



Fonte: produção nossa.

Assim sendo, sentimo-nos obrigados a mobilizar recursos metodológicos que, sabemos, forçam os limites das abordagens acadêmicas mais formais, para nos mantermos fiéis à perspectiva que nos orienta e, ao mesmo tempo, traduz nosso olhar sobre os fenômenos, os objetos e a vida. Faremos, portanto, neste capítulo, a **sistematização** de nossa pesquisa, não o exame dogmático e pormenorizado de todo *corpus* que tende a buscar encontrar números à confirmação de teorias, abstraindo os fenômenos para transformá-los em “dados”. Assim, iremos, primeiramente, descrever os procedimentos adotados, lembrando, a tempo, que visando compreender os tuítes jornalísticos sob as lentes bakhtinianas que tratam dos gêneros discursivos, nos é preponderante atender, conforme sugere Sobral (2006), os seguintes pontos:

1. Determinar em que esfera(s) de comunicação situa-se o gênero, a fim de descrever sua forma específica de realização de atos discursivos num dado momento histórico.

2. Descobrir o que confere, no âmbito da esfera, uma dada característica ao gênero, reconhecendo com isso que esfera e gênero se constituem mutuamente.
3. Examinar à luz disso discursividades⁶⁴ e textualidades⁶⁵ manifestas em um mesmo gênero, bem como, para fins de contraste, examinar discursividades e textualidades presentes em outros gêneros.

Dito isso, indicamos que as etapas metodológicas que nos guiarão ao longo deste capítulo, serão, portanto, inspiradas às indicações de Sobral (2006) que, diante da inexistência de uma metodologia consolidada de análise do gênero, propôs, em sua tese de doutorado, uma proposta de análise enunciativa/discursiva do ponto de vista do gênero. O ponto central do trajeto sugerido pelo autor é, ao nosso olhar, a sugestão de uma abordagem “genérico-holística” que, em outras palavras, não reduz o estudo genérico ao texto ou ao enunciado/discurso *per se*, nem considere o gênero como pressuposto, mas trabalhe com todas essas dimensões do ponto de vista do gênero. É, pois, na materialidade do texto que encontram-se as “macro-marcas” do gênero, que, por sua vez, mobilizam as formas textuais via discurso/enunciado. Nas palavras do autor, embora, a transdisciplinar concepção bakhtiniana de linguagem e de discurso não proponha uma metodologia, oferece princípios metodológicos passíveis de, “evitando o teoreticismo que mata a singularidade e o empirismo que mata a generalidade”, promover uma proveitosa união entre o singular e o geral, ou seja, “o respeito a especificidade de cada discurso/gênero/texto e a generalidade que faz dele membro de uma dada categoria de discurso/gênero/texto e, no limite, da categoria discurso/gênero/texto” (SOBRAL, 2009b, p. 87). Assim, resumimos as etapas da referida proposta de Sobral (2006) da seguinte forma: **(1) descrição** – foca no levantamento dos componentes da materialidade textual do objeto; **(2) análise** – com base do que foi descrito, arrola dados do ponto de vista das dominantes discursivas, ou seja, os elementos da materialidade que são aparentemente privilegiados no projeto enunciativo do autor; **(3) interpretação proposta** – reúne todos os dados, com destaque para os elementos contextuais, a fim de traçar um quadro possível da relação entre projeto enunciativo, as modulações do projeto enunciativo no decorrer de sua realização e o produto final. Tais etapas constituem, segundo Sobral (2006), uma dimensão de microanalítica (que visa explicar os mecanismos de

⁶⁴ Sobral (2006) utiliza o termo discursividades ao se referir a traços comuns de conjuntos de discursos.

⁶⁵ Sobral (2006) designa como textualidade, ou textualização, os aspectos linguístico-textuais estritos dos textos, abrangendo recursos de coesão e coerência, sintaxe etc., entendidos como componentes da superfície aparente/material do discurso.

construção dos sentidos do discurso) que atua a favor de uma macro-análise capaz de demarcar o objeto estudado do ponto de vista de sua inserção sócio-histórica.

Cientes de sua origem natureza bakhtiniana, não poderíamos tomar os procedimentos sugeridos pelo autor como fórmulas ou categorias, mas apenas como uma orientação que pode, e deve, ser adaptada e apropriada às necessidades específicas trazidas pelo fenômeno, pelo objeto e, claro, pelo projeto enunciativo deste estudo. Isso posto, partimos à apresentação dos procedimentos metodológicos adotados à seleção e constituição (momento pré-análise), e, na sequência, passaremos às três etapas envolvidas à exploração do *corpus*: descrição, análise e interpretação. Trabalhamos a partir do hodierno fenômeno de, em suma, assunção do ciberespaço/web e das ferramentas de comunicação mediada por computador (CMC) às práticas comunicacionais humanas – focando na atividade jornalística e, especialmente, no @jornalismo, através da exploração de seu produtos mais imediato – o tuíte jornalístico.

4.1 PRÉ-ANÁLISE: PRIMEIROS PASSOS À DEFINIÇÃO DO *CORPUS*

Vimos no decorrer deste trabalho que o “saber de reconhecimento”, compartilhado pela “comunidade interpretativa” dos jornalistas ou simplesmente pela esfera jornalística, foi, ao longo da história, o fator determinante para que um acontecimento passasse ao *status* de notícia. Assim, para que um texto fosse reconhecido como relato noticioso, habilitado a “informar” e/ou “formar opinião”, necessitava passar pelo domínio da esfera jornalística onde uma série de procedimentos técnicos (“saber de narração”) extraía, ou assim acreditava-se, a subjetividade da narrativa, reproduzindo o fato de maneira objetiva, isenta e, portanto, genuinamente (e discursivamente) jornalística. Ao conjunto de recursos e estratégias linguísticas empregadas à construção do texto noticioso deu-se o nome de “jornalês”, a linguagem padrão do jornalismo (TRAQUINA, 2008). Lia Seixas (2009), concentrando-se na importância do enunciador, propõe que as composições discursivas da esfera jornalística sejam divididas em: (1) **gêneros discursivos jornalísticos** – cujos enunciadores pertencem à esfera jornalística –; (2) **gêneros discursivos jornalísticos** – o enunciador não faz parte da instituição. Cientes de tais compreensões, delimitamos como enunciados habilitados ao nosso estudo apenas àqueles oriundos de veículos jornalísticos ou profissionais do campo e, claro, emitidos através do SRS Twitter.

Dito isso, apontamos como objeto de estudo deste trabalho, o **tuíte jornalístico**, definido, a princípio, como todo e qualquer produto da fala jornalística de referência (ou profissional) no Twitter. Assim, nosso *corpus* de análise será composto por todos os tuítes

produzidos pelos atores selecionados dentro do período estipulado à coleta, a saber: do dia 01 de dezembro ao dia 05 de dezembro de 2015. Foram selecionados ao monitoramento os três maiores jornais⁶⁶ brasileiros com contas ativas no Twitter. Estabelecendo os seguintes critérios à filtragem: (1) ser reconhecido como veículo jornalístico; (2) possuir conta no SRS Twitter há, pelo menos, um ano (a contar da data de início do monitoramento); (3) não estar limitado à cobertura de um único tema ou editoria e, por fim, (4) possuir um total de, no mínimo, 30 tuítes publicados ao longo do mês precedente ao período de coleta, ou seja, novembro de 2015. Sendo assim, orientados pelos dados mais recentes, divulgados pela Associação Nacional de Jornais (ANJ), selecionamos os três maiores jornais brasileiros – definidos pela média de circulação da versão impressa e da digital – com perfis ativos no SRS Twitter e que obedecessem aos critérios dados, à constituição de nossos sujeitos de análise.

Figura 20 – Ranking dos maiores jornais impressos do Brasil

RANK	TÍTULO	UF	MÉDIA DE CIRCULAÇÃO IMPRESSO +DIGITAL	VARIAÇÃO 2013-2014
1	FOLHA DE S.PAULO	SP	351.745	19,31%
2	O GLOBO	RJ	333.860	24,79%
3	SUPER NOTÍCIA	MG	318.067	5,16%
4	O ESTADO DE S.PAULO	SP	237.901	1,29%
5	ZERO HORA	RS	210.661	14,59%




Fonte: tela capturada do site da ANJ⁶⁷.

Assim, conforme aponta a Figura 20, foram cooptados à nossa pesquisa os jornais: “Folha de S.Paulo” (FSP), também chamado de a “Folha”; “O Globo”; e “O Estado de S. Paulo”, ou simplesmente “Estadão”. Embora o *ranking* da ANJ poste o jornal mineiro “Super Notícia” como terceiro maior jornal do Brasil, não encontramos, durante o período de coleta, um perfil ativo do veículo no SRS Twitter. Em conformidade aos critérios adotados, tivemos, portanto, que negligenciar sua colocação e partir à seleção do quarto colocado, ou seja, o jornal Estado de S. Paulo. Assim, organizamos os sujeitos de pesquisa da seguinte forma:

⁶⁶ Destacamos que restringimos, aqui, o termo “jornais” aos veículos de mídia impressa.

⁶⁷ Dados disponíveis em: <<http://www.anj.org.br>>.

Quadro 9 – Definição dos sujeitos de pesquisa

	Sujeito 1 (S1)	Folha de S.Paulo	@folha
	Sujeito 2 (S2)	O Globo	@JornalOGlobo
	Sujeito 3 (S3)	O Estado de S. Paulo	@Estadao

Fonte: produção nossa.

Dito isso, destacamos que todos os tuítes postados pelos jornais foram coletados através de uma ferramenta específica, o Tweepy.Org, que permite tanto a extração dos dados como sua posterior exportação ao Microsoft Excel, software empregado à organização dos tuítes. Esses, por sua vez, ao serem trazidos ao corpo desta pesquisa estarão, a fins de organização e clareza, identificados através da sequência “Tuíte X” + “(Sujeito X)”, que aparecerá assim: T2(S3), ou seja, o objeto em questão seria o “tuíte 2” do “sujeito 3” (@Estadão). Ressaltamos, mais uma vez, que os tuítes são dispostos em ordem cronológica inversa, dessa maneira, nosso “tuíte 2” aponta ao penúltimo tuíte publicado pelo perfil do Estadão no dia 5 de dezembro de 2015, última data à coleta. Voltamos a sublinhar que nosso objetivo não será a apresentação a apresentação pormenorizada do *corpus*, mas, grosso modo, trazer, com base na análise feita após recorrentes visitas, as percepções extraídas, apresentando alguns exemplos representativos e/ou ilustrativos.

Tendo definido os sujeitos de pesquisa e colhido o material a ser explorado, nos concentraremos, primeiramente, na especificação das idiossincrasias que definem cada um dos perfis envolvidos, identificando-os no que diz respeito a sua identidade, linha editorial, organização interna, relação com empresas midiáticas etc. Tal (re)conhecimento é fundamental ao estudo dos gêneros discursivos uma vez que o autor do enunciado (o enunciador) é, muitas vezes, o “princípio de acabamento do tema do enunciado, realizado no plano de uma única consciência, a do autor [...]” (GRILLO, COSTA, 2013, p. 156). Nas palavras de Bakhtin,

Ao falar, sempre levo em conta o fundo aperceptível da percepção do meu discurso pelo destinatário: até que ponto ele está a par da situação, dispõe de conhecimentos especiais de um dada campo cultural da comunicação, levo em conta suas concepções e convicções, os seus preconceitos (do meu ponto de vista), as suas simpatias e antipatias – tudo isso irá determinar a ativa compreensão responsiva do meu enunciado por ele. Essa consideração irá

determinar também a escolha do gênero do enunciado e a escolha dos procedimentos composicionais e, por último, dos meios linguísticos, isto é, o estilo do enunciado (BAKHTIN, 2003, p. 302) [grifo do autor].

Após identificarmos os envolvidos em nossa pesquisa, estaremos aptos à exploração dos enunciados jornalísticos, ou seja, dos tuítes jornalísticos. Esse percurso será, claro, guiado pelas dimensões dialógicas empregadas pelo Círculo e seus leitores ao tratar dos gêneros discursivos – ou seja, a construção/forma composicional; o conteúdo temático; o estilo e a forma arquitetônica –, partindo da materialidade textual dos enunciados, do texto, e chegando a inscrição deste em discurso e gênero. Isso, pois o que confere sentido ao texto é, nas palavras de Sobral,

sua convocação em discurso/pelo discurso no âmbito de algum gênero, o que implica uma dada esfera de atividades e uma dada maneira social-histórica-ideológica de recortar o mundo, ou melhor, a parcela concebível do mundo no âmbito de cada esfera. O que mobiliza esses tipos de texto são as estratégias discursivas, os funcionamentos discursivos, o projeto enunciativo (que vai além das ‘intenções comunicativas’), que lhes impõem inflexões e formas de realização/estruturação a partir de uma dada arquitetônica, de um dado ‘projeto de dizer’, que constitui o arcabouço no qual os famigerados tema, estilo e forma de composição unem o histórico do gênero à expressão individual de cada locutor (em sua relação com interlocutores), realizando atos simbólicos (no sentido filosófico amplo de simbólico) que são a um só tempo estáveis e instáveis, objetivos e subjetivos, cognitivos e práticos, textuais e discursivos/genéricos, biológicos e histórico-sociais (2009b, p. 87-88).

Assim, o texto é a realidade material, a pedra-bruta, sobre a qual inserem-se as pistas que nos permitem chegar ao discurso e, conseqüentemente, a forma desse discurso (gênero) mobilizada por uma arquitetura e pelo projeto enunciativo a ela vinculado. Dizemos, com isso, que a análise do objeto-material do tuíte jornalístico é, sim, relevante, mas apenas como ponto de partida à exploração dos elementos discursivos/genéricos (forma arquitetônica e composicional, projeto enunciativo, estilo e tema). Tais dimensões estarão compreendidas dentro das etapas de análise (SOBRAL, 2006, 2008, 2009) que, salientamos, funcionarão apenas bússola à abordagem do objeto que, em sua singularidade, poderá exigir adaptações e procedimentos idiossincráticos. Adaptadas de Brait, tais etapas foram reunidas e resumidas por Sobral a fim propor uma metodologia de análise de gênero do ponto de vista enunciativo, e podem ser compreendidas da seguinte forma: **(1) descrição** – foca no levantamento dos componentes da materialidade textual do objeto; **(2) análise** – com base do que foi descrito, arrola dados do ponto de vista das dominantes discursivas, ou seja, os elementos da

materialidade que são privilegiados no projeto enunciativo; **(3) interpretação proposta** – reúne todos os dados, com destaque para os elementos contextuais, a fim de traçar um quadro possível da relação entre projeto enunciativo, as modulações do projeto enunciativo no decorrer de sua realização e o produto final.

Sublinhamos ainda que, uma vez guiados pela perspectiva bakhtiniana, não é possível travarmos um percurso analítico apartado de uma discussão teórica. Isso, pois, ao contrário do que tem-se visto, o “método” do Círculo de Bakhtin não consiste na aplicação de teorias à compreensão de fenômenos, mas sim em uma abordagem dos fenômenos mediante uma dada concepção teórica que, respeitando as idiossincrasias de cada fenômeno, os constituem em objetos de análise (SOBRAL, 2009A). É, sim, papel do pesquisador reconhecer e atender as requisições do objeto e não simplesmente impor instrumentos genéricos à compreensão sistemática dele. Sendo assim, cremos que, antes de partirmos à exploração do nosso objeto, o tuíte jornalístico, devemos ter o cuidado de apresentar a ferramenta Twitter, ou seja, o canal e o ambiente onde tais enunciados se materializam. Será este o foco do ponto subsequente.

4.1.1 Apresentação da ferramenta: as funcionalidades do Twitter

Como vimos, o Twitter é um site de rede social (SRS) apropriado que, devemos salientar, atende os mais diversos fins, como: interagir com outros usuários, publicar e receber notícias, replicar e discutir conteúdos divulgados na plataforma etc. É representado por um pássaro azul que, segundo Telles (2010), reflete a verdadeira inspiração à nomeação do sistema, o trinado estridente emitido por certo tipo de pássaro para enviar informações e indicar sua localização aos demais membros do bando. Desde sua aparição, o Twitter já foi submetido a tantas finalidades que, hoje, não é incomum ser qualificado como uma ferramenta multifuncional capaz de atuar de maneira eficaz seja como mecanismo mantenedor e expositor de redes sociais, seja como plataforma de mídia social. Surgido em 2006, o Twitter ganhou, conforme destacamos anteriormente, enorme popularidade em função da simplicidade de sua *interface* e da eficácia de seus recursos à exploração das características mais marcantes da chamada *web 2.0*: instantaneidade, interatividade, personalização, hipertextualidade, mobilidade e convergência (MIELNICZUK, 2002).

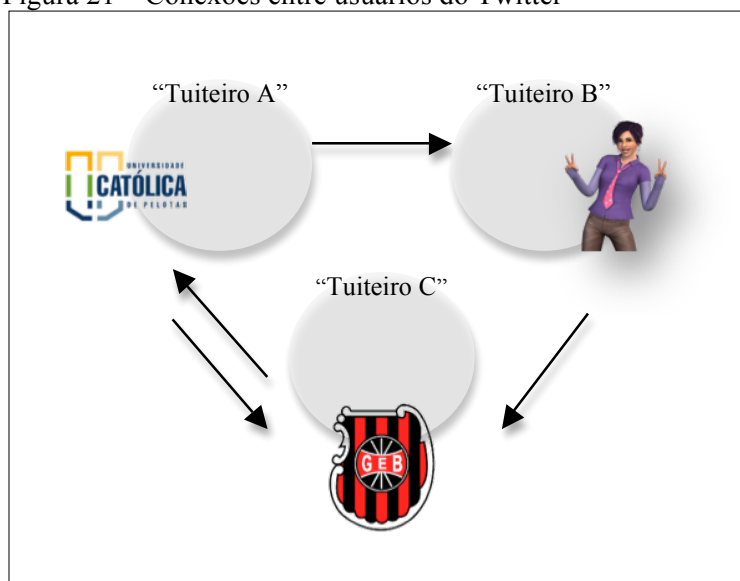
O Twitter foi originalmente concebido como um serviço de atualização de *status* móvel – um modo fácil de entrarem contato com as pessoas que fazem parte de sua vida, enviando e recebendo respostas curtas e frequentes para

uma pergunta: ‘o que você está fazendo?’ Entretanto, quando foi implementado, escolhemos deixar alguma coisa de fora. Para permanecer simples, o Twitter não exigia que as pessoas confirmassem seus relacionamentos. Pelo contrario, deixamos as coisas em aberto: As pessoas, organizações e negócios rapidamente começaram a responder à natureza aberta da rede e compartilhar qualquer coisa que desejassem, ignorando completamente a pergunta original, aparentemente buscando tanto perguntar quanto responder a uma pergunta diferente e mais imediata: ‘o que está acontecendo?’ (TWITTER BRASIL, 2009, *on-line*).

O SRS Twitter funciona basicamente através da publicação de conteúdos (tuítes) que devem ser elaborados em, no máximo, 140 caracteres, o que equivale a uma mensagem de celular. Quando acessa o SRS, o usuário se depara instantaneamente com uma questão: “**O que está acontecendo?**”. Para respondê-la, ele pode enviar seus tuítes através de “*short message service* (SMS), *Instant Messenger* (IM), seja pelo site ou através dos inúmeros aplicativos disponíveis aos *gadgets* móveis, *e-mail* etc. O conteúdo publicado é organizado em ordem cronológica inversa⁶⁸, ou seja, as últimas “tuitadas” (tuítes postados) surgem no topo do fluxo informacional que compõe a estrutura da ferramenta. Para que o “tuiteiro A” receba os tuítes do “tuiteiro B” é necessário que ele o siga, ou seja, torne-se um seguidor (*follower*) do “tuiteiro B”, que pode ou não corresponder a ação. A dinâmica de laços entre os tuiteiros pode ser resumida através da Figura 21, exposta abaixo:

⁶⁸ Pouco antes do fechamento desta pesquisa, em 10 de fevereiro de 2016, o Twitter anunciou através de seu *blog* que fará mudanças na forma de dispor os tuítes na *timeline* dos usuários. Segundo a empresa, o conteúdo da rede de contatos continuará disposto em ordem cronológica inversa, mas será precedido por tuítes pagos que serão distribuídos de acordo com os interesses de cada membro do site. A falta de competitividade do Twitter no que diz respeito a geração de receita publicitária, tem sido um dos pontos mais sensíveis à conquista e manutenção de investidores. Apesar disso, o Twitter garante que a alteração poderá, assim que entrar em vigor, ser desativada pelo usuário através das configurações de sua conta.

Figura 21 – Conexões entre usuários do Twitter



Fonte: produção nossa.

Conforme observamos através da figura exposta, os atores, no Twitter, podem representar tanto uma pessoa, como instituições ou grupos. As conexões não são necessariamente recíprocas e, portanto, não sugerem equidade de laços. Um ator pode, por exemplo, seguir mais de 100 usuários e, ao mesmo tempo, não ser seguido por ninguém. O conjunto de tuítes dos “usuários-seguidos” irá constituir um fluxo informacional personalizado que pode ser acessado tanto pela “linha do tempo” (*timeline*) do nosso hipotético usuário, através da ícone “início” (tela 1 da Figura 22), como através do seu perfil, seu fluxo informacional interno (tela 2 da Figura 22).

Podemos dizer, assim, que cada usuário possui uma linha do tempo personalizada – por ser construída através da seleção individual dos perfis que serão seguidos – e, concomitantemente, exclusiva – já que nenhum outro usuário pode acessá-la. Esse espaço restrito e personalizado serve tanto à leitura responsiva ativa dos tuítes publicados pela rede social seguida, como também ao controle de seus dados, exploração das sugestões de contato oferecidas pelo sistema e acompanhamento dos “assuntos do momento”. Os elementos da página inicial de um usuário (tela 1 da Figura 22), na versão web, são distribuídos em três colunas – à esquerda, estão os dados da conta e a relação dos assuntos do momento; à direita, as sugestão de perfis para seguir e mecanismo de busca; no centro, estão o espaço à publicação de conteúdo e o fluxo informacional constituído pelos tuítes publicados pela rede

social seguida – e um cabeçalho com atalhos para controle interno da conta e acesso ao mecanismo de busca da ferramenta, conforme observamos na Figura 22:

Figura 22 – Telas da *timeline* e do fluxo informacional interno (destacando alguns recursos)



Fonte: Twitter⁶⁹.

Devemos destacar, mais uma vez, que da mesma forma que segue outros usuários, um tuiteiro também é seguido por uma rede, ou seja, ele possui, simultaneamente, uma lista

⁶⁹ As telas foram cooptadas no dia 24 de fevereiro de 2016 em função de uma atualização do sistema que inseriu o botão “moments” à aba superior das telas no final de 2015.

de seguidores (*followers* ou perfis que o seguem) e uma de seguindo (*following* perfis seguidos). Ao acessar diretamente o perfil de um de seus contatos na rede, o tuiteiro depara-se com o “fluxo informacional externo” – conjunto de publicações de um usuário específico –, com a indicação da rede social do sujeito e mais algumas informações acerca de suas atividades dentro do sistema. A divisão das funcionalidades permanece distribuída em três colunas e um cabeçalho. Entretanto, à direita aparecem, agora, os dados de identificação do usuário (com um pequeno texto personalizado de apresentação, descrição, indicação da localização geográfica e da data de adesão ao Twitter) e uma relação dos vídeos e fotos publicados até então. No centro são expostos os tuítes publicados pelo perfil, e, à esquerda, as sugestões de conexões e a lista dos “assuntos do momento”.

Figura 23 – Tela do fluxo informacional externo de um usuário do Twitter



Fonte: Twitter⁷⁰.

Para que haja possibilidade de menção e troca de mensagens entre os usuários específicos, o sistema prevê a identificação interna de cada tuiteiro através do “@TwitterNome”. Dessa forma, quando um usuário deseja dirigir sua fala a outro ou inserir o outro em sua fala, ele insere o “@nomedousuáriodestinatário” no corpo da mensagem ou utiliza o ícone responder, presente ao final de todos os tuítes. Embora mais usual, essa não é a

⁷⁰ Tela capturada em 06 de maio de 2015.

única forma de buscar interagir de maneira direta com outro usuário. O Twitter também oferece a opção de manter uma conversa privada entre usuários por meio das chamadas “mensagens diretas” (*direct message*) ou simplesmente “DMs”.

Mais que oferecer ferramentas que possibilitam a interação dos usuários, o site permanece atento às necessidades e à cultura que se formata em função da apropriação e do comportamento de seus membros. Um bom exemplo dessa dinâmica da rede é a alteração no, hoje extinto, botão “favorito”, que aparecia ao final de cada tuíte. Percebendo que o recurso não havia sido incorporado ao vocabulário da rede, o Twitter optou por, paulatinamente, substituí-lo por um elemento mais amistoso, principalmente, aos tuíteiros inexperientes. O “ícone de estrela”, que representava a ação de “favoritar”, foi substituído, a partir de 2012, pelo atual “ícone de coração”, que indica “curtir”. Mais que uma mudança de forma, o novo botão representou a assunção de um signo externo, ou seja, incorporou parte da linguagem do SRS mais popular do mundo, o Facebook, para facilitar a compreensão e, conseqüentemente, dar sentido à ferramenta, aumentando sua capacidade de gerar valor à rede e seu conteúdo.

Outro recurso importante disponível aos usuários é o “retuíte” (*retweet*) ou “RT”. Esse é um mecanismo que permite que tuítes sejam citados e, portanto, disseminados sem omitir o “autor original”. “Retuitar” uma mensagem é, em suma, repercutir o tuíte de outrem à própria rede social e, dessa forma, espalhá-lo, divulgá-lo para seus seguidores e às redes associadas⁷¹. Alguns autores sugerem que a capacidade de recircular informações de forma bastante simples é uma das maiores qualidades do Twitter e um dos maiores responsáveis pelo sucesso da rede. Gabriela Zago (2011, p. 64) – uma das pesquisadoras brasileiras que mais se debruça sobre o estudo do Twitter e sua relação com o jornalismo –, atesta que o “Twitter possibilita um canal rápido e interativo para a disseminação de informações” e, ao mesmo tempo, favorece a consolidação de uma reputação positiva aos usuários que retuítam informações consideradas relevantes à rede, tornando-se, portanto, uma plataforma potencialmente poderosa à disseminação de conteúdo jornalístico. Isso, pois,

Ao compartilhar uma notícia, o dono de um perfil divulga a informação para seus ‘amigos’ que compõem sua rede de relacionamento. Desse modo, como um filtro, a rede espalha a informação para destinatários/receptores ligados entre si digital e socialmente, transformando os próprios destinatários em enunciadores, pois eles repassam a informação produzida pelos locutores

⁷¹ Chamamos de rede associada a rede social formatada em outro sistema. O Twitter, assim com outros SRSs, permite que seus usuários conectem suas contas aos seus perfis em outras plataformas, o que significa que o conteúdo tuitado será espalhado não apenas entre seus seguidores no Twitter, mas também entre seus amigos do Facebook, por exemplo.

socialmente autorizados. Nas notícias divulgadas pelos perfis virtuais das instituições de informação pelo Facebook, percebe-se a necessidade de abertura da informação à intervenção de seus receptores, que participam do debate sobre a notícia em tempo real, comentando, curtindo e compartilhando (CARVALHO, KRAMER, p. 85).

Se, conforme vimos, o Twitter se configura como um imenso fluxo informacional onde desenrolam-se diálogos, divulgações, disseminações e discussões, é fácil imaginar que a plataforma disponha recursos à organização de tanta informação. A *hashtag* (#) é, sem dúvida, o recurso mais empregado a esse fim, ela funciona através da junção entre o sinal “#” (*hash*) e uma expressão, palavra ou frase significativa (*tag*). O uso das *hashtags* auxilia tanto a interação e a organização de conteúdos, como a disseminação, adesão e “memetização” de um tema, ideia, marca, conceito, eventos etc. Exemplos de *hashtags* mais famosas no Twitter são a: #MusicMonday, usada para sugerir uma música nas segundas-feiras e, por fim, a #FollowFriday ou #FF, criada para que cada usuário sugerisse a sua rede social a outros tuiteiros. A adesão dos usuários a uma *hashtag* ou tema (através da menção de uma palavra) origina e alimenta a lista dos “Assuntos do momento” (*Trending Topics*) ou “TTs”. Há uma versão global da lista dos assuntos mais discutidos e algumas versões mais localizadas, como o “TTBr”, por exemplo, que baseia-se apenas nos conteúdos mais repercutidos no Brasil.

A capacidade de agrupar tantas funcionalidades poderosas a uma *interface* simples e objetiva, levou o Twitter a conquistar não apenas a atenção do “jornalismo tradicional”, mas também espaço privilegiado nas estratégias de comunicação do jornalismo *on-line*⁷². Não é, portanto, de espantar, que as características do Twitter estejam influenciando mudanças em todo processo jornalístico, da apuração dos fatos ao *feedback* do público. Uma das mais recentes atualizações da ferramenta evidencia o caráter midiático e informacional do Twitter e, ao mesmo tempo, sugere a assunção de mudanças impostas à esfera jornalística em função do novo modelo societal, apoiado sobre a infraestrutura dos dispositivos de CMC e sobre a conexão global. Chamado de “*Moments*”, o recurso facilita o acesso as histórias/contéudos mais relevantes na rede naquele instante.

⁷² Podemos considerar veículos de jornalismo *on-line* os sites, os blogs e os portais voltados à divulgação de conteúdos jornalísticos.

Figura 24 – Tela do “Moments”



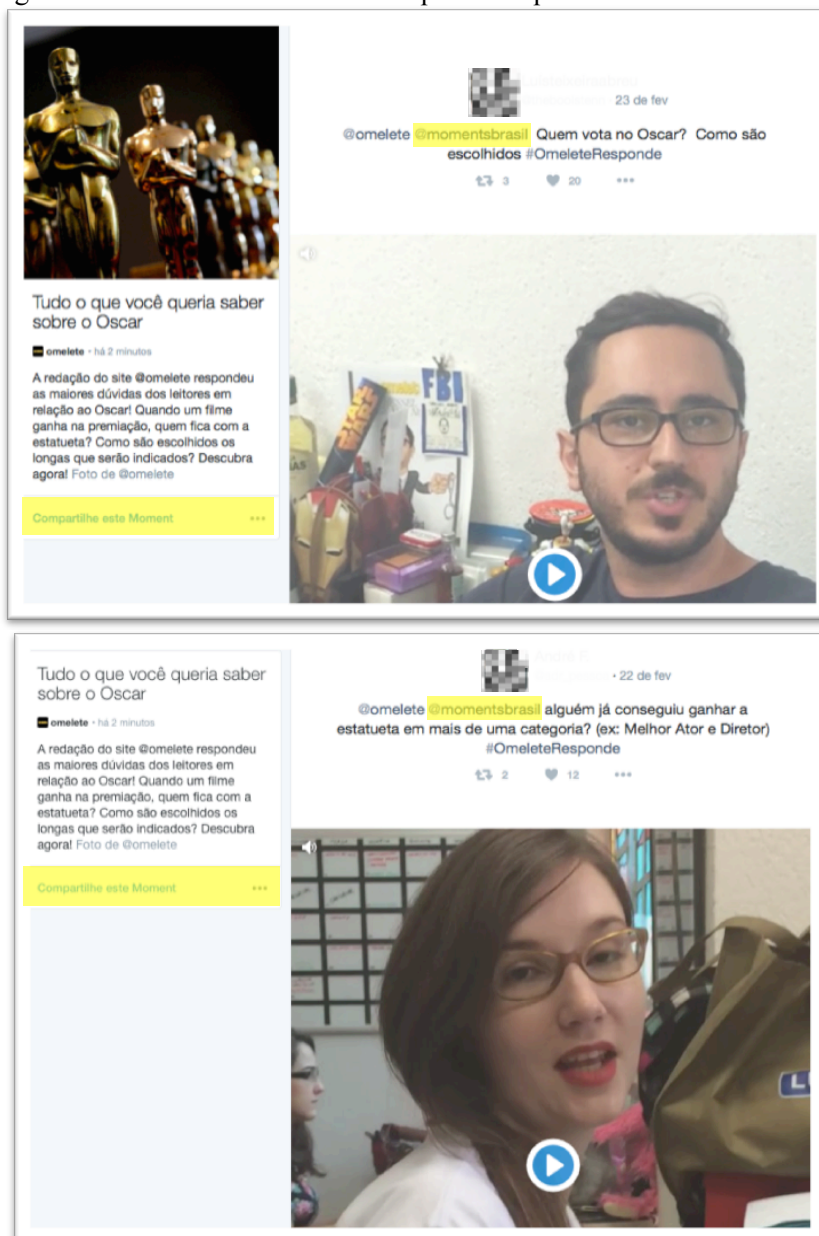
Fonte: Twitter⁷³.

Conforme ilustra a Figura supraexposta, para acessar o *Moments* tudo que o tuiteiro precisa fazer é acessar o “ícone do raio” incorporado à barra de opções, localizada, na versão web, no topo da página. Há também a opção de contatar e seguir o perfil do @momentsbrasil. Segundo declarações publicadas no blog do @TwitterBrasil, em 17 de novembro de 2015, além da lista de assuntos mais relevantes do momento – que é atualizada à medida que surgem novas histórias – “é possível encontrar conteúdos em tópicos específicos, como Notícias, Entretenimento, Esportes e Diversão, que reúne os melhores memes” (TWITTER BRASIL, *on-line*). Uma equipe de jornalistas, liderada pelo diretor editorial do Twitter para a América Latina, Leonardo Stamillo, organiza as narrativas sobre cada evento, ou tópico, a partir dos tuítes publicados por seus usuários. A empresa afirma que os profissionais desempenham o papel de curadores manuais que, sem usar qualquer artifício algorítmico, filtram as informações para facilitar o acesso às narrativas. Perfis de empresas jornalísticas tradicionais, entre elas o @Estadão, também foram convidadas a colaborar com a equipe do *moments*. Outra inovação do recurso, busca ampliar a experiência das coberturas minuto a minuto permitindo que os usuários sigam um *moment* que, enquanto se desenrola, aparecerá

⁷³ Tela capturada em 25 de janeiro de 2016.

na própria linha do tempo dos usuários. Abaixo vemos um exemplo de um *moment* produzido pela equipe do @omelete, colaboradora do recurso, no qual os usuários da rede foram convidados a enviarem perguntas sobre a premiação do Oscar para serem respondidas, em vídeo, pelos integrantes do @omelete, conforme vemos nas telas da Figura 25.

Figura 25 – Telas do *moment* “tudo que você queria saber sobre o Oscar”



Fonte: Twitter⁷⁴.

A nova aplicação do Twitter reforça a ideia de que, atualmente, a esfera jornalística passa por uma reformulação que altera sua função e exige um reposicionamento da instituição

⁷⁴ Telas do dia 26 de fevereiro de 2016. Disponível em: <<https://twitter.com/i/moments/703316523302166528>>.

e de seus membros. A abertura do pólo emissor e a cultura societal pós-moderna, pressiona o jornalismo a ceder seu espaço privilegiado de narrador-mediador da realidade social e a assumir um papel de partícipe do fluxo conversacional da Rede, contribuindo, não determinando, à construção das narrativas noticiosas atuais. Essa nova dinâmica do fazer jornalístico que, reafirmamos, reflete na própria compreensão que a atividade faz de si, é, a nosso ver, especialmente observável através dos tuítes jornalísticos e, claro, dos processos enunciativos que os originam. Partimos, portanto, à apresentação e compreensão dos nossos sujeitos de pesquisa e, na sequência, deste que é o objeto central de nosso estudo: o enunciado jornalístico no Twitter, ou, simplesmente, o tuíte jornalístico.

4.2 DESCRIÇÃO DO OBJETO: O TUÍTE JORNALÍSTICO

Tendo apresentado, mesmo que de forma sucinta, a plataforma Twitter, ou seja, o dispositivo técnico e semiótico que permite a produção dos tuítes, passaremos à descrição do principal foco de interesse deste trabalho, ou seja, o tuíte jornalístico. Devemos considerar, entretanto, que os tuítes a serem explorados são frutos de uma enunciação jornalística e, portanto, inserem-se em uma esfera de comunicação específica e especializada. Essa, por sua vez, atua em um universo singular específico, o ciberespaço ou a web. Ademais, os @locutores dos tuítes são veículos de mídia singulares que possuem um histórico determinado. Assim sendo, traçaremos nossa discussão acerca dos tuítes jornalísticos após uma breve apresentação dos sujeitos envolvidos à pesquisa.

4.2.1 Os sujeitos de pesquisa: @folha, @JornalOGlobo e @Estado

Considerado o jornal (impresso) de maior circulação⁷⁵ no Brasil, a história do nosso primeiro sujeito de pesquisa – a Folha de S.Paulo (FSP), ou simplesmente a Folha – inicia com a criação da chamada “Folha da Noite”, em 1921. Projetada por um grupo de jornalistas, liderados por Olival Costa e Pedro Cunha, a Folha buscava traduzir-se um periódico de textos curtos, com caráter mais noticioso e menos opinativo, centrada, especialmente, à cobertura dos problemas cotidianos dos trabalhadores urbanos da capital paulista. O projeto, em suma, visava criar um contraponto ao principal jornal paulistano à época, O Estado de S. Paulo, considerado representante das tradicionais elites rurais e defensor dos ideais republicanos

⁷⁵ Conforme dados divulgados pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC) em fevereiro de 2014.

(TASCHNER, 1992). Pertencente ao atual “Grupo Folha”⁷⁶ – um conglomerado midiático que atua nos meios impresso, editorial, digital e televisivo – a FSP, apesar de defender, hoje, o apartidarismo, chegou a apoiar a criação do Partido Democrático para fazer frente aos republicanos. A posição do jornal, entretanto, foi revista em 1929, quando passou a repudiar os opositores da aliança liberal, ligados a Getúlio Vargas, aproximando-se dos republicanos. Em 1960, o Grupo Folha uniu seus três maiores veículos – a Folha da Noite, a “Folha da Manhã” (versão matutina da Folha da Noite, criada em 1925) e a “Folha da Tarde” (1949) – em um único jornal, A Folha de S.Paulo.

A Folha de S.Paulo fez história na imprensa nacional ao se tornar o primeiro jornal brasileiro a, em 1995, criar uma versão digital com notícias em tempo real, a “Folha Online” (FOLHA DE S.PAULO, *on-line*). Segundo a empresa, desde então os objetivos do jornal voltaram-se à “criação, a produção e o desenvolvimento de conteúdo jornalístico on-line, além de serviços, com destaque para áreas de interatividade” (FOLHA DE S.PAULO, *on-line*). Atualmente denominado de “Folha.com”, o jornal *on-line* da Folha publica cerca de 500 notícias por dia, essas distribuídas em 19 editorias, que são acessadas por cerca de 17 milhões de visitantes únicos, totalizando 173 milhões de páginas visualizadas a cada mês.

Figura 26 – Tela do perfil do jornal Folha de S.Paulo (sujeito 1) no Twitter



Fonte: Twitter da Folha de S.Paulo⁷⁷.

⁷⁶ O Grupo Folha é um conglomerado de empresas de comunicação, fundado pelo empresário Octavio Frias de Oliveira em 1921.

⁷⁷ Tela capturada em 26 de fevereiro de 2016.

Conforme vemos na Figura 26, supraexposta, a adesão da Folha de S.Paulo ao Twitter se deu em 2008, apenas dois anos após a criação do SRS. Desde então, o perfil da Folha, o @folha, tem atuado fortemente na rede, superando a marca de 221 mil tuítes publicados e de quatro milhões de seguidores. Além do perfil “oficial”, a @folha tem uma série de contas associadas, Figura 27 (exposta abaixo), que tratam de assuntos especializados, ou serviços específicos, como o atendimento aos “leitores”, por exemplo, realizado através do perfil @Folha_Atende. Ademais, somando-se a essa rede existe também os perfis de jornalistas, comentaristas e colunistas que atuam tanto no jornal impresso como no jornal *online*. Feito esse breve resumo acerca do jornal Folha de S.Paulo, devemos salientar que ao longo de nosso período de coleta de dados – vale lembrar, do dia 1º ao dia 5 de dezembro de 2015 – o perfil da Folha publicou um total de 773 tuítes, colocando-se, de forma geral, como o sujeito mais prolífico da pesquisa.

Figura 27 – Exemplo de alguns dos perfis associados da Folha de S. Paulo no Twitter



Fonte: Twitter.

O segundo sujeito (sujeito 2) selecionado à nossa pesquisa e, portanto, o segundo maior jornal do país, de acordo com a Associação Nacional de Jornais (ANJ), o jornal “O Globo”, foi fundado em 29 de julho de 1925 por Irineu Marinho. Após sua morte, apenas 21 dias depois, o comando do jornal passou às mãos de seu filho, o empresário Roberto Marinho. O Globo, único veículo carioca entre nossos sujeitos de pesquisa, voltou-se, desde sua criação, ao público da região metropolitana do estado do Rio de Janeiro (RJ), sendo, em 1972, o primeiro diário de notícia a implantar a circulação dominical. A história do jornal, entretanto, é marcada por outro fato: o apoio dado ao golpe militar de 1964. A postura do jornal foi reconhecida, em 1984, pelo próprio Roberto Marinho em editorial, intitulado

“Julgamento da Revolução”, publicado na capa da edição⁷⁸ de 7 de outubro. Em agosto de 2013, após ser duramente criticado durante as manifestações populares de junho, que levaram milhões de pessoas às ruas no Brasil todo, o jornal O Globo reconheceu o apoio ao golpe militar como um erro, mas afirmou que a postura da empresa fora a mesma adotada, mesmo que de maneira velada, por outros grandes jornais da época.

Desde as manifestações de junho, um coro voltou às ruas: ‘A verdade é dura, a Globo apoiou a ditadura’. De fato, trata-se de uma verdade, e, também de fato, de uma verdade dura. Já há muitos anos, em discussões internas, as Organizações Globo reconhecem que, à luz da História, esse apoio foi um erro [...] A lembrança é sempre um incômodo para o jornal, mas não há como refutá-la. É História. O GLOBO, de fato, à época, concordou com a intervenção dos militares, ao lado de outros grandes jornais, como “O Estado de S.Paulo”, “Folha de S.Paulo”, “Jornal do Brasil” e o “Correio da Manhã”, para citar apenas alguns (O GLOBO, 2013, *on-line*).

Polêmicas à parte, o que podemos dizer ao certo é que, atualmente, o jornal O Globo faz parte do 17º maior conglomerado de mídia do mundo⁷⁹, o Grupo Globo (que reúne a “TV Globo”, a “Rádio Globo” e a “Editora Globo”), o único representante latino-americano a figurar na lista dos 30 maiores da mídia global. A liderança do grupo empresarial, contudo, não o levou a liderar o movimento de migração à web dos canais de notícia. Foi apenas em 1996 que o veículo lançou-se no ciberespaço através do site “O Globo ON”, seguindo o movimento iniciado, ainda em 1995, pelo “Jornal do Brasil” (JB) e acompanhado pelo Grupo Folha. Contudo, a edição digital do jornal O Globo já estreou com conteúdo exclusivo e focado à produção de material diferenciado. A inserção no Twitter veio três anos mais tarde, em 2009. Desde então, o @JornalOGlobo colaborou com mais de 219 mil tuítes e atraiu mais de 4 milhões de seguidores (conforme mostra a Figura 28). Dito isso, destacamos que desses, 728 tuítes foram publicados pelo @JornalOGlobo durante os cinco dias de monitoramento desta pesquisa.

⁷⁸ A capa digitalizada da edição está disponível em:

<<http://www.robertomarinho.com.br/vida/opiniao/brasil/julgamento-da-revolucao.htm>>.

⁷⁹ Dados retirados do relatório da ZenithOptimedia e disponíveis em:

<<http://oglobo.globo.com/economia/grupo-globo-o-17-maior-conglomerado-de-midia-do-mundo-16159426>>.

Figura 28 – Tela do perfil do jornal O Globo (sujeito 2) no Twitter



Fonte: Twitter do jornal O Globo⁸⁰.

Assim, como o perfil da FSP, o @JornalOGlobo também conta com uma rede de perfis associados que funcionam, basicamente, como editorias e, concomitantemente, com perfis de comentaristas, jornalistas e colunistas das versões impressa e digital. Esses perfis correlatos, ao mesmo tempo que produzem material sobre assuntos específicos, auxiliam à alimentação do “perfil principal”, atraindo, conseqüentemente, seus seguidores para a conta do jornal. A Figura 29, abaixo, traz exemplos de perfis associados ao perfil @JornalOGlobo:

Figura 29 – Exemplo de alguns dos perfis associados do jornal O Globo (sujeito 2) no Twitter

⁸⁰ Tela capturada no dia 26 de fevereiro de 2016.



Fonte: Twitter.

O terceiro e último veículo selecionado, sujeito 3 da pesquisa, é o jornal “O Estado de S. Paulo”, ou, simplesmente, “O Estadão”. Lançado ainda durante o período imperial, em 1875 (então chamado “A Província de S. Paulo”), o Estadão é o mais antigo jornal paulistano ainda em circulação. Idealizado por um grupo coordenado por Manoel Ferraz de Campos Salles e Américo Brasiliense durante a Convenção Republicana de Itu, o diário nasceu com a incumbência de combater a monarquia e a escravidão, defendendo os ideais republicanos da época (O ESTADÃO, *on-line*). Um dos maiores marcos em sua história foi sua participação e militância, iniciada em 1927, à criação da Universidade de São Paulo (USP), decretada em 1934.

Figura 30 – Tela do perfil do jornal o Estado de S. Paulo no Twitter



Fonte: Twitter do jornal O Estado de S. Paulo⁸¹.

⁸¹ Tela capturada no dia 26 de fevereiro de 2016.

Dos sujeitos pesquisados, o Estadão foi o mais tardio à incorporação do webjornalismo à rotina produtiva. Somente no ano 2000, após fundir-se com a “Agência Estado” e o “Jornal da Tarde”, que jornal O Estado de S. Paulo ganhou um espaço *on-line*, o portal do Estadão. Em contrapartida, no que tange a adesão ao SRS Twitter o jornal assumiu uma postura vanguardista, abrindo em 2007, apenas um ano após a criação do SRS, seu perfil na rede, o @Estadao. Atualmente, o Twitter do Estado de S. Paulo contabiliza, conforme observamos na Figura 31, cerca de 195 mil tuítes, agregando mais de quatro milhões de seguidores à sua rede. Assim como os demais perfis apresentados, o @Estadao também possui uma rede de perfis segmentados que colaboram e interagem com a “conta central”, gerando, entre outras coisas, visibilidade à conta.



Figura 31 – Amostra de alguns dos perfis associados ao O Estado de S. Paulo (sujeito 3) no Twitter




Fonte: Twitter.

Durante a coleta dos dados, o @Estadao tuitou 473 vezes, tornando-se, à princípio, o perfil com menor número de publicações. Compõem nosso *corpus*, portanto, **1.974 tuítes** publicados, entre o primeiro e o quinto dia de dezembro de 2015, pelos perfis dos jornais Folha de S.Paulo (@folha), O Globo (@JornalOGlobo) e O Estado de S. Paulo (@Estadao).

Tabela 1 – Organização dos primeiros dados extraídos do *corpus*

	Tuítes (dos jornais)	Links (tuítes c/ links)	Retuítes (dos usuários)	Curtidas (dos usuários)
	773	766	25.380	41.509
	média/tuíte		32,8	53,6
	728	717	41.043	60.314
	média/tuíte		56,3	82,8

	473	468	28.977	39.102
	média/tuíte		61,2	82,6
TOTAL	1.974	1.951	95.400	140.925

Fonte: produção nossa.

Conforme aponta o Quadro exposto, pudemos, em primeiro olhar lançado ao *corpus*, observar que, dos 1.974 tuítes jornalísticos coletados, 98,8% (ou 1.951 tuítes) possuíam *links*. A rede de tuiteiros os repercutiram através de 95.400 retuítes e 140.925 curtidas. Uma vez identificados os sujeitos envolvidos à pesquisa, passaremos à apresentação dos dados mais gerais extraídos da materialidade dos textos, evidenciando que, embora relevantes à plena compreensão da questão dos gêneros discursivos, não podem, por si, revelar nada acerca dos enunciados jornalísticos. Antes, entretanto, apresentaremos a estrutura composicional dos tuítes e os recursos técnicos que o diferenciam de outros formatos de comunicação digital. Destacamos que todos os nomes, @TwitterNames e fotos (nítidas) de usuários (considerados pessoas-físicas) foram omitidos das telas/imagens que serão apresentadas, respeitando, assim, a privacidade dos sujeitos.

4.2.2 A estrutura do tuíte jornalístico: uma apresentação formal do objeto

Evidenciamos que a análise proposta não se dá sobre um objeto autárquico, mas sim sobre um partícipe de universos maiores, que o influenciam e, ao mesmo tempo, são por ele influenciados. Dito isso, partimos à descrição da estrutura do tuíte, considerando o formato (com o tuíte selecionado) tradicional idealizado à web⁸², e não as possíveis adaptações a sistemas *mobiles*. Sublinhamos que essa primeira incursão ao objeto buscará focar no nível textual, ou seja, procurará apresentar a composição material do objeto e suas possíveis significações, cientes, entretanto, que ela não pode representar mais do que um ponto de partida à pretendida proposta de análise discursiva a ser desenrolada neste capítulo.

Figura 32 – T1(S1) elucidando a estrutura composicional de um tuíte jornalístico

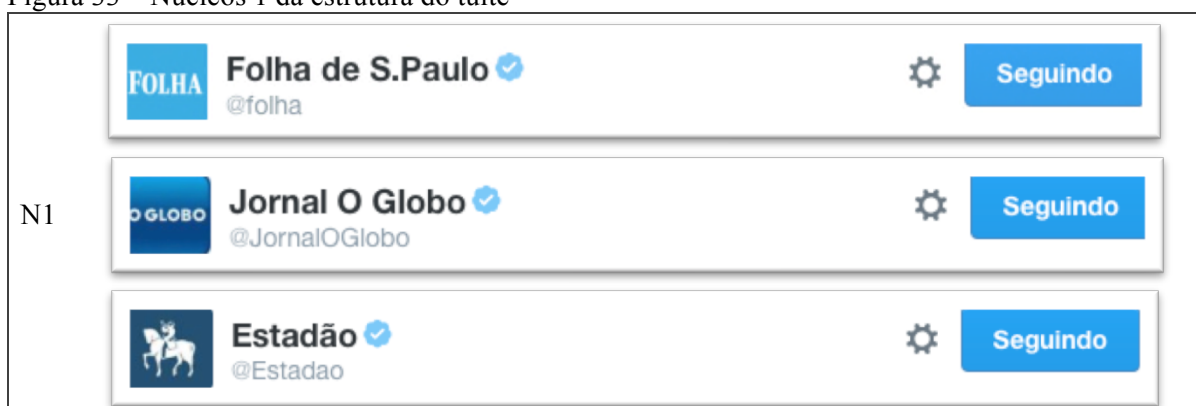
⁸² Salientamos que os tuítes, assim como todas as demais telas apresentadas ao longo deste trabalho, foram visualizados e capturados através de um navegador web, precisamente, o Safari 9.0.3.



Fonte: Twitter.

Feita tal ressalva, partimos a apresentação e observação da Figura 32, supra-exposta, que expõe o *layout* simples comum a todos os tuítes, com fundo predominantemente branco e textos em cinza, azul ou preto, com fonte não-serifada. A organização do tuíte parece distribuir as informações em cinco núcleos básicos: no primeiro, observamos a identificação do enunciador e a indicação da conexão com o locutor; no segundo, a mensagem verbo-textual; no terceiro, a exposição opcional de elemento multimodal, foto ou vídeo; no quarto, aparecem os dados acerca da repercussão do tuíte e a rede de interagentes; e no quinto e último, observamos dispostos os recursos à interação e “controle”, além da indicação da data e horário da publicação. Discorreremos brevemente sobre cada um deles, utilizando, para tanto, os núcleos representativos extraídos do nosso *corpus*.

Figura 33 – Núcleos 1 da estrutura do tuíte



Fonte: *corpus* de análise.

A Figura 33 destaca o primeiro núcleo da estrutura de um tuíte. Nele, encontramos os elementos voltados à identificação do usuário-locutor, a saber: (1) a foto do perfil; ao lado, (2) o nome do usuário (destacado pelo maior tamanho da fonte e escrita em negrito); e, abaixo do nome, o @TwitterNome. No lado oposto, à direita, há a indicação da conexão com o enunciador (seguindo) ou o “botão” que permite adicioná-lo à lista de “usuários seguidos”. Em nosso trabalho, por lidarmos de empresas jornalísticas, a foto dos perfis apresenta a logomarca dos veículos que, em todos eles, mantém as características (cor, fonte, texto, imagem) identitárias adotada nos outros formatos do jornal. Em função da razão apresentada, o nome dos nossos sujeitos são sucedidos por um “selo”, um ícone que certifica a autenticidade do perfil.

Figura 34 – Núcleos 2, extraídos do T1(S1), T121(S2) T11(S3), respectivamente

N2	Chile libera venda de medicamentos derivados da cannabis uol.com/bvgpnW
	Cunha reage a novos ataques de Dilma feitos nesta sexta-feira. glo.bo/1THZHV1
	Aliados de Cunha usam carros de som para pressionar 'vacilões' do impeachment bit.ly/21FtAKR

Fonte: *corpus* de análise.

O núcleo 2 da estrutura do tuíte jornalístico, apresenta o elemento verbo-textual que, lembramos, deve possuir, no máximo, 140 caracteres. No geral, o texto dos tuítes possui uma estrutura sintática muito simples e direta, com os textos jornalísticos, portanto, não poderia ser diferente. A observação dos 1.974 do *corpus*, sugere uma construção concisa, direta e com poucas orações, que é, comumente, acompanhada por um elemento paratextual, o *link*. Além de conectá-lo a outro texto (externo ao Twitter), intertextualizando, se assim podemos dizer, um elemento externo, o *link* também sugere uma relação em que o tuíte é, por assim dizer, um “dito” posterior aquele ao qual está ligado.

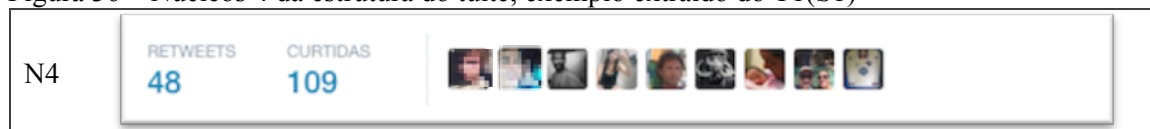
Figura 35 – Núcleo 3 da estrutura do tuíte, exemplo extraído de T1(S1)



Fonte: *corpus* de análise.

O terceiro elemento que se destaca à composição de um tuíte é um elemento multimodal, que pode ser uma foto, um vídeo, uma animação ou uma enquete. A inserção de recursos visuais, fotos e vídeos, ao “corpo do tuíte” (N2 + N3) foi realizado após a popularização da ferramenta, buscando atender o desejo dos usuários e estancar a crescente migração ao Instagram⁸³. A presença desse elemento reforça o caráter verbo-visual de sua composição e, concomitantemente, indica a forte influência dos usuários e da própria web na sua formatação, o que configura, historicamente, uma das maiores características do site.

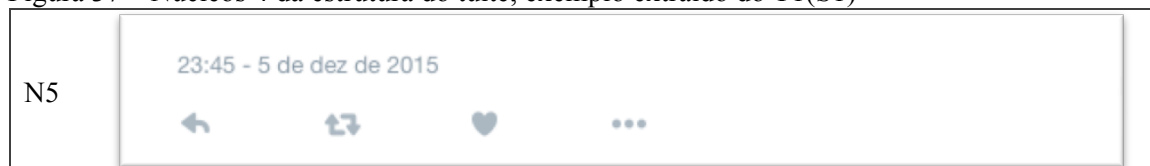
Figura 36 – Núcleos 4 da estrutura do tuíte, exemplo extraído do T1(S1)



Fonte: *corpus* de análise.

O penúltimo bloco a ser apresentado e brevemente descrito, o núcleo 4, apresenta os principais dados acerca da repercussão do tuíte, indicando o número (destacado pela cor azul e fonte maior) de “**curtidas**” (ícone de coração) e “**retuítes**” (ícone de flechas) recebidos. À direita, um linha separa os dados numéricos, da exposição da rede social que realizou as ações, apresenta por meio das miniaturas da fotos de cada perfil.

Figura 37 – Núcleos 4 da estrutura do tuíte, exemplo extraído do T1(S1)



Fonte: *corpus* de análise.

⁸³ Site de rede social voltado ao compartilhamento de fotos.

O último núcleo, expõe o horário e a data, que funcionam como dêiticos temporais da publicação (enunciação); a presença do horário remete à efemeridade e dinamicidade extrema do fluxo informacional do Twitter. Logo abaixo, aparecem os recursos voltados à interação expressa e pública dos “@interlocutores”, sendo estes recursos: “**responder**” (ícone da flecha, à esquerda), “**retuitar**” (flechas, circulação) e “**curtir**” (coração). Já a opção “**mais**” (reticências), abre um submenu (Figura 37, exposta abaixo) que oferece recursos à: (re)circulação privada do tuíte através de uma “**mensagem direta**” a outro usuário; apropriação do texto através da opção “**copiar link para tuíte**”, que permite o compartilhamento com sujeitos e em espaços externos ao site; construção de intertextos a partir do comando “**incorporar tuíte**” que gera um código que permite a incorporação da estrutura do tuíte em um outro texto e/ou ambiente; e, por fim, ao controle do interlocutor por meio das ferramentas “**silenciar**” (omite da *timeline* todas as mensagens do locutor da mensagem) “**bloquear**” (impede o locutor de seguir ou enviar mensagens ao “usuário-leitor”) e “**denunciar**” (aponta à análise do Twitter que o tuíte em questão não interessa à rede, contém imagens impróprias ou é *spam*).

Figura 38 – Submenu do núcleo 5



Fonte: Twitter.

A observação da materialidade do nosso objeto sugere a adesão a uma nova sintaxe, uma microssintaxe específica (SANTAELLA, 2007) que harmoniza com as características do Twitter, voltadas à concisão, instantaneidade, replicabilidade e hipertextualidade. A estrutura básica de um tuíte, portanto, sugere uma comunicação ágil, direta e focada na interação. Vemos que o primeiro núcleo da estrutura de um tuíte é, sem dúvida, um mecanismo de identificação do sujeito enunciador e, ao mesmo tempo, de indicação do contexto do ato enunciativo. A exposição do “@twitternome” e do avatar (foto, logo etc.) caracteriza, no Twitter, aquele que reporta a mensagem, ou seja, o locutor. A mensagem, por sua vez, precisa

ser concisa em função das limitações impostas pelo suporte e pode, ou não, inserir fotos/vídeo à estrutura do texto e/ou *links* para materiais externos, conforme observamos através do segundo e terceiro elementos apresentado no Quadro 10. Há ainda na estrutura do tuíte a disposição dos mecanismos à interação, disseminação e avaliação, a saber: “responder”, “retuitar”, “curtir”, “mais”. Vejamos para que servem e qual(is) a(s) principal(is) função(ões) de cada comando:

Quadro 10 – Funcionalidades de interação, disseminação e avaliação de um tuíte

RECURSOS – AÇÕES		FUNÇÃO	ATUAÇÃO
Responder		Interação	Responde uma mensagem inserindo o @TwitterNome do autor para que ele seja notificado.
Retuitar		Interação/(re)circulação	Faz (re)circular o tuíte de outrem à rede do usuário
Curtir		Interação/avaliação	Indicar a avaliação positiva de um conteúdo da mensagem [tem, entretanto sido apropriado a outros fins, como para salvar o tuíte na lista de curtidas, facilitando o acesso a ela].
Mais	Mensagem Direta	Disseminação/interação	Envia o tuíte a outro usuário de forma privada.
	Copiar link	Disseminação	Copia o <i>link</i> que permite localizar o tuíte e/ou conectá-lo a outro texto.
	Incorporar tuíte	Disseminação	Permite incorporar toda estrutura do tuíte a outro texto (interna ou externamente).
	Silenciar	Avaliação/Controle	Permite que o usuário silencie as publicações de outro – sem, pra isso, deixar de segui-lo – ocultando da <i>timeline</i> as mensagens do ator. O usuário silenciado não é informado sobre a restrição.
	Bloquear	Avaliação/Controle	Desfaz o vínculo com um usuário e o impede de se tornar/permanecer como seguidor, não o autorizando a ver as mensagens e a rede de contatos do usuário que o bloqueou. Impede também que a conta bloqueada marque o usuário que a bloqueou em fotos ou o insira em suas listas. Embora não seja notificado sobre o bloqueio, o usuário pode tomar ciência da restrição ao acessar o perfil que o bloqueou.
	Denunciar	Avaliação	Permite que o usuário denuncie um tuíte, uma DM ou um perfil desrespeita as políticas de uso da ferramenta. Os perfis e as mensagens denunciadas desaparecem da <i>timeline</i> do denunciante, mas não são banidas do SRS até avaliação da empresa,

Fonte: parte das informações foram retiradas da central de ajuda do Twitter.

Devemos destacar ainda que a estrutura básica da plataforma elenca os tuítes a partir de uma ordem cronológica inversa – ou seja, os tuítes mais recentes ocupam o topo da *timeline* dos leitores – e privilegia a dinamicidade e facilita a interação dos @tuiteiros com o fluxo informacional e com os outros @usuários. A disposição das “**respostas**” recebidas por um tuíte, traz à memória, por sua vez, a formatação e o *layout* dos antigos *chats*, ou dos atuais aplicativos voltados à conversação direta e sincrônica entre atores. A Figura 39, abaixo exposta, apresenta uma troca de tuítes entre o @Estadao (interlocutor 1) e um @usuárioX (interlocutor 2), nela os interlocutores estabelecem uma conversação direta (que é indicada por uma linha azul que conecta a imagem do “interlocutor 2” à imagem do “interlocutor 1”).

Figura 39 – Representação de algumas das interações extraídas do T164(S3)



Fonte: produção nossa.

Há, entretanto, de se destacar que, ao contrário das interações estabelecidas através de *chats* e/ou aplicativos de conversação, no Twitter, as interações constituem um fluxo conversacional organizado em rede, através do qual se pode navegar de uma “conversa” à outra. Cada conversação pode trazer à cena um número ilimitado de interlocutores e, ao mesmo tempo, pode ser disseminada por diferentes canais, ampliando drasticamente sua potencial repercussão. Embora independentes, os “grupos” de conversação possuem um gatilho comum, ou seja, um tuíte específico que suscita os debates, seja entre os @usuários e o @locutor, seja entre @usuários e @usuários, ou seja entre os @usuários, o @locutor e os “@personagens” eventualmente chamados ao texto etc.

Outro ponto interessante que merece ser sublinhado é a concisão das mensagens que, conforme já mencionado, precisa estar restrita a 140 caracteres. Em função disso, a presença de *links* é comum, principalmente, nos tuítes jornalísticos. Dizemos isso, pois a limitação de caracteres, muitas vezes, torna o tuíte uma espécie de cápsula informacional ultracondensada que pode ser conectada, através do *link*, a núcleos informacionais externos, que ampliam a abordagem inicial. Vimos, através da exposição dos dados gerais acerca do *corpus*, que dos 1.974 tuítes coletados, 1.951, ou 98,8%, possuem *links* que direcionam a outros textos e, ao mesmo tempo, a outros ambientes (geralmente, às páginas dos jornais). Sendo assim, podemos considerar que o tuíte possui, pelo menos, duas dimensões: uma **micro** e uma **macro**. A micro, nos leva a considerá-lo como um “todo” significativo independente, e a macro, como parte de um hipertexto, como um núcleo informacional de uma narrativa maior. Sublinhamos que tais dimensões são postas apenas como possibilidades analíticas, sendo igualmente válidas à compreensão do objeto.

4.3 ANÁLISE DO OBJETO: ABRINDO UM DIÁLOGO COM O TUÍTE

Com base na descrição de nosso objeto, sujeitos do estudo e, claro, nos apontamentos discutidos em nosso referencial, partiremos à exposição da análise mobilizada pelo material. Reiteramos, antes, que toda “análise” aqui apresentada é posta apenas como **uma** análise, que não possui nenhuma pretensão senão a de fornecer uma imagem, ainda que provisória, de um objeto mediante uma dada perspectiva e sob a exauribilidade de um dado *corpus* localizado. Feita tal ressalva, podemos voltar à discussão dos tuítes, lembrando que o objeto central desta etapa é, em suma, a partir da descrição dada, arrolar dados do ponto de vista das “dominantes discursivas”, em outras palavras, dos elementos da materialidade que são privilegiados no projeto enunciativo do texto.

Uma que vez que tomamos o tuíte jornalístico como objeto de estudo, considerando-o em seus aspectos textual, enunciativo/discursivo e genérico, precisamos, com base na descrição (centrada na materialidade dos textos) partir às possíveis considerações enunciativas/discursivas que possam ser extraídas da inserção do “tuíte/texto” à dimensão acional dos enunciados/discursos. E isso significa, sobretudo, “dar voz ao objeto-texto”, conferindo-lhe um enunciador que, ao realizá-lo, está, inevitavelmente, o inserindo no universo discursivo, onde lhe será atribuído sentido. Lembramos que, embora possua significações potenciais, o texto só é atribuído de sentido quando posto em discurso, quando, portando é enunciado; todo enunciado/discurso parte **de alguém** e é endereçado a **outro**, “o que modula sua arquitetura, e traz em si um tom avaliativo, ao mesmo tempo que remete a uma compreensão responsiva ativa da parte do seu interlocutor típico – nos termos do gênero no qual se insere” (SOBRAL, 2008, p. 2).

Isso posto, o primeiro ponto que devemos considerar é a forma de identificação dos sujeitos na rede e, claro, as especificidades do nosso sujeito-enunciador que mobiliza o tuíte ao plano do discurso. Vimos que, para Seixas (2009), a origem do enunciador é um ponto central à determinação dos gêneros e que, portanto, em sua perspectiva, o tuíte, quando enunciado por um agente do campo jornalístico, deveria ser considerado um gênero jornalístico. Assim, partimos do pressuposto de que os tuítes originados por agentes da esfera jornalística são, *a priori*, enunciados jornalísticos, ou seja, falas originadas dentro de uma esfera singular de comunicação que obedece a certas regras internas, impõe rituais específicos aos seus membros e à produção, circulação e recepção de enunciados/discursos.

Vimos, como bem resume Traquina (2008, p. 19), que para Bourdieu (1980), a existência de um campo ou esfera de comunicação implica a existência de “1) um *enjeu* ou prêmio que é disputado por agentes sociais diversos, e 2) a existência de um grupo especializado que afirma possuir um monopólio de conhecimentos ou saberes especializados”. Historicamente, a esfera jornalística foi definida como um campo cujo “prêmio” são as notícias, um expediente que diferentes “promotores” (MOLOTCH, LESTER, 1974) esperam usar nas suas estratégias de comunicação; a competência dos jornalistas, assim, implica a incompetência dos não-jornalistas e essa distinção (entre nós, os especialistas, e eles, os não-especialistas) sustenta a relativa autonomia do campo e, ao mesmo tempo, seu reconhecimento e legitimação social, uma vez que o “monopólio” desse saber – e do vocabulário de precedentes (ERICSON, BARANEK, CHAN, 1987) que o supõe – lhe confere autoridade e um domínio discursivo (TRAQUINA, 2005, 2008). Vale lembrar também, que, de maneira geral, os jornalistas definem o que é ou não notícia através de

alguns critérios, os critérios de noticiabilidade (um conjunto de valores-notícia), que, grosso modo, indicam se um acontecimento social pode ou não ser **reconhecido** como um fato jornalístico, como notícia; o modo de **produzir** e **narrar** o “fato noticioso” confere aos relatos jornalísticos o caráter de discurso referencial que, tradicionalmente, tem legitimado a esfera jornalística e seus membros como “portadores da palavra” (TRAQUINA, 2005, 2008; GOMES, 2010). Voltaremos, em breve, à questão da esferas de comunicação jornalística para (re)discuti-la.

Figura 40 – Perfis dos sujeitos de pesquisa (S1, S2 e S3)



Fonte: telas parciais capturadas do Twitter⁸⁴.

Isso posto, podemos, observando a Figura 40, reconhecer, nos perfis dos locutores, a mobilização de recursos que parecem atuar à manutenção, no “ambiente ciber” do Twitter, da identidade e, conseqüentemente, da reputação de veículo de mídia tradicional. A inserção da logomarca⁸⁵ (mantendo paleta de cores, fontes etc.), no espaço destinado à “foto” do usuário (e que aparece em todos os tuítes), reforça a identidade institucional das contas e, conseqüentemente, mobiliza o histórico de sua atuação no campo do jornalístico, que é,

⁸⁴ Telas capturadas em 26 de fevereiro de 2016.

⁸⁵ Os jornais a Folha de S.Paulo e o O Globo trabalham com um projeto gráfico centrado na singularidade da fonte adotada.

fundamentalmente, nos três casos, baseado na atividade arrolada na mídia impressa – configurando uma interpelação enunciativa ao público presumido. Cremos que, com igual propósito, são apresentadas as grafias tradicionais dos nomes dos jornais, no caso da Folha, no espaço destinado à identificação nominal do usuário, mantendo a grafia “Folha de S.Paulo” (que abrevia o vocábulo “São” e o espaço entre o “S.” e o termo subsequente) e, no caso do O Globo e do Estado de S. Paulo, no breve espaço destinado a descrição biográfica dos usuários. Neste, vemos reafirmadas, pelas marcas deixadas na materialidade do texto, a expressa referência à esfera de comunicação jornalística e, ao mesmo tempo, as estratégias enunciativas típicas do discurso jornalístico tradicional, como, por exemplo, o apagamento das marcas do sujeito enunciador (que reforça o caráter referencial do jornalismo), a impessoalidade e o distanciamento da linguagem empregada: “Acompanhe as notícias do jornal O Globo”; “A versão on-line do jornal O Estado de S.Paulo. Acompanhe também as atualizações pelo facebook ”. Há, assim compreendemos, índices que apontam à mobilização de dispositivos enunciativos que **buscam**, em última análise, “transpor”, ao universo do Twitter, as relações típicas que perpassam a construção do jornalismo tradicional; caracterizando, no caso, os jornais (S1, S2 e S3) como fontes (produtoras/fornecedoras) da notícia, e os demais usuários como “leitores- receptores” interessados em **acompanhar** o relato dos fatos.

Vemos, através da Figura 33, a presença do “selo” de certificação observado à descrição do “núcleo1” da estrutura do tuíte. Esse elemento, em linhas gerais, garante a “autenticidade” da conta, ou seja, sinaliza aos @usuários da rede que o perfil identificado como “@folha”, por exemplo, representa/pertence/é “do” ou “o” Jornal Folha de S.Paulo dentro do Twitter. De forma bastante evidente, o ícone marca uma posição discursiva diferenciada e confere credibilidade e *status* aos sujeitos que o possui. No caso dos “jornais”, esse dispositivo parece trabalhar à refutação prévia de possíveis desconfianças que @interlocutor pudesse vir a ter acerca da “credibilidade/veracidade” do perfil e, conseqüentemente, de suas propostas.

Devemos lembrar, entretanto, que quando tratamos do de enunciados/discursos, estamos, de fato, lidando com relações interlocutivas que se estabelecem dentro de esferas de comunicação, que, sob os olhos do Círculo, são, como vimos, recortes sócio-histórico (espaços ideológicos) do mundo, lugar de interação/relação entre sujeitos, que podem ser mais ou menos estabilizadas a depender do seu grau de institucionalização (formalização) no âmbito histórico-social específico. É, portanto, uma modalidade relativamente estável de

relacionamento cristalizado entre os seres humanos, indo além da visão de instituição social. Isso, pois,

a mera co-presença de duas pessoas é já um evento institucional, é já uma relação social e histórica que envolve toda a sociedade, do ponto de vista de seus diferentes recortes possíveis num dado momento histórico: a relação entre duas pessoas traz à tona a soma total das relações sociais dessas pessoas, envolvendo no mínimo um espectro que vai da família ao Estado. Negá-lo equivale a postular que a sociedade existe independentemente das relações entre os sujeitos que dela fazem parte, quando são precisamente essas relações que a constituem, seja qual for o ambiente e o grau específico de “formalização” desse ambiente: somos povoados pelo outro, dado que o sujeito é dividido interior e exteriormente. Assim os sujeitos são a um só tempo constituídos pela sociedade como seus constituintes, nela deixando sua “assinatura” existencial e as de suas relações com essa mesma sociedade (SOBRAL, 2006, p. 7-8).

Assim, para continuar a traçar nossa análise é preciso, agora mais conscientes da identidade do enunciador presumido, tratar da questão que consideramos central ao nosso trabalho, ou seja, a questão da esfera de produção, circulação e recepção do tuíte. Vimos, há pouco, que podemos encontrar nos tuítes jornalísticos elementos que parecem buscar recuperar relações típicas da esfera jornalística tradicional, formatada no século XIX, e sob a lógica da sociedade industrial moderna e da cultura de massa. Conforme observamos, o tuíte jornalístico pode, por sua estrutura, pelas formas de textualização que predominantemente o compõem e pelo caráter típico de seu locutor, ser compreendido como, nos termos dados por Sobral (2009), uma “forma de gênero”, ou como uma (re)apropriação da manchete (título principal do relato jornalístico), ou simplesmente como um “microlide” (TEIXEIRA, 2011), por exemplo. Nesta pesquisa, entretanto, pelos termos expostos, assumir tais compreensões seria negar, concomitantemente, o referencial e os discursos mobilizados (mesmo de forma não expressa), a perspectiva de análise (baseada no Círculo e nas propostas de Sobral) e nosso olhar sobre o fenômeno, que levou à seleção do objeto.

Creemos, e apresentamos aqui uma hipótese, que o tuíte jornalístico não pode ser considerado nos termos tradicionais da esfera jornalística, isso, pois, ela, e eis aqui a base de nossa proposta, é outra. Uma vez considerada a abordagem bakhtiniana, a esfera que “comporta” o tuíte não pode ser a mesma daquela considerada a “esfera jornalística tradicional” porque as relações identificáveis não são as mesmas e, portanto, os interlocutores presumidos também são outros. Seguiremos, portanto, à localização do nosso objeto em seu universo de sentido, ou seja, na era informacional, na cibercultura, nas redes sociais e,

sobretudo, no site de rede e mídia social, Twitter. Buscando traçar um horizonte que possibilite o trânsito sobre o novo *ethos* que se configura no contexto das novas mídias, Rojo e Barbosa (2013) apóiam-se nas indicações Lankshear e Knobel (2006) que, ao tratarem dos novos letramentos apreendidos na contemporaneidade, apresentam o seguinte quadro:

Quadro 11 – Novos letramentos

Mentalidade 1	Mentalidade 2
O mundo funciona a partir do físico/material e da lógica industrial.	O mundo funciona a partir de princípios e lógicas não-materiais (ciberespaço) e pós-industriais.
Mundo é centrado e hierárquico.	Mundo descentrado e plano.
O valor é função da raridade.	O valor é função da dispersão.
A produção segue o modelo industrial.	Visão pós-industrial da produção.
Produtos são artefatos e mercadorias materiais.	Produtos habilitam serviços.
A produção baseia-se na infraestrutura e em unidades ou centros (firmas ou companhias).	Foco na influência e na participação contínua.
Ferramentas principalmente voltadas à produção.	Ferramentas voltadas à mediação e às tecnologias de relação.
O indivíduo é a unidade de produção, competência, inteligência.	Foco crescente em “coletivos” como unidade de produção, competência, inteligência.
Especialidade e autoridade estão “localizadas” nos indivíduos e nas instituições	Especialidades e autoridade são distribuídas e coletivas; especialistas híbridos.
O espaço é fechado e atende propósitos específicos.	O espaço é aberto, contínuo e fluido.
Prevalecem as relações sociais da “era do livro”; uma “ordem textual” estável.	Relações sociais do “espaço da mídia digital” emergente cada vez mais visíveis; textos em mudança.

Fonte: adaptado de Rojo e Barbosa (2013).

A verdade é que a esfera jornalística está inserida/hibridizada em/com um ambiente singular, que, entre outras coisas, modifica os papéis e as relações sociais. Este ambiente (web) é, de acordo com Lemos (2009), a “nova esfera conversacional”, segundo Araújo (2010), um espaço digital plural⁸⁶ de comunicação humana, “um espaço plural de práticas humanas em expansão (em uma versão *beta* perpétua) que congrega e mescla não apenas gêneros de várias ordens, mas também outras esferas de comunicação, como a cotidiana, a pedagógica, a jornalística etc.” (p. 110-111). Dessa forma, quando vemos uma informação publicada em um veículo, seja ele impresso, eletrônico ou digital, temos apenas um recurso material que precisa ser localizado e, principalmente, considerado pelos termos das relações

⁸⁶ O conceito de espaço plural apresentado por Araújo equivale, de forma geral, a noção de “hiperesfera” que será posteriormente apresentada.

interlocutivas envolvidas à sua produção, circulação, recepção e – para dar mais um elemento à hipótese apresentada – por que não dizer, (re)circulação (nos termos apresentados por Zago, 2009).

Figura 41 – T121(S1)



Fonte: *corpus* de análise.

Durante a análise do *corpus*, observamos, claramente, que os tuítes jornalísticos são constantemente interpelados à conversação firmada na rede. No exemplo ilustrativo posto, vemos que o @Estadao é “corrigido” por um @usuário-locutor que, ao criticar a tradução de um termo jurídico, se coloca como especialista deste campo específico e, ao mesmo tempo, como crítico da atuação da mídia. Em sua estratégia aponta à incompetência **sistemática da**

imprensa ao abordar um dado tema, e, na sequência do fluxo informacional do ambiente, é também interpelado por outros sujeitos. O que buscamos ao recorrer a esse exemplo é, entre outras coisas, retomar a proposta de Araújo (2010), modulando-a ao nosso projeto enunciativo. Em outras palavras, cremos, assim como o autor, que a web configura-se como, para usar seus termos, uma “pluriesfera”, nos termos de Lemos (2009), uma “esfera conversacional pós-massiva”, em nossos, uma “(hiper)esfera” de comunicação humana, que conecta, em um fluxo permanente e potencialmente infinito, uma pluralidade de textos, textualidades, discursos e gêneros, representando a complexidade e ao mesmo tempo a irrevogável transformação da experiência comunicacional humana. Justificamos a opção pelo termo “hiper” por sua referência à dimensão plural e abrangente do ciberespaço, e também ao hipertexto. A ideia trazida por Araújo, da web como uma pluriesfera em **eterna versão beta**, parece referir ao *zeitgeist* que habilita a web como espaço discursivo, e que, ao mesmo tempo, é possibilitado por sua aparição. Tal noção pode ser posta em paralelo ao universal não-totalizante que caracteriza a era informacional e, analogamente, o ciberespaço (LÉVY, 1999). Acreditamos, assim como Lemos (2009), que a liberação do pólo-emissor tenha sido uma das razões mais relevantes à transformação dos processos sociais hodiernos e, dessarte, da (inter)ação jornalismo-sociedade. Essa reconfiguração se dá:

pela instituição de um novo sistema (aberto, “todos-todos”, independente), que chamarei de pós-massivo, em tensão com o sistema clássico caracterizado pelo fluxo um-todos da informação para as massas. Temos agora, neste começo do século XXI, um sistema infocomunicacional mais complexo, onde convivem formatos massivos e pós-massivos. Emerge aqui uma nova esfera conversacional em primeiro grau, diferente do sistema conversacional de segundo grau característico do *mass media*. Neste, a conversação se dá após o consumo em rarefeito espaço público. Naquele, a conversação se dá no seio mesmo da produção e das trocas informativas, entre atores individuais ou coletivos. Esta é a nova esfera conversacional pós-massiva” (p. 10).

Afirmamos, portanto, que uma vez localizado à (hiper)esfera de comunicação (web), o relacionamento presumido locutor-interlocutor é dotado de sentido nos termos desse espaço e de suas formas típicas de discurso. Sendo assim, o webjornalismo (entendido aqui um sujeito-enunciador representativo de um conjunto) passa estabelecer o(s) sentido(s) de sua própria identidade dentro desse espaço de produção, circulação, recepção e (re)circulação discursiva. É, pois, a própria concepção de dialogismo, que evidencia que, antes mesmo de falar, o locutor modula sua fala, seu modo de dizer, em função da imagem presumida de interlocutores típicos, representantes de dado grupo. Como vimos, na Figura 41, os locutores

referem-se, não ao @Estadão, mas a um todo midiático ao qual ele pertence, a um interlocutor presumido, que aparece nas construções “a mídia sistematicamente” e “equivoco midiático”. Assim sendo, ao mesmo tempo que vemos, através das marcas deixadas nos enunciados referidos, o @Estadão reconhecido como sujeito-midiático, vemos que a relação entre “jornal-seguidor”, o coloca em uma posição muito distinta daquela entre “imprensa-leitor”, que marcou a “constituição da esfera jornalística tradicional”.

Figura 42 - T293(S1)





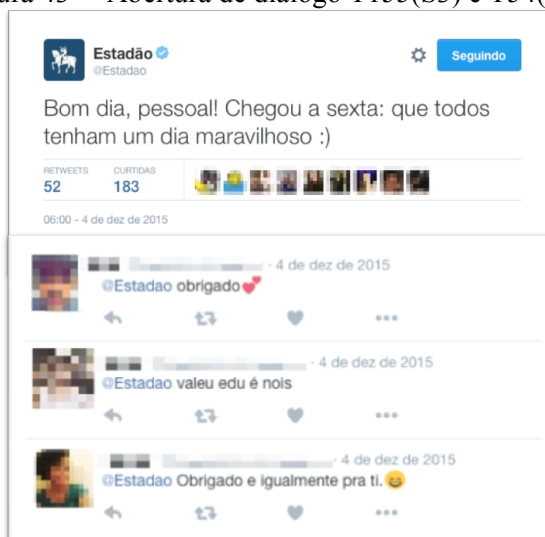
Fonte: *corpus* de análise.

A própria possibilidade de interpelação à fala jornalística (ilustrada na Figura 42) e, mais que isso, a quebra da formalidade e dos protocolos rígidos que, sobretudo, “blindavam” o locutor/jornalista da “presença” do “outro”, liquefizeram-se. Hoje, os @interlocutores dos @jornais, longe de sugerirem uma massa indistinta de receptores, são dotados de rosto, voz e, ao mesmo tempo, de @seguidores, ou seja, de audiência. Vale lembrarmos, que a construção de uma audiência na web e, especialmente, nos SRSs, é facilitada pelas próprias características técnicas do ambiente que, no caso, mantêm artificialmente as conexões entre os atores; essa especificidade, os torna “capazes de construir e facilitar a emergência de tipos de capital social que não facilmente acessíveis [...] no espaço *off-line*” (RECUERO, 2009a, p. 107). Esse é o caso do capital relacional (que compreende as relações, laços e trocas que ligam os indivíduos de uma dada rede), isso, pois, uma vez que os laços são suportados artificialmente, é possível, ao @usuário, manter um número ilimitado de conexões sem despender enorme quantidade de energia. Sendo assim, podemos dizer que o “leitor-receptor” de antes, tornou-se, hoje, um “(re)circulador” potencial dos enunciados jornalísticos. De tal forma, o interlocutor presumido do @jornalismo não ocupa a **posição estanque** de um famigerado “receptor-médio”, mas sim o **papel ativo** de um “(re)circulador” singular, com

“canal(is)” e “audiência(s)” próprios. Essa mudança torna-se especialmente relevante à proposta desta pesquisa uma vez que, para Bakhtin, “cada gênero do discurso em cada campo da comunicação discursiva tem a sua a sua composição típica de destinatário que o determina como gênero (2011, p. 301).

Dizemos, com isso, que, no contexto atual, a fala do @jornalismo dirige-se a uma rede de “@coprodutores-circuladores”. Seu “dizer”, portanto, antes de formar **a informação**, colabora a **um fluxo informacional colaborativo**, o “dizer” da rede. Neste cenário, o “dizer” do @jornalismo, parece voltado, para além da produção de **informação**, à integração ao fluxo informacional; em outras palavras, o foco do dito não é mais “**ser**”, mas sim “**pertencer**”, “**participar**”. E, como vimos, participar em tal ambiente significa interagir. Permear o fluxo é a condição básica para se manter visível e, portanto, integrado. O objetivo não está mais centrado no fornecimento de um produto, mas na visibilidade e na integração. Dessarte, diante dos elementos mobilizados no corpo teórico e das pistas encontradas durante análise dos objetos, cremos que o projeto de dizer do @jornalismo está direcionado à “(re)circulação permanente”, à “repercussão” (termo, hoje, amplamente apropriado para referenciar as discussões firmadas nos SRSs). Em uma gigantesca rede de @coprodutores, as falas são incessantemente sobrepostas e rapidamente “desaparecem”, se “perdem” no fluxo; considerado que a visibilidade do próprio @sujeito depende da presença de sua “fala”, a (re)circulação é uma estratégia muito eficaz para se fazer ver, para se manter à vista, em (inter)ação permanente.

Figura 43 – Abertura de diálogo T155(S3) e T54(S3)





Fonte: *corpus* de análise.

O exemplo dado acima, Figura 43, busca ilustrar o comportamento, comum a todos os sujeitos, de abrir, diariamente, o diálogo com sua rede de @interlocutores. O uso de *emoticons*, a informalidade da linguagem e caráter pessoal do enunciado apontam à esfera cotidiana, aos gêneros primários (como o diálogo cotidiano), mas, aqui, as características das comunicações verbais espontâneas são apropriadas à comunicação escrita em uma (hiper)esfera, simulando através de elementos próprios à conversação face a face. Essa estratégia enunciativa adotadas por nossos sujeitos de pesquisa sugere uma tentativa de aproximação emocional e troca direta com os @interlocutores. Ao tratar dos gêneros primários, Bakhtin (2011) observou que, ao se tornarem componentes dos gêneros secundários, eles transformam-se dentro destes e adquirem uma característica diferencial, pois perdem sua relação imediata com realidade existente e com a realidade dos enunciados alheios. Vemos nesse ponto que a web complexifica a questão das esferas e, conseqüentemente, dos gêneros discursivos. Ao buscar esclarecer o aparecimento de novos gêneros, ou gêneros segundos, Sobral recorre,

[...] a um exemplo: a 'publicidade de livros' na Revista do Brasil, um célebre periódico de cultura paulista, surgiu numa época de transição na qual o objeto livro, graças aos esforços de Monteiro Lobato, deixava de ser visto apenas como veículo da cultura dirigido às elites ilustradas e passava a ser também um produto material propriamente dito a ser vendido como tal a um público mais amplo. Tratou-se assim de uma ampliação da

categorização do objeto livro a partir de um novo contexto no qual este se viu inserido. Essa publicidade como gênero segundo surgiu assim *por ter surgido ao mesmo tempo* a ‘esfera segunda’ em que o objeto livro passou a ter sentido também como produto material. Logo, o evento em questão não se restringiu ao surgimento de um dado gênero segundo em termos de uma textualização ‘publicitária’ de livros no âmbito de um dado gênero primeiro, envolvendo ainda o surgimento de uma esfera de atividades distinta, o que fez da publicidade *de livros* uma forma de interlocução e, portanto, um gênero por direito próprio. Esse gênero mais tarde se fez presente em outros veículos, com diferentes textualizações, mantendo-se contudo – e isso é, como pretendo demonstrar, o mais relevante – a relação interlocutiva ou o dispositivo de interlocução, mediada pelo ‘objeto livro’, que a constitui em gênero tal como o conceito é entendido nas obras do Círculo de Bakhtin (2006, p. 9-10).

Recorreremos mais à frente as colocações de Sobral (2006). Pudemos, durante análise do *corpus* (conforme ilustra a Figura 44), identificar que todos os sujeitos envolvidos (S1, S2 e S3) “(re)publicam” os próprios tuítes a certos intervalos. Esse comportamento aponta à estratégia de sobrevivência mais básica da rede, que, como vimos, é conseguir permanecer visível. Agindo, pois, em duas frentes, o @jornalismo procura através de seu “dizer” permear o fluxo informacional do Twitter e, ao mesmo tempo – em função das estratégias que buscam trazer à rede a imagem de veículo de mídia tradicional –, fomentar a (re)circulação e a repercussão de seus enunciados, o que, por sua vez, irá, sob a mesma lógica, contribuir à visibilidade e reputação do @usuário que os (re)circularam.

Figura 44 – Exemplos de tuítes (re)publicados

T10/T66/T91 ♦ T4/T56/T201	
05/12/2015 22:05:05	Sylvester Stallone enfrenta nove na corrida do Oscar de coadjuvante https://t.co/31Sq081GJX https://t.co/31Sq081GJX
05/12/2015 12:25:07	Sylvester Stallone enfrenta nove na corrida do Oscar de coadjuvante https://t.co/31Sq081GJX https://t.co/31Sq081GJX
05/12/2015 08:18:03	Sylvester Stallone enfrenta nove na corrida do Oscar de coadjuvante. https://t.co/LodphXtcj4
T82/T141 ♦ T71/T126	
05/12/2015 23:05:04	Drama com Caio Blat retrata Aids e adolescência na década de 1980 https://t.co/wR4AOx9TrW https://t.co/wR4AOx9TrW
05/12/2015 13:45:04	Drama com Caio Blat retrata Aids e adolescência na década de 1980 https://t.co/wR4AOx9TrW https://t.co/wR4AOx9TrW
04/12/2015 13:00:42	Drama com Caio Blat retrata Aids e adolescência na década de 1980 https://t.co/wR4AOx9TrW https://t.co/wR4AOx9TrW

@JornalOGlobo	05/12/2015 06:30:10	'Japonês da Federal': Agente da PF vira tema de marchinha de Carnaval. https://t.co/0KVhZwdZvJ3qnNAf
	04/12/2015 17:22:07	'Japonês da Federal': Agente da PF vira tema de marchinha de Carnaval. https://t.co/0KVhZwFJVO2SCWUa
	05/12/2015 09:15:06	Mauricio de Sousa anuncia filme da Mônica com atores reais. https://t.co/QLGb1dgdgN https://t.co/QLGb1dgdgN
	04/12/2015 19:34:32	Mauricio de Sousa anuncia filme da Mônica com atores reais. https://t.co/QLGb1cYCpf https://t.co/QLGb1cYCpf
T57/T66 ♦ T59/T107		
@Estadao	05/12/2015 03:00:09	'Japonês' da Lava Jato vira marchinha de carnaval; ouça https://t.co/ioR30W7W4HlyVNYGT3gVx
	04/12/2015 15:52:05	'Japonês' da Lava Jato vira marchinha de carnaval; ouça https://t.co/ioR30W7W4HlyVNYGT3gVx
	05/12/2015 01:00:12	Rede de Marina se posiciona contra o impeachment https://t.co/uYlQBQ6o5aAk4X9srk7c
	04/12/2015 14:52:04	Rede de Marina se posiciona contra o impeachment https://t.co/uYlQBQ6o5aAk4X9srk7c

Fonte: *corpus* de análise.

De acordo com a análise dos dados, o perfil da Folha (S1) é o que mais faz uso da estratégia de (re)postagem e, conseqüentemente, o que possui o maior número de publicações, atingindo uma média de 6,4 tuítes/h. O @JornalOGlobo aparece na sequência com um número de 6,0 t/h e, por último, o perfil do Estadão com a média de 3,9 t/h. Este, apresenta poucas ocorrências de (re)publicação e, logicamente, um número menor tuítes totais (Tabela 1). Também identificamos, ao longo da análise do *corpus*, a presença de certos “tipos” de tuítes, ou seja, grupos de objetos que compartilham certas características formais e indicam a uma mesma intenção comunicativa (que, claro, não é sinônimo de projeto enunciativo). Dividimos, como se observa na subsequente Tabela 2, os tuítes em: noticioso; interacionais (conteúdo conversacional); cobertura (informação simultânea à ocorrência do fato); institucionais (divulgação de interesse da empresa) e outros (charges – FSP; erratas – O Globo).

Tabela 2 – Tipos de tuítes identificados no *corpus*

	Noticioso	Interacional	Cobertura	Institucional	Outros
	755 97,67%	4 0,51%	8 1,03%	4 0,51%	2 0,25%
	715 98,2%	6 0,82%	2 0,27%	3 0,41%	2 0,27%
	456	6	7	4	---

	96,4%	1,26%	1,47%	0,84%	---
TOTAL (T)	1.926	16	17	11	4
<i>T/corpus</i>	97,5%	0,81%	0,86%	0,55%	0,2%

Fonte: *corpus* de análise.

Claro, que as categorias postas são apenas mecanismos didáticos à melhor compreensão do tuíte jornalístico como um todo, uma vez que nosso objetivo não centra-se à análise comparativa entre eles ou entre os sujeitos. Não obstante, julgamos relevante apontar ao fato de 97,5% do total (1.974 tuítes) voltarem-se à publicação de conteúdo noticioso. Por conseguinte, destacamos, neste ponto, que a unidade temática típica dos enunciados parece ser a “comunicação jornalística de atualidade”. Optamos por comunicação, e não simplesmente informação jornalística, por acreditarmos que, em função das próprias características da (hiper)esfera de comunicação e do formato do Twitter, as temáticas tornam-se híbridas ou múltiplas. Em termos bakhtinianos, conforme vimos, o conteúdo ou unidade temática é definido, grosso modo, com um todo de sentido definido pela relação avaliativa do “sujeito-enunciador” sobre o contexto societal e o objeto.

Em suma, cremos que os enunciados jornalísticos no Twitter, embora possam, no nível da significação, ser postos como manchetes jornalísticas; no nível do tema, não. Isso pois, o tema só pode ser compreendido “quando se levam em conta os elementos extraverbais na enunciação [...] assim, o intercâmbio social, a interação, o contato concreto entre os homens, seja presencial ou presumido são a base da comunicação” (SOBRAL, 2009a, p. 75). Destarte, quando pensamos no todo, considerando o contexto, o objeto, o material (multimodal) e as relações interlocutivas envolvidas, percebemos que o tuíte jornalístico sugere, diferentemente dos “gêneros jornalísticos tradicionais”, uma comunicação direta (sincrônica) com seus @interlocutores, que, por sua vez, não são presumidos como meros “receptores-médios”, mas como @coprodutores-circuladores, participantes ativos do processo de circulação e, ao mesmo tempo, @interlocutores conectados e em contato direto uns com outros. Ao se colocar na rede, o @jornal assume o papel de partícipe de uma conversação horizontal sobre a qual não tem controle e onde as estratégias lingüísticas (formais e estilísticas) típicas ao discurso referencial não anulam o discurso conversacional, que formata e garante a existência da rede. Assim, vemos o tuíte, simultaneamente, como uma cápsula de informação noticiosa, uma comunicação ultracondensada que chama à exploração de um relato noticioso mais amplo, e, principalmente, como elemento de uma conversação, parte de um fluxo informacional colaborativo que, por suas características, transforma por completo a relação do @jornalismo com seus @interlocutores.

Isso posto, partiremos a uma possível interpretação dos elementos oferecidos durante a descrição e a análise de nosso objeto. Lembramos que o objetivo do tópico subsequente será, precisamente, a reunião de todos os dados alcançados, com destaque aos elementos contextuais, a fim de indicar um possível contorno à relação entre o projeto enunciativo do @jornalismo, suas modulações enunciativas e o produto final. Em outras palavras, buscaremos verificar se, diante do corpo teórico dado e dos elementos sugeridos ao longo deste capítulo analítico, podemos ou não compreender o tuíte jornalístico como um gênero discursivo (formado ou formação) ligado à (hiper)esfera de comunicação traduzida na web.

4.4 (UMA) INTERPRETAÇÃO: O TUÍTE JORNALÍSTICO COMO GÊNERO

O novo quadro que faz fundo às relações do jornalismo contemporâneo, indica que ele parece mais habilitado à curadoria do enorme fluxo informacional disponível, do que à produção de “relatos” e “formação” do corpo social. Ora, se, conforme discutimos, o acesso aos dados, às ferramentas/conhecimentos para elaboração do texto e à capacidade de distribuição são, hoje, compartilhados, o poder da palavra também o é. Dessa forma, é fácil supor que a sociedade já não precisa de uma instituição que lhe provenha informação, estando, sim, mais carente de algum orientador no qual confie para consultar quando julgar necessário filtrar a enorme quantidade de dados. Sendo assim, quando propomos trabalhar com a questão dos gêneros jornalísticos no ambiente do SRS Twitter, estamos, de forma inevitável, trazendo à discussão uma nova esfera jornalística cuja função dentro do corpo social está sendo (re)negociada, cujos processos de produção estão sendo adaptados e cujas relações internas e externas estão sendo transformadas. Não podemos, portanto, diante de tantas incertezas, aceitar de forma irreflexiva que os gêneros se mantenham alheios às profundas transformações sociais que esquadrinham nosso horizonte. cremos, portanto, que uma vez percebidas alterações, mesmo que sutis, na esfera de circulação discursiva e, principalmente, no relacionamento entre o jornalismo e a sociedade, é imperativo que os gêneros discursivos sejam revistados e devidamente observados. Isso, pois através deles, podemos perceber e apontar o quê nosso tempo diz, como diz, a quem diz, quais sentidos ele gera e quais relações o representam. Será, portanto, essa a missão deste subcapítulo.

Antes, entretanto, de partimos à reunião e objetiva discussão acerca da possível compreensão do tuíte jornalístico como gênero discursivo, precisamos, em conformidade com a perspectiva bakhtiniana, apresentar: (1) o tuíte jornalístico dentro da macroestrutura do webjornalismo, ou seja, tratar dos seus possíveis papéis para além das “fronteiras” do Twitter;

e colocá-lo em paralelo, a fins comparação, com (2) o enunciado jornalístico padrão, ou seja, a notícia. Ressaltamos, mais uma vez, que serão mobilizados não apenas os objetos e os dados extraídos do *corpus*, como elementos do referencial teórico e possíveis enunciados que orbitam a discussão proposta.

4.4.1 O tuíte e a macroestrutura do webjornalismo

Se, conforme vimos, a notícia é principal produto da esfera jornalística tradicional e sua formatação através da PI reflete a própria dinâmica do campo jornalístico, então, acreditamos que é imperativo que se procure identificar o modelo que melhor traduza a produção, circulação, recepção e recirculação da notícia na web. Antes de realizarmos tal tarefa é imprescindível que algumas questões sejam mencionadas. Conforme discutimos, o modelo padrão à construção da notícia, a PI, é oriundo do jornalismo impresso e, portanto, focado e permeado pelas características específicas do meio e do contexto histórico. Apesar de ser considerada “pedra angular” do texto jornalístico contemporâneo, os novos meios de comunicação digital trazem novas possibilidades à PI. Sendo o tuíte jornalístico nosso objeto de estudo, cabe-nos explorar o modelo delineado através da atividade jornalística na web, ou seja, refletido por meio dos produtos do webjornalismo. Vimos que, com o aparecimento da chamada web 2.0, os jornalistas passaram a adaptar a construção/formatação da notícia para melhor explorar as novas possibilidades do ambiente (velocidade, espaço virtualmente ilimitado, hipertextualidade, etc.) e, de forma mais ampla, contemplar as necessidades do novo contexto societal. Assim, o modelo da PI, antes tão sólido, ganhou contornos imprecisos, principalmente, no ambiente digital.

Tal fenômeno abriu, como já vimos, espaço à discussão e novas teorizações acerca da inegável mutação estrutural da notícia (CANAVILHAS, 2006; TEIXEIRA, 2011). A identificação do modelo, ainda que provisória, serve para que possamos compreender o papel e a provável função dos tuítes dentro do macrocontexto do webjornalismo (portais, sites, blogs, videologs, etc). O cuidado de se apresentar tuíte como elemento partícipe do webjornalismo é, a nosso ver, fundamental a sua caracterização como instrumento da esfera jornalística no ciberespaço e a compreensão do projeto discursivo que o guia. E, em consonância com todo exposto, as mudanças em tal esfera sugere a formação ou transmutação de novos gêneros que visam atender as necessidades comunicacionais específicas das novas relações firmadas na pós-modernidade, especialmente, após a aparição dos meios de CMC.

Figura 45 – Tuíte ilustrativo (1) *versus* notícia *linkada* (disponível no portal da FSP)



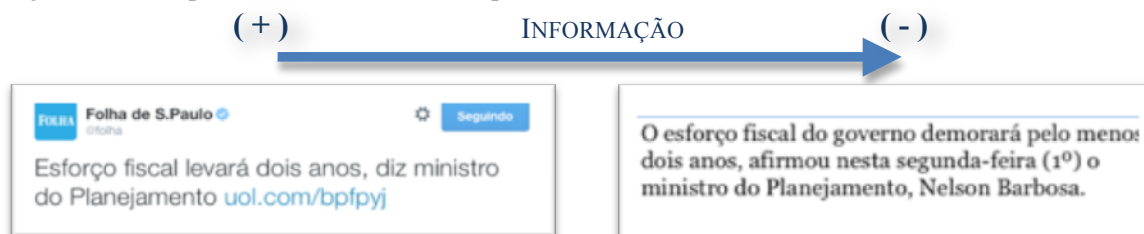
Fonte: produção nossa.

No caso específico do tuíte ilustrativo (1), exposto acima (à direita), observamos a presença de um *link* no corpo do texto. Tal elemento hipertextual conecta o tuíte ao site do jornal Folha de S. Paulo e, claro, à cobertura ampliada do tópico abordado no tuíte. No caso específico, o conteúdo verbal do tuíte corresponde exatamente ao título da matéria *linkada* e é seguido pelo mesmo elemento imagético. A matéria presente no site, entretanto, amplia a informação elementar (a declaração do ministro do planejamento acerca do período necessário à consolidação do ajuste fiscal) através de 9 parágrafos e um subtítulo (concessões) que amplia a abordagem dedicando mais 5 parágrafos à questão das concessões público-privadas. Em estudo anterior (do qual este é consequência), com 134 tuítes jornalísticos (TEIXEIRA, 2011), pudemos observar que, quando presentes, os *links* tendem a remeter exatamente aos sites dos veículos de comunicação e, em grande parte dos casos, correspondem aos títulos das notícias expostas nas páginas dos jornais, o mesmo se deu à análise do *corpus* deste. Os sites, por sua vez, apresentam em seu corpo novos *links* que apontam à outras células informativas, criando enorme emaranhado informacional.

Buscando estabelecer um paralelo com o texto jornalístico padrão, podemos afirmar que cada uma das células ou nodos informativos corresponde a um parágrafo do texto tradicional. Todavia, estudos (CANAVILHAS, 2006; BRADSHAW, 2007) mostram que enquanto no texto jornalístico tradicional os dados são dispostos nos parágrafos em função da suposta importância de cada informação (PI), no webjornalismo, a tendência aponta a uma distribuição baseada na amplitude da abordagem dada. O exemplo abaixo demonstra que o material textual (verbal) do tuíte não apresenta, em relação ao suposto lide, primeiro

parágrafo da matéria *linkada*, uma hierarquização baseada na relevância dos fatos abordados, mas sim uma ampliação da informação inicial, adicionando textualmente quando o pronunciamento se deu e o nome do ministro.

Figura 46 – Ampliação da informação disposta conforme modelo da PD

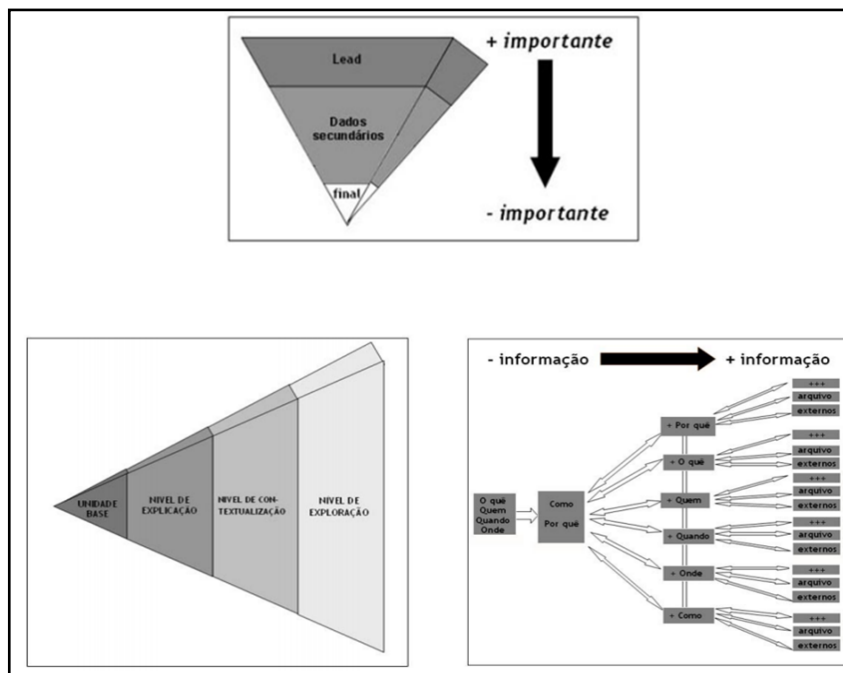


Fonte: produção nossa.

A estrutura, ou melhor dizendo, a macroestrutura do produto jornalístico na web sugere não uma hierarquia baseada na relevância dos dados, mas sim na quantidade de detalhamento das informações. Tal organização aponta ao modelo proposto por Canavilhas (2006), o modelo da pirâmide deitada (PD), já discutido brevemente em nosso referencial. Os resultados obtidos em trabalho precedente (TEIXEIRA, 2011) e reencontrados em nosso *corpus*, nos levam a crer que os tuítes, uma vez analisados dentro da macroestrutura do webjornalismo, funcionam como um nodo informacional inicial que abre uma exploração (hipertextual e multimodal) da narrativa jornalística através da ampliação gradativa, indo de um nodo a outro, da abordagem destinada a cada um dos elementos que compõem a notícia.

As figuras expostas abaixo apresentam não apenas a diferença entre os modelos da PI e PD, mas também os núcleos que constituem a arquitetura de cada um. A nós interessa especialmente observar os níveis incorporados à proposta de Canavilhas e as especificidades de cada uma das quatro unidades indicadas pelo autor. De maneira breve podemos apontar que a primeira célula, a unidade base, da arquitetura da PD é um núcleo inicial que costuma indicar a informação fundamental. No caso do nosso tuíte ilustrativo (1), o dado elementar é a declaração sobre o reajuste fiscal dada pelo ministro do planejamento. Posto em paralelo com o modelo tradicional, o tuíte contempla as questões “o quê” e “quem” do lide. O segundo núcleo da PD, o nível de explicação, pode, no caso, ser representado pela notícia disposta no site da Folha onde o título retoma o texto do tuíte e o lide apresenta uma ampliação da informação indicando quando a declaração ocorreu e o nome do ministro envolvido, além de *links* que levam à exploração mais detalhada dos elementos envolvidos no relato.

Figura 47 – Diferenças na hierarquias sugeridas pelo modelo da PI e da PD



Fonte: Blog “O que é o jornalismo digital”⁸⁷.

O exemplo abaixo irá expor o nível de explicação onde, precisamente, está disposto o *link* que direciona a outro nível da PD, o nível de contextualização, no qual se apresenta uma reportagem acerca do corte de orçamento proposto pelo governo. O último nível do modelo de Canavilhas (2006) é, como vimos, o de “exploração”. É nele que os elementos apresentados nos nodos anteriores são detalhados através de uma cobertura mais focada. É recorrente encontrarmos, em tal célula, matérias de arquivo que tratam de algum dado específico acerca do fato/assunto abordado. Na matéria que serve à nossa ilustração, podemos considerar o arquivo que reúne os textos que envolvem o reajuste fiscal e arquivo que concentram as notícias que envolvem o ministro do planejamento como representantes desse nível.

Figura 48 – Níveis de explicação e contextualização do tuíte ilustrativo (1)

⁸⁷ Disponível em: <<http://oqueejornalismodigital.blogspot.com.br/2011/06/migracao-dos-media-para-o-mundo-digital.html>>



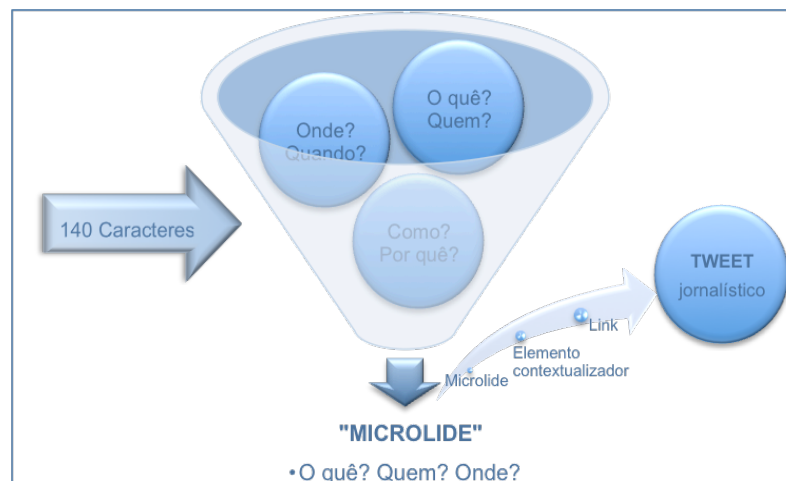
Nível de explicação:
Sublide matéria ilustrativa
(1)

Nível de contextualização:
reportagem sobre o “corte no orçamento”

Fonte: produção nossa.

Em suma, podemos dizer que, dentro dessa perspectiva de uma estrutura horizontalizada, o tuíte se coloca como “unidade base” de uma macroestrutura informacional hipertextual. Unidade base que, embora elementar como o lide na notícia tradicional, não representa a mera transposição dos elementos que compõem o lide da notícia padrão. Destacamos, assim, que o tuíte está, a nosso ver, equiparado a uma espécie de “microlide” (TEIXEIRA, 2011), ou seja, a um nodo ultracondensado de informação que pode ser ampliado à medida que o “lautor” decida navegar pelas células informativas que lhe são *linkadas*.

Figura 49 – Processo de transmutação do lide em microlide



Fonte: Teixeira (2011).

Ressaltamos que embora tenha, no passado, sido sempre vinculado à estrutura da PI, o jornalismo contemporâneo deu “vida própria” ao lide. A técnica tornou-se uma estrutura independente que transita entre diferentes modelos, inclusive na PD. Conforme mencionado, o tuíte configura-se como uma unidade base, todavia, uma unidade que aparece como uma mutação do lide tradicional, uma adaptação às novas características do meio, aos novos comportamentos e relações sociais que terminam por delinear as esferas de comunicação. Para tratarmos um pouco mais a fundo o papel do tuíte dentro do contexto do webjornalismo é necessário lembrarmos: (1) do papel central da “velocidade/instantaneidade” em tal universo, (2) das mudanças estimuladas pela web, especialmente, pela chamada web 2.0 na configuração dos textos jornalísticos (hipertextualidade, velocidade, horizontalização das relações, multimodalidade, leitura multilinear, personalização, colaboração e interação) e, por fim, (3) das características do SRS Twitter (limitação de caracteres, atualização permanente e facilitada, ubiquidade, hipertextualidade, construção de valores ligados à conectividade *always on* e a capacidade de criar e/ou disseminar informação).

Ao buscar relacionar o modelo da PD com as características da web 2.0, torna-se evidente que os níveis propostos por Canavilhas (2006) representam nodos informativos de um fluxo hipertextual em expansão permanente. O caráter horizontalizado da estrutura colabora, entre outras coisas, à maior agilidade tanto na produção quanto na recepção dos textos, já que os dados essenciais de um acontecimento podem ser publicados quase simultaneamente à sua ocorrência e, posteriormente, ampliados através da inserção de novas células e/ou atualização do conteúdo publicado. Nesse contexto, podemos dizer que as próprias idiosincrasias da plataforma Twitter a levam a ser utilizada à construção e

disseminação de unidades ultracondensadas de informação, unidades que funcionam como base à estrutura noticiosa na web.

Destacamos, entretanto, que o tuíte, enquanto unidade base, apresenta algumas singularidades que devem ser mencionadas. A primeira delas surge quando tentamos traçar um contraponto entre os tuítes e as notícias de última hora (ZAGO, 2011). Ambas construções podem servir como unidade base à narrativa noticiosa na web, mas não atuam da mesma forma. Quando pensamos em notícias de última hora, pensamos em um recurso de um site ou portal cujos conteúdos são, normalmente, conectados por *links* internos à página, podendo-se navegar entre eles. Quando, por outro lado, refletimos sobre o tuíte, partimos de um “local” diferente que se conecta ao site/portal apenas através de um *link* de direcionamento externo. Através das possibilidades do Twitter, os leitores podem ter acesso “unidades base” de diferentes veículos em um mesmo local, ou seja, através de sua própria *timeline*. Esse fato que aparentemente não gera grandes efeitos, é, certamente, um dos maiores responsáveis pelo sucesso do Twitter, pois explora as características de personalização de conteúdo, velocidade, mobilidade e concisão em níveis ainda pouco explorados (SANTAELLA, LEMOS, 2010).

Amparados por nossas observações acerca da arquitetura/modelo da notícia na web, afirmamos, portanto, que o caminho da informação está estruturado pelo modelo da PD, ressaltando a adaptação do lide à formulação da unidade base dessa macroestrutura. Esse fenômeno parece originário da convergência entre as características da Internet e as características das ferramentas utilizadas, e, ao mesmo tempo, da própria reconfiguração da esfera jornalística. Vimos ao longo de nosso referencial teórico que a atividade jornalística e, por consequência, seus produtos se constituem em função de muitas variáveis, que vão desde a forma de organização econômica e social até os artefatos tecnológicos disponíveis a uma dada configuração societal. Todos esses fatores, em maior ou menor escala, acabam por interferir nas relações entre atores sociais, nas posições-sujeito, nas formas de se comunicar, nas maneiras de se dizer e, até mesmo, nos temas a serem silenciados. Sendo assim, não podemos analisar os tuítes jornalísticos sem deixar claro o que eles são, a quem eles se destinam e no que eles diferem em relação aos demais produtos jornalísticos.

A mediação tecnológica do ciberespaço condiciona a emergência de novas práticas culturais. Não é por meio da criação de uma esfera separada que isso se dá, mas pela abertura de modalidades diferenciais de práticas que inserem à sua vida cotidiana, refletindo e condicionando novas formas de acesso à informação e ao conhecimento. Os espaços eletrônicos estão firmemente situados na experiência vivida, motivados por ela, e tomam forma em resposta às suas demandas (SANTAELLA, 2008, p. 96).

Quando destacamos que o webjornalismo (re)estrutura o modelo piramidal tradicional, estamos, implicitamente, trazendo à tona todo conjunto de questões que contribuiu a essa transformação. A PI marca não apenas um modelo técnico aleatório de se produzir textos informativos, mas, sim, uma forma de dizer, uma forma de enunciar, que gera certo tipo de enunciados que encapsula uma estrutura societal hierárquica, de papéis sociais bem definidos. Assim, cremos que as evidências materiais do aparecimento da PD indicam algo além de alterações nas técnicas de redação, arriscamos que tais alterações são índices precisos das mudanças sociais que caracterizam a sociedade em rede (CASTELLS, 2010), seus atores, valores, suas novas formas de comunicar e de fazer e enxergar o jornalismo. Observar, portanto, as mensagens do jornalismo contemporâneo é, a nosso ver, uma das formas de explorar e (re)conhecer a esfera jornalística que transita pela (hiper)esfera digital.

4.4.2 O tuíte jornalístico e o enunciado jornalística padrão (notícia)

Os produtos veiculados no Twitter são, em sentido *lato*, enunciados resultantes de práticas sociais inseridas nesse novo panorama histórico da cultura da virtualidade real (cibercultura), da superação dos espaços de lugar pelos espaços de fluxo e do tempo intemporal. O Twitter, como ferramenta de comunicação da era informacional, é, como vimos, estruturado em observância às necessidades crescentes de interação, interconexão e colaboração dos sujeitos constituídos pela linguagem hipertextual da web. São, sem dúvida, as relações entre os atores sociais que sinalizam as maiores transformações, tanto nas esferas de comunicação/atividade, como, conseqüentemente, nos enunciados produzidos por elas.

Através da análise, aqui proposta, e das discussões travadas em trabalhos precedentes, percebemos que, embora estejam constantemente recorrendo à elementos da linguagem do jornalismo padrão, os tuítes jornalísticos estão sempre sujeitos às características e à cultura de interação e colaboração inerente ao ciberespaço. Ao se tornarem partícipes do fluxo informacional que constitui o Twitter, os jornais/jornalistas precisam desempenhar, simultaneamente, o papel de veículo midiático e o papel de membro de uma rede social baseada em laços, trocas e valores instituídos pelos próprios usuários do sistema e suas apropriações (RECUERO, 2009a). Assim, o Twitter impõe que a linguagem jornalística passe a admitir o caráter polissêmico e informal inerente a uma ferramenta de comunicação mediada por computador, com fortes apelos à conversação permanente. Cabe lembrar que a interação e a colaboração são condições básicas à definição do grau de visibilidade, influência

e credibilidade que veículo/jornalista na estrutura da rede virtual e, portanto, essências à sobrevivência do ator na rede.

Partindo da observação dos textos jornalísticos encontrados no Twitter, salientamos as inúmeras diferenças entre os elementos técnicos das notícias tradicionais e suas apropriações à elaboração dos tuítes jornalísticos e, ao mesmo tempo, sua hibridização com os elementos específicos da linguagem encontrada no site de rede social Twitter. Simultaneamente, apontamos alguns efeitos e motivações ao aparecimento dessas singularidades que funcionam como índices materiais às alterações linguísticas, enunciativas e, conseqüentemente, discursivas do produto jornalístico na web. Para visualizarmos algumas dessas marcas, sugerimos a apreciação da Figura abaixo:

Quadro 12 – Descaracterização do enunciado padrão

Características do enunciado jornalístico	Principais marcas de descaracterizações
Impessoalidade	Pontos de exclamação
	Interação com usuários
	Presença de <i>emoticons</i>
Hierarquização por relevância (PI)	As informações não são organizadas em função de sua relevância (PD)
	Presença do <i>link</i>
	Microlide
Assertivo/constatativo	Intervenção dos usuários nos conteúdos publicados
Objetivo	Pontos de exclamação
	Interação com usuários
	Presença de <i>emoticons</i>
Conciso	Microlide
	140 caracteres
Excludente	Interação com usuários
	Intervenção dos usuários
	Presença de <i>emoticons</i>
	Pontos de exclamação

Fonte: Dados retirados de Teixeira (2011).

Vimos, através dos enunciados jornalísticos analisados, que a linguagem jornalística está em processo, mesmo que gradativo, de transformação. Ao que parece, a lógica dessas falas não está mais presa às ideias de **verdade inquestionável, atualidade, relevância e caráter público** que marcaram o discurso do jornalismo moderno. Salientamos, assim, que a característica impessoal do enunciado padrão começa a ser negligenciada em prol da assunção de uma postura mais polissêmica. Se nas notícias convencionais a **impessoalidade** dos enunciados é a principal “estratégia linguística” à sua configuração como “verdade

inquestionável”, nos tuítes jornalísticos essa estratégia não garante o mesmo efeito. Isso ocorre porque, uma vez inserido no fluxo, o tuíte passa a ser influenciado pela cultura de uso da ferramenta. Esta constitui-se do espírito conversacional que permeia a Rede (RECUERO, 2012). No Twitter tudo passa a significar a partir de um fenômeno de simultaneidade (fatos, textos e múltiplos sujeitos) e colaboração. Um tuíte estará sempre, dessarte, sujeito a um processo contínuo de significação uma vez que é (re)apropriado de maneira imprevisível pelos @interlocutores, ou, de maneira mais geral, pelos “lautores” (ROJO, 2013), navegadores imersivos da Rede (SANTAELLA, 2004).

Dessa forma, um tuíte jornalístico da @folha, por exemplo, será publicado como célula informativa base de uma dada notícia configurada por uma linguagem impessoal que pode gerar um efeito de verdade. Todavia, esse efeito, na Rede, é obtido através de fragmentos que se agregam (a unidade base é vista como parte da “verdade” que será cruzada com sua outra “parcela”, que tende a nunca ser encarada como completa e fechada) – ademais, esses fragmentos serão, concomitantemente, cruzados e interpelados por outros tantos, pelo desenrolar do próprio acontecimento e pelos posicionamentos que forem sendo discursivizados.

Toda essa cadeia enunciativa pode ser materializada no mesmo fluxo informacional e através dos mesmos 140 caracteres. Mesmo quando mantém a impessoalidade e a aparente objetividade através da linguagem (ou dos recursos linguísticos) adotada, no Twitter, o jornalismo gera sentido através de outras relações interlocutivas, que, entre outras coisas, o colocam como membro da rede e não como instituição, como participe da conversação e não como “portador da palavra”, mediador da realidade social. Podemos dizer que a linguagem da rede (incluindo, aqui, sua cultura, suas relações presumidas, etc.), portanto, interfere à prática jornalística padrão. Lemos e Santaella destacam que, nos SRSs, a valorização dos sujeitos/instituições se dá em função da colaboração de seus conteúdos, isso, pois,

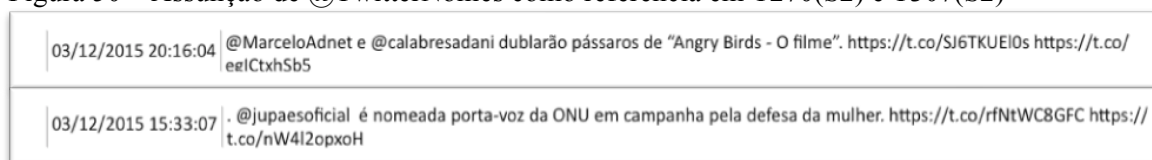
em uma era na qual o valor, seja ele social ou econômico, está cada vez mais ligado à qualidade de nossos laços e contatos sociais, o acesso a uma rede de contatos pessoais significa o acesso direto ao valor potencial dessa rede social. Entramos na era dos predadores vs. colaboradores. Predadores são atores que, ao ganharem acesso a determinada rede, usam seus dados para proveito próprio sem gerar valor em contrapartida. Colaboradores, ao revés, são atores que, ao se conectarem a um grupo social, geram valor para este grupo, fazendo com que o grupo reconheça esse valor e, consequentemente, retribua esse valor através de reconhecimento, impactando positivamente na reputação do usuário/marca (LEMOS, SANTAELLA, 2010, p. 60).

No Twitter, a **hierarquização** da PI, por exemplo, cede, como vimos, espaço a uma estrutura que obedece à lógica da hiperconcisão, da hipertextualidade, da personalização, da agilidade extrema e da interconexão potencialmente infinita de informação, obedecendo a lógica da inteligência coletiva (LÉVY, 1993). Essa dinâmica hipertextual da estrutura está vinculada ao aspecto informacional da Rede, que sugere a necessidade de uma informação elementar (ágil, essencial e hiperconcisa) e interativa (permitindo sua exploração exponencial, agindo como um “saber” que gera a possibilidade de mais “saber”). Ao contrário do que ocorre no jornalismo padrão, a informação no Twitter, mesmo noticiosa, nunca é dada como um relato completo, pois a própria lógica do ciberespaço suscita a multiplicidade e a incapacidade de apreensão do todo, seja pelo excesso de informação disponível ou pela diversidade de enunciados conflitantes que apontam ao mesmo “referente”, ou ainda pelos inúmeros caminhos que podem ser seguidos – é como vimos no capítulo 2, o que Lévy (1999) chama de universal não totalizante do ciberespaço. Assim, de acordo com as características da sociedade da informação (ou sociedade em rede) e do ciberespaço (ou web), a busca do jornalismo padrão pelo fechamento semântico através da formalização de formas de composição, valores-notícias (que atuam sobre o tema) e o estilo da linguagem (que baliza o estilo do autor em nome de um discurso referencial) é, ao que parece, ineficaz.

Assim, a estratégia de **exclusão dos signos do leitor e do veículo/jornalista**, observada na linguagem padrão, também passa a sofrer restrições, em função da interatividade que a linguagem da web supõe. Por mais que se mantenha no plano das textualizações, esse recurso estilístico confronta, no plano discursivo, os “princípios” básicos das relações enunciativas que formatam o próprio ambiente e, assim, acaba sendo abandonado, ou é (re)significado, produzindo um novo(s) sentido(s). Alguns dos exemplos dados, ao longo do trabalho, servem como indício das mudanças à prática jornalística, que, ao invés de negligenciar, precisa interagir e colaborar com seus “lautores”, aceitando e incorporando suas contribuições à seleção, compreensão, produção, circulação e (re)circulação (ZAGO, 2014) dos seus enunciados. Toda essa mudança de posicionamento parece ter suas raízes no caráter conversacional, informal e polissêmico do ambiente, considerando-o, claro, em sua inserção histórica. O Twitter transforma cada @usuário em, também, uma fonte potencial de informação variada, a dinamicidade e heterogeneidade do sistema age em prol da exploração jornalística desse universo interminável de novas “fontes” e, dessarte, novos “dizeres”. Algumas iniciativas nesse sentido já podem ser consideradas um sucesso, o perfil colaborativo “@ajudeumrepórter”, por exemplo, é amplamente utilizado por jornalistas dos mais variados veículos para acessar “fontes” interessantes à produção de

pautas específicas. Outro exemplo é a recorrente utilização de “perfis” de usuários como fontes de notícias veiculadas nas mais diferentes mídias (Internet, televisão, jornal impresso, etc.). Para nós, o mais interessante disso tudo é que o jornalismo está, gradativamente, inserindo “fontes alternativas” – que seriam inadmissíveis na perspectiva do jornalismo padrão, restrito às fontes oficiais e/ou aos especialistas reconhecidos pelo corpo social. Destacamos que, mais do que fontes alternativas, a prática jornalística está assumindo como “fonte” ou mesmo “personagem” de seus produtos os sujeitos “virtuais” (Figura 50) que se constituem na “virtualidade real” do Twitter – esse fato demonstra que a perspectiva do próprio “referente” de real está mudando, o universo simbólico, portanto, é completamente reconstruído e ressignificado por meio dessa nova configuração societal, que, grosso modo, não nega a mediação, mas a assume como única forma de existência.

Figura 50 – Assunção de @TwitterNomes como referência em T270(S2) e T307(S2)



Fonte: *corpus* de análise.

O efeito de **assertividade e objetividade** dos enunciados do jornalismo tradicional, são também desconstruídos pelas novas relações enunciativas. Estão, em suma, à mercê do caráter conversacional e polissêmico do fluxo informacional gerado, que impõe um caráter de incompletude imanente, um aspecto de “versão” sempre aberta às ressignificações e verificações e mosulações. Nesse novo ambiente semântico, as “verdades” são sempre consideradas múltiplas e/ou provisórias, pois o foco não está apreensão da realidade, mas na comunicação com o outro.

Já o efeito de **periodicidade** dos enunciados padrão, que favorece a legitimação do discurso referencial, é, nos tuítes, substituído pela lógica efêmera do fluxo. A “relevância” dos enunciados jornalísticos no Twitter é sempre um valor ligado ao “agora imediato” e colaboração à constituição instantânea do fluxo; pois o fundamental é que o diálogo não pare.

Observando os tuítes jornalísticos também percebemos que eles modificam a ideia de **caráter público** que é suscitada pelo jornalismo padrão. Em primeiro lugar os enunciados jornalísticos no Twitter se destinam, *a priori*, apenas aos usuários da rede e, mais especificamente, aos @interlocutores do “instante” imediato à enunciação. Sua fala, portanto, é permeada por esse caráter de efemeridade extrema, de sincronidade entre “emissão,

recepção e resposta” e pelas características genéricas que formam a imagem do enunciatário – do seu possível universo de interesses e motivações. Apesar do @interlocutores do @jornalismo ser, logicamente, mais restrito e “(re)conhecível”, seu universo de interesses e motivações é mais complexo e heterogêneo. Enquanto o “caráter público” está relacionado ao alcance do enunciado padrão e aos “conteúdos” que representariam os interesses de uma massa homogeneizada de “sujeitos-médios”, no Twitter, esse caráter se transmuta. Assim, acreditamos que o caráter público deixa de estar ligado apenas à temática e abrangência dos produtos jornalísticos e passa a estar vinculado à conversação pública, que permite a apropriação, interpelação e manipulação sincrônica dos enunciados. Sobre o novo cenário à prática jornalística, Traquina expõe o seguinte diagnóstico:

Se ninguém controla o jornalismo nas sociedades democráticas, as novas capacidades que a *internet* oferece ao jornalistas e ao público na obtenção de dados e acesso à informação, a proliferação de canais e a explosão de locais de comunicação e informação é, nomeadamente os milhares de sites no ciberespaço, as novas oportunidades de acesso aos jornalistas para as *vozes alternativas* da sociedade, são fatores que apontam para a debilitação do controle político do jornalismo e para existência dum campo jornalístico que é cada vez mais uma *arena* de disputa entre todos os membros da sociedade (TRAQUINA, 2005, p. 210).

Se trabalhamos com a ideia de que a linguagem jornalística padrão é caracterizada e permeada pela sociedade da escrita e suas formas de representação e significação do mundo, acreditamos que o enunciado jornalístico no Twitter é atravessa e significado pela lógica da sociedade em rede (sociedade da informação, cibercultura, etc.). Assim, as características tradicionais perdem espaço para novos apontamentos voltados às características de **hipertextualidade, hiperconcisão, interatividade, universalidade e colaboração**, que permeiam todos os enunciados que circulam pela ferramenta. Em suma, o processo de significação dos novos enunciados jornalísticos não está mais baseado na pressuposição de uma autossuficiência enunciativa (LÉVY, 1999), mas sim na interconexão, interação e colaboração constante.

Acreditamos que os enunciados jornalísticos no Twitter sinalizam relações interlocutivas que potencializam e priorizam as práticas conversacionais típicas de uma rede social virtual. Dessa maneira, somos levados a crer que ao @jornalismo não basta apenas informar, ele precisa conectar, interagir e suscitar empatia, estimular os laços e fomentar a (re)circulação. Há, na prática jornalística observada através dos tuítes, índices de uma postura mais pessoal, menos rígida e, ao mesmo tempo, mais aberta à polissemia. Ao colaborar e interagir com as demais células por meio de enunciados menos rígidos, o jornalismo passa a

jogar dentro das regras da Rede e, portanto, de uma estrutura mais horizontalizada, menos restritiva e essencialmente mutante. Ora, se os enunciados jornalísticos visam, antes de tudo, reafirmar a “credibilidade” do próprio “papel do jornalismo”; então, no Twitter, esse objetivo só pode ser perseguido por meio da interação e participação contínuas na grande “conversa polissêmica” que constitui o fluxo informacional e, simultaneamente, caracterizam a cultura da contemporaneidade.

Pudemos, ao longo de nosso referencial teórico, compreender que, mais que um texto, um enunciado é um fato histórico, fruto de uma ação comunicativa cujo sentido escapa ao sistema da língua e só se estabelece na situação concreta de enunciação. Salientamos, assim, que, ao se observar a prática jornalística no Twitter, o estilo e as textualizações podem não chamar atenção de um desavisado, todavia, as mudanças na relação entre @interlocutores e @jornalismo saltam aos olhos. E são, no fim, essas alterações que podem ser apreendidas e extraídas das macro-marcas genéricas objetivadas na materialidade do texto.

4.4.3 Um possível olhar: tuíte jornalístico com um @GêneroDiscursivo

No princípio era o verbo. Sob perspectiva bakhtiniana, o verbo é sempre a palavra posta em ação. Assim, tratamos, a textualização (ou o texto em seu aspecto material) como matéria através da qual o enunciado/discurso (conteúdo) é mobilizado pelo sujeito falante – que atua de forma responsiva ativa - através dos gêneros discursivos. Em suma, vimos que são os gêneros discursivos que mobilizam as formas textuais (ou textualizações), que são sua forma material, e fazem isso mediante o discurso. Este, por sua vez, é o mediador entre as necessidades do gênero e as possibilidades textuais. Destarte,

As formas textuais apontam para o(s) gênero(s) que as mobilizam costumeiramente e, por isso, ao escolher um gênero, costuma-se evocar as formas textuais que uma tradição genérica tornou mais comumente mobilizadas. Mas, nem por isso, pode-se atribuir a uma dada forma textual uma pertinência necessária a um dado gênero, visto que todo gênero é uma permanência no fluxo. A escolha do gênero depende da relação específica entre os interlocutores nos termos da(s) esfera(s) de atividades e das situações sócio-históricas específicas em que se dá essa relação, e as variações/variantes dessa relação criam/advêm de ‘intergenericidades’ e ‘interesfericidades’ (SOBRAL, 2008, p. 13).

Recuperamos, através do supracitado, o cerne à compreensão que será exposta, ou seja, os gêneros discursivos são mobilizados, via discurso, para atender necessidades de

relações interlocutivas, vinculadas à esferas de comunicação (produção, circulação e recepção de discursos). A concretização dos gêneros discursivos se dá a partir da escolha da forma de composição, do tema e do estilo; estes, mobilizados e determinados pelo projeto enunciativo, o “endereçamento do enunciado que é assim o principal elemento definidor do gênero” (SOBRAL, 2009a, p. 129).

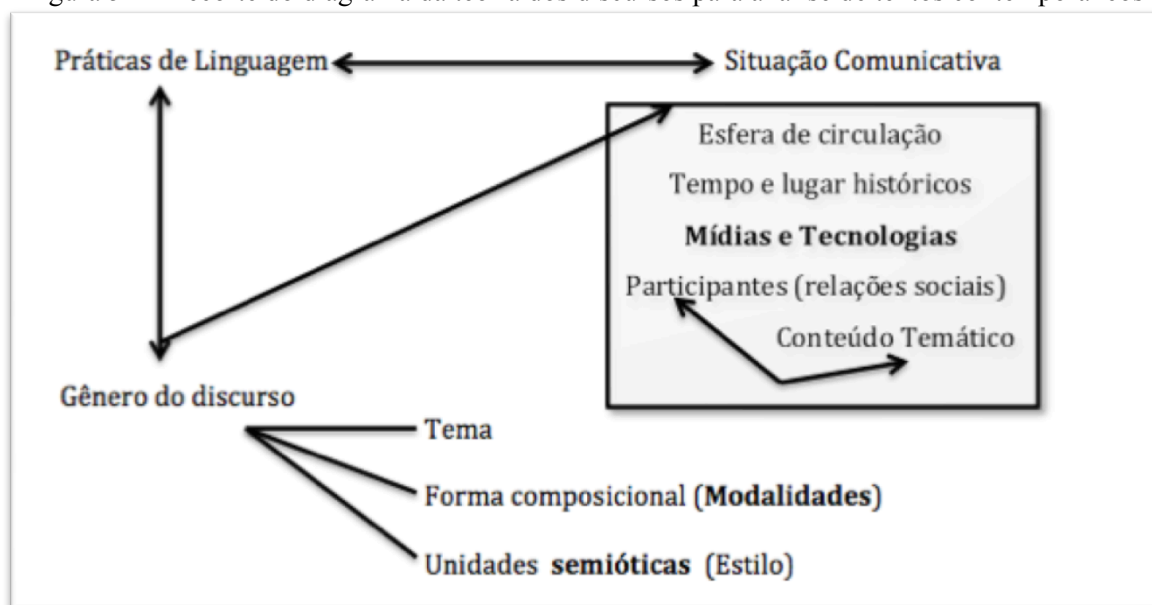
Dessa forma, ao observarmos que o tuíte jornalístico é, conforme apontado durante a análise, endereçado à @coprodutores-circuladores, compreendemos que a relação que guia a produção dos tuítes é diferenciada. Configurando uma comunicação todos-todos, o tuíte jornalístico, ao contrário, dos enunciados jornalísticos tradicionais, estabelece um contrato de troca com seus @interlocutores. Seu projeto enunciativo atende, portanto, às especificidades conversacionais da rede, estabelecendo um contrato de colaboração permanente. Mais que informar ou transmitir um relato (o que ocorre plano do texto), o tuíte, por sua inserção histórica, atua à construção/manutenção colaborativa do fluxo informacional (da inteligência coletiva) e à interação e reiteração dos laços firmados. Em suma, a análise da enunciação jornalística no Twitter, nos sugere que: (1) o tuíte jornalístico **pode** ser considerado um gênero discursivo, (2) típico de uma emergente (hiper)esfera de comunicação (web).

Entendemos, diante do percurso proposto até aqui, que o ciberespaço (web) configura um novo campo de produção, circulação, recepção e, conforme vimos, (re)circulação em função, principalmente, da abertura (ou desinstitucionalização) do pólo de emissão. Essa, assim cremos, é o principal marco das novas relações que constituem o universo digital e, ao mesmo tempo, a maior catalisadoras às transformações da atividade jornalística; uma vez que realoca o jornalismo da posição mediata de “portador da palavra”, emissor institucionalizado da “objetivada” realidade social, à posição de colaborador do polissêmico do fluxo informacional global. Se antes, portanto, o universo social era objetivado através de sua “fala verdadeira”, hoje, ele apenas auxilia **uma dada** compreensão dos objetos, (re)construída dialogicamente por todos. Diante do novo cenário societal firmado, especialmente, pela aparição das ferramentas de comunicação mediada por computador (CMC) e, ao mesmo tempo, pelas novas práticas comunicacionais por elas suscitadas, o jornalismo coloca-se mais como **um** potencial curador (entre outros tantos) de conteúdo, do que propriamente como emissor.

Uma vez orientados pela perspectiva bakhtiniana e pelas modulações analíticas de Sobral (2006, 2008, 2009a, 2009b), compreendemos que as relações interlocutivas que subjazem a constituição do tuíte jornalístico e que orientam seu projeto enunciativo nos habilitam a tomá-lo, sob as condições de nosso propósito enunciativo, como uma forma

relativamente estável de enunciado/discurso, que, em última análise, traduz as novas possibilidades e implicações do quadro comunicacional contemporâneo. Tal forma, compreende, assim: uma **unidade estilística híbrida**, contemplando elementos típicos do relato jornalístico e, ao mesmo tempo, do ambiente conversacional da rede; um forma de **composição multimodal e hipertextual**, que atua tanto à constituição de uma célula hipercondensada, convidando à exploração da (macro)narrativa noticiosa na web como à composição do próprio fluxo conversacional da rede; e, por fim, uma **unidade temática** de “comunicação jornalística de atualidade”.

Figura 51 – Recorte do diagrama da teoria dos discursos para análise de textos contemporâneos



Fonte: adaptado de Rojo (2013).

Conforme se observa por meio da Figura 51, a teoria bakhtiniana presta-se, conforme defende Rojo (2013), a (re)apropriações criativas, que buscam, orientados pela perspectiva dialógica, compreender e dar conta das complexas práticas comunicacionais contemporâneas e suas novas necessidades genéricas. Elaboramos, dessarte, que o enunciado jornalístico no Twitter, defendido aqui como um @GêneroDiscursivo típico de uma (hiper)esfera de comunicação, é, sobretudo, a materialização de uma adaptação discursiva fomentada pela saliente transformação das relações que constituem e dão sentido à atividade jornalística. Assim sendo, podemos dizer que, em suma, vemos o tuíte jornalístico como um gênero que busca, diante do novo quadro sócio-histórico permeado pelas mídias sociais, garantir, sobretudo, a própria sobrevivência do jornalismo através de uma completa (re)interpretação de si diante do (re)conhecimento de um novo outro.

5 ÚLTIMAS CONSIDERAÇÕES (UM TUÍTE FINAL)

Ao iniciar, em 2009, nossa jornada através dos enunciados jornalísticos veiculados no do site de rede e mídia social, Twitter, desconhecíamos os caminhos que nos trariam até aqui. Mobilizando o arcabouço teórico firmado ao longo de nossa graduação em jornalismo e, ao mesmo tempo, sendo mobilizados pelo crescente interesse pelos novos formatos suscitados pelas práticas comunicacionais firmadas na web, encontramos um objeto que parecia concentrar todo “espírito” da Rede e de suas práticas conversacionais, falamos, claro, do tuíte jornalístico. Nos propomos desde então à explorá-lo. Todavia, encontrar uma perspectiva que, ao abordá-lo, não o reduzisse a um mero “remanejo” dos tradicionais formatos jornalísticos, se mostrou um enorme desafio.

Cada uma das tentativas firmadas, nos levavam, sob às indicações metodológicas e teóricas, a “achatar” o tuíte ao plano “unidimensional” do texto, negligenciando todos os aspectos que pareciam dotá-lo de vida. Quando já conformados à impossibilidade de traduzir o fenômeno velado pela estrutura de um “microlide”, fomos interpelados pelo trabalho poliautoral do Círculo de Bakhtin. A capacidade de capturar e traduzir a linguagem em sua dinamicidade comunicacional, não apenas despertou nosso interesse como pesquisadores, mas transformou, verdadeiramente, nosso olhar sobre a vida. Assim, mais que um aporte teórico, a teoria bakhtiniana é, para nós, lentes pelas quais desejamos observar o universo e (re)dimensionar as “coisas objetivadas” ao seu “tamanho” real.

Isso posto, é fácil perceber a origem do enunciado materializado neste estudo. As enormes dificuldades de trabalhar com “uma teoria” tão complexa (em função da discussão acerca da autoria e das múltiplas “compreensões”, advindas, sobretudo, de incontáveis traduções), não foram capazes de balizar a atração do horizonte sugerido por ela. Dessa forma, esta pesquisa propôs traçar uma análise discursiva do tuíte jornalístico por viés bakhtiniano, a fim verificar se o tuíte jornalístico poderia ou não ser considerado um gênero discursivo. Para tanto, percorremos o universo teórico, que, de maneira geral, localiza e contextualiza nosso objeto e as práticas que envolvem o jornalismo, a sociedade e as mídias sociais. Procuramos, portanto, no primeiro momento deste estudo não apenas indicar conceitos, mas rascunhar o (macro)cenário sócio-histórico sobre o qual as relações interlocutivas e os discursos geram seus sentidos provisórios. Observar, por exemplo, o tuíte jornalístico apartado do contexto comunicacional da chamada era da informação (cibercultura, etc.) e dos todos seus “epifenômenos” é condená-lo ao plano formal do texto.

Assim sendo, sentimo-nos, como indicamos à descrição do *corpus*, obrigados a mobilizar recursos metodológicos que não se tornassem amarras que terminariam deformando o objeto. Foi, portanto, com tal objetivo que nos filiamos à proposta de análise metodológica dada por Sobral (2006, 2008, 2009a, 2009b). Esta, indicou que para trabalhar em uma análise discursiva de inspiração bakhtiniana sob os olhos gêneros, deveríamos, sobretudo, atender as seguintes questões:

1. Determinar em que esfera(s) de comunicação situa-se o gênero, a fim de descrever sua forma específica de realização de atos discursivos num dado momento histórico.
2. Descobrir o que confere, no âmbito da esfera, uma dada característica ao gênero, reconhecendo com isso que esfera e gênero se constituem mutuamente.
3. Examinar à luz disso discursividades e textualidades manifestas em um mesmo gênero, bem como, para fins de contraste, examinar discursividades e textualidades presentes em outros gêneros.

Creemos que através da análise do objeto pudemos traduzir e responder tais questões, mobilizando tanto os dados obtidos como o corpo teórico. De maneira bastante resumida, podemos dizer que, diante de todo exposto, compreendemos que o ciberespaço configura um ambiente singular no qual as relações de poder são (re)estabelecidas e os discursos são continuamente produzidos, circulados, recebidos e, especialmente, (re)circulados, gerando novos sentidos às práticas que os supõem. Ao ser cooptado a esse (ciber)espaço, o @jornalismo passa (co)habitar uma nova esfera de comunicação/atividade ou, como preferimos chamar, uma (hiper)esfera. Justificamos o prefixo “hiper” em função não apenas da abrangência do campo, mas, especialmente, pela força de atração que exerce sobre as demais esferas da vida social. Sabemos que, hoje, a Internet conecta pessoas globalmente dispersas e as insere em um ambiente virtual de comunicação, onde o espaço e o tempo se transmutam em um não-lugar e um tempo intemporal (CASTELLS, 2010). Esses sujeitos têm, *a priori*, uma nova forma de se relacionar com as bases materiais da experiência e, conseqüentemente, estabelecem uma nova perspectiva de observação da realidade e apreensão do universo. Tais alterações podem, conforme cremos, influenciar a dinâmica de todas as esferas de comunicação que compõe o universo de relações destes sujeitos e, dessa forma, passam a atrair mais e mais campos ao novo (hiper)espaço. Vimos, por exemplo, que em um primeiro momento os SRSs foram focados à exposição e manutenção da rede social de laços

fortes (que responderia a esfera familiar), e que hoje, entretanto, voltam-se à rede de trabalho (Linkedin), de amigos (Facebook), de informação (Twitter), etc. A web, assim, parece estar cada vez mais permeada pelas diferentes esferas que compõem a vida social *off-line*. Ela as atrai e, a partir de então, passa a influenciar a estrutura e a dinâmica das relações que as constituem.

Dito isso, à segunda questão posta pelo autor, ou seja, o que confere, no âmbito da esfera, uma dada característica ao (suposto) gênero (reconhecendo com isso que esfera e gênero se constituem mutuamente), a resposta sugerida por nossa pesquisa foi, grosso modo, que, considerados o contexto, o objeto, o material (multimodal) e as relações interlocutivas envolvidas, o tuíte jornalístico sugere, diferentemente dos “gêneros jornalísticos tradicionais”, uma comunicação direta (sincrônica) com seus @interlocutores, que, por sua vez, não são presumidos como meros “receptores-médios”, mas como @coprodutores-circuladores, participantes ativos do processo de circulação e, ao mesmo tempo, @interlocutores conectados e em contato direto uns com outros, caracterizando um ambiente de comunicação todos-todos.

Ao se colocar na rede, o @jornal assume o papel de partícipe de uma conversação horizontal sobre a qual não tem controle e onde as estratégias linguísticas (formais e estilísticas), típicas ao discurso referencial, não são capazes de anular o discurso conversacional. De igual forma, a “(re)circulação” dos discursos e a abertura do pólo de emissão marcam, a nosso ver, a transformação das relações interlocutivas que, de acordo com a perspectiva do Círculo, marcam os gêneros discursivos. Visto assim, sumariamente, uma situação comunicacional que, no âmbito de sua esfera (e aqui a própria noção da web como esfera seria dispensável), supõe novas relações interlocutivas, ou arquitetônica autoral, está, *a priori*, constituída em **um possível novo gênero**.

Dessa forma, ao observarmos que o tuíte jornalístico é, conforme apontado durante a análise, endereçado à @coprodutores-circuladores, compreendemos que a relação que guia a produção dos tuítes é diferenciada. Configurando uma comunicação todos-todos, o tuíte jornalístico, ao contrário, dos enunciados jornalísticos tradicionais, estabelece um contrato de troca com seus @interlocutores. Seu projeto enunciativo atende, portanto, às especificidades conversacionais da rede, estabelecendo um contrato de colaboração permanente. Mais que informar ou transmitir um relato (o que ocorre plano do texto), o tuíte, por sua inserção histórica, atua à construção/manutenção colaborativa do fluxo informacional (da inteligência coletiva) e à interação e reiteração dos laços firmados. Em suma, a análise da enunciação

jornalística no Twitter, nos sugere que: (1) o tuíte jornalístico **pode** ser considerado um gênero discursivo, (2) típico de uma emergente (hiper)esfera de comunicação (web).

A terceira e última questão provocada por Sobral (2006) pede que, à luz das respostas anteriores, examinar as discursividades e textualidades presentes em outros gêneros. Foi, dessarte, o que buscamos fazer ao explorar o tuíte jornalístico em constante paralelo com o enunciado típico do jornalismo padrão, ou seja, da notícia, e das textualidades da tradicional prática jornalística (lide, pirâmide invertida), como do webjornalismo (macronarrativa noticiosa) e do próprio Twitter (microsintaxe, conversação via fluxo, etc.). Colocando-o em perspectiva, o tuíte jornalístico nos pareceu capaz de postar-se como **um possível @GêneroDiscursivo**, típico de uma (hiper)esfera de comunicação. Que, como tal, ele atende as emergentes necessidades interlocutivas do @jornalismo que flutua, entre tantos outros, sobre o fluxo informacional da rede.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

ARAÚJO, Júlio César. A conversa na web: o estudo da transmutação em um gênero digital. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Org.). **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentidos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. p. 91-109.

AMORIN, Marília. **O pesquisador e seu outro: Bakhtin nas ciências humanas**. São Paulo: Musa, 2001.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011a.

BAKHTIN, Mikhail. **Bakhtin: dialogismo e construção do sentido**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011b.

BAKHTIN, Mikhail. **Art and Answerability: Early Philosophical Essays** by M. M. Bakhtin. Texas: University of Texas Press, 1990.

BARABÁSI, Albert-László. **Linked**. Cambridge: Plume, 2003.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In.: CANAVILHAS, João. **Notícias e mobilidade: o Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã: LabCom – Universidade da Beira Interior, 2013. P. 33-54. Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt>>. Acesso em: 21 de setembro de 2015.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital em base de dados (JDBD): um paradigma para produtos digitais dinâmicos**. 2007, 331 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

BARBOSA, Wilmar do Valle. Tempos pós-modernos. In.: LYOTARD, Jean-François. **O pós-moderno**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988. p. vii-xiii.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. In: BRAIT, Beth. **Bakhtin: dialogismo e construção do sentido**. Campinas: Unicamp, 2005.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network Journalism**. 2000. Disponível em: <<http://home.pscw.uva.nl/deuze/publ9.htm>>. Acesso em: 10 de novembro 2010.

BARTHES, Roland. **Le discours de l'histoire**. Poétique, nº 49. Paris: Seuil, 1982.

BARTHES, Roland. **“Estrutura da notícia”**: crítica e verdade. São Paulo: Perspectiva, 1970.

BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. São Paulo: Cultrix, 1989.

- BAUDRILLARD, Jean . **Simulacres et Simulation**, Paris: Galilée, 1981.
- BAUMAN, Zigmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- BAUMAN, Zigmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BELO, Eduardo. **Livro-reportagem**. São Paulo: Contexto, 2006.
- BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo**. Porto Alegre: Sulinas, 1980.
- BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. São Paulo: USP, 1992.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: UFRGS, 1998.
- BERGSON, Henri. **A Evolução Criadora**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BERKENKOTTER, Carol; HUKIN, Tomas. **Genre knowledge in disciplinary communication: cognition/culture/power**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1995.
- BERMAN, Marshall. **All that is solid melts in the air**. Nova York, 1982.
- BERTOLINI, Sonia. BRAVO, Giangiacomo. **Social Capital, a Multidimensional Concept**. 2001. Disponível em: < http://scholar.google.com.br/scholar_url?hl=pt-BR&q=http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download%3Fdoi%3D10.1.1.197.1952%26rep%3Drep1%26type%3Dpdf&sa=X&scisig=AAGBfm1_QCe0mAP0vG4oL6jIhDumTs6y-A&oi=scholar&ei=L6ApULPIHqTL0QHU0oGoDA&ved=0CEUQgAMoADAA > Acesso em: 17 de maio de 2010.
- BEZERRA, Paulo. Uma obra à prova do tempo. In.: BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da poética de Dostoievski**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2015. p. V-XXII.
- BOURDIEU, Pierre. **On Television**. Nova York: The New Press, 1998.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. **O senso prático**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BORGES, André. Blog: uma ferramenta para o jornalismo. In: FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007.
- BOYD, Danah. None of this is real: identity and participation in Friendster. In: KARAGANIS, Joe. **Structures of Participation in Digital Culture**. New York: Social Science Research Council, 2007. p. 132-157. Disponível em: <<http://www.ssrc.org/blogs/books/2007/12/31/structures-of-participation-in-digitalculture/>>. Acesso em: 12 de setembro de 2010.
- BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social network sites: definition, history, and scholarship. In: **Journal of Computer-Mediated Communication**. 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 28 de setembro de

2008.

BRAIT, Beth. **Bakhtin**: Conceitos-chave. São Paulo: Contexto, 2012.

BRAIT, Beth. **Bakhtin**: Outros conceitos-chave. São Paulo: Contexto, 2012.

BRADBURY, Malcom; McFarlane, James. **Modernism, 1890-1930**. Harmondsworth: Penguin, 1976.

BRAMBILLA, Ana. **Para entender as mídias sociais**. 2011. Disponível em: <<http://paraentenderasmidiassociais.blogspot.com/2011/04/download-do-ebook-para-entender-as.html>>. Acesso em: 25 de junho de 2011.

BRADSHAW, Paul. **A Model for the 21st Century Newsroom**: the news diamond. Online Journalism Blog, 2007. Disponível em: <<http://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21stcentury->>. Acesso em: 02 de setembro 2010.

BRAVO, Hebe. **Microblogging, hacia un futuro móvil e inalámbrico**. 2007. Disponível em: <<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/microblogging-haciaun-futuro-movil-e-inalambrico/>>. Acesso em: 15 de janeiro de 2011.

BRUNS, Axel. **Gatewatching**: Collaborative Online News Production. New York: Peter Lang, 2005.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=602>. Acesso em: 17 de janeiro de 2010.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: considerações gerais sobre jornalismo na web. 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhasjoao-webjornal.html>. Acesso em: 20 novembro de 2010.

CANAVILHAS, João. (2010, Outubro). **Do Gatekeeping ao gatewatching**: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. Trabalho apresentado no II Congresso Internacional Comunicación 3.0, Universidad de Salamanca. Disponível em: <<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>>. Acessado em: 4 de março de 2015.

CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2006

CARVALHO, Nelly; KRAMER, Rita. A linguagem no Facebook. In.: SHEPHERD, Tania; SALIÉS, Tânia. **Linguística da Internet**. São Paulo: Contexto, 2013.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **Fim de milênio**. São Paulo: Paz e terra, 2007. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, v.3).

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e terra, 2010. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, v.1).

CEREJA, William. Significação e tema. *In*: BRAIT, Beth. **Bakhtin: conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2012.

CHRISFOLETTI, Rogério; SILVA, Francisco Antônio Machado. **Jornalismo em 140 toques: análise de três contas do Twitter no Brasil**. Revista Intexto. Porto Alegre, v. I, p. 65-80. Janeiro/junho 2010.

COMASSETTO, Leandro Ramires. **As razões do título e do lead: uma abordagem cognitiva da notícia**. Concórdia: UnC, 2003.

CORREIA, João Carlos. **O admirável mundo das notícias: teorias e métodos**. Covilhã: LabCom, 2011.

COSTA VAL, Maria da Graça Ferreira da. Atividades de Produção de Textos Escritos em Livros Didáticos de 5ª à 8ª séries do Ensino Fundamental. *In*: ROJO, Roxane; BATISTA, Antônio Augusto Gomes. **Livro didático de língua portuguesa, letramento e cultura da escrita**. Campinas: Mercado de Letras, 2003.

DAUMAS, Maurice. **Histoire Générale des Techniques**. Paris: Puf, 1962.

DERTOUZOS, Michael. **O que será: como o novo mundo da informação transformará nossas vidas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

ERICSON, Richard; BARANEK, Patrícia; CHAN, Janet. **Visualizing deviance: a study of news organizations**. Toronto: University of Toronto press, 1987.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2010.

FIORIN, José Luiz. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2008.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Manual de Redação**. São Paulo: Publifolha, 2005.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Primeira página**. São Paulo: Publifolha, 2006.

FOUCAULT, Michel. **A hermenêutica do sujeito**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

FRANCO, Guillermo. Bogotá, 2001. **Comience cada página con las conclusiones**. 2001. Disponível em: <<http://www.univalle.edu.co/publicos/documentos/como-escribir2.html>>. Acesso em: 30 de novembro de 2010.

FURASTÉ, Pedro Augusto. **Normas técnicas para o trabalho científico: Explicação das normas da ABNT**. Porto Alegre: s.n., 2010.

GENETTE, Gérard; LEWIN, Jane. **Paratexts: threshold of interpretation**. Cambridge: UP, 1997.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: por uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Jornalismo e ciências da linguagem**. São Paulo: Hacker, 2000.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979.

GRILLO, Sheila Vieira de Camargo; COSTA, Luiz Rosalvo. Gêneros jornalísticos na perspectiva bakhtiniana. *In*: SEIXAS, Lia; PINHEIRO, Najara Ferrari. **Gêneros: um diálogo entre comunicação e linguística**. Florianópolis: Insular, 2013.

GRILLO, Sheila Vieira de Camargo. Esfera e Campo. *In*: BRAIT, Beth. **Bakhtin: outros conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2006.

GRILLO, Sheila Vieira de Camargo. A noção de campo nas obras de Bourdieu e do Círculo de Bakhtin: suas implicações para a teorização dos gêneros do discurso. **ANPOLL**, São Paulo, v.19, p. 151-184, 2005.

GYARMATI, David; KYTE, Darrell. Social Capital: network formation and the community employment innovation Project. *In*: **Policy research initiative**. 2004. v.6, n.º.3. Disponível em: <http://policyresearch.gc.ca/page.asp?pagenm=v6n3_art_05>. Acesso em: 10 de junho de 2011.

HABERMAS, Jürgen. **Para a reconstrução do materialismo histórico**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e Democracia: entre facticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2006.

HEIDEGGER, Martin. **A questão da técnica**. São Paulo: Scientia, Studia, 2007.

HENN, Ronaldo. Acontecimento jornalístico e redes sociais: novas semioses no webjornalismo. *In*: **Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Recife, 2011.

HENNIGEN, Inês. **A contemporaneidade e as novas perspectivas para a produção de conhecimentos**. Revista Cadernos de Educação. Pelotas: Ufpel, 2007.

HERMIDA, Alfred. From TV to Twitter: How ambient news became ambient journalism. **M/C Journal**, v.13, n.º. 2, 2010.

HERRING, Susan. **Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives**. Amsterdam: Benjamins, 1996.

HOHLFELDT, Antonio. As origens antigas: a comunicação e as civilizações. *In*: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

HONEYCUTT, Courtenay; HERRING, Susan. Beyond microblogging: Conversation and collaboration via Twitter. **HICSS-42**. Los Alamitos, CA: IEEE Press, 2009. Disponível em: <<http://ella.slis.indiana.edu/~herring/honeycutt.herring.2009.pdf>>. Acesso em: 14 de agosto de 2011.

HUNT, Tara. **O poder das redes sociais**. São Paulo: Gente, 2010.

ISRAEL, Shel. **A era do Twitter**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

JAVA, Akshay; FININ, Tim; SONG, Xiaodan; TSENG, Belle. **Why we twitter: Understanding microblogging usage and communities**. 2007. Disponível em: <<http://ebiquity.umbc.edu/paper/html/id/367/Why-We-Twitter-Understanding-Microblogging-Usage-and-Communities>>. Acessado em: 13 de setembro de 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture**. Nova York: New York University Press, 2013.

JOHNSON, S. **Emergência – a vida integrada de formigas, cérebros, cidades e softwares**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

KARAM, Francisco. **A antigüidade greco-romana, o lead e a contemporânea narrativa jornalística**. Disponível em: <<http://www.jornalismo.ufsc.br/Bancodedados/karam-antiguidade.html>>. Acesso em: 30 de outubro de 2007.

KERCKHOVE, D. **A Pele da Cultura**. Lisboa: Relógio D'Água, 1997. KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KRISTEVA, Julia. **La révolution du langage poétique**. Paris: Seuil, 1974. KRISTEVA, Julia. **História da linguagem**. Lisboa: Ed. 70. 1980.
223

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo: norte e sul**. São Paulo: USP, 2002.

KWAK, Haewoon; LEE, Changhyun; PARK, Hosung; MOON, Sue. **What is Twitter, a social network or a news media?**. 2010. In: WWW 2010. Disponível em: <<http://an.kaist.ac.kr/~haewoon/papers/2010-www-twitter.pdf>>. Acesso em: 26 de junho de 2011.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 2004.

LAHIRE, Bernard. **Homem Plural: os determinantes da ação**. Petrópolis: Vozes, 2002.

LARA, Tíscar. **La nueva esfera pública**. Los medios de comunicación como redes sociales. 2008. Disponível em: <<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=9&rev=76.htm>> Acesso em: 30 de março 2014.

LEMOS, André. **Cibercultura:** tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2004.

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

LEMOS, André. Tecnologia e Cibercultura. In.: CITELLI, Adilson et al. (Orgs.). **Dicionário de comunicação:** escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 412-420.

LEMOS, André. Nova esfera Conversacional. In: MARQUES, Ângela; COSTA, Caio Túlio; KÜNSCH, Dima et al (Orgs.). **Esfera pública, redes e jornalismo.** Rio de Janeiro, E-Papers, 2009, p. 9-30.

LEROI-GOURHAN, André. O homem e a matéria. In: **A evolução e técnicas.** Lisboa: Ed. 70, 1984.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da inteligência.** São Paulo: Ed. 34, 1993.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?.** São Paulo: Ed. 34, 1996.

LIMA, Ismar Borges de; SILVA, Noêmia Félix da. Segmentação, esfera pública virtual e horizontalidade dialógica da comunicação na eras redes sociais. **Fragments de Cultura,** Goiânia, v. 20, n. 3/4, p. 191-206, mar./abr. 2010.

LINDEMANN, Cristiane, FONSECA, Virginia. Webjornalismo participativo: repensando algumas questões técnicas e teóricas. In: **Revista FAMECOS,** Porto Alegre, nº 34, p. 86-94. 2007.

LONGHI, Raquel Ritter; SOUSA, Maíra. A dinâmica da notícia na internet: organizações jornalísticas e atores da rede. **Contemporânea** (UFBA. *Online*), v. 10, p. 511-529, 2012. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6343/4686>>. Acesso em: 26 de abril de 2014.

LONGHI, Raquel Ritter; FLORES, Ana Marta. Notícia e convergência nas RSIs: uma experiência social. In: LONGHI, Raquel; D'ANDRÉA, Carlos. **Jornalismo convergente:** reflexões, apropriações, experiências. Florianópolis: Insular, 2012.

LONGHI, Raquel Ritter; FLORES, Ana Marta; WEBER, Carolina. Os webjornais querem ser rede social? In.: SOSTER, Demétrio de Azeredo; LIMA JÚNIOR; Walter Teixeira (orgs.). **Jornalismo digital:** audiovisual, convergência e colaboração. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2011.

LONGHI, Raquel Ritter. Formatos de linguagem webjornalística: a fotorreportagem revisitada. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; LIMA JÚNIOR; Walter Teixeira. **Jornalismo digital: audiovisual, convergência e colaboração.** Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2011.

LONGHI, Raquel Ritter. **Metáforas e Labirintos: a narrativa em hipertexto na internet.** (2000).

Disponível em <<http://www.nepijor.ufsc.br/bancodearquivos/livrodissert.pdf>> Acesso em: 11 agosto de 2012.

LYON, David. **A Sociedade da Informação: questões e ilusões**. Oeiras: Celta, 1992.

LYON, David. **Pós-modernidade**. São Paulo: Paulus, 1998.

LYOTARD, Jean-François. **O Pós-moderno**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2004.

MACHADO, Elias. Sistemas de circulação no ciberjornalismo. **Eco-Pós**, v. 11, n. 2, p. 21–37, 2008.

MACHADO, Irene. Gêneros discursivos. *In*: BRAIT, Beth. **Bakhtin: conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2012.

MACHADO, Irene. **Expressão científica: arte e ciência**. São Paulo: Escolas Associadas, 2003.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo Retorna: formas elementares da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.

MAFFESOLI, Michel. **A transfiguração do político**. Porto Alegre: Sulina, 1992.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. *In*: MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos. **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. São Paulo: Cortez, 2010.

MARINHO, Roberto. Julgamento da Revolução. **O Globo**, Rio de Janeiro, 7 de out. de 1984.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis: Vozes, 2014.

MASSAGLI, Sérgio Roberto. **A desmaterialização do espaço: um estudo das interfaces entre a produção ficcional e as teorias da pós-modernidade**. Tese. Programa de Pós-Graduação em Estudos Literários, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2010.

MATTELART, Armand. **História da sociedade da informação**. São Paulo: Loyola, 2006.

MEDINA, Cremilda. **Notícia um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial.** São Paulo: Summus, 1988.

MELO, José Marques de. **Comunicação Social: teoria e pesquisa.** Petrópolis: Vozes, 1975.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo.** Petrópolis: Vozes, 1994.

MELO, José Marques de. **Teoria do jornalismo: identidades brasileiras.** São Paulo: Paulus, 2006.

MENEZES, Fagundes de. **Jornalismo e literatura.** Rio de Janeiro: Razão Cultural, 1997.

MIGUEL, Christian.; MÉNARD, Guy. **La Ruse de la Techniques: Les Symbolisme de la Technique à Travers l'Histoire.** Paris: Méridiens, 1988.

MIELNICZUK, Luciana. **A Pirâmide Invertida na época do webjornalismo.** 2002. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/handle/1904/18841>>. Acesso em: 16 de março de 2011.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web.** 2001. Disponível em: <http://comunicaufma.webs.com/mielniczuk_caracteristicas_implicacoes.pdf>. Acesso em: 23 de junho de 2011.

MIELNICZUK, Luciana. **Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual.** 2005. Disponível em: <www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuck_linkparatextual.pdf>. Acesso em: 11 de agosto de 2011.

MILLER, Carolyn . Rhetorical Community: The Cultural Basis of Genre. p. 67-78. *In:* FREEDMAN, Aviva; MEDWAY, Peter. **Genre and the New Rhetoric.** London: Taylor & Francis, 1994.

MORETZSOHN, Sylvia. **A velocidade como fetiche: o discurso jornalístico na era do “tempo real”.** 2000. Dissertação (mestrado em comunicação social), Faculdade de Comunicação, Universidade Federal Fluminense, 2000.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal: da forma ao sentido.** Brasília: Paralelo 15, 1997.

NASSIF, Luís. **O jornalismo dos anos 90.** 2006. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/39741105/O-Jornalismo-dos-anos-90-LuisNassifhumcertoalguem>>. Acesso em: 29 de outubro de 2006.

NIELSEN, Jakob. **Inverted Pyramids in Cyberspace.** 2001. Disponível em: <<http://www.useit.com/alertbox/9606.html>>. Acesso em: 12 de outubro de 2006.

NICOLIS, Gregoire; PRIGOGINE, Ilya. **Exploring Complexity: An Introduction.** New York: W. H. Freeman and Company, 1989.

NIETZSCHE, Friedrich. **A gaia ciência.** São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

NIETZSCHE, Friedrich. **Assim falou Zaratustra**. São Paulo: Martin Claret, 1999.

NIETZSCHE, Friedrich. **Humano, demasiado humano**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

O GLOBO. **Apoio editorial ao golpe de 64 foi um erro**. 30 de ago. de 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>>. Acesso em: 6 de setembro de 2013.

OLIVEIRA, Cândida de; NICOLETI, Janara; CHRISTOFOLLETI, Rogério. **Jornalismo, ética e liberdade de expressão na web: implicações, limites e contradições do uso de mídias sociais por jornalistas**. 2011. Disponível em: <http://confibercom.org/anais2011/pdf/167.pdf>. Acesso em: 24 de outubro de 2013.

PALACIOS, Marcos Silva. **O que há de (realmente) novo no jornalismo online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, 21 de janeiro de 2011.

PALACIOS, Marcos Silva. **Hipertexto, Fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva**. Rio de Janeiro: Lugar Comum, 1999. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/1999_palacios_hipertexto_naolinearidade.pdf. Acesso em: 23 de novembro de 2006.

PARK, Robert. As notícias como uma forma de conhecimento: Um capítulo na sociologia do conhecimento. p.37-50. *In*: ESTEVES, João Pissarra. **Comunicação e sociedade: Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa**. Lisboa: Livros Horizonte, 2009.

PENA, Felipe. **Jornalismo literário**. São Paulo: Contexto, 2006.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2006.

PEREIRA JUNIOR., Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. A crise e a história da pirâmide invertida. Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero. São Paulo, 1992. *In*: **Revista da Comunicação**. Disponível em: <<http://www.facasper.com.br/jo/anuario/download/luizcosta.rtf>>. Acesso em: 10 de julho de 2011.

POSTMAN, Neil. **Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business**. New York: Viking Press, 1985.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PRIMO, Alex. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. **Intexto**, v. 2, n.º. 25, p. 130–146, 2011.

PRIMO, Alex. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. p. 13–32. In: PRIMO, Alex. **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. **Contracampo**, n.º. 14, p. 37–53, 2006.

RECUERO, Raquel. **Informação e Credibilidade no Twitter**. 2009b. Disponível em: <<http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=3727>>. Acesso em: 1 de abril de 2011.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. “**RT, por favor**”: considerações sobre a difusão de informações no Twitter. São Leopoldo, 2010. Disponível em: <<http://www.fronteiras.unisinos.br/index.php?e=5&s=9&a=88>>. Acesso em: 3 de agosto de 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009a.

RECUERO, Raquel. **Informação e Credibilidade no Twitter**. 2009b. Disponível em: <<http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=3727>>. Acesso em: 1 de abril de 2011.

RECUERO, Raquel. **A Conversação em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais. In.: CITELLI, Adilson et al. (Orgs.). **Dicionário de comunicação**: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 403-411.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais. In.: BRAMBILLA, Ana (Org.). **Para entender as mídias sociais**. Creative Commons, 2011. p. 403-411. Disponível em: <<http://www.slidesearch.org/slide/para-entender-as-midias-sociais-ana-bambrilla>>. Acesso em: 21 de agosto de 2013.

ROEH, Itzhak. **Journalism and storytelling, coverage as narrative**. American Behavioral Scientist, 1989. v.13.

ROUANET, Paulo Sérgio. **Mal-estar na modernidade**: ensaios. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

SÁNCHEZ, José Francisco. **La pirâmide invertida**: caída de un mito. 1993. Disponível em: <<http://apuntes.uai.cl/pub/DOCENCIA/Humanidades/Periodismo/Piramideinvertida.doc>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2007.

SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. **Mídia locativas**: a internet móvel de lugares e coisas. In: Revista Famecos, 2008. n.º 33. pp. 95-101.

- SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de lingüística geral**. São Paulo: Cultrix, 1969.
- SAUSSURE, Ferdinand de. **Cours de Linguistique Générale**. Paris: Payot, 1966.
- SCHEER, Léo. **A democracia virtual**. Lisboa: Século XXI, 1997.
- SCHUDSON, Michael. **Discovering the news: a Social History of American Newspapers**. New York: Basic Books, 1978.
- SCHUDSON, Michael. **Porque as notícias são como são**. In: Revista de Comunicação e Linguagens. 1988. v.8.
- SCHUDSON, Michael. **The power of news**. Cambridge: Harvard Press, 1995.
- SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- SILVA JR., José Afonso da. Uma abordagem metodológica sobre a convergência digital e o fluxo de conteúdos no jornalismo contemporâneo. In: PALACIOS, M.; NOCI, J.D. (Orgs.). **Metodologia para o estudo dos cibermeios: estado da arte e perspectivas**. Salvador: EDUFBA, 2008, p.51-70.
- SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- SILVA, Juremir Machado da. **O pensamento pós-moderno e a falência da modernidade**. Campinas: Espaço Ética, 2013. (Comunicação Oral). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jqFuQRbS9cI&list=PLkj7riHDTpoyrtaRMScm0TR7SqzSNUF3Z&index=8>>. Acessado em: 07 de dezembro de 2013.
- SILVEIRA, Sérgio Amadeu. Esfera Pública Interconetada, blogosfera e redes sociais. In: MARQUES, Ângela; COSTA, Caio Túlio; KÜNSCH, Dima et al (Orgs.). **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro, E-Papers, 2009, p. 9-30.
- SIMONDON, Gilbert. **Le Mode d'Existence des Objets Techniques**. Paris: Aubier, 1954.
- SOBRAL, Adail. **Elementos sobre a formação de gêneros discursivos: a fase “parasitária” de uma vertente do gênero de auto-ajuda**. Tese, Programa de Estudos Pós-Graduados em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006.
- SOBRAL, Adail. **Do dialogismo ao Gênero: as bases do pensamento do círculo de Bakhtin**. Campinas: Mercado de Letras, 2009.
- SOBRAL, Adail. Os Gêneros do Discurso. In: BRAIT, Beth. **Bakhtin: dialogismo e polifonia**. São Paulo: Contexto, 2013. Pg 172 – 175.
- SOBRAL, Adail. As Relações entre Texto, Discurso e Gênero: Uma Análise Ilustrativa. **Revista Intercâmbio**, São Paulo, v. XVII, p. 1-14. 2008.
- SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem**. São Paulo: Summus,

1986.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

SOUSA, Maira de Cássia Evangelista de. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na Internet**. 2013. Dissertação, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2013.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e seus efeitos**: as “teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos. João Pessoa, 1999. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-pedro-jorge-noticias-efeitos.html>>. Acesso em: 28 de julho de 2011.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso**. 2001. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/_listas/tematica.php?codtema=8>. Acesso em: 28 de julho de 2011.

SOUSA, Maíra de Cássia. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet**. Dissertação. Programa de Pós-Graduação Jornalismo. Universidade Federal de Santa Catarina. 2013.

STEINER, Linda. Critiquing Journalism: Feminist Perspectives Relevant to Contemporary Challenges. p. 281-87. *In*: POINDEXTER, Paulo; MERAZ, Sharon; WEISS, Amy Shimtz. **Women, Men, and News: Divided and disconnected in the news media landscape**, Nova Iorque: Routledge, 2008.

STIEGLER, Bernard. **La technique ET Le temps**. 1 La faute d’Epiméthée. Paris: Galilée, 1994.

TASCHNER, Gisela. A pós-modernidade e a sociologia. **Revista USP**, São Paulo, n.42, p.6-19, 1999.

TEIXEIRA, Mabel. **O Tweet Noticioso como Gênero Discursivo**. Anais. 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Curitiba: PUCPR, 2012.

TEIXEIRA, Mabel. **A construção do enunciado jornalístico no Twitter**. 2011. Disponível em: http://antares.ucpel.tche.br/poslet/dissertacoes/Mestrado/2011/A_Construcao_do_enunciado_jornalístico_no_twitter-MABEL_TEIXEIRA.pdf

TEIXEIRA, Mabel. **A construção do enunciado jornalístico no Twitter**. Saarbrücken: Novas Edições Acadêmicas, 2014.

TEIXEIRA, Marlene; FLORES, Valdir Nascimento. **Introdução à linguística da enunciação**. São Paulo: Contexto, 2008.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais**. São Paulo: M. Books, 2010.

THACKER, Eugene. **Networks, Swarms, Multitudes**. 2004. Disponível em: <<http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=422>> Acessado em: 23 de março de 2014.

TRAQUINA, Nelson. **Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005. (Teorias do jornalismo, v.1).

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística** – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2008. (Teorias do jornalismo, v.2).

TRÄSEL, Marcelo. **A Pluralização no Webjornalismo Participativo: Uma Análise das Intervenções no Wikinews e no Kuro5hin**. 2007. Dissertação (mestrado em comunicação e informação), Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

TRIVINHO, Eugênio. **O mal-estar da teoria: a condição da crítica na sociedade tecnológica atual**. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.

TUCHMAN, Gaye. **Making News: a study in the construction of reality**. New York: Free Press, 1978.

TUCHMAN, Gaye. Objectivity as strategic ritual: an examination of newsmen's notions as objectivity. *In*: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: Questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa: Vega, 1993.

TWITTER BRASIL. Blog do Twitter Brasil. Disponível em: <<https://blog.twitter.com/pt/2015/twitter-lan-a-no-brasil-o-moments-bot-o-que-permite-encontrar-hist-rias-com-mais-facilidade>>. Acessado em: 02 de dezembro de 2015.

TWITTER BRASIL. **Blog do Twitter**. Disponível em: <<http://blog.twitter.com/2009/11/waths-happening.html>>. Acessado em: 22 de julho de 2014.

VAN DIJK, Teun. **Cognição, discurso e interação**. São Paulo: Contexto, 1999.

VAN DIJK, Teun. **La notícia como discurso**. Barcelona: Paidós, 1990.

VIZUETE, José; MARCET, José. **Fundamentos de periodismo impresso**. Barcelona: Ariel, 2003.

WATTS, Duncan. **Six Degrees: The Science of a Connected Age**. New York: W.W. Norton&Company, 2003.

WELLMAN, Barry; BOASE, Jeffrey; CHEN, Wenhong. The Global Villagers: Comparing Internet Users and Uses Around the World. p.74-113. *In*: WELLMAN, Barry; HAYTHORNTHWAITE, Caroline. **The Internet in Everyday Life**. Oxford: Blackwell, 2002.

WELLMAN, Barry. Little boxes, glocalization and network individualism. p. 11-25. *In*: TANABE, MAKOTO; BESSELAAR, Peter van den; ISHIDA, Toru. **Digital cities II: Computational and sociological approaches**. Berlin: Springer, 2002.

WIKIPEDIA. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Página_principal>.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1987.

WOLTON, Dominique. **Internet e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2007.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

ZAGO, Gabriela. **O Twitter como suporte para difusão e produção de conteúdos jornalísticos.** 2008a. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/5887184/O-Twitter-como-suporte-para-producao-e-difusao-de-conteudos-jornalisticos>>. Acessado em: 10 de maio de 2011.

ZAGO, Gabriela. **Recirculação jornalística no Twitter:** filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação. 2011. Dissertação, (mestrado em comunicação e informação), Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

ZAGO, Gabriela. **Jornalismo em microblogs:** um estudo das apropriações jornalísticas do Twitter. 2008b. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/5887184/O-Twitter-como-suporte-para-producao-e-difusao-de-conteudos-jornalisticos>>. Acessado em: 10 de maio de 2011.

ZAGO, Gabriela. A Participação dos Interagentes nos Sites de Redes Sociais como uma Dimensão do Acontecimento Jornalístico. **Intexto**, n. 28, p. 156–170, 2013.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Circulação e recirculação de narrativas do acontecimento no jornalismo em rede:** a Copa do Mundo de 2014 no twitter. 2014. Tese (doutorado em comunicação e informação), Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

ZERO HORA. **Manual de ética, redação e estilo.** Porto Alegre: L&PM, 1994.

