

MABEL OLIVEIRA TEIXEIRA

A CONSTRUÇÃO DO ENUNCIADO JORNALÍSTICO NO TWITTER

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Letras pela Universidade Católica de Pelotas, na área de concentração em Linguística Aplicada.

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

Pelotas
2011

MABEL OLIVEIRA TEIXEIRA

A CONSTRUÇÃO DO ENUNCIADO JORNALÍSTICO NO TWITTER

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Letras pela Universidade Católica de Pelotas, na área de concentração em Linguística Aplicada

Banca Examinadora:

Prof^a. Dr^a. Eliane Campello

Prof^a. Dr^a. Luciana Mielniczuk

Prof^a. Dr^a. Raquel da Recuero

Conceito: _____

Pelotas, ____ de _____ de _____

*Dedico este trabalho a todos os mestres
que passaram por minha vida e me
guiaram até aqui: meus pais, meus
professores, meus amigos e familiares.*

AGRADECIMENTOS

Não poderia começar meus agradecimentos de outra forma que não esta destinada a salientar a importância de minha família ao longo de todo meu percurso acadêmico, tanto durante a graduação como no decorrer do curso de pós-graduação em letras do qual este trabalho é fruto. Formada em comunicação social e apaixonada pelo jornalismo, a escolha de me lançar em uma nova área foi uma decisão difícil que trouxe consigo um sentimento de desamparo e insegurança que só pôde ser combatido através do apoio, carinho e confiança incondicional dos meus pais de que, apesar de toda dificuldade, eu poderia dar o meu melhor. Acredito, fielmente, que não há palavras que possam expressar a gratidão que sinto por ter sido abençoada pela família que tenho, creio que tudo que posso, portanto, é buscar demonstrá-la através da manutenção, em cada uma de minhas ações, dos valores que me foram passados como indispensáveis à minha formação como ser humano: honestidade, autenticidade e respeito. Assim, agradeço aos meus pais por cada exemplo que me foi dado durante meu desenvolvimento pois eles são as lições mais importantes que me foram repassadas e, ao mesmo tempo, minha maior motivação para estar constantemente buscando conhecer o novo para poder melhorar.

Indispensável também é ressaltar minha admiração e imensurável gratidão a professora Raquel Recuero (@raquelrecuero). Entretanto, preciso destacar que meu carinho pela Raquel não é apenas reflexo da força, compreensão e atenção que ela destinou a mim durante a orientação deste trabalho. Embora pareça não saber ou ter plena consciência disto, a Raquel exerce uma influência transformadora em seus alunos, e comigo não foi diferente. Durante minha graduação a Raquel e o professor Jairo Sanguiné formaram uma peça-chave para que eu decidisse perseguir o sonho de me tornar professora, a genuína admiração que nasceu das aulas destes dois mestres me fez ter certeza de que eu também gostaria de dedicar minha vida à formação de jornalistas para, quem sabe um dia, conseguir despertar em alguém a paixão que eles fizeram surgir em mim pelo estudo da comunicação, pela pesquisa e pela busca do conhecimento. Além disso, a presença da Raquel no corpo docente do PPGL, me fez, mais uma vez, mudar meus planos e criar coragem para explorar uma nova área do saber que sempre estive muito ligada ao meu campo de

interesse – a linguagem jornalística. Assim, posso dizer que a presença da Raquel em minha vida ultrapassa o papel de exímia orientadora ou professora, ela tornou-se um exemplo e uma fonte de inspiração que, certamente, levarei por toda vida e a qual nunca terei palavras suficientes para agradecer.

Ademais, preciso prestar também especial agradecimento às professoras Carmem Matzenauer, Eliane Campello e Aracy Ernst pela paciência e sempre expressa disposição em me auxiliarem a superar todas as dificuldades que encontrei ao me inserir no campo da linguística aplicada. Posso dizer que sem o esforço e a compreensão dessas três professoras eu não teria tido a persistência e a confiança necessária para chegar até esta etapa final. Obrigada de coração!

Agradeço a colaboração e a solicitude da editora de mídias sociais do Grupo RBS, Barbara Nickel (@babsnickel), do coordenador de *web* do Diário Popular, Giacomo Bertinetti (@bertinetti) e dos professores Felipe Pena (@felipepena) e Francisco Augusto Del Pino durante a elaboração desta dissertação. Obrigada por cada e-mail e *tweet* enviado para esclarecer minhas dúvidas ou oferecer conselhos valiosos. Por fim, mas não menos importante, agradeço pela paciência, companhia e incentivo do meu namorado e dos amigos que me acompanharam e torceram, mesmo à distância (como a Larissa e a Sandra), para que eu conseguisse concluir mais esta importante etapa rumo a plena realização de um sonho que, como bem sei, todos vocês partilham comigo.

*“Face ao futuro que nos espera, nenhuma
referência, nenhuma autoridade, nenhum
dogma e nenhuma certeza se mantém.
Descobrimos que a realidade é uma
criação compartilhada. Estamos todos
pensando na mesma rede”*

@plevy

RESUMO

O presente trabalho se coloca como uma abordagem multidisciplinar que visa caracterizar os enunciados jornalísticos no Twitter através da observação das técnicas de redação empregadas à sua constituição. Almejando alcançar tal objetivo, lançamos mão de: uma revisão bibliográfica inicial que explora o modelo técnico padrão de constituição da notícia (enunciado jornalístico padrão), a linguagem jornalística padrão e as novas possibilidades técnicas advindas com o ciberespaço e com a ferramenta Twitter e, posteriormente, a análise de 134 enunciados jornalísticos veiculados nesta. Pretendemos, portanto, atingir nosso objetivo observando de que maneira as características do ciberespaço e da plataforma Twitter incidem à aplicação da técnica jornalística padrão na constituição e produção das notícias veiculadas como *tweets* e quais suas possíveis idiossincrasias com relação ao enunciado jornalístico tradicional. Nosso pressuposto central é que o padrão hierárquico e objetivo que orienta a constituição da notícia padrão e, portanto, da própria linguagem que caracteriza o jornalismo como o reconhecemos, começa a ser suplantado por modelos mais horizontalizados e interativos que remodelam a técnica padrão e, conseqüentemente, modificam o enunciado jornalístico – interferindo em seus efeitos discursivos.

Palavras-chave: técnica jornalística; linguagem jornalística; enunciado jornalístico; sociedade em rede; sites de rede sociais na Internet; Twitter.

ABSTRACT

This work functions as a multidisciplinary approach which aims to characterize journalistic enunciations on Twitter through the observation of the writing techniques used in its composition. Desiring to achieve such an objective, we make use of a first bibliography review which exploits the standard technical model of the news constitution (standard journalistic enunciation), the standard journalistic language and the new technical possibilities arisen with the cyberspace, the Twitter tools, and subsequently the analysis of 134 journalistic enunciations found in it. It is intended, thus, to achieve our objective by observing how the cyberspace and the Twitter platform fall upon the application of the standard journalistic technique in the constitution of the news published as *tweets* and what are its possible idiosyncrasies relating to the traditional journalistic enunciation. Our central presupposition is that the hierarchical and objective pattern which orientates the composition of the standard news and, therefore, of the very language which characterizes the journalism as we know it, starts being supplanted by more horizontally and interactive models which remodel the standard technique and, consequently, modify the journalistic enunciation, interfering with its discursive effects.

Keywords: journalistic technique; journalistic language; journalistic enunciation; online society; websites; Twitter.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Esquema 1. Representação do modelo da PI.....	56
Esquema 2. Contexto de origem do modelo de jornalismo padrão.....	67
Esquema 3. Linha do tempo dos sites de redes sociais mais populares.....	112
Esquema 4. Exploração da notícia segundo o modelo da Pirâmide Deitada.....	137
Esquema 5. Modelo da Pirâmide Deitada.....	138
Esquema 6. <i>Tweet</i> da ZH e a respectiva matéria <i>linkada</i>	143
Esquema 7. Modelo padrão x modelo do webjornalismo.....	147
Esquema 8. Exploração gradual de informações.....	158
Esquema 9. Níveis da Pirâmide Deitada.....	159
Esquema 10. Supressão dos elementos do lide em um <i>tweet</i>	165
Esquema 11. Mecanismo de <i>reweet</i> direto.....	171
Esquema 12. Apropriação dos elementos do lide à constituição do “microlide”.....	182
Figura 1. Grafos de diversos tipos de redes de computadores.....	84
Figura 2. Evolução dos computadores da Apple.....	94
Figura 3. Exemplo de um perfil do Orkut.....	101
Figura 4. <i>Interfaces</i> do Twitter e suas funcionalidades.....	119
Figura 5. A produção e circulação de informações antes e depois do Twitter.....	144
Figura 6. Exemplos da apropriação do Twitter como rede social.....	146
Figura 7. <i>Tweet</i> funcionando como título.....	166
Figura 8. Presença da cartola nos <i>tweets</i> jornalísticos.....	168
Figura 9. Uso da sigla “RT” para indicar um <i>retweet</i>	172
Figura 10. Uso do “via” como forma de RT.....	172
Figura 11. Uso do RT nos <i>tweets</i> jornalísticos.....	173
Figura 12. Alguns dos <i>tweets</i> encontrados através da busca por #fenadoce.....	174
Figura 13. Tela parcial da busca por #voltaasaulas.....	175
Figura 14. <i>Tweets</i> com a presença da arroba.....	175
Figura 15. Perfis dos jogadores Ronaldo Nazário e Paulo Henrique Ganso.....	176
Figura 16. Apropriação das marcas linguísticas do Twitter na notícia da <i>web</i>	179
Figura 17. <i>Tweets</i> informacionais dos jornais analisados.....	186
Figura 18. Sequência dos <i>Tweets</i> cobertura do evento “A”.....	187
Figura 19. <i>Tweets</i> informacionais que retomam a cobertura dos eventos “A” e “B”	189
Figura 20. Presença de sinais gráficos de exclamação nos <i>tweets</i>	190
Figura 21. <i>Tweet</i> chamada.....	191
Figura 22. <i>Tweets</i> cobertura.....	191
Figura 23. <i>Tweet</i> conversacional.....	194
Figura 24. <i>Tweets</i> conversacionais.....	195
Figura 25. <i>Tweet</i> conversacional.....	196
Fotografia 1. Eniac em funcionamento.....	93
Gráfico 1. Gráfico com os 10 maiores SRSs em número de usuários brasileiros.....	113

Gráfico 2. Ocorrência dos elementos do lide nos <i>tweets</i> noticiosos	167
Gráfico 3. Ocorrência das ferramentas do Twitter.....	178
Gráfico 4. Ocorrências de cada tipo de <i>tweet</i> jornalístico identificado	181
Quadro 1. Diferença entre notícia e reportagem	44
Quadro 2. Os valores-notícia segundo Nelson Traquina	51
Quadro 3. A evolução do webjornalismo	123
Quadro 4. O impacto das características da web no modelo da PI	135
Quadro 5. <i>Tweets</i> cobertura e a gradativa exploração da informação.....	188
Quadro 6. Descaracterização do enunciado padrão	199

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. O sobe e desce do número de usuários dos SRSs em escala global.....	114
Tabela 2. Apresentação dos perfis selecionados.....	154
Tabela 3. Dados coletados dos perfis selecionados	155
Tabela 4. Presença dos elementos do lide nos <i>tweets</i> noticiosos	164
Tabela 5. Uso da cartola nos <i>tweets</i> jornalísticos	169
Tabela 6. Uso dos elementos técnicos do Twitter	177
Tabela 7. Tipificação dos <i>tweets</i> jornalísticos e quantidade de ocorrências	181

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1 JORNALISMO: APONTAMENTOS ACERCA DO MODELO PADRÃO	19
1.1 BREVE HISTÓRICO DO JORNALISMO	24
1.2 O DESENVOLVIMENTO DO JORNALISMO BRASILEIRO	37
1.3 A ATIVIDADE JORNALÍSTICA PADRÃO: NOTÍCIA, SABERES E TÉCNICA	42
1.3.1 A notícia em sentido estrito: o produto jornalístico padrão	42
1.3.1.1 Saber de Reconhecimento: reconhecendo os acontecimentos noticiáveis	46
1.3.1.2 Saber de narração: a técnica jornalística padrão	52
1.3.1.2.1 <i>A origem da PI: o nascimento da técnica padrão</i>	57
1.4 LINGUAGEM, ENUNCIADO E ENUNCIAÇÃO JORNALÍSTICA	60
1.5 O DISCURSO JORNALÍSTICO	67
2 A SOCIEDADE EM REDE E O WEBJORNALISMO	78
2.1 NOVAS TECNOLOGIAS E A ARCA INFORMACIONAL	78
2.2 A SOCIEDADE EM REDE DE CASTELLS	83
2.2.1 A cultura da sociedade em rede: a virtualidade real	87
2.3 A EVOLUÇÃO DOS COMPUTADORES E O CIBERESPAÇO	92
2.4 AS REDES SOCIAIS NA INTERNET	99
2.4.1 Os sites de rede social	108
2.4.1.1 A evolução dos SRS: do Friendster ao Twitter	111
2.4.1.1.1 <i>O aparecimento do Twitter: um SRS diferenciado</i>	115
2.5 O JORNALISMO EM REDE	122
2.5.1 O webjornalismo e o modelo da PI	130
2.5.1.1 O @JORNALISMO APORTA NO UNIVERSO DO #TWITTER	139
3 ESTUDO DE CASO: CONSTRUÇÃO DO ENUNCIADO JORNALÍSTICO NO TWITTER	149
3.1 A FERRAMENTA: O TWITTER E SUAS FUNCIONALIDADES TÉCNICAS	150
3.2 METODOLOGIA: PROCEDIMENTO E DEFINIÇÃO DO CORPUS	153
3.3 O PAPEL DO <i>TWEET</i> DENTRO NA NOVA ARQUITETURA DA NOTÍCIA	156
3.4 TÉCNICA JORNALÍSTICA NO TWITTER: ADAPTAÇÃO E APROPRIAÇÃO	163
3.4.1 Apropriações das funcionalidades técnicas do Twitter pelo <i>tweet</i> jornalístico	169
3.5 ENUNCIADOS JORNALÍSTICOS NO TWITTER	180
3.5.1 Tipificação dos <i>Tweets</i>	181
3.5.1.1 Tweet Noticioso	182
3.5.1.1.1 <i>Tweet informacional</i>	185
3.5.1.1.2 <i>Tweet cobertura</i>	187
3.5.1.2 <i>Tweet Chamada</i>	190
3.5.1.3 <i>Tweet Conversacional</i>	193

3.5.2 O enunciado jornalístico no Twitter: o <i>tweet</i> jornalístico	197
3.6 APONTAMENTOS: O DISCURSO JORNALÍSTICO NO TWITTER	204
CONSIDERAÇÕES FINAIS	215
REFERÊNCIAS	220
ANEXOS	229

INTRODUÇÃO

A revolução tecnológica, amplamente discutida por todas as áreas do saber, pode ser caracterizada pela aplicação da informação/conhecimento na geração de mais conhecimentos e de dispositivos de processamento da informação, dando origem a um “ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso” (CASTELLS, 2010, p.69). Por meio dessa revolução e das tecnologia da informação, o homem tornou-se criador e usuário das ferramentas, assumindo frente ante à tecnologia e, concomitantemente, sendo afetado por ela em todos os aspectos de sua existência. Quando, portanto, falamos em novos aparatos tecnológicos estamos, concomitantemente, discutindo todos os processos sociais, econômicos, históricos e culturais que estão simbioticamente relacionados com a evolução técnica.

É notório que com o aparecimento da informática e, principalmente, com o desenvolvimento e popularização da Rede Mundial de Computadores (Internet) houve uma inequívoca revolução nos processos de produção e distribuição de informações de qualquer ordem. A possibilidade de transmitir e visualizar em uma tela cada vez menor conteúdos diversos através de um simples comando é um fenômeno que chama a atenção de profissionais das mais diferentes áreas em função da amplitude das mudanças causadas na sociedade. O uso de computadores e, mais especificamente da Internet, gerou uma revolução técnica, morfológica e cultural, com alterações profundas na forma de produzir e reproduzir textos, nos suportes da escrita e em toda e qualquer atividade comunicacional. Novas linguagens foram criadas, novos espaços de comunicação surgiram e, dessa maneira, um novo horizonte está diariamente sendo construído.

Dito isso, localizamos o objeto de nosso estudo, os enunciados jornalísticos no Twitter, como filhos legítimos desse novo momento histórico marcado pelo papel central das trocas de informação, organização social em redes cibernéticas e horizontalização dos processos comunicacionais. O Twitter, apropriado como plataforma de mídia e site de rede social, é um sistema que colabora à potencialização das características conectivas, abrangentes, igualitárias e mais

democráticas, que postularam a Internet como o marco definitivo da chamada era informacional (CASTELLS, 2010). A característica mais relevante do Twitter é que permite, assim como outras plataformas de mídias sociais, que as informações sejam produzidas por todos e para todos através de um fluxo contínuo de trocas, interações e hiperconexão de conteúdos diversificados. Hoje, portanto, o processo de comunicação social não é mais como era no rádio, na televisão e nos jornais impressos pelos quais o usuário podia apenas receber as informações sem qualquer possibilidade de gerar interferências diretas no conteúdo divulgado (LÉVY, 1999). Atualmente, ferramentas como o Twitter nos permitem vislumbrar um novo processo pelo qual o usuário toma o poder através de uma participação ativa e vigorosa na produção de informação, interferindo diretamente na prática jornalística em tal ambiente.

Cientes que a atividade jornalística está visceralmente integrada com o corpo social, não poderíamos tratar desta sem observarmos os aspectos sociológicos que formatam suas práticas e, portanto, o sistema simbólico que garante ao homem a experiência de uma existência social e cultural dentro do caótico universo que o abriga. Dessa maneira, podemos dizer que nosso trabalho perpassa, pelo menos, três grandes campos de estudo científico que convergem ao entendimento do processo comunicacional que nos propomos a observar, a saber: a linguística e a semiologia (GOMES, 2000; SAUSSURE, 1969; BAKHTIN, 1995, 2003; BARTHES, 1970, 1989; SANTAELLA, 2007), a sociologia (CASTELLS, 2003, 2007, 2010; LÉVY, 1995, 1999; RECUERO, 2009a; LEMOS, 2004) e o jornalismo (TRAQUINA, 2005, 2008; PENA, 2006, 2008; CANAVILHAS, 2006; ZAGO, 2008a, 2008b, 2011). A fim de esclarecimento, salientamos que tratamos apenas da atividade jornalística ocidental estabelecida, como veremos no primeiro capítulo, como instituição democrática informativa. Feita esta ressalva, destacamos que nossa exploração será norteadada pela seguinte proposta: **caracterizar os enunciados jornalísticos no Twitter através da observação das técnicas de redação empregadas à sua constituição.**

Para alcançarmos tal objetivo, partimos da caracterização da técnica jornalística padrão e, conseqüentemente, do contexto social, histórico e cultural que atua na conformidade dessa técnica e dos enunciados que dela resultam – as notícias padrão – com os interesses e valores do sistema ao qual se destinam, servem e, ao mesmo tempo, ajudam a consolidar. Assim, buscaremos evidenciar

que o enunciado jornalístico padrão é “formatado” através de uma técnica específica que, por sua vez, origina uma linguagem que reflete um sistema de valores constituído historicamente e corroborado pelo discurso jornalístico padrão. Dessa maneira, acreditamos que nosso primeiro capítulo poderá se pôr como uma base referencial sólida que servirá como elemento de comparação durante a análise de nosso *corpus*.

Antes, entretanto, faremos uma segunda incursão teórica que nos possibilite demonstrar que o contexto que originou e sustentou o “jornalismo padrão” e seus produtos está se liquefazendo em função, principalmente, do aparecimento das novas tecnologias de informação e comunicação e de inúmeros processos sócio-culturais que, segundo muitos autores (CASTELLS, 2010; LEMOS, 2004; LÉVY, 1999), nos colocam em um período histórico revolucionário que está transformando todos os aspectos da que estruturam a sociedade. Ora, se o modelo da técnica padrão reflete o sistema que é, paulatinamente, desmantelado a partir da segunda metade do século XX em função da expansão tecnológica, então é bem provável que tal técnica também esteja sendo afetada pelos novos valores e sistemas sociais que originam a nova estrutura da chamada era informacional, da sociedade em rede (CASTELLS, 2010) e de seus novos espaços de interação e comunicação. Para confirmarmos ou refutarmos tal suspeita, iremos observar os *tweets* jornalísticos selecionados pondo-os em confronto com o enunciado padrão e, ao mesmo tempo, localizando-o dentro de um novo macrossistema jornalístico organizado no ciberespaço – o webjornalismo e suas características técnicas e linguagens idiossincráticas.

Assim, para buscarmos caracterizar o enunciado jornalístico no Twitter nos apoiaremos em uma tríade de elementos que serão explorados no referencial teórico: modelo técnico padrão de constituição da notícia (enunciado jornalístico padrão), linguagem jornalística padrão e as novas possibilidades advindas com o ciberespaço e com a ferramenta Twitter. Pretendemos, portanto, atingir nosso objetivo principal atendendo a seguinte questão: de que maneira as características do ciberespaço e da plataforma Twitter incidem sobre a aplicação da técnica jornalística padrão na constituição e produção das notícias veiculadas como *tweets* e quais são suas possíveis idiossincrasias com relação ao enunciado jornalístico tradicional?

Nosso pressuposto central é que o padrão hierárquico e objetivo que orienta a constituição da notícia padrão e, portanto, da própria linguagem que caracteriza o jornalismo tradicional, começa a ser suplantado por modelos mais horizontalizados e interativos que remodelam a técnica padrão e, conseqüentemente, modificam o enunciado jornalístico – interferindo em seus efeitos discursivos. Estando nosso foco centrado na caracterização do enunciado jornalístico no Twitter a partir da observação das técnicas empregadas na construção da notícia, salientamos que nossas observações acerca do discurso jornalístico se colocam apenas com apontamentos gerais sustentados, principalmente, pelos estudos de Mayra Gomes – dizemos com isso que este trabalho não está voltado à análise do discurso (AD) jornalístico, não se filiando, portanto, a nenhuma linha de pesquisa destinada a este fim.

Para conseguirmos analisar o impacto que as modificações na arquitetura e na constituição do enunciado noticioso possivelmente suscitadas pela introdução das características do meio digital e do ambiente do Twitter nos apoiaremos: nos apontamentos do capítulo 1 para configurar nossa referência sobre a técnica jornalística, a notícia e o discurso padrão; no capítulo 2 para indicarmos as mudanças sociais, culturais e técnicas que sustentam o aparecimento da plataforma Twitter e de suas características dialógicas, polissêmicas e hipertextuais – e, por fim, na análise dos 134 *tweets* noticiosos que irão compor a materialidade de nosso *corpus*.

A principal motivação que nos guia à elaboração do presente estudo está sobretudo vinculada a uma inquietação pessoal sobre os efeitos das novas ferramentas de comunicação na constituição das notícias. Somando-se a isso, temos o interesse acadêmico de explorar um fenômeno que ainda está andamento e cujos trabalhos científicos ainda são escassos. No Brasil, os trabalhos que visam explorar a prática jornalística e/ou a linguagem específica do Twitter podem ser resumidos por meio dos estudos de quatro pesquisadores: Gabriela Zago (2008a, 2008b, 2011), Raquel Recuero (2009b), Renata Lemos e Lúcia Santaella (2008, 2010).

Em suma, as páginas subsequentes são, simultaneamente, resultado do encontro de uma paixão, o estudo do jornalismo, com o desejo de analisar as minúcias de sua linguagem no envolvente universo das redes digitais tão bem representado pelo microblog Twitter e de nossa crença na necessidade de

produções que contribuam e estimulem o desbravamento dos novos horizontes da notícia dentro das plataformas cibernéticas. Sendo assim, convidamos nosso leitor a traçar conosco uma caminho pelo sinuoso e volúvel terreno que perpassa os territórios da linguagem, do jornalismo e da sociedade em seus contínuos processos de transformação, atualização e simulação que transformam nosso objeto de estudo em algo escorregadio e, concomitantemente, instigante e revelador.

1 JORNALISMO: APONTAMENTOS ACERCA DO MODELO PADRÃO

*“Meu tema é o instante? meu tema de vida.
Procuro estar a par dele, divido-me milhares
de vezes em tantas vezes quanto os instantes
que decorrem, fragmentária que sou e
precários os momentos”*

Clarice Lispector

A determinação do que é o fazer jornalístico não é precisa, ela varia de sociedade para sociedade, podendo ser mais ou menos abrangente no que diz respeito às práticas e conteúdos abordados. Não sendo possível discutir todas as perspectivas teóricas voltadas ao estudo do jornalismo, trataremos neste capítulo das discussões que acerca do chamado “Modelo de Jornalismo Ocidental” que, de maneira generalista, descreve a prática jornalística nas sociedades democráticas (SOUSA, 1999).

Na perspectiva da teoria democrática, o jornalismo é reconhecido como um campo¹ específico que é constituído por “agentes especializados”, os jornalistas, que possuem o monopólio de saberes/conhecimentos idiossincráticos (o que são as notícias e como produzi-las) que são disputados por outros agentes sociais diversos. Sendo assim, qualquer estudo sobre jornalismo passa, necessariamente, pela compreensão da sociedade e suas relações, pelo entendimento do que é a notícia e como ela se formata, pela abordagem da prática e cultura profissional dos jornalistas e pelos seus respectivos efeitos na sociedade e na própria atividade.

Trabalhando em cima da noção de “campo do saber”, Traquina (2005) define o jornalismo como uma realidade seletiva construída através de inúmeros processos de interação social entre os profissionais do campo jornalístico e as fontes, os outros jornalistas e a própria sociedade na qual está inserido – assim, a atividade jornalística é tida como um sistema de interação permeável que não apenas influencia como também é influenciado pela sociedade na qual atua e pelos tipos de troca que esta suscita. Essa “realidade seletiva” apontada por Traquina é, em última análise, a própria conformação da notícia que, antes de ser a expressão

¹ A definição de campo é dada por Pierre Bourdieu (1998) que aponta que sua existência é implicada pela observância de: 1) um “enjeu” ou “prêmio” disputado por diferentes agentes sociais, e 2) pela existência de um grupo especializado que afirma possuir um monopólio de conhecimentos especializados.

da realidade, é o produto resultante das interações que ocorrem em pelo menos três níveis distintos, expostos pelo autor da seguinte forma:

- a) **primeiro nível:** dá conta da relação entre os jornalistas e suas diversas fontes de informação;
- b) **segundo nível:** “a interação tem lugar entre jornalistas como membros de uma comunidade que partilha uma identidade profissional, valores e cultura comuns” (p.29);
- c) **terceiro nível:** os jornalista interagem silenciosamente com a sociedade, por meio “dos limites com que os valores sociais marcam as fronteiras entre normal e anormal, legítimo e ilegítimo, aceitável e desviante” (p.29) – as notícias possuem uma profunda estrutura de valores que os jornalistas partilham, como membros da sociedade, com a sociedade.

Visto dessa forma, o jornalismo pode ser posto como uma enorme rede de interações que, pouco a pouco, apresenta através de seus produtos simbólicos (as notícias) uma dada realidade a qual se propõe a observar. A proposta de Traquina nega, portanto, qualquer possibilidade de qualificação do jornalismo como espelho social² - como cópia idêntica da realidade objetiva e material que busca “relatar”. Para o autor, o produto jornalístico atua apenas como uma representação simbólica (construída através de suas interações) que, como tal, não pode apreender a realidade - abrangendo somente alguns dos infinitos enquadramentos possíveis. Entretanto,

os jornalistas dizem: ‘Há um acontecimento; quer dizer alguma coisa. Quem quer que lá esteja perceberá o que é que ele significa. Tiramos-lhes fotografias. Escrevemos um relato sobre ele. Transmitimo-lo tão autenticamente quanto possível através dos media, e a audiência vê-lo-á e perceberá o que aconteceu’. E quando se afirma que as pessoas têm interesses em versões diferentes desse acontecimento, que qualquer acontecimento pode ser construído das mais diversas maneiras e que se pode fazê-lo significar as coisas de um modo diferente, esta afirmação de algum modo ataca ou mina o sentido de legitimidade profissional dos jornalistas, e estes resistem bastante à noção de que a notícia não é um relato mas uma construção (HALL, 1984, p.4, grifo do autor) [tradução nossa].

² A noção de “espelho” da realidade é oriunda da primeira teoria que buscou explicar porque as notícias são como são. A “teoria do espelho” surgiu da própria ideologia profissional dos jornalistas ocidentais (TRAQUINA, 2005; PENA, 2008) que se colocavam como agentes desinteressados cuja missão era apenas informar, procurar a verdade e contar exatamente o que aconteceu.

O jornalismo como construto cultural carrega em si a impossibilidade de “objetividade” e “imparcialidade”³ diante dos fenômenos, uma vez que enxerga através das lentes valorativas e dualistas (bem/mal, certo/errado, legal/ilegal) que esquadrinham a sociedade para qual se reporta. Discutindo a noção de notícia como representação maior da atividade jornalística, Jorge Pedro Sousa destaca o caráter social e simbólico do jornalismo bem como sua incapacidade de ser espelho da realidade, afirmando que as notícias funcionam,

como artefactos linguísticos que procuram representar determinados aspectos da realidade e que resultam de um *processo de construção e fabrico onde interagem, entre outros, diversos factores de natureza pessoal, social, ideológica, cultural e do meio físico/tecnológico*, que são difundidos pelos meios jornalísticos e aportam novidades com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sócio-cultural, *embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia*. Registre-se ainda que *embora as notícias representem determinados aspectos da realidade quotidiana, pela sua mera existência contribuem para construir socialmente novas realidades e novos referentes* (1999, online) [grifo nosso].

Embora o jornalismo ocidental resista, tanto em sua práxis como na teoria, à ideia de construção – apoiando-se na fé metafísica obstinada e conservadora de que a linguagem é transparente (ROEH, 1989) - o jornalismo não pode ser visto como mero “relator” objetivo, mas deve sim ser observado como um elemento inserido em uma rede complexa de interações que terminam por desenhar seu universo referencial. Para Pena, esse é um processo de retroalimentação entre a sociedade, o mundo natural e o universo cultural que, por fim, é o próprio fenômeno que origina o jornalismo. Nas palavras do autor:

A natureza do jornalismo está no medo. O medo do desconhecido, que leva o homem a querer exatamente o contrário, ou seja, conhecer. E, assim, ele acredita que pode administrar sua vida de forma mais estável e coerente, sentindo-se um pouco mais seguro para enfrentar o cotidiano [...] Por isso é preciso transpor limites [...] Entretanto não basta produzir cientistas e filósofos, ou incentivar navegadores, astronautas e outros viajantes a desbravar o desconhecido. Também é preciso que eles façam relatos e reportem suas informações a outros membros da comunidade, que buscam a

³ Os termos “imparcialidade” e “objetividade” estão se referindo aqui aos seus sentidos clássicos que os colocam em oposição a ideia de subjetividade dos sujeitos sociais. Embora essa visão dualista seja bastante contestada, a ideia da objetividade/imparcialidade *versus* subjetividade prevalece até hoje.

segurança e a estabilidade do ‘conhecimento’. A isso, sob certas circunstâncias éticas e estéticas, posso chamar Jornalismo (2006, p.25).

Dessa forma, a necessidade humana de conhecer⁴, ou seja, acumular informações acerca de algo e repassá-las aos demais membros da comunidade na qual se insere visando a “estabilidade” das informações obtidas, define o berço do jornalismo. Através das representações simbólicas oferecidas pelos jornalistas, as sociedades conseguem encontrar certa “estabilidade” em meio ao caótico e incosgnicível universo natural no qual estão inseridas. Assim, o jornalismo é posto, em certo nível, como agente delimitador do universo que precisa ser assimilado e compreendido, construindo um ambiente imaginário seguro para que as civilizações se desenvolvam.

Em consonância com tudo que foi exposto está a resultante noção da função social⁵ do jornalismo como organizador do caos informativo e/ou da própria experiência humana (SCHUDSON, 1988, 1995; GOMES, 2000). A responsabilidade jornalística, portanto, se funda através de um pacto implícito firmado com a sociedade – tal pacto estabelece que o jornalismo tem o dever de apresentar a “realidade” em troca de uma posição privilegiada na estrutura social, ou seja, a posição de mediador entre o universo dos acontecimentos e a sociedade. Essa perspectiva destaca que, para que o jornalismo cumpra sua missão de informar, é essencial que este estabeleça uma relação de confiança com a sociedade para qual se reporta – a base dessa relação está, sobretudo, vinculada ao valor e a ideia de verdade dos produtos jornalísticos.

Existe um acordo tácito entre os que escolhem esta profissão de jornalista e o leitor/ouvinte/telespectador que torna possível dar credibilidade ao jornalismo: o principal produto do jornalismo contemporâneo, a notícia, não é ficção, isto é, os acontecimentos ou personagens das notícias não são uma invenção do jornalista (TRAQUINA, 2005, p.19).

De acordo com o autor supracitado, o jornalismo está amparado pela confiança social em seu principal produto, a notícia. Esta relação entre o trabalho

⁴ O conhecimento está aqui expresso, implicitamente, de acordo com a noção de “dimensão simbólica do processo global de apropriação coletiva da realidade” (GENRO FILHO, 1987, p.60).

⁵ A função social do jornalismo como organizador da experiência humana será tratada com mais atenção no decorrer de nossas exposições.

jornalístico e seu público é, possivelmente, o fator mais determinante à existência da atividade e sua maior idiossincrasia em relação aos demais mecanismos informativos. Dizemos isso porque, ao contrário do que ocorre na maioria das relações humanas em que a confiança é estabelecida através de um processo contínuo e crescente de trocas interpessoais, com o jornalismo esse processo (pacto) é sempre anterior ao sujeito – ou seja, a confiança já está inscrita no código cultural sob o qual o sujeito se constitui e reconhece o mundo.

Para Pena (2006), a legitimidade desse pacto se dá pela ilusão da onipresença possibilitada pela relação de alteridade estabelecida entre a sociedade e o jornalismo, que atende o desejo humano de possuir o dom da ubiquidade e controlar o ambiente hostil que o cerca.

Através das informações jornalísticas, portanto, a sociedade é tomada pela ilusão de estar presenciando os acontecimentos que a circundam e, dessa forma, sente ter consciência e certo controle de todos os fenômenos que podem afetá-la. Esse “efeito” da atividade jornalística pode ser observado diariamente através de inúmeros comportamentos dos sujeitos sociais como, por exemplo, a constante preocupação de uma mãe em estar informada sobre a previsão do tempo para o país onde seu filho está realizando intercâmbio – embora fictício, esse exemplo serve para elucidar a ilusão de controle que nasce da ideia da informação jornalística enquanto conhecimento sobre a “realidade”.

Ao longo dos séculos, as pessoas (muitas delas, pelo menos) tem desejado ser informadas sobre o que as rodeia, usando o jornalismo (ou uma forma pré-moderna do jornalismo) para se manterem em dia com os últimos acontecimentos, para os combinarem com um conhecimento dos tópicos que lhes permita participar de conversas pessoais e de grupo, talvez para se sentirem reasseguradas de que através dos vários produtos do jornalismo não estão a perder algo (TRAQUINA, 2005, p.20).

Ora, se as pessoas desejam estar informadas constantemente não é de se admirar que a informação ganhe espaço e valores subjetivos dentro das sociedades, principalmente, àquelas distribuídas por pessoas tecnicamente capacitadas e/ou legitimadas como “narradores da realidade”. Entretanto, para esclarecermos o que é, exatamente, o dito “Jornalismo Ocidental” e como os seus produtos o apresentam, necessitamos percorrer, mesmo que resumidamente, os principais períodos

históricos que marcaram a atividade jornalística e sua configuração como ramo profissional com função social específica.

Vimos até aqui que a ideia acerca do jornalismo nasce da própria necessidade humana de estabilizar o conhecimento e construir um universo simbólico seguro; observamos que o campo jornalístico é formado por agentes especializados que resistem a noção de que seu principal produto, a notícia, é uma construção social sustentada por uma rede invisível de interações que terminam por originar o “universo conhecido” e o legitimar como realidade objetiva.

Podemos, portanto, dizer que a consolidação do jornalismo só pode ser entendida através de uma perspectiva abrangente que aborde a evolução dos processos sociais, culturais e históricos, que circundam a gênese do jornalismo e suas transformações – assim, a ideia que fazemos do jornalismo está vinculada aos processos sócio-históricos que o colocaram como uma atividade técnica voltada à produção e divulgação de informações socialmente relevantes. Para compreendermos essa conformação do jornalismo atual, percorreremos no ponto subsequente o trajeto histórico da atividade e dos conceitos que caracterizam o “Jornalismo Ocidental”, primeiramente em uma escala global, buscando marcar suas origens européias e, posteriormente, destacando sua apropriação e evolução na consolidação da imprensa brasileira.

1.1 BREVE HISTÓRICO DO JORNALISMO

Se o jornalismo é um construto cultural de uma sociedade, a cultura, segundo Castells (2010), pode ser entendida como resultado da relação evolutiva entre o ser humano e o universo natural. Para sobreviver no hostil ambiente em que estava inserido, o homem primitivo buscou dominar a natureza através de inúmeras estratégias de sobrevivência como o estabelecimento grupos e manipulação criativa de matérias primas. Entretanto, o principal marco do processo evolutivo humano está ligado com sua capacidade de representação do mundo natural, assim, a história do mundo cultural, ou do próprio universo humano, inicia-se junto com as primeiras “apreensões” mediadas e comunicadas pelos gestos e ruídos.

O trajeto do homem é, antes de mais nada, a história das formas de comunicação que suscitam o aparecimento da linguagem e dos sistemas de línguas. Sob uma perspectiva ampla, o jornalismo é reflexo do fenômeno da linguagem, da

necessidade de representação simbólica do universo, e da pretendida estabilização e reprodução do conhecimento cultural. Em função disso há o entendimento de que os primeiros passos rumo ao aparecimento do jornalismo foram dados, simultaneamente, à efetivação dos primeiros relatos orais. A cultura da oralidade marca, portanto, uma espécie de pré-jornalismo. Se lembrarmos da Atenas na antiguidade clássica, por exemplo, veremos que os “oradores” se concentravam nos entornos do mercado para “informar” e “instruir” os atenienses sobre os acontecimentos que impactavam na pólis e na vida dos cidadãos. Ressaltamos, assim, que a oralidade foi, se não o primeiro, o mais importante suporte ao repasse de informações e, certamente, configurou-se como a primeira grande mídia⁶ da humanidade.

Todavia, foi com a invenção da escrita, datada aproximadamente em cinco mil anos antes de Cristo, que homem potencializou o papel dos sistemas simbólicos e passou a criar formas mais complexas e estáveis de comunicação e conhecimento. Com a inserção do alfabeto e a possibilidade de registrar os relatos orais é, antes de tudo, uma tecnologia que modifica tanto a organização social e cultural como também a própria estrutura cognitiva do homem. Tratando da revolução advinda com a escrita, Felipe Pena destaca que,

há uma grande diferença entre ouvir alguém falar e ler o que essa pessoas escreve. A distância do emissor da mensagem inibe nossa percepção sinestésica sobre a emissão [...] ao assistirmos a um discurso em praça pública, não usamos só a audição, mas os cinco sentidos. O mesmo acontece durante a leitura, só que a recepção não se dá ao mesmo tempo da emissão. Portanto, o que os sentidos percebem é outro momento (2008, p.26).

Ressaltamos com isso que enquanto nas sociedades orais a mensagem era sempre recebida em sincronia espacial e temporal com sua emissão, estabelecendo um ambiente contextual partilhado entre emissor e receptor que, geralmente, estavam inseridos e firmados sobre o mesmo universo semântico – nas sociedades permeadas pelo processo da escrita, as pessoas passaram a tomar conhecimento das mensagens produzidas à grandes distâncias físicas e/ou temporais, cujos emissores podiam ser oriundos de outros sistemas simbólicos e, portanto, de universos semânticos potencialmente distintos. Dessa forma, a escrita rompe com a

⁶ O conceito de mídia adotado em nosso trabalho se refere aos diferentes meios/suportes pelos quais a mensagem é transmitida e a comunicação efetivada (Lévy, 1999).

base interativa das formas de comunicação até então conhecidas. Sobre o impacto dessa mudança Pierre Lévy destaca que:

Subsistindo fora de suas condições de emissão e recepção, as mensagens escritas mantêm-se ‘fora de contexto’. Esse ‘fora de contexto’ – que inicialmente diz respeito apenas à ecologia das mídias e à pragmática da comunicação – foi legitimado, sublimado, interiorizado pela cultura. Irá tornar-se o centro de determinada racionalidade e levará, finalmente, à noção de universalidade (1999, p.116).

Este conceito de universalidade, cunhado por Lévy, é essencial à medida que marca diferentes períodos da comunicação social e, conseqüentemente, diferentes estágios da cultura e organização humana. Ao ser deslocada de seu contexto vivo de produção, a mensagem passou a exigir mecanismos capazes de auxiliar sua compreensão tanto do lado da recepção – através das artes da interpretação, da tradução, tecnologias linguísticas como dicionários, gramáticas, etc. – como do lado da emissão – por meio de um esforço para compor mensagens em formatos que, na medida do possível, contivessem em si mesmos as chaves de interpretação, ou sua própria razão de existir. É exatamente esse esforço prático voltado à significação das mensagens que Lévy (1999) vincula a idéia de universal. Nas palavras do autor,

no universal fundado pela escrita, aquilo que deve se manter imutável pelas interpretações, traduções, difusões, conservações, é o sentido. O significado da mensagem deve ser o mesmo em toda parte, hoje e no passado. Este universal é indissociável de uma visada de fechamento semântico. Seu esforço de totalização luta contra a pluralidade aberta dos contextos atravessados pelas mensagens, contra a diversidade das comunidades que os fazem circular. Da invenção da escrita decorrem as exigências muito especiais da descontextualização dos discursos. A partir desse acontecimento, o domínio englobante do significado, a pretensão ao ‘todo’, a tentativa de instaurar em todos os lugares o mesmo sentido (ou, na ciência, a mesma exatidão) encontram-se, para nós, associadas ao universal (LÉVY, 1999, p.118).

Embora tenhamos destacado que, como afirmam Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003), os relatos orais podem ser considerados uma espécie de pré-jornalismo sustentado pelos “fundamentos da democracia grega, baseada em

preceitos como a isagoria⁷, isonomia⁸ e isotimia⁹” (PENA, 2008, p.26). É o aparecimento da escrita que substancialmente traça o berço social e cultural do jornalismo tal como o conhecemos, estamos, inevitavelmente, fazendo referência ao advento da tecnologia da escrita como mídia através da qual os relatos orais puderam ser registrados, repassados e arquivados como objetos materiais, culturais.

Assim, o jornalismo está vinculado à cultura da sociedade da escrita (LÉVY, 1999; PENA, 2006). Para sermos mais específicos, devemos localizar a origem da prática jornalística na Inglaterra do século XVII, exatamente em Londres, onde havia cafés e pubs cujos donos estimulavam os viajantes a relatarem suas histórias e aventuras aos demais clientes, assim como faziam os antigos oradores gregos. Destes locais, por volta de 1609, surgiram os primeiros jornais administrados por tipógrafos que, corajosamente, reuniam opiniões, informações e fofocas políticas para, posteriormente, imprimirem tudo e distribuir à comunidade.

É precisamente essa passagem de uma cultura oral para uma cultura escrita que possibilita a ascensão dos “antigos contadores de histórias” ao papel de mediadores do espaço público, ou seja, ao papel de jornalistas. Com o advento dos primeiros veículos impressos, portanto, o jornalismo moderno começa a ser delineado dentro do contexto histórico da Europa do século XVII. Durante esse período inicial, as informações circulavam de forma controlada por aqueles que possuíam a chave do conhecimento (MEDINA, 1988, p.18).

Todavia, o jornalismo surge como suporte facilitador à circulação mais rápida das idéias e dos inventos que logo tornaram a reprodução do conhecimento um fator político significativo e os jornais acabaram “obtendo regularidade de publicação dos conteúdos informativos e opinativos com a ascensão da burguesia europeia ao poder e a abolição da censura prévia” (MELO, 1994, p.20). Ao adquirir a liberdade necessária para publicação dos mais diversificados conteúdos, o jornal tornou-se um espaço propício ao debate de diversas correntes de pensamento – assumindo-se como atividade comprometida com o exercício do poder político, difundindo idéias, combatendo princípios e propagando discursos conflitantes.

Essa fase do jornalismo corresponde, de acordo com o quadro evolutivo proposto por Ciro Marcondes Filho (2000), à segunda das cinco épocas distintas

⁷ Isagoria: valor ligado ao direito à palavra, ao direito de todo cidadão de se pronunciar, direito à liberdade de expressão.

⁸ Isonomia: conceito ligado ao direito de igualdade de todos os cidadãos perante à lei.

⁹ Isotimia: o livre acesso de qualquer cidadão ao desempenho de cargos públicos.

pelas quais a atividade jornalística se caracterizou. Sendo denominada pelo autor como **Primeiro Jornalismo** (1789 - 1830), esse estágio inicial esteve marcado pela veiculação de “conteúdo literário e político, com texto crítico, economia deficitária” (PENA, 2006, p.28) e atuação de escritores, políticos e intelectuais nas redações. Com o passar do tempo, a atuação política dos jornais começou a desagradar os representantes do governo que, procurando deter as críticas e opiniões sem atingir a já concedida liberdade de imprensa, passaram a cobrar taxas que encareciam as edições dos jornais ingleses – levando ao paulatino tolhimento das manifestações políticas e dos artigos opinativos e, concomitantemente, aumento das notas meramente informativas e descritivas, desprovidas de qualquer ênfase ideológica ou narrativa apaixonada.

Assim, após o triunfo da Revolução Burguesa¹⁰ em 1789, o jornalismo europeu começa a dividir-se em dois modelos distintos de jornalismo: enquanto a França manteve sua produção jornalística baseada na opinião - dando destaque ao fluxo da interpretação da realidade ou publicidade política; a Inglaterra, por sua vez, adotou um “jornalismo objetivo – racional, contido, comedido - imperando o relato dos acontecimentos, isolado de comentário” (MELO, 2006, p.37). Portanto, podemos afirmar que desde seu período mais remoto o jornalismo já estava segmentado em duas linhas distintas:

- a) a primeira caracterizada por uma narrativa de cunho mais **opinativo** (com ênfase nos debates entre os diferentes grupos políticos) adotada, especialmente, pelo jornalismo francês;
- b) a segunda, marcada por uma narrativa mais **informativa** nascida na Inglaterra e cuja prioridade está voltada à divulgação dos fatos noticiosos.

A emergência deste novo paradigma inglês, no qual a informação substitui a propaganda política e o debate ideológico, origina a constituição formal de um novo grupo social – os jornalistas – que reivindica, como vimos, um monopólio do saber: a determinação do que é notícia. Simultaneamente ao aparecimento desse dito “grupo de especialistas” e de seu “enjeu”, ocorre um enorme crescimento na comercialização da imprensa, ou seja, a informação passa a ter *status* de mercadoria. E é, exatamente, esse jornalismo firmado na Inglaterra que acabará formatando o já mencionado modelo do jornalismo ocidental.

¹⁰ Também conhecida como Revolução Francesa.

Segundo Traquina (2005), esses dois fenômenos (profissionalização dos trabalhadores e comercialização de seus produtos), consolidados no século XIX, marcam os dois processos históricos fundamentais à constituição do jornalismo como atividade socialmente reconhecida e, ao mesmo tempo, caracterizam o chamado **Segundo Jornalismo** (1830-1900), terceira fase evolutiva proposta por Marcondes Filho (2000). Lenore O'Boyle (1968) expressa alguns fatores que, segundo ele, colaboram ao entendimento de que o século XIX teria sido a época de ouro da imprensa ocidental. Tais fatores expressos pelo autor são, resumidamente:

- a) a **evolução do sistema econômico** (publicidade, industrialização, investimento da consolidação da marca dos produtos);
- b) os **avanços tecnológicos** (meios mais eficazes de impressão e distribuição dos jornais, linhas telegráficas, agências de notícias);
- c) os **fatores sociais favoráveis** (alfabetização massiva através do sistema público de educação, processo de urbanização);
- d) a **evolução do sistema político** no reconhecimento da liberdade **rumo à democracia**.

Para O'Boyle, foi a soma de todos esses fatores que terminou por permitir que o jornalismo se profissionalizasse¹¹. Com a **evolução do sistema econômico**, especialmente, com o processo de industrialização, o jornalismo pôde constituir-se em empresas credenciadas à produção em grande escala de produtos informativos que se autofinanciassem através da publicidade. Ou seja, através da produção industrial e da inserção de valores na constituição dos produtos, o jornalismo pôde se tornar um negócio lucrativo tanto para seus editores quanto para possíveis investidores. Através do financiamento publicitário os veículos podiam aumentar o número de exemplares e sua área de circulação o que, conseqüentemente, valorizava seus espaços comerciais – gerando lucros crescentes. Ao mesmo tempo, esse autofinanciamento permitiu que o jornalismo se “despolitizasse por completo” e, assim, se consolidasse no novo paradigma de atividade voltada à informação e não à opinião ou disputa de grupos políticos.

¹¹ Para autores como Traquina o desenvolvimento histórico do jornalismo caracteriza o próprio fenômeno de profissionalização de seus agentes. Embora exista uma discussão teórica, ainda vigente, sobre a caracterização do jornalismo como profissão (a recente revogação do diploma no Brasil atesta isso) não cabe, em função de nossos objetivos, tratarmos da complexidade que cerca a questão.

As novas formas de financiamento da imprensa, as receitas da publicidade e dos crescentes rendimentos das vendas dos jornais, permitiram a despolitização da imprensa, passo fundamental na instalação do novo paradigma do jornalismo: o jornalismo como informação e não como propaganda, isto é, um jornalismo que privilegia os fatos e não a opinião. Com as novas formas de financiamento, a imprensa conquista maior independência em relação aos partidos políticos, principal fonte de receita dos jornais ainda no início do século XIX (TRAQUINA, 2005, p.36).

Todo esse processo só foi possível em função dos inúmeros **avanços tecnológicos** que surgiam rapidamente e permitiam a produção/distribuição massiva dos veículos jornalísticos. O domínio da técnica tipográfica, as melhorias na reprodução de imagens e os avanços na rapidez de transmissão da informação (potencializada com o telégrafo), formaram o conjunto tecnológico fundamental para esse novo jornalismo que buscava ser cada vez mais global e atualizado. O aparecimento das agências de notícia, por exemplo, caracterizam bem o espírito crescente pela universalização e agilidade extrema do jornalismo voltado à informação.

Ao mesmo tempo que a industrialização melhorava as relações comerciais e produtivas, também promovia **modificações significativas na vida das pessoas**. Com a concentração industrial em determinados locais e a crescente migração de pessoas que passaram a ser empregadas pelas indústrias, foram-se formando os grandes centros urbanos. Através da urbanização e seus conglomerados populacionais, o governo conseguiu aumentar, consideravelmente, o acesso à educação. Para o jornalismo o crescente número de pessoas alfabetizadas significava aumento de demanda e, portanto, expansão de mercado. Simultaneamente, a identificação do público-alvo dos produtos jornalísticos, antes representada pela pequena elite letrada, passou a ser cada vez menos precisa – os leitores potenciais foram, gradativamente, sendo homogeneizados por meio de uma imagem massiva que representasse uma média do universo cada vez mais abrangente de leitores.

Não só os novos lucros do capitalismo industrial, as novas técnicas e aparato tecnológico, e os novos leitores sedentos por informações diversas alimentaram a expansão da imprensa no século XIX. Outro elemento fundamental para o crescimento de um campo jornalístico cada vez mais autônomo e credível, foi **a liberdade** conquistada através da concessão dos direitos fundamentais

obstinadamente perseguida por meio de lutas e revoluções (como por exemplo a revolução francesa) que originaram, em última análise, um atualizado conceito de governo – a democracia.

Com a soma de todos esses fatores e, principalmente, com o fortalecimento e predominância da teoria democrática, o jornalismo ocidental passou a ser implicitamente incumbido de uma dupla função socialmente instituída e legitimada:

- a) vigiar o poder político, protegendo os cidadãos dos desmandes e abusos dos poderes constituídos;
- b) e garantir o fornecimento de informações essenciais ao pleno desenvolvimento das sociedades através da compreensão de suas responsabilidades enquanto entidade cívica.

Foi em um contexto de profundas mudanças sociais que o jornalismo começou a solidificar sua própria ideologia e cultura profissional orientada pelo seu papel de vigia do poder e mediador das informações. Atrelada as suas funções sociais surge a ideia de “Quarto Poder”, termo cunhado pelo deputado inglês McCalay (BOORSTIN, 1971, p.124), para designar a posição dos jornalistas - os vigias sociais que se colocam à serviço da sociedade, do seu bem-estar, das suas opiniões e reivindicações. No fim do século XIX,

os jornais eram vistos como um meio de exprimir as queixas e injustiças individuais e como uma forma se assegurar a proteção contra a tirania insensível. Portanto a legitimidade jornalística está na teoria democrática e, segundo seus teóricos, assenta claramente numa postura de desconfiança (em relação ao poder) e numa cultura claramente adversarial entre jornalismo e poder (TRAQUINA, 2005, p.47).

Em suma, podemos dizer que o jornalismo, designado o “Quarto Poder” e a democracia constituíram-se em simbiose. É lógico que todo esse processo, que marca o nascer do jornalismo como reconhecemos, não transcorreu de forma igualitária em todas as sociedades e nem de maneira isolada às alterações sociais e intelectuais que marcaram o período. Sendo o século XIX marcado pelo reinado do pensamento positivista, as expressões intelectuais, científicas e mesmo artísticas foram caracterizadas pela ambição perfeccionista, pelo desejo de atingir a exatidão¹²

¹² A busca pela representação perfeita e exatidão é uma forte marca do pensamento positivista. O jornalismo, nascido no apogeu positivista do século XIX, teve sua cultura e ideologia profissional fortemente influenciada pelas ideias características do positivismo: verdade, isenção e exatidão. Essa

que uma recente invenção, a máquina fotográfica, suscitava. Essa busca caracterizaria a cultura jornalística representada pela metáfora do espelho – onde o jornalismo e seus produtos são vislumbrados como límpido reflexo do real.

Avançando um pouco na história chegamos ao século XX e à consolidação dos Estados Unidos (EUA) como nova potência global - ao fim da Segunda Guerra Mundial, o país começou a servir como modelo de desenvolvimento democrático. Esse período caracteriza o quarto marco evolutivo proposto por Marcondes Filho (2000), denominado **Terceiro Jornalismo** (1900-1960). De acordo com o autor, é na primeira metade do século XX que surgem os grandes monopólios dos grupos editoriais e as grandes tiragens. Em função da segunda grande guerra, os jornais passaram a buscar formas mais objetivas de repassar seu conteúdos, dando mais espaço aos acontecimentos mundiais e reduzindo, ainda mais, as opiniões e críticas. Com a melhoria técnica e a predominância da lógica capitalista, os norte-americanos firmaram, definitivamente, o jornalismo como um ramo de negócios lucrativo e, ao mesmo tempo, como um campo profissional autônomo de grande alcance e influência social. Sobre as mudanças ocasionadas no jornalismo pela sociedade industrial norte-americana, Eduardo Belo expõe que:

O acelerado processo de urbanização de dois séculos anteriores produziu o aglutinamento de pessoas com idéias e princípios diferentes. Com sua visão de jornalismo como negócio e para atingir um público mais amplo, a imprensa americana começou a adotar padrões de objetividade e de linguagem. A finalidade era atingir ao máximo de leitores com formações diferentes e graus de instrução díspares (2006, p.24).

Podemos afirmar que o fim do século XIX e o início do século XX marcaram o nascimento e afirmação de um jornalismo cuja primazia estava na factualidade, na informação. Entretanto, a transição ao novo século foi um período histórico turbulento no qual houve um profundo pessimismo com relação a democracia como modelo de governo e de vida. Ora, sendo o jornalismo rebento direto da teoria democrática é de se imaginar que sua estrutura e cultura não passariam ilesas por esse contexto hostil. Ademais, nos primeiros anos do século XX viu-se o nascimento

herança do século XIX terminou por moldar a maneira de ser, pensar, enxergar e informar dos jornalistas ao longo de todo século XX. Exploraremos essa questão através de nosso percurso pelo reconhecimento da técnica jornalística ainda neste capítulo.

da psicologia, uma nova ciência que colocava em xeque a racionalidade positivista do século anterior.

A crise da democracia ocidental e do pensamento positivista deflagraram o início de uma fase de instabilidade no jornalismo, sentida tanto entre seus profissionais como entre estes e a sociedade que se transformava. Todo este contexto de conflitos e mudanças que atingiam o ocidente influenciou o aparecimento crescente de cursos superiores, estudos científicos, técnicas e estratégias destinadas a tornar a imprensa ainda mais profissional – entenda-se aqui, mais objetiva.

Se, nos anos de 1890, os jornalistas raramente duvidavam da possibilidade de escrever realisticamente, nos anos de 1930 mesmo os jornalistas dedicados à objetividade reconheciam que a reportagem objetiva era, no fim de contas, uma meta fora de seu alcance – os perigos da subjetividade eram bem reconhecidos. Portanto, já nos anos de 1930, o valor da objetividade desconhecido do jornalismo antes da Primeira Guerra, parece ter entrado na linguagem vulgar dos membros da profissão. Mas, se nos anos 30 a objetividade era no jornalismo um valor profissional articulado, era um valor que se tornou um ideal precisamente quando a impossibilidade de vencer a subjetividade na apresentação das notícias era aceite, e precisamente porque a subjetividade tinha tornado a ser vista como inevitável (TRAQUINA, 2005, p.138).

Assim sendo, ressaltamos que, ao contrário do que muitos acreditam, o ideal de objetividade jornalística não surge como oposição à noção de subjetividade, mas sim como reflexo do reconhecimento da inevitabilidade desta. “Enquanto a nossa mente se torna ainda mais consciente da sua própria subjetividade, encontramos um sabor especial no método objetivo” (1922, p.256, tradução nossa) já afirmava o jornalista norte-americano Walter Lippmann ao refletir sobre as recentes mudanças na prática jornalística do século XX. Nos primeiros anos do século XX, portanto, o que se viu foi a afirmação de uma ideologia da objetividade – os jornalistas trocaram a convicção de raiz positivista ligada à transparência do fato, pela fidelidade às regras e aos procedimentos técnicos criados para atender uma sociedade que passava a pôr tudo em causa (TRAQUINA, 2005).

Antes de ser a negação da subjetividade, a objetividade jornalística é uma espécie de estratégia adotada pelos profissionais para garantir um certo grau de credibilidade aos seus produtos e neutralizar possíveis críticas. Para alcançar esse efeito de objetividade, o jornalismo passa a dar conta de uma série de rotinas e

sistemas de procedimentos que são, paulatinamente, absorvidos pela comunidade profissional como um conjunto de saber técnico específico. Tuchman (1993) apontou para quatro procedimentos que podem ser considerados fundantes à técnica jornalística padrão:

- a) **exploração de pontos de vista** (imparcialidade): os jornalistas começam a travar uma frenética busca por pontos de vista conflitantes que, supostamente, garantam ao relato imparcialidade, apresentando, no mínimo, duas perspectivas divergentes sobre o mesmo acontecimento;
- b) **apresentação de documentos** (fontes documentais, isenção): o jornalismo passa a buscar “comprovações” incontestes aos seus relatos, ou seja, uma “afirmação” jornalística passou, necessariamente, a depender de uma comprovação dada por outrem que “confirmasse” seu dizer;
- c) **uso recorrente de citações** (impressoalidade): o uso dessa estratégia buscou fazer desaparecer a figura do jornalista para, pretensamente, deixar que os fatos noticiassem pó si, sem qualquer interferência de mediação;
- d) **adoção de sequência** (agilidade, simplificação da linguagem, concisão, hierarquização): os jornalistas tomam como regra a hierarquização de informações dentro da estrutura noticiosa – essa arquitetura buscava a exposição dos fatos mais relevantes logo no início da notícia, seguindo uma apresentação decrescente de dados até o fim do relato, sem qualquer preocupação com a ordem cronológica linear dos acontecimentos.

A adoção de tamanha tecnicidade à prática jornalística alterou todas as fases do processo produtivo, desde a seleção da pautas¹³ até as formas de estruturação da narrativa noticiosa e produção de seu conteúdo. Dessa forma, o jornalismo adota uma nova maneira de “dizer” que reformata seu “produto” às novas expectativas e valores sociais. Surge o atual modelo de “jornalismo padrão”, ou como prefere Sousa (2001), o “jornalismo de referência”. De acordo com o autor,

a I e a II Guerra Mundial, talvez por força das circunstâncias excepcionais que o mundo atravessou, tornaram o jornalismo ocidental tendencialmente descritivo, apostando na separação entre ‘factos’ e ‘comentários’. Fez escola o ‘he said journalism’, ou seja, o jornalismo das declarações/citações, do qual estavam arredadas a

¹³ Pauta é o termo utilizado para definir quais assuntos/acontecimentos/temas serão transformados em notícias.

análise, o contexto, a interpretação e até a investigação (SOUSA, 2001, p.27).

Essa reconfiguração da prática jornalística deu uma nova forma ao seu principal produto, a notícia informativa. Nascia o modelo técnico-estrutural¹⁴ da Pirâmide Invertida (PI) e do *Lead* (Lide) – o “pretinho básico” da notícia ganhava rapidamente espaço, corpo e adeptos no mundo todo. Junto ao modelo padrão de redação jornalística, vieram amplificados os valores de objetividade e, consequentemente, de isenção, imparcialidade, agilidade, impessoalidade, concisão e simplificação.

Vimos até aqui que a definição da postura do profissional do campo jornalístico, reconhecida até hoje, não foi um processo isolado das transformações técnicas, sociais e culturais – mas sim, uma evolução simbiótica ao contexto histórico. Não sendo nossa proposta neste ponto enveredar por qualquer discussão, nos limitaremos a apontar o último marco evolutivo proposto por Marcondes Filho (2000), o **Quarto Jornalismo**.

Segundo o autor, por volta de 1960, o jornalismo passou a atuar em novo contexto marcado, principalmente, pelo aparecimento e popularização dos meios eletrônicos de comunicação. Em função de uma expansão tecnológica crescente, o jornalismo passou a oferecer novos produtos que explorassem as possibilidades das novas mídias – o maior impacto desse processo foi, sem dúvida, a alteração dos parâmetros de velocidade no repasse e alcance das informações. O agente especializado do campo jornalístico já não apenas corre contra o tempo, mas também passa a buscar alternativas para não ser “esmagado” por ele – a imprensa, antes preocupada apenas com o *deadline*¹⁵, passou a ter que dar conta da competição desigual entre veículos de mídias distintas que passaram cada vez mais a lutar pelo “furo”¹⁶ de reportagem. A velocidade passou a ser um valor determinante à prática jornalística; e a medida esta se globalizava, seguindo a lógica econômica e

¹⁴ O modelo da PI e do lide será melhor explorado ao longo deste capítulo em função da sua centralidade nos estudos dos produtos jornalísticos.

¹⁵ *Deadline* é um jargão da linguagem jornalística ligado, principalmente, ao horário de “fechamento” dos jornais impressos. Originalmente, a expressão foi adotada pelos jornalistas para se referirem ao horário em que a edição do jornal era finalizada e enviada à impressão.

¹⁶ “Furo” é uma expressão utilizadas pelos jornalistas para denominarem a informação dada em primeira mão por um determinado veículo. Em função da acirrada concorrência entre os próprios profissionais e as empresas do ramo, o “furo” de reportagem é perseguido pelos jornalistas – sendo considerado não apenas como uma conquista, mas como um prêmio.

social do século XX, o tempo de produção se comprimia e a pressão nas redações aumentava.

Com a popularização dos meios e a rápida melhoria na transmissão das mensagens eletrônicas, as empresas jornalísticas passaram a produzir seus conteúdos tendo em vista um público bem mais numeroso, massivo, e pouco delimitado – surgia a conhecida *mass media*. Com produtos direcionados aos fluxos verticais e unidirecionais das mídias eletrônicas, o jornalismo adotou muitas das possibilidades técnicas dos meios para intensificar os efeitos da técnica padrão como, por exemplo: aumentar a velocidade no repasse de informações, simplificar a linguagem e reduzir a extensão dos seus enunciados, somar o “testemunho” da imagem ou de declarações ao vivo para reforçar as características de isenção, imparcialidade e objetividade do relato, etc..

Daí por diante o que vemos é o fortalecimento da lógica da globalização, do capitalismo, do papel da tecnologia e, por fim, das redes de interação que surgem em um revolucionário espaço: a Rede Mundial de Computadores (Internet). O advento das novas tecnologias da informação (TICs) trouxe consigo um universo de novos valores, ideais e padrões de comportamento que iniciaram uma nova revolução na estrutura social e perspectiva cultural – atingindo em cheio os sujeitos do século seguinte. Se a passagem da mídia impressa para a mídia de massa se caracterizou pelo reforço da técnica jornalística padrão em função da manutenção do caráter linear do processo comunicativo, veremos, mais adiante, que com o aparecimento da Internet e, principalmente, da *web*, a simples inserção de ferramentas de interação introduziria uma nova perspectiva comunicativa ao jornalismo.

Diante da importância de tratarmos com mais atenção esse processo que nos levará ao Twitter e às características de seus produtos jornalísticos, dedicaremos o próximo capítulo, exclusivamente, a exploração da sociedade em rede, do ciberespaço e das adaptações do jornalismo ao novo contexto dos suportes digitais. Entretanto, antes de nos atermos à discussão dessa realidade típica do século XXI, precisamos abordar, brevemente, o desenvolvimento do jornalismo no Brasil¹⁷ a fim de apoiarmos com mais clareza e cadência as exposições posteriores.

¹⁷ Justificamos nossa preocupação em expor, mesmo que resumidamente, o percurso do jornalismo no Brasil para evidenciarmos que a técnica jornalística padrão foi, embora com certo atraso, adotada amplamente pelas redações brasileiras. Sendo a técnica jornalística um dos pilares deste trabalho e

1.2 O DESENVOLVIMENTO DO JORNALISMO BRASILEIRO

No Brasil, até o início do século XX as redações estavam sendo ocupadas por escritores e literatos que buscavam um meio de publicar seus trabalhos e, ao mesmo tempo, garantir uma fonte de renda. Com o crescimento da industrialização e a ascensão do capitalismo, o jornalismo foi afastando-se da literatura e focando-se em ideologias políticas. Os impressos tornaram-se meios partidários de propriedade dos políticos da época – o jornalismo era essencialmente panfletário.

A influência política dentro das redações brasileiras começou a diminuir a partir da década de 50, quando o país acelerou o crescimento industrial e estimulou mudanças na estrutura jornalística nacional. O distanciamento literário e a adesão à objetividade, tornam-se visíveis durante os anos dourados – “[...] o jornalismo cedera às pressões políticas e econômicas de seus grupos mantenedores e extinguiu praticamente a opinião e o panfleto, tornando-se informativo” (BELTRÃO, 1980, p.40). Foi nesse período que o jornalismo brasileiro, seguindo o ritmo das relações capitalistas em esfera global, firmou-se como atividade industrial cujo maior produto à venda era a notícia.

Aos homens de letras, a imprensa impõe, agora, que escrevam menos colaborações assinadas sobre assuntos de interesse restrito do que o esforço para se colocarem em condições de redigir objetivamente reportagens, entrevistas, notícias (SODRÉ, 1966, p.339).

Durante os anos 50, o jornalismo brasileiro, portanto, começou a se aproximar do modelo informativo norte-americano. Os conceitos de Lide, Pirâmide Invertida (PI) e *copydesk*¹⁸ (copidesque) são assimilados pela imprensa brasileira e institucionalizados como técnica padrão pelos manuais de redação. Esse fenômeno mudou completamente a maneira de fazer jornalismo no Brasil e a estrutura das matérias. As notícias deixaram de expor as informações e os dados em ordem cronológica e passaram a adotar uma ordem hierárquica baseada na suposta

estando nosso objeto limitado a *tweets* jornalísticos publicados por empresas nacionais, cremos ser relevante dedicarmos um subcapítulo à exposição do desenvolvimento do jornalismo no Brasil.

¹⁸ Como na época os jornalistas brasileiros eram inexperientes e pecavam na implantação do modelo da PI. Os editores dos grandes jornais instituíram o cargo de copidesque nas redações. A função deste profissional era revisar e formatar o texto de acordo com as novas diretrizes técnicas de redação da notícia.

importância de cada informação, seguindo os critérios objetivos da PI. Além disso, o tradicional “nariz de cera”¹⁹ foi substituído por um parágrafo objetivo, o Lide, que deveria atender as seguintes perguntas: “quem?”, “o quê?”, “quando?”, “onde?”, “como?” e “por quê?”.

A forma estrutural da PI fez com que o leitor acessasse os dados essenciais à compreensão do fato logo no primeiro parágrafo da matéria. Esse modelo beneficiou diretamente os editores que passaram a cortar o final das notícias quando necessário sem que comprometer o sentido do relato já que o essencial estava disposto logo no início.

A técnica da pirâmide invertida garantiu até certa racionalidade industrial ao processo de produção jornalística ao longo da segunda metade do século 20. Havia vantagem industrial no relato que resume o principal no início e desenvolve o secundário da história em ordem decrescente de importância dos fatos. A composição a quente, feita com blocos de chumbo dos linotipos, permitia textos cortáveis pelo pé, sem consulta ao autor original. Os profissionais da gráfica, tão longe das salas de redação, não precisavam se dar ao trabalho de ler o material todo (PEREIRA JUNIOR, 2006, p.119-120).

Os termos subjetivos, a pontuação expressiva, os adjetivos e o caráter autoral - comuns nos primórdios do jornalismo, foram suprimidos e substituídos pelos valores de objetividade, isenção, técnica narrativa em terceira pessoa e demais características do modelo norte-americano. O jornalismo passou, então, a ser visto com um meio formador de opinião. A sociedade da época encarou a incorporação da neutralidade e objetividade como uma garantia de credibilidade às informações. Os veículos estavam em luta pela liberdade de imprensa e pelo distanciamento do poder estatal.

Contudo, a implantação da ditadura militar em 1964 foi “um balde de água fria” às pretensões libertárias da imprensa nacional. A censura e a crise econômica causaram o desaparecimento de muitos jornais; era o primeiro efeito dos chamados “anos de chumbo” que acabaram adiando a busca pela independência da imprensa brasileira. Durante o governo do general Costa e Silva (1967-1969) foi decretado o Ato Institucional número 5 (AI-5), o momento mais rígido da ditadura e de maior repressão à imprensa e aos movimentos estudantis. Muitos jornalistas

¹⁹ Nariz de cera é uma expressão utilizada pelos jornalistas para determinar a introdução extensa e rebuscada de uma matéria jornalística.

desapareceram, foram assassinados, torturados, exilados, sem que qualquer explicação fosse dada.

[...] o governo decretava o AI-5 e impunha todos os instrumentos de controle da informação. O limite entre o permitido e o proibido era extremamente subjetivo, o que obrigava a um vai-vém de editores a Brasília, na tentativa, nem sempre bem-sucedida, de convencer os censores da inocência de matérias que, se vetadas, poderiam inviabilizar uma tiragem inteira (GONTIJO, 2004, p.313).

O rigoroso AI-5 permaneceu em vigor de 1968 até 1978. Uma década de repressão e controle absoluto do Estado sobre qualquer manifestação artística, intelectual ou crítica. Todo trabalho jornalístico precisava passar pelas mãos dos censores que selecionavam o material a ser publicado. Nesse contexto, a imprensa brasileira entrou em decadência, cedendo espaço às mídias internacionais que passaram a investir pesado no mercado brasileiro.

Multiplicavam-se aqui as primorosas revistas estrangeiras, como o Médico Moderno, o Dirigente Rural, Química e Derivados, Quatro Rodas, Capricho, Manequim, Ilusão, O Pato Donald, Intervalo, Mickey, Direção, e outras, já com seu lugar garantido, na maior parte distribuídas gratuitamente, enquanto as publicações brasileiras congêneres soçobravam face aos elevados crescentes custos de produção (SODRÉ, 1966, p.502).

Com os olhares internacionais voltados para o Brasil, muitas empresas jornalísticas nacionais acabaram lucrando. Dependentes dos anúncios publicitários para manterem suas estruturas, os jornais brasileiros firmaram parcerias com empresas estrangeiras. Tais empresas investiram grandes quantias de dinheiro à publicização da cultura norte-americana no Brasil, tanto por meio de anúncios como por meio da circulação de seus veículos.

Em 1969, no auge da ditadura militar, muitos jornalistas e intelectuais enfrentaram a repressão do Estado e abriram espaço para opiniões divergentes e para o combate à ditadura em seus veículos - surgiu a imprensa alternativa. “Da mesma forma que no século XIX jornais eram lançados para alimentar lutas pela independência, abolição e república, durante a ditadura militar surgiu a ‘imprensa nanica’, à frente o Pasquim” (GONTIJO, 2004, p.314). Os veículos alternativos foram uma maneira de protesto que, sistematicamente, buscava desmoralizar o autoritarismo e as figuras públicas responsáveis pelos governos militares. Tornando-

se conhecida como imprensa nanica²⁰, essa prática jornalística influenciou comportamentos, revelou novos talentos e ousou abordar temas que a grande “imprensa padrão” ignorava em função da censura e/ou da própria linha editorial.

Com a imposição de restrições à liberdade de imprensa, o jornalista vê, ao mesmo tempo, lhe serem sonegados diversos fatos e proibida a divulgação de muitos que chegam a seu conhecimento. Tem, por isso, de exercitar um trabalho de verdadeiro artista para alcançar os fatos que lhe interessam (porque interessam ao público), realmente notícia, e fazê-los chegar, muitas vezes através de estratagemas, ao conhecimento dos leitores (MENEZES, 1997, p.26).

Com a pressão da mídia, do capitalismo e apoio da população, a ditadura enfraqueceu. No ano de 1984, os brasileiros uniram-se e saíram às ruas para lutar pelo movimento das “Diretas Já”. No final da década de 80 a democracia era conquistada e a imprensa brasileira passou a ser considerada como a grande ferramenta da expressão popular. O regime militar deixou como herança uma imprensa que se especializara na metáfora, no ato de informar usando os mais diferentes artifícios para driblar os censores. Com a reestruturação da liberdade, as empresas jornalísticas enfrentaram dificuldades para balancear seus interesses mercadológicos pela lucratividade com seus deveres públicos de informar com o máximo de “isenção”.

Na década de 90, com a credibilidade concedida pela sociedade e a injeção de capital estrangeiro, o jornalismo brasileiro tornou-se sedento por informações de todos os tipos, as notícias ganharam traços sensacionalistas e o denunciismo chegou às capas dos principais veículos. Era o jornalismo industrializado aportando em terras brasileiras.

Com a campanha do impeachment [do ex-presidente Fernando Collor de Melo em 1992], nasce o jornalismo da onipotência e da impunidade. A campanha conferiu à imprensa o maior poder da história, antes de lhe proporcionar amadurecimento [...] Na grande disputa que se deflagrou na mídia, depois que o governo já estava no chão, repórter incumbido da cobertura que não tivesse notícia inventava. Instaurou-se o vale-tudo. Depois de dois meses de cobertura, chamar o ex-presidente de ladrão já não causava impacto. A cada dia era preciso mais. Viciado, macumbeiro, catatônico, homossexual, casado com sapatão, valia tudo. E tudo era perdoado

²⁰ A expressão imprensa nanica foi cunhada pelo jornalista e escritor, João Antônio, na década de 1970, para designar publicações como O Pasquim, Extra, Verve etc., que faziam um jornalismo mais panfletário, alternativo e contestador.

– mesmo os piores crimes contra o bom exercício do jornalismo – porque do outro lado estava o inimigo (NASSIF, 2006, *online*) [grifo nosso].

A esta época turbulenta, os veículos de comunicação se multiplicavam, os monopólios midiáticos se fortaleciam, a concorrência aumentava e, em meio a tudo isso, surgia uma nova e revolucionária mídia: a Internet. Foi durante os anos 90 que a Rede Mundial de Computadores começou a ser introduzida no mercado brasileiro. Chegávamos à era da digitalização da informação, da virtualidade. Estava dado, portanto, o primeiro passo rumo a sociedade do hipertexto, remediações, velocidade, interação e acesso irrestrito a informações do mundo inteiro em apenas um clique.

A partir do início do século XXI, novas tecnologias e ferramentas de comunicação surgiram em velocidade exponencial – apesar de algumas previsões “apocalípticas” que anunciam o possível desaparecimento dos livros, jornais e da televisão em razão da digitalização, estes meios continuaram existindo tanto no Brasil quanto no resto do mundo.

Descartando qualquer espécie de posicionamento entre os entusiastas da tecnologia ou os apocalípticos, nos restringimos a afirmar que, através das conquistas tecnológicas e, principalmente, com advento da Internet, as possibilidades à atividade jornalística foram drasticamente ampliadas e muitos conceitos sobre a comunicação tiveram de ser repensados. É indiscutível que, em escala global, as novas tecnologias da informação estão protagonizando um fenômeno de alteração profunda nas mais distintas áreas da prática humana, em especial, na comunicação social e, conseqüentemente, no jornalismo. Bons exemplos disso são os incontáveis sites de veículos jornalísticos, a atual preocupação com as possibilidades de interação com os leitores e experiências de construção coletiva de produtos noticiosos.

No Brasil, apesar do processo de informatização não ocorrer de forma homogênea, o fenômeno não é mais brando que no resto do mundo – as *Lan Houses* e alguns projetos governamentais conseguem levar, paulatinamente, a Internet aos bairros, escolas e regiões pobres. O jornalismo brasileiro, por sua vez, acompanhou o ritmo global de exploração da nova mídia e “instalou-se” na grande rede já nos anos 90 e, gradativamente, adapta-se e aproveita-se das potencialidades distintas e crescentes da comunicação digital.

Pretendemos apresentar, no próximo capítulo, o contexto histórico, técnico, cultural e social no qual os *tweets* jornalísticos atuam e são consumidos como produtos noticiosos genuínos de uma nova rede de comunicação nascida na *web*. Entretanto, antes disso precisamos entender o que são os produtos jornalísticos e o que, de fato, marca suas singularidades. Partiremos, portanto, à exploração do jornalismo considerado padrão e das características que guiam sua prática profissional para, posteriormente, o confrontarmos com o jornalismo praticado no Twitter.

1.3 A ATIVIDADE JORNALÍSTICA PADRÃO: NOTÍCIA, SABERES E TÉCNICA

Neste ponto do trabalho nos dedicaremos à exploração das características do texto jornalístico padrão para, posteriormente, apontarmos suas prováveis alterações técnicas quando construídos ou veiculados no Twitter. Para tanto, buscaremos expor uma pequena discussão que elucide o conceito de notícia – apresentando-a como enunciado jornalístico padrão. Em seguida, passaremos pelo reconhecimento dos saberes que guiam os jornalistas na constituição, produção e formatação desse produto, indicando assim as inúmeras interações que permeiam a caracterização da notícia e das técnicas empreendidas na sua produção. Por fim, chegaremos ao enunciado jornalístico resultante e às características do discurso refletido.

1.3.1 A notícia em sentido estrito: o produto jornalístico padrão

Como vimos, o jornalismo é uma atividade ampla que, estando ligada a vida social, abarca uma enorme gama de temáticas e assuntos no interior de seus diferentes produtos, ao conjunto destes produtos podemos aplicar os termos matéria jornalística ou notícia. Em sentido *lato*, tais denominações são aplicáveis às comunicações realizadas por agentes do campo jornalístico, apresentadas periodicamente sobre aquilo que possa ser novo, atual e interessante para uma dada comunidade. Todavia, em nosso trabalho adotaremos apenas o termo “matéria” para tratarmos do universo das comunicações jornalísticas (notícia, reportagem, crônica, etc.), reservando a terminologia “notícia” à referência de um produto comunicacional específico que obedece determinadas técnicas e padrões

que serão posteriormente explicitados. Esse conjunto técnico-performativo constitui o cerne do chamado jornalismo padrão, ou seja, a prática jornalística informativa (oriunda da cultura inglesa e norte-americana) cujo principal produto é a notícia em seu sentido estrito,

notícia em sentido estrito ou técnico refere-se ao gênero canônico que designa um texto com as seguintes características: informativo e centrada nos factos; caracterizado pela existência de um título, de subtítulos, de um parágrafo inicial chamado lead onde se procura responder a seis questões consideradas fundamentais (O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê?) das quais as duas últimas podem ser respondida no parágrafo seguinte; estruturado por um método chamado ‘pirâmide invertida’ [...] A notícia, no seu estrito sentido, constitui um gênero específico de entre o conjunto dos vários gêneros jornalísticos (CORREIA, 2011, p.28-29) .

Adotaremos o termo “notícia”, portanto, em sentido estrito. Assim, a notícia coloca-se em nosso trabalho como um gênero textual²¹ que possui estrutura/arquitetura que é lhe específica e cuja técnica de construção textual confere uma certa estabilidade aos enunciados noticiosos. Salientamos brevemente que para Bakhtin (2003), gêneros são tipos de enunciados, relativamente estáveis e normativos, que estão vinculados a situações típicas da comunicação social. Sendo tipos temáticos, estilísticos e composicionais dos enunciados individuais, os gêneros se constituem historicamente a partir de novas situações de interação da vida social que vão, relativamente, se estabilizando, no interior das diferentes esferas sociais. Assim, os gêneros estão sempre ligados às situações sociais da interação - qualquer mudança nessa interação causará mudanças no gênero. Entretanto,

uma vez que se tem a constituição do gênero, este exerce, em retorno, um efeito normativo sobre as interações verbais. Por isso que se pode dizer que para Bakhtin os gêneros também são formas de ação: na interação, eles funcionam como *índices de referência para a construção dos enunciados*, pois balizam o autor no processo discursivo, e como horizonte de expectativas para o interlocutor, no

²¹ Como gênero textual, a notícia é um elemento que possibilita a interpretação do processo entre a comunicação e o sistema social (BERKENKOTTER; HUCKIN, 1995) - essa abordagem social para os gêneros origina-se do entendimento de seu caráter organizador das práticas humanas. Através do uso organizacional ou disciplinador de gêneros, “constituímos” estruturas sociais (em seus domínios profissionais, institucionais e organizacionais) e simultaneamente as “reproduzimos”. Com base nisso, considerarmos os gêneros textuais/discursivos como elementos da prática social que transitam tanto entre os “pontos de transformação” quanto nas práticas localizadas que atuam na reprodução do sistema (MILLER, 1994) - daí seu poder potencial de restringir/transformar e influenciar a sociedade.

processo de compreensão e interpretação do enunciado (a construção da reação-resposta ativa). *Desse modo, para a interação, é necessário tanto o domínio das formas da língua quanto o das formas do discurso, isto é, o domínio dos gêneros do discurso* (RODRIGUES, 2004, *online*) [grifo nosso].

Sendo assim, podemos dizer que o enunciado jornalístico²² padrão é a própria notícia que possuindo estabilidade, através das técnicas de redação jornalística, caracterizam um gênero específico que, como vimos no capítulo anterior, firmou-se historicamente através de inúmeros processos de interação entre os agentes do campo jornalístico e o corpo social. Para melhor definir ou elucidar as especificidades da notícia em relação aos demais produtos jornalísticos, o professor João de Deus (*apud* PENA, 2008) propõe uma quadro comparativo em que a notícia padrão é posta em confronto com outro gênero textual/discursivo de grande destaque no jornalismo informativo, a reportagem. O esquema exposto a seguir apresenta as ideias do autor, esclarecendo as idiossincrasias que levaram a notícia a ser reconhecida como o produto jornalístico de maior destaque e impacto no cotidiano social e profissional:

Quadro 1 – Diferença entre notícia e reportagem

NOTÍCIA	REPORTAGEM
Apura os fatos	Lida com assuntos sobre fatos
Tem como referência a imparcialidade	Trabalha com o enfoque, a interpretação
Opera em um movimento típico da indução (do particular para o geral)	Opera com a dedução (do geral, que é o tema, ao particular – os fatos)
Atém-se à compreensão imediata dos dados essenciais	Converte fatos em assunto, traz a repercussão, o desdobramento; aprofunda
Independente da intenção do veículo (apesar de ser imune a ela)	Produto da intenção de passar uma “visão” interpretativa
Trabalha muito com o singular (ela se dedica a cada caso que ocorre)	Focaliza a repetição, a abrangência (transforma vários fatos em tema)
Relata formal e secamente – a pretexto de comunicar com imparcialidade	Procura envolver, usa a criatividade como recurso para seduzir o receptor
Tem pauta centrada no essencial que recompõe um acontecimento	Pauta mais complexa, pois aponta para causas, contextos, conseqüências, novas fontes

Fonte: Pena (2008)

Munidos das informações que nos permitem diferenciar os dois principais produtos jornalísticos de caráter informativo, podemos melhor compreender que, em função das próprias características da Internet como mídia veloz e abrangente, é

²² Discutiremos mais profundamente as questões acerca do o enunciado jornalístico em um subcapítulo específico à sua caracterização.

esperado que os conteúdos nela veiculados estejam muito mais próximos da configuração da notícia do que da reportagem. Dizemos isso porque através do relato conciso, mais objetivo e factual da notícia, os jornalistas conseguem explorar de forma mais eficiente o potencial de interação imediatista da Internet.

Na verdade, a exposição desse quadro elucida o porquê da notícia ser considerada a “pedra angular” do jornalismo enquanto atividade profissional. Como apresentamos no capítulo anterior, a atividade jornalística está calcada pela teoria democrática que dá ao jornalismo uma competência específica que é, basicamente: fornecer informação à sociedade, ou seja, noticiar de maneira objetiva. Tais informações devem ser “pontuais”, voltadas para uma dada sociedade em um dado momento – explicitando uma situação atual, um fato momentâneo.

A atual formatação da notícia como elemento informativo factual reflete, portanto, os inúmeros procedimentos que foram estabelecidos através de trocas sociais fundadas em concordância com um dado contexto histórico e cultural. Esse processo de interação é considerado crucial à constituição da “cultura profissional” do jornalismo e da formação de sua “comunidade interpretativa” cujos “agentes especializados”, os jornalistas, são legitimados como produtores da notícia pela sociedade (TRAQUINA, 2008, p.36-37).

Estando a notícia voltada à factualidade, podemos afirmar que a prática jornalística padrão está sempre condicionada pelo fator tempo. O valor do imediatismo é o cerne de todos os processos e valores jornalísticos - não basta apenas poder e saber noticiar, é preciso conseguir fazê-lo em tempo hábil. Definido como conceito temporal, o imediatismo se refere ao espaço de tempo que decorre entre o acontecimento e o momento em que a notícia é transmitida, ou seja, o momento em que a sociedade é informada sobre o ocorrido.

Se pensarmos em termos logísticos, a concentração do jornalismo no imediatismo leva-o, automaticamente, a reforçar a importância da capacidade performativa do jornalista na montagem de suas coberturas. Tal capacidade é avaliada pela aptidão do profissional de “dominar” o tempo em vez ser vítima dele. Se pensarmos no contexto da sociedade em rede parece lógico afirmarmos que o valor do imediatismo ganha ainda mais destaque – dando primazia ao que é “direto”, “objetivo” e “conciso”. Diante desse panorama, Traquina chega a definir que: “ser obcecado pelo tempo é ser jornalista” (2008, p.38).

Para atingir o seu objetivo de noticiar, o jornalista precisa unir a sua referida capacidade de lidar com o tempo ao seu “vocabulário de precedentes”. Sinteticamente, o vocabulário de precedentes pode ser definido como a progressiva articulação verbal do estado corrente de “saber de reconhecimento”, de “saber de procedimento” e de “saber de narração” (ERICSON, BARACK e CHAN, 1987). Os conhecimentos que formatam a atividade jornalística são, portanto:

- a) a capacidade de reconhecer quais acontecimentos possuem valor como notícia (**saber de reconhecimento**);
- b) capacidade de mobilizar os conhecimentos precisos que orientam a recolha de dados, a relação com as fontes, etc. (**saber de procedimento**);
- c) aptidão para compilar todas as informações obtidas e empacotá-las em uma narrativa noticiosa (**saber de narração**).

Desta forma, estando nosso trabalho voltado à exploração das técnicas empregadas na constituição da notícia e seus reflexos na caracterização do enunciado e do discurso jornalístico no Twitter, nos limitaremos à abordagem do “saber de reconhecimento” e, em especial, do “saber de narração”. Neste capítulo, portanto, percorreremos um caminho que partirá do “saber de reconhecimento” (traduzido pelos valores que determinam o que é considerado notícia), passará pelo “saber de narração” (abrangendo as técnicas estilísticas próprias do jornalismo) e que, por fim, chegará ao enunciado jornalístico padrão e ao discurso que dele ressoa. Cientes de que voltaremos, durante a análise dos dados, a trilhar o percurso aqui proposto confrontando-o com as especificidades do formato dos *tweets*, buscaremos deixar marcas que sejam capazes de nos guiar no caminho de volta.

1.3.1.1 Saber de Reconhecimento: reconhecendo os acontecimentos noticiáveis

Como já explicamos, os teóricos da comunicação travam, há muito, tempo uma acirrada discussão sobre o que é notícia e sobre os possíveis elementos que atuam em sua efetiva configuração. As ideias que buscam explicar o que são as notícias e porque elas são como são, formam o enorme arsenal das chamadas teorias do jornalismo. Todavia, a maioria dos autores (TRAQUINA, 2005, 2008; PENA, 2006, 2008) acredita que, independentemente da ideia adotada para sua conceitualização, a notícia é matéria-prima essencial ao jornalismo contemporâneo.

Durante sua rotina produtiva diária, o jornalista tem contato com um número gigantesco de acontecimentos – é, portanto, inevitável que ele tenha que fazer uma seleção para definir o que deve ser ou não noticiado. É através desse processo de “peneiramento” que alguns acontecimentos tornam-se fatos jornalísticos, ou seja, notícia – enquanto outros são simplesmente ignorados. Desvendar o modo como esse processo se efetiva é o foco de muitos teóricos que acreditam que ao se compreender como as notícias são produzidas pode-se, efetivamente, “contribuir para o aperfeiçoamento democrático da sociedade” (PENA, 2008, p.71).

Para discutirmos essa questão, adotaremos a perspectiva teórica do *newsmaking*²³ que considera a atividade jornalística como uma construção social da realidade. Nessa perspectiva, oriunda das pesquisas iniciadas na década de 70, é rejeitada qualquer apropriação da notícia como sendo espelho da realidade, isso porque a proposta do *newsmaking* argumenta que:

- a) é impossível estabelecer uma distinção clara entre a realidade e os produtos jornalísticos, uma vez que estes ajudam a construir a própria realidade;
- b) a própria linguagem não pode funcionar como transmissora direta do significado inerente dos acontecimentos, já que ela própria é uma mediação simbólica;
- c) os *media* noticiosos estruturam inevitavelmente a sua representação dos acontecimentos em função de sua própria organização profissional e rotinas produtivas.

Não é de estranhar assim que o paradigma das notícias como construção não só considere o conceito de distorção jornalística como inadequado e pouco frutífero, como sobretudo discorde radicalmente das perspectivas teóricas que defendam que as atitudes políticas dos jornalistas são o fator determinante e consciente no processo de produção das notícias (TRAQUINA, 2005). A notícia como produto jornalístico precisa obedecer a lógica de seu processo de produção que inclui uma série de negociações e valores mercadológicos com foco na agilidade – levando o jornalismo a ser considerado uma atividade pragmática e pouco reflexiva. Assim, os jornalistas, na perspectiva do *newsmaking*, são operários

²³ Nossa escolha pela teoria do *newsmaking* se justifica em função do papel central que esta reserva à produção da notícia. Sendo nosso principal objetivo caracterizar a produção do texto jornalístico voltado para o Twitter – cremos que, entre as inúmeras teorias existentes, a do *newsmaking* é a que melhor atende nossas necessidades.

muito mais focados no imediatismo dos seus dizeres do que nas suas possíveis conformações semânticas com esta ou aquela formação ideológica.

Dessa forma, a procura teórica por sistematizações sobre os “saberes” e “processos” que formatam a notícia é essencial para que possamos compreender os efeitos e as funções que esta desempenha na estrutura social. Já vimos que a notícia é um tipo específico de enunciado que obedece uma dada formatação, todavia, cabe indagarmos sobre o que leva um fenômeno/acontecimento social a ser considerado uma notícia potencial? Quais critérios são utilizados pelos jornalistas para determinar o que merece ou não ser publicado? Se o newsmaking nega uma seleção consciente e individual que favoreceria intencionalmente uma posição política ou ideológica hegemônica, quais qualidades ou interesses levam um acontecimento às capas dos jornais?

Advertimos que não pretendemos qualquer reducionismo ou fechamento conceitual acerca do tema, uma vez que reconhecemos que não existem fórmulas que possam englobar um debate tão amplo, variado e polêmico – tudo que faremos serão apontamentos baseados em uma das muitas abordagens possíveis: o *newsmaking*.

Vizuet e Marcet (2003) propõem uma definição de notícia que fala ao mesmo tempo de emissão (o processo de produção, o trabalho do jornalista, os valores que utiliza) e o processo de recepção (como público lida com o produto), guiando o conceito para uma somatização de qualidades:

A notícia é uma sequência do acontecer, produto da interpretação contextual de um jornalista que aplica critérios socialmente variáveis: que contém, de forma mais ou menos intensa, uns fatores que as fazem útil para as pessoas, e que necessita da intervenção interpretativa de um profissional que a converte em informação ao alcance de um público amplo que não tem porque ser necessariamente massivo (VIZUETE; MARCET, p.56) [tradução nossa].

Dessa forma, podemos afirmar que a notícia é resultado da soma de diferentes fatores: a atualidade, o interesse social, algum interesse específico, a intriga, o impacto. Todos estes se configuram em **critérios embutidos nas rotinas produtivas** do jornalismo e, portanto, em seu **saber de reconhecimento**. Bourdieu (1997), em uma célebre frase, afirma que “os jornalistas têm os seus óculos particulares através dos quais vêem certas coisas e não outras, e vêem de uma

certa maneira as coisas que vêm. Operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado” (p.12). Em consonância com o exposto pelo autor francês, Felipe Pena reforça a ideia de que “os jornalistas se valem de uma cultura própria para decidir o que é ou não notícia. Ou seja, têm critérios próprios, que consideram óbvios, quase instintivos” (2008, p.71).

Todavia, o professor Mauro Wolf (1987) procura sistematizar tais critérios mostrando que eles não são tão óbvios e instintivos quanto os jornalistas imaginam ser. O teórico denomina de noticiabilidade a capacidade que os fatos tem de virar ou não notícia. Os fatos, entretanto, apresentam **graus de noticiabilidade** diferentes que são definidos através da contemplação do que Wolf chama de **valores-notícia**. Ao tratar dos conceitos e da sistematização proposta por Wolf, o professor Nelson Traquina esclarece que,

uma conclusão geral dos estudos sobre os conteúdos dos media noticiosos é que as notícias apresentam um ‘padrão’ geral bastante estável e previsível. A previsibilidade do esquema geral das notícias deve-se à existência de critérios de noticiabilidade, isto é, à existência de valores-notícia que os membros da tribo jornalística partilham. Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo ‘valor-notícia’ (2008, p.63).

A grande novidade do trabalho de Mauro Wolf, no que tange a sistematização dos critérios de valores-notícia está na, então inédita, distinção entre os **valores-notícia de seleção** e os **valores-notícia de construção**. No já referenciado trabalho, Wolf destaca a presença dos valores-notícia ao longo de todo processo de produção jornalística, ou seja, tanto no processo de seleção dos acontecimentos como no processo de elaboração da notícia.

Para Wolf, os **valores-notícia de seleção** referem-se aos critérios adotados à seleção dos acontecimentos, isto é, na escolha de um acontecimento em detrimento de tantos outros passíveis de serem noticiados. Os valores-notícia de seleção estão divididos em dois sub-grupos definidos por diferentes critérios:

- a) os **critérios substantivos** que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse enquanto notícia;
- b) os **critérios contextuais** que dizem respeito ao contexto de produção da notícia.

Já os **valores-notícia de construção** são definidos como as qualidades que devem ser observadas durante a construção da notícia. Operando como linhas-guia à apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na constituição textual da notícia. Sobre a importância dos valores-notícia no cotidiano dos jornalistas, Felipe Pena atesta que:

A sistematização do newsmaking feita por Traquina e Wolf leva em consideração que as normas ocupacionais parecem mais fortes do que as preferências pessoais na seleção e filtragem das notícias. O tempo é o eixo central do processo. O jornalista está sempre submetido à pressão do *deadline*, do fechamento da matéria. Os fatos podem surgir em qualquer lugar, a qualquer hora. Entretanto, por mais paradoxal que pareça, é preciso colocar ordem a imprevisibilidade. É nesse momento que os critérios de noticiabilidade, usados como um conjunto de instrumentos e operações que possibilitam ao jornalista escolher os fatos que vão se transformar em notícias, evidenciam-se nos valores-notícia (2008, p.73).

Não sendo o objetivo deste trabalho investigar a fundo a constituição dos valores-notícia e minuciar todos os processos cognitivos pelos quais um acontecimento é submetido para receber a denominação simbólica de “fato jornalístico” ou notícia, iremos nos limitar à apresentação de alguns dos principais critérios de noticiabilidade como partes fundamentais do sistema simbólico e cultural que orienta o jornalismo e sua técnica padrão de constituição da notícia.

A importância da exposição, mesmo que diminuta, dos valores-notícia neste trabalho está relacionada com nosso compromisso de apresentarmos as variáveis que interagem à constituição da notícia e, conseqüentemente, da prática jornalística padrão – possibilitando, assim, uma maior compreensão das variáveis que atuam durante sua construção.

Guiados por esse ideal nos apoiaremos no Quadro 2 para apresentarmos alguns dos valores-notícia considerados e apontados por Traquina (2008) ao se

apropriar e empregar as divisões propostas por Mauro Wolf (1987) e seus respectivos critérios.

Quadro 2 – Os valores-notícia segundo Nelson Traquina

PROCESSO DE SELEÇÃO	a) Critérios Substantivos	A morte
		Notoriedade
		Proximidade
		Relevância
		Novidade
		Tempo
		Notabilidade
		Inesperado
		Conflito/controvérsia
		Infração
		Escândalo
	b) Critérios Contextuais	Disponibilidade
		Equilíbrio
		Visualidade
PROCESSO DE CONSTRUÇÃO		Concorrência
		Dia Noticioso
		Simplificação
		Amplificação
		Relevância
		Personalização
		Dramatização
		Consonância

Fonte: Nelson Traquina (2008).

Se a atividade jornalística é, antes de tudo, uma construção social de uma suposta realidade, cabe-nos parafrasear Felipe Pena quando ele afirma que é no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem os discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia. Assim, as notícias podem ser postas como o resultado da enunciação dos agentes especializados do jornalismo que,

operam, inconscientemente, num sistema cultural, um depósito de significados culturais e padrões de discursos armazenados [...] as notícias como uma forma de cultura incorporam suposições acerca do que importa, do que faz sentido, em que tempo e em que lugar vivemos, qual a extensão de considerações que devemos tomar seriamente em consideração (SCHUDSON, 1995, p.14) [tradução nossa].

Assim, os critérios de noticiabilidade são, em última análise, valores que refletem uma dada formação ideológica que é constituída e reforçadas através de inúmeros produtos discursivos – entre eles os enunciados jornalísticos (a notícia).

Entretanto, a definição dos valores empregados no reconhecimento da notícia é um processo de interações sociais complexas que “definem” os posicionamentos de uma dada sociedade e as formações discursivas que operam dentro do corpo social.

Vimos até aqui que através dos valores-notícia, o jornalista consegue realizar o “peneiramento” do enorme contingente de acontecimentos que chega, diariamente, nas redações dos jornais. Cabe-nos agora explorarmos o que acontece depois. Selecionado os fatos que serão noticiados, o jornalista precisa materializar as informações obtidas com suas fontes, ou seja, ele precisa elaborar o texto pelo qual o fato será conhecido pelo público. É neste momento, quando o jornalista senta-se em frente ao computador, que os modelos, os valores e as técnicas de produção da notícia passam a determinar os rumos da história que será comunicada – é nesse ponto que os “saberes de narração”²⁴ entram em cena e passam a guiar, silenciosamente, os dedos do jornalista pelo teclado.

O próximo passo de nossa caminhada irá, portanto, nos levar precisamente à exploração dos saberes de narração jornalísticos e, conseqüentemente, das técnicas empregadas na formatação da notícia. Salientamos que, uma vez que definem a “forma textual” dos enunciados noticiosos, as técnicas de redação jornalística funcionam como uma espécie de sistema sógnico próprio que visa não apenas comunicar, mas comunicar de uma “certa maneira”, de um “dado modo”, gerando efeitos semânticos específicos. A técnica jornalística, portanto, não é apenas uma padronização textual, mas uma estrutura complexa que reflete na própria apresentação e significação da “realidade” apresentada pelo jornalismo.

1.3.1.2 Saber de narração: a técnica jornalística padrão

Ao se referir aos “saber de narração” jornalística, o autor Nelson Traquina (2005, 2008), deixa claro que o jornalismo possui uma forma especializada de contar suas histórias. Esse saber narrativo guia a formatação das notícias através de enunciados estabilizados, mesmo que temporariamente, através da relação que estabelece com o corpo social. Assim, os saberes de narração podem ser traduzidos pelas técnicas (PI e Lide) que solidificam o formato da notícia, a maneira pela qual o

²⁴ Ao se referir aos saberes de narração, Nelson Traquina (2005, 2008) aborda as estratégias e técnicas linguísticas empregadas à constituição da notícia como um enunciado com elementos e estrutura específicos. Para o autor, o emprego de tais mecanismos origina a “formatação” pela qual o jornalismo conta suas “histórias”, ou seja, indica uma maneira de narração tipicamente jornalística.

jornalismo conta as histórias e corporifica os valores-notícia socialmente estabelecidos.

Se colocarmos leitores contemporâneos diante de uma genuína matéria do século XIX, por exemplo, é bem provável que eles não reconheçam a escrita como sendo jornalística. Como já mencionamos, até meados do século XX os conteúdos dos jornais brasileiros eram essencialmente opinativos e panfletários, reflexo da organização política, econômica e social da época. Isso não significa dizer que os jornais desse período eram escassos em informação, na verdade, eles apenas se guiavam por uma forma/estrutura diferente na apresentação de seus conteúdos que, cabe destacarmos, refletiam outros tipos de valores oriundos de relações sociais e culturais diferentes.

Os textos que marcaram o início do jornalismo primavam pela retórica e pelas narrativas longas, construídas intencionalmente como histórias romanescas ou dramáticas, que transbordavam distintas técnicas literárias. A ideia de “notícia” não estava ligada apenas com quantidade de dados exatos e seus possíveis impactos na vida social – os jornais da época estavam especialmente interessados pelos acontecimentos que instigassem a produção de uma narrativa envolvente, uma história interessante que pudesse ser explorada como um grande conto da vida real – salientando o talento dos “jornalistas literatos”. As informações e os dados eram vistos, portanto, apenas como o ponto de partida da narrativa, o que importava era a trama suscitada pelo fato e não propriamente o “dado objetivo” no qual se baseava.

Deve terminar hoje a longa e dolorosa agonia de Sacco e Vanzetti. Tudo está pronto para o sacrifício supremo. Assim, os dois infelizes que, durante mais de sete annos, preocuparam a attenção do mundo inteiro, não terão mais trabalho do que o de sentarem na cadeira funebre, a espera de que pelos seus corpos passem, num arrepio rápido, as carícias mortaes das correntes electricas. As roldanas da machina infernal foram de novo azeitadas e o commutador foi posto em boa ordem de funcionamento... No cubículo da morte, a justiça deu corda ao relógio, para que os ponteiros não empêrem nos minutos fatidicos (FOLHA DE SÃO PAULO, 2006).

O trecho supracitado é o primeiro parágrafo de uma típica matéria jornalística brasileira do início do século XX, precisamente de 1927, que trata da execução de dois famosos criminosos da época, Sacco e Vanzetti. Se apresentado a um leitor desavisado, que não conhece a origem do relato, é fácil imaginarmos que este pudesse confundir a matéria com alguma espécie de antigo texto literário.

A narrativa apresenta traços claros de uma obra artística – o uso de recursos estilísticos, como o da hipérbole “sacrifício supremo”, é um dos exemplos. Outro dado importante é a constante adjetivação que o narrador emprega no decorrer do texto, explicitando, constantemente, sua opinião favorável à execução de *Sacco e Vanzetti*.

A justiça americana é infallível e não tem que dar satisfações ao sentimentalismo do mundo. Sacco e Vanzetti mataram para roubar. Pois que sejam justificados. Se eles são inocentes, que paguem os inocentes pelos pecadores. A pena de morte, mais do que um castigo aos criminosos, deve ser um exemplo aos que ainda não tiveram as suas mãos manchadas de sangue (FOLHA DE SÃO PAULO, 2006).

Percebemos no trecho citado que o narrador apresenta não apenas sua opinião como faz juízo de valor sobre o fato e as personagens da história. Outra peculiaridade evidente é a sequência cronológica da distribuição das informações. Não há qualquer preocupação em adiantar os fatos, após uma introdução anunciando a condenação dos dois italianos, o redator segue exatamente a ordem dos acontecimentos. Essa breve exposição visa demonstrar que o texto jornalístico passou por inúmeras mudanças ao longo da história da atividade, e foram, precisamente, as **alterações nas técnicas de redação que passaram a marcar os diferentes estágios/fases do jornalismo**.

A estrutura contemporânea de redação jornalística padrão, o modelo da Pirâmide Invertida é, portanto, o definidor primário da atividade jornalística que (re)conhecemos. Se a matéria da FSP sobre a execução de *Sacco e Vanzetti* nos causa estranhamento e rejeição enquanto produto jornalístico é porque fomos levados a reconhecer o conteúdo noticioso através de uma determinada forma, por meio de uma dada estrutura estabilizada que se tornou familiar e passou a caracterizar o enunciado jornalístico. Essa arquitetura técnica, reflete tanto a cultura da escrita sob a qual o jornalismo se fundou, como a organização industrial (sociedade industrial) na qual se organizou e solidificou.

Vimos que desde o final do século XIX a PI ganhou o *status* de modelo padrão de apresentação da notícia (MIELNICZUK, 2002, p.9) e, por isso, não é exagero afirmarmos que a PI pode ser considerada o modelo mais difundido de

redação jornalística em toda história da atividade. Segundo o conceito apresentado pelo jornal Folha de São Paulo, a PI pode ser definida como a,

técnica de redação pela qual as informações mais importantes são dadas no início do texto e as demais, em hierarquização decrescente, vêm em seguida, de modo que as mais dispensáveis fiquem no final. É a técnica mais adotada em jornais do Ocidente. Deve ser usada pelos jornalistas da **Folha** em textos noticiosos (FOLHA DE SÃO PAULO, 2005, p.93) [grifo do autor].

Dessa forma, a técnica empregada à constituição das notícias estabiliza um dado modelo aos enunciados jornalísticos que, antes de serem reconhecidos pelo conteúdo abordado, são identificados pela forma/estrutura pela qual o “acontecimento” é narrado, ou seja, contado. Assim, a própria técnica de redação jornalística pode ser considerada como um conjunto de elementos que atuam à estabilização ou representação de certos valores culturais que são estruturados através da relação entre o jornalismo, a sociedade e o universo cultural que orbitam – todo esse processo culmina no reconhecimento e assunção de um discurso específico.

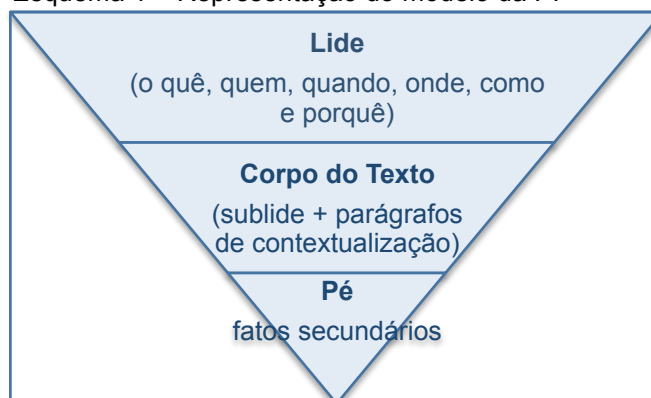
Sendo assim, a melhor maneira de caracterizarmos o jornalismo padrão é evidenciando a estrutura da técnica que modela seus enunciados noticiosos e o contexto pelo qual eles se estabilizaram e legitimaram. Precisamos, portanto, salientarmos que a estrutura da PI é composta pelos seguintes elementos (FRANCO, 2001):

- a) o **lide**, primeiro parágrafo da notícia que visa abarcar as principais informações através das respostas de seis questionamentos – “o quê?”, “quem?”, “quando?”, “onde?”, “como?” e “por quê?”;
- b) o material que explica e amplifica o lide – **sublide** (que pode ser composto pelo “como?” e pelo “por quê?” ou por uma maior exploração destes) ;
- c) parágrafos de **contextualização**;
- d) e, por fim, os **materiais secundários** ou considerados irrelevantes para o entendimento do relato.

A capacidade de manipular tais elementos durante à elaboração da notícia é considerada determinante à avaliação da capacidade narrativa de um jornalista, ou seja, não basta que este saiba “escrever bem” e contar a história de maneira interessante, como era nos primórdios do jornalismo, no jornalismo moderno o

profissional precisa estar tecnicamente apto a produzir um tipo de enunciado específico que garanta as características de objetividade, imparcialidade, isenção, concisão, etc.. O Esquema 1 ilustra o modelo hierárquico de narração suscitado pela da PI:

Esquema 1 – Representação do modelo da PI



Fonte: Dados retirados de Comassetto (2003).

Embora esteja constantemente sendo apresentada como fruto da cultura do jornalismo informativo inglês que foi popularizada pelos norte-americanos, a técnica da PI não possui uma origem consensual entre os teóricos que dividem-se entre duas principais versões. A primeira delas atesta que o modelo ou pelo menos, seus princípios centrais – baseados no conceito de objetividade e condensação da informação – teria surgido na Grécia Antiga, em torno de 400 anos antes de Cristo, com a tradição da Retórica (amplamente explorada pelos filósofos sofistas) que posteriormente foi incorporada à cultura romana.

A obra *De inventione*, do orador Marco Túlio Cícero, relacionou aspectos essenciais para que a transmissão da mensagem fosse o mais eficaz possível, sugerindo que a mensagem deveria responder às perguntas: o quê?, quem?, quando?, onde? com que meios ou instrumentos? e por quê?. Em função disso, alguns teóricos assumem a ideia de que Cícero teria instituído o “paradigma da exposição dos acontecimentos nos dois milênios seguintes” (PEREIRA JUNIOR, 2006, p.114) sob o qual a técnica jornalística teria se consolidado.

A origem do Lead, ao contrário do que consideram alguns manuais ou discursos, não é responsabilidade exclusiva do jornalismo norte-americano ou inglês. Não surge do acaso ou por um simples arbítrio na articulação do discurso. Certamente, a linguagem jornalística

valeu-se da tradição greco-romana em relação ao uso das palavras e ao discurso claro e convincente (KARAM, 2000, *online*).

Podendo ser considerada como uma neta bastarda da retórica, a Pirâmide Invertida é, sem dúvida, filha genuína da segunda metade do século XIX (PEREIRA JUNIOR, 2006) e da sociedade industrial. O que para a retórica era a sistematização das formas de discurso, para a imprensa da Revolução Industrial era um artifício para dar uma camuflagem objetiva aos relatos jornalísticos. Para compreendermos os interesses e valores que terminaram por definir a técnica de redação (o saber de narração) que guiam a produção da notícia até os dias de hoje, apresentaremos, brevemente, o contexto histórico que originou a PI e suas principais características.

1.3.1.2.1 A origem da PI: o nascimento da técnica padrão

Para o professor espanhol, José Francisco Sánchez (1993), existem três fatores que atestam que o século marca o nascimento da PI. Um, tecnológico: a popularização do telégrafo; outro, profissional: o advento das agências de notícias; o terceiro, histórico: a Guerra Civil Americana.

Antes da invenção do telégrafo, as mensagens chegavam na velocidade do mensageiro, a cavalo, em barcos à vela ou por pombos-correio. Isso mudou por volta de 1944, quando a tecnologia do telégrafo já havia sido apresentada e já se tornava uma alternativa comercial capaz de solucionar o problema da demora no repasse de informações. Entretanto, o telégrafo era um aparelho caro e exigia um alto investimento das empresas. Em função disso, alguns dos mais importantes editores de Nova York uniram-se para comprar a máquina e, assim, unificaram as coberturas para fora da região. O que na época parecia apenas uma forma de contenção de despesas, com o tempo demonstrou ser a primeira formalização de uma agência de notícias, o que levou a *Associated Press* (AP) a ganhar destaque na história do jornalismo.

Quando, em 1875, a AP passou a vender notícias para outros jornais que não os seis cooperativados, percebeu que precisava de um texto mais neutro e conciso que pudesse ser utilizado por veículos das mais variadas linhas editoriais e estruturas ideológicas. O modelo da PI caía como uma luva à necessidade da agência. A implantação da técnica, mostrou-se conveniente tanto para os editores

que, muitas vezes, precisavam suprimir os últimos parágrafos das matérias em função do espaço, como para os leitores que se tornavam cada vez mais comodistas e apressados. Dispondo os fatos mais importantes logo no topo das matérias os jornalistas facilitavam tanto o trabalho dos editores e diagramadores, como o trabalho dos leitores que passaram a ter um acesso rápido ao cerne da informação. Alguns estudos como os de Van Dijk atestam que “o tempo de compreensão para as primeiras sentenças é significativamente mais alto que para as outras sentenças do mesmo episódio” (1999, p.116), o que torna a PI um facilitador da compreensão do leitor sobre o fato que está sendo relatado.

Outro fator importante à consolidação da PI como modelo e técnica do texto noticioso nascido no século XIX é explorado pelo jornalista Luiz Costa Pereira Jr. em seu artigo “A crise e a história da Pirâmide Invertida” (1992). Segundo o autor, a PI foi adotada durante a Guerra Civil dos Estados Unidos (1861-1865), como estratégia dos militares para contornar as dificuldades de transmissões de dados via telégrafo. A esta época, o telégrafo ainda era a tecnologia mais avançada e se tornara o mais utilizado meio de transmissão de mensagens a longas distâncias, mas o telégrafo era falho e comumente as informações chegavam incompletas ao destinatário – a solução do problema foi dada pela hierarquização da PI.

Independentemente de sua origem, a PI foi, sem dúvida, popularizada em função de conflitos militares. A tensão gerada pela guerra civil americana, por exemplo, aumentou a procura por jornais em função da preocupação social com o desenrolar do conflito. Nesse contexto de procura intensa por coberturas dinâmicas, o telégrafo era fundamental aos jornalistas que, em função dos defeitos na transmissão e necessidade crescente de agilidade, viram na apropriação do modelo da PI a solução de seus maiores problemas práticos. Assim, “no compasso das guerras, a Pirâmide Invertida se universalizava” (PEREIRA JUNIOR, 2006, p.119).

Podemos afirmar, portanto, que a soma de um contexto socialmente conflituoso (que ajudava a aumentar o lucro dos jornais), com o crescimento das agências noticiosas (que transformavam a notícia em um produto lucrativo) e as limitações da tecnologia do telégrafo – criaram o ambiente perfeito à disseminação e efetivação da técnica no século XIX.

Se o século XIX é tido como um possível nascedouro da PI, o século XX é, consensualmente, seu período de glória. A modernização do jornalismo se adequava a industrialização crescente, o jornalismo se apresentava como uma

atividade típica da era desenvolvimentista baseando-se na técnica da PI, na isenção, na objetividade e na concisão – favorecendo, dessa forma, a instauração de um processo que gerasse maior produtividade. Com isso, os jornalistas visavam uma narrativa “entendida como desapaixonada, sem preconceitos, imparcial, isenta de sentimentalismo e conforme a realidade” (KUNCZIK, 2002, p.227).

Reproduzir o real, por intermédio da lente de aumento da imprensa, significa ser fiel aos acontecimentos, permitir que eles ganhem repercussão pública exatamente como ocorreram. Isso não exclui a possibilidade de o jornalista expressar seus próprios *pontos de vista* (julgamento/valoração) sobre os fatos, em espaço apropriado no jornal. Desta maneira, a fronteira entre o *relato objetivo* e a *narração subjetiva* era tida britanicamente como uma posição de *respeito ao leitor*, que poderia ter acesso à versão dos fatos e conhecer também a sua interpretação, formulando racionalmente sua conclusão (MELO, 2006, p.38).

Todavia, a questão da pretensa objetividade jornalística suscitada pelo modelo da PI sempre gerou muitas discussões ao longo da história. Apesar disso, os ideais do modelo da PI foram completamente absorvidos pela atividade jornalística e tornaram-se, inegavelmente, o expoente técnico que marcaria seu discurso ao longo do século XX. A elaboração do texto jornalístico passou a ser vista e reconhecida, efetivamente, como uma atividade técnica.

A notícia ganhou uma estrutura matemática que Leandro Ramires Comassetto (2003) representada da seguinte forma: $L1 + L2 + E1 + D1 + E2 + D2$. Na construção do autor, L1 representa o lide; L2 o sublide; E1 o primeiro entretítulo; D1 a primeira documentação referente ao lide; E2 o segundo entretítulo; e D2 o segundo documento referente ao sublide. Se o lide pode ser definido como “um parágrafo sintético, vivo, leve, com que se inicia a notícia, na tentativa de prender a atenção do leitor” (COMASSETTO, 2003, p.65), o sublide seria o campo das informações adicionais, compondo um lide secundário. Já os entretítulos são locuções com, no máximo, duas palavras que são enxertadas à medida que se muda de assunto, ou em intervalos de três a cinco parágrafos (LAGE, 2004).

Todo esse tecnicismo da PI avançou junto com a profissionalização dos jornalistas, com aparecimento da função de copidesque e dos manuais de redação (*Style Book*), a grande “bíblia” dos cursos de formação de jornalistas no século XX. Quando o lide foi apresentado ao jornalismo brasileiro pelo jornal “Diário Carioca”, a “referência” usada era o manual de redação da *United Press International* (UPI), que

trazia as técnicas americanas de redação. Pompeu de Souza, diretor do “Diário Carioca”, adotou as fórmulas norte-americanas do lide e da PI e, com algumas adaptações, redigiu o primeiro manual de redação brasileiro, denominado “Regras de Redação do Diário Carioca”. O exemplo do jornal carioca foi logo seguido pelo jornal “Tribuna da Imprensa”, de Carlos Lacerda.

Vimos até este ponto que a técnica da PI foi apropriada pelo jornalismo ocidental em função da convergência de diversos fatores históricos, culturais e técnicos que caracterizaram o século XX. Evidenciamos, também, que a história do jornalismo está, basicamente, conectada ao percurso histórico da técnica de redação da notícia. A apropriação do modelo da PI é, portanto, o maior marco do jornalismo moderno ou, melhor dizendo, é a própria constituição profissional da atividade. Sendo assim, a modelo da PI é o sistema que apresenta e representa a notícia como conhecemos.

Aos jornalistas cabe, portanto, colocar as determinações técnicas da PI em funcionamento durante cada relato noticioso - é assim que o jornalismo padrão acredita que as histórias modernas devam ser contadas, é por meio dessa estrutura que a sociedade industrial passa a se reconhecer e constituir, é por meio dessa estrutura rígida e bem definida que o estado moderno se faz e que o jornalista ganha uma função, um espaço e uma posição.

Dessa forma, o saber de narração do jornalista torna-se sinônimo da sua capacidade de aplicação da técnica da PI na configuração da notícia como produto especializado, objetivo e isento. Em suma, a técnica da PI somada aos valores-notícia de construção (simplificação, amplificação, relevância, personalização, dramatização e consonância) originaram a estrutura/forma do que Nelson Traquina (2008) define como a linguagem jornalística ou o “jornalês”²⁵ – um sistema próprio pelo qual o jornalismo comunica e constrói seus enunciados.

1.4 LINGUAGEM, ENUNCIADO E ENUNCIAÇÃO JORNALÍSTICA

Vimos até agora que o jornalismo é uma atividade representada pelo seu principal produto, a notícia. Evidenciamos que esta é uma construção social das

²⁵ O “jornalês” é definido como uma linguagem própria à atividade jornalística que é construída através da relação entre os jornalistas, suas fontes, a sociedade e a cultura. Assim, essa “forma de dizer” do jornalismo funciona como um sistema simbólico próprio que termina por caracterizar a notícia e postular o papel do jornalismo dentro de um dado contexto.

quais o jornalista se apropria como um saber específico que é materializado através de procedimentos especializados de narração – o modelo da PI. Assim, podemos dizer que por meio das técnicas de narração adotadas à constituição da notícia, o jornalismo se coloca através de uma linguagem própria que produz enunciados estabilizados.

Antes de falarmos especificamente sobre o enunciado jornalístico resultante da aplicação da sua técnica narrativa padrão, iremos traçar, brevemente, alguns apontamentos necessários à sua compreensão como um ato de fala. Partimos, para tanto, da ideia de um dos pais da linguística, Ferdinand de Saussure (1969). Guiado pela lógica estruturalista, Saussure define a língua (*langue*) como um sistema de signos (formas) que obedecem certos limites de organização (sintaxe) para produzirem uma significação. Esse sistema estaria ligado ao campo social e seria apropriado pelos sujeitos falantes através do exercício individual do sistema, ou seja, por meio da fala (*parole*).

De acordo com Saussure, portanto, o que é “fato da língua” está no campo social; o que é “ato de fala ou discurso” situa-se na esfera individual. Nas palavras do autor, “a linguagem tem um lado individual e um lado social, sendo impossível conceber um sem o outro”. Vale lembrarmos que, para Saussure (1969), a linguagem é a faculdade natural de usar uma língua, “ao passo que a língua constitui algo adquirido e convencional” (p.17). Das reflexões acerca de suas ideias sobre a conceitualização de “língua” depreende-se três concepções, sendo elas: a língua como acervo linguístico, como instituição social e, por fim, a língua como realidade sistemática e funcional.

Ao nosso estudo interessa o entendimento 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) e, dessa forma, ela é, simultaneamente, realidade psíquica e instituição social. 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 vive. 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” (1969, p.22). Entretanto é preciso levar em conta que esse contrato com,

a língua não pode, pois, equiparar-se a um contrato puro e simples, e é justamente por esse lado que o estudo do signo lingüístico se faz interessante; pois, se se quiser demonstrar que a lei admitida numa coletividade é algo que se suporta e não uma regra livremente consentida, a língua é a que oferece a prova conclusiva disso (SAUSSURE, 1969, p.139).

Não sendo nosso foco esmiuçar essa questão neste ponto do trabalho e acreditando já ter exposto as ideias centrais à compreensão inicial acerca da dicotomia saussureana da linguagem (língua e fala), iniciaremos os apontamentos que visam a caracterização do enunciado jornalístico.

Tendo em vista o que foi exposto até aqui, podemos estabelecer uma relação em que o próprio jornalismo é considerado um fato de língua uma vez que ele só toma forma no corpo social e, também, como já nos indicou Pena (2008), atua como um organizador discursivo da vida humana. Seguindo esse raciocínio poderíamos explorar a ideia de que as técnicas jornalísticas são, assim como a língua, um conjunto de signos e de regras que permitem ao sujeito falante, o jornalista, realizar seus atos de fala e expressar suas ideias através da linguagem.

O “saber de narração” do jornalista, sua capacidade de transmitir uma mensagem inteligível, depende, de forma ampla, da sua aptidão para utilizar o sistema técnico na construção de seu ato de fala. Assim, seguindo nossa proposta elucidativa, o saber de narração do jornalista é, por consequência, sua própria capacidade linguística de expressar o “jornalês”.

Uma das características principais desta fala, desta escrita, é a sua qualidade de ser compreensível. Os jornalistas precisam comunicar através das fronteiras de classe, étnicas, políticas e sociais existentes em uma sociedade. Para atingir este público heterogêneo, a linguagem, jornalística deve possuir certos traços que vão no sentido de ser compreensível: a) frases curtas; b) parágrafos curtos; c) palavras simples (evitar palavras polissilábicas); d) uma sintaxe direta e econômica; e) a concisão; e f) a utilização de metáfora para incrementar a compreensão do texto. Para além de ser compreensível, o discurso jornalístico é um discurso que deve provocar o desejo de ser lido/ouvido/visto. Assim o ‘jornalês’ exprime-se de uma forma viva através da voz ativa (TRAQUINA, 2008, p.46).

Aprofundando nossa discussão, salientamos que, embora em Saussure (1969) o ato de fala seja considerado como o resultado de uma apropriação

individual da língua, os estudos de Bakhtin (1995) apontam para o entendimento de que o fenômeno da linguagem deve ser compreendido por meio do único objeto material possível, ou seja, a fala em sociedade. As investigações linguísticas de Bakhtin não estão, como ocorre em Saussure, voltadas para o sistema imaterial e normativo da língua, mas sim para a linguagem entendida como qualquer meio pelo qual o homem consegue expressar e transmitir suas ideias, desejos e emoções – ou seja, a linguagem passa a ser vista como o meio para se comunicar algo, o que não suscita, necessariamente, falar. Assim, o autor nos aponta à noção de que,

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 (BACKHTIN, 1995, p.109).

Na perspectiva de Bakhtin o estudo do signo, enquanto elemento fundamental à compreensão da língua, sede espaço ao elemento que, para o autor, é a base para compreensão da fala em sociedade, ou seja, o resultado da enunciação – o enunciado. Em suma, podemos dizer que o enunciado, como resultado alcançado pela enunciação, 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, portanto, de natureza accional 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 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 da autora) [grifo nosso].

Assim sendo, a fala da autora nos leva à 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 um processo, a lógica nos leva a estabelecer uma anterioridade imanente à enunciação. Assim como num sistema de qualquer ordem, o diferimento coloca-se como serial, interminável e inevitável no processo enunciativo. Se observarmos nossas considerações precedentes acerca da língua como um sistema, perceberemos que esta também está calcada em um processo dicotômico baseado na diferenciação entre os elementos que a língua supõe (os signos).

Dito isso, trazemos o jornalismo para o cerne de nossa discussão apontando que, no sentido geral, a notícia é sinônimo de “enunciado jornalístico” (CORREIA, 2011, p.30) - entendido como o produto de seu ato de enunciação. Ora, se o enunciado é o resultado “observável” da ação do sujeito falante, então, estando o jornalismo incumbido do processo accional de noticiar, torna-se lógico que o enunciado primário do jornalismo será sempre a notícia.

A nós interessa, particularmente, as características específicas que o enunciado jornalístico assume ao, como vimos, adotar um sistema técnico próprio que busca estabilizar a forma dos enunciados jornalísticos em interação com o corpo social. Para tanto, utilizaremos os apontamentos feitos por Mayra Gomes (2000) ao tratar da enunciação jornalística através das ciências da linguagem. O resultado encontrado pela autora nos leva a definir o enunciado jornalístico padrão (constituído pelo modelo da PI, pelo “jornalês”) como:

- a) impessoal;
- b) hierarquizado;
- c) conciso;
- d) assertivo/constatativo;
- e) objetivo;
- f) e excludente.

Ao falar sobre a **impessoalidade** do enunciado jornalístico, a autora Mayra Gomes (2000) destaca que ela se efetiva através da estratégia de se contar os fatos de um terceiro por meio do verbo na terceira pessoa (ele/eles). Ao adotar tal estratégia linguística, a notícia discorre como se não houvesse nenhuma colocação de valores ou mediação permeando seu enunciado. Destacamos que, de acordo com Fiorin (2008), na enunciação é um processo entre o “eu”, categoria de pessoa – alguém que toma a palavra se dirigindo a um “tu”, outro alguém do processo enunciativo – estas pessoas discursivas estão situadas em um lugar, o “aqui” que é categoria de espaço e em um tempo, o “agora”. Ao adotar uma discursivização da pessoa “ele” em seus enunciados, o jornalismo vela o “eu” do enunciado para criar um efeito de sentido de objetividade, de isenção.

Por sua vez, a característica de **hierarquização** das informações dentro do próprio enunciado remete-nos a urgência do relato jornalístico e, ao mesmo tempo, a busca pela objetivação dos acontecimentos que se impõem como atuais. A preocupação com o efeito de atualidade reflete no produto jornalístico que prima por narrativas breves e que se reproduz em um “discurso urgente”. Sobre essa relação estreita entre o jornalismo e o tempo, Park (2009) observa que:

As notícias, como forma de conhecimento, não estão primeiramente focadas sobre o passado ou sobre o futuro, mas sim sobre o presente – o que tem sido descrito pelos psicólogos como «presente ilusório». O que se pretende aqui significar como «presente ilusório» é sugerido pelo facto de as notícias, como os editores da imprensa comercial bem sabem, serem um bem extremamente perecível. As notícias mantêm esse estatuto apenas até chegarem às pessoas para quem têm «interesse noticioso». Uma vez publicadas e o seu interesse reconhecido, as notícias passam à história (p.42) [grifo do autor].

Já a **concisão** da notícia é, possivelmente, sua característica mais saliente. Toda a aplicação da técnica da PI, em destaque do Lide, e a preferência por frases/palavras curtas, serve a este efeito de um dizer enxuto, direto, desprovido de complexidade, que visa captar o fato em essência para não exigir muito do leitor homogeneizado em uma massa.

Quando colocamos o enunciado como **assertivo/constatativo** recorremos, mais uma vez a Gomes (2000) quando, ao tratar da enunciação no jornalismo, aproxima o discurso jornalístico do discurso histórico pelo fato de ambos tratarem os fatos relatados como se estivessem ligados linguisticamente a um privilégio de ser:

conta-se o que passou, não o que ainda não aconteceu ou é duvidoso. E é exatamente essa característica que estrutura o discurso da referencialidade, “aquele em que o jogo do *eu* a *tu* é eliminado em prol de um efeito de real impoluto” (p.66). Quando destacamos a supressão do jogo dialético entre o *eu* e o *tu* no enunciado jornalístico, somos levados a uma construção que busca apresentar os fatos contando-se por si próprios – um discurso referencial.

Esse jogo de referencialidade do dizer é o pressuposto central da **objetividade** da notícia, em que o jornalista, as fontes, as condições de trabalho, as técnicas, a língua, o discurso corrente, não interviriam no relato – ou seja, se procura um enunciado que vele os signos do enunciador para efetivar uma sensação de imparcialidade, objetividade e verdade. Essa objetividade, entretanto, só pode ser pensada como articulação imaginária específica que gera a chamada ilusão referencial (BARTHES, 1982, p.16).

Tudo isso nos leva a nossa última característica, **a exclusão**. É através da exclusão das marcas do enunciador e do enunciatário que a enunciação jornalística tenta sublinhar a característica de objetividade das notícias. Eliminando a relação conversacional o enunciado jornalístico permite sua “inserção num outro campo em que o resultado do dizer é uma informação incontestável, pois não supõe uma réplica, mas a mera absorção” (GOMES, 2000, p.65).

Diante do exposto, podemos concordar com Correia (2011) quando este nos coloca que o enunciado jornalístico é um ato de fala regido pelo princípio e função da veracidade. Destacamos que todas as caracterizações apontadas são alcançadas através de estratégias técnicas de redação que são acionadas no momento da enunciação jornalística. Seus efeitos, portanto, são configurados através do sistema simbólico da língua que, quando posto em ação, gera sentidos específicos. Assim todas as características dos enunciados jornalísticos são reflexos de uma técnica que visa, em última análise, transformar a notícia em um relato objetivo que possa atingir o efeito de realidade desejado.

Todavia, cabe lembrarmos que o jornalismo não apenas influencia a estrutura social e a cultura, como também é influenciado por elas. Sendo assim, podemos inferir que as estruturas e os processos de enunciação jornalística sofrem alterações que refletem as formações culturais e ideológicas do contexto no qual está inserido seus enunciados. A notícia, assim como o sistema de critérios que lhe confere tal *status*, é, portanto, uma entidade mutante que, sendo construída

socialmente, está em constante atualização, sempre se reconfigurando em consonância com o momento histórico, cultural e social.

Esquema 2 – Contexto de origem do modelo de jornalismo padrão



Fonte: Dados retirados de Castells (2010) e Traquina (2005, 2008).

Vimos neste ponto do trabalho, portanto, que o enunciado jornalístico padrão (a notícia) é produto da técnica jornalística que, por sua vez, remonta à sociedade moderna, a cultura da escrita, a lógica positivista orientada pela apreensão da verdade objetiva e da pretensa exatidão dos fatos. Dessa maneira, o discurso, resultante da estabilização da “forma” padrão da notícia, é exatamente o discurso da referencialidade, da apreensão da realidade que, como exploraremos no ponto subsequente, só pode ser alcançado de forma imaginária, virtual.

1.5 O DISCURSO JORNALÍSTICO

No campo de estudos que envolve a notícia há muita atenção voltada, tanto teórica quanto prática, às técnicas de redação jornalística e o produto que delas resultam ou ao qual elas servem. Reafirmamos que as técnicas e procedimentos de redação garantem uma configuração mais ou menos estável de enunciados jornalísticos, estes, por sua vez, terminam por reforçar um determinado “modo” de se fazer jornalismo, ou seja, existe por trás desta preocupação uma discussão

acerca do discurso ao qual tais procedimentos servem e, concomitantemente, instituem e reafirmam.

É impossível falar das notícias como um sistema sógnico autônomo das convenções e características da linguagem [...] Não é o acontecimento que é relatado que determina a forma, conteúdo, significado ou a ‘verdade’ das notícias, mas são antes as notícias que determinam o que é que o evento significa (HARTLEY, 1991, p.15) [tradução nossa].

Ao falar do sistema da linguagem, o autor traz de volta a questão da notícia como um sistema sógnico e que, portanto, está submetido ao próprio funcionamento da linguagem enquanto sistema social. As diferentes formas de uso da linguagem em ação criam discursos, mais ou menos, estáveis. O discurso, portanto, implica o encontro entre o sistema de linguagem e as condições sociais sob as quais ele é atualizado. Para Hartley (1991), o estudo de um discurso específico implica em explorar e atender sua função social.

Antes de registrar, informar, antes de ser colocado pelas condições que o caracterizam, por exemplo, periodicidade, universalidade, atualidade, difusão, categorias que nos são dada por Otto Groth, o jornalismo é ele próprio um fato de língua (GOMES, 2000, p.19).

Ora, se iremos tomar o jornalismo como fato de língua, é determinante que retornemos a exploração sobre as principais questões que orbitam qualquer discussão cujo eixo central seja a linguagem. Para Kristeva (1980), falar em linguagem é falar em demarcação, significação e comunicação – “nesse sentido, todas as práticas humanas são tipos de linguagem visto que têm a função de demarcar, de significar, de comunicar” (p.14). Desta forma, podemos entender por ciências da linguagem a convergência de diversos segmentos do conhecimento ao “questionamento de suas próprias instalações pela exploração e implicação do que diz respeito ao âmbito simbólico” (GOMES, 2000, p.9). Para explorarmos mais a fundo o papel do jornalismo sob a ótica da linguagem, recorreremos aos “conceitos analíticos” propostos por Barthes (1989).

Tais conceitos remetem àqueles expostos nos estudos de Ferdinand de Saussure a partir da distinção entre língua e fala. Assim como é proposto pelo trabalho que sustenta este capítulo, “Jornalismo e ciência da linguagem” (GOMES, 2000), nos dedicaremos, primeiramente, à explanação sobre estes três conceitos

originários da noção saussureana de língua: signo; sistema de diferença; e língua como instituição social.

Antes de tudo, o **signo** deve ser entendido como unidade constituinte da língua. De acordo com Saussure (1969, p.24), a língua é um determinado sistema de signos que exprimem ideias. Para explicar o que é exatamente um signo, os autores costumam recorrer à imagem de uma moeda na qual de um lado temos o significante (materialização, seja ela impressão psíquica, gestualidade, forma escrita, etc.), e do outro o significado (ideia evocada no signo). Essa moeda, no entanto, vale por algo que lhe é exterior e para qual ela busca referir-se, ou seja, o referente. Esses três elementos formam a triangulação do signo, já a relação entre os mesmos dá origem a chamada condição tripartida do signo.

Essa condição dá conta dos processos de distanciamento na relação entre os elementos constituintes do signo: **significante x referente** – quando confrontamos a forma de uma palavra, por exemplo a palavra cão, com seu objeto de referencialidade percebemos que a forma da palavra não apresenta nenhuma ligação intrínseca com o objeto ao qual busca referenciar; **significante x significado** – quando pegamos a mesma palavra, cão, e a confrontamos com a ideia que esta carrega, temos a mesma relação de exterioridade e não aderência. Não há nada na forma que indique naturalmente a ideia que suporta; **significado x referente** – a ideia que temos pelo termo cão é de tal ordem que pode ser aplicada a todos os cães possíveis, e isso se dá uma vez que a ideia, na verdade, não é nenhum cão da realidade, é sempre outro.

O que podemos extrair dessa condição tripartida do signo, é que a dissimetria entre seus três ângulos confirma a noção exposta de que o signo é sempre outro, um além em relação ao referente. Sendo assim, o processo de significação se mostra um fenômeno em aberto, sujeito a constantes atualizações. Mas se o signo não consegue comportar seu referente, como então ele se define?

Para esclarecermos essa questão abordaremos o segundo conceito analítico que nos propomos a explorar, ou seja, o **sistema de diferença**. Se a língua é tida como um sistema de signos, portanto, os signos formam um sistema. E como um sistema se configura? Através da diferença entre seus termos.

Se é por diferença que um signo se coloca como signo é porque nada pode ser nomeado ou entrar para o campo simbólico se antes

esta moeda com a qual realizaremos uma troca não for compreendida como diferente de outras possíveis moedas e sobretudo diferente daquilo pelo qual ela vale (GOMES, 2000. p.12).

Sem a capacidade de compreensão dos signos e do próprio sistema que ele remete, seríamos incapazes de distinguir ideias, objetos, termos. Saussure nos esclarece que “[...] o pensamento é como uma nebulosa onde nada está necessariamente delimitado. Não existem idéias preestabelecidas, e nada é distinto antes do aparecimento da língua” (1969, p.139). Ao começar a nomear a massa indistinta que constitui o pensamento, o homem estabelece o corte simbólico, a organização de mundo e a instituição do sujeito falante e/ou sujeito social. Cabe salientarmos que este nomear introduzido pelo corte simbólico, é justamente uma organização que se realiza na operação de discriminação ou nomeação das coisas – originando, assim, o sujeito social ou falante cuja característica primeira é a troca da palavra. Tal discriminação/nomeação implica em um fenômeno de determinação de um dado a ver e pensar, determinação de percepção, de síntese cognitiva. Isso significa que o sujeito falante tem sua percepção do real, inevitavelmente, submetida ao sistema da língua – é o que Lacan identifica como construção da “realidade”.

Se vimos que a língua é tida como sistema de diferenças, ela se traduz, portanto, em uma relação de lugares ocupados por um ponto em relação aos demais, ou seja, em um sistema em que tudo se equaciona por uma relação de posição/oposição. Sendo assim, a ordem simbólica está sempre submetida à(s): necessidade da diferença instituidora (posição/oposição) e seu equacionamento no sistema; potencialização da diferença (uma vez fundada na diferença, toda construção colocará novas diferenças seja no nível dos signos ou dos discursos); características do sistema quando visto por seu colocar-se como instituição (organicidade, autonomia, autogestão).

Visto isso, cabe mencionarmos que o sistema da língua termina por colocar-se como instituição. Temos aqui o termo **instituição como prática social fundada no reconhecimento público de sua legitimidade e de suas atribuições**, num princípio de diferenciação que lhe confere autonomia perante outras instituições sociais e estruturada por ordenamentos, regras, normas e valores de reconhecimento e legitimidade internos (CHAUÍ, 1999, p.3). Dentro dessa perspectiva, temos **a língua como instituição social** fundante pela sua anterioridade às demais práticas e pela sua utilização na legitimação destas. Isso

ocorre porque o sujeito social só existe a partir de sua inserção na linguagem, é apenas através da “troca da palavra” que o homem pode relacionar-se com seus semelhantes, e é apenas pelo compartilhamento de um mesmo sistema simbólico que ele consegue efetivar essa troca.

Devemos destacar que esta impossibilidade de “troca fora do simbólico, fora das diferenciações, proibições/sanções estabelecidas” (GOMES, 2000, p.15) implica em um pacto tácito que permite a organização do espaço social e de seus interagentes. Ora, se a troca da palavra é, originariamente, o que permite a existência de um grupo, portanto, o sujeito falante não tem opção quanto a aceitação do sistema, uma vez que é precedido pela língua e constituído pelo próprio sistema simbólico. Ao nascermos já estamos inseridos e submetidos a um dado sistema linguístico (a língua-mãe) que mediará nossa constituição enquanto sujeitos sociais e nossa percepção de mundo –portanto, é na própria origem do “ser” que o pacto com a língua se firma.

A partir dessa laço originário com a língua, um outro se estabelece na organização social: a consignação da palavra. Trata-se do ato, involuntário, pelo qual delegamos a palavra a determinados representantes que passam a nos “dever” algo. Todo esse processo termina por estabelecer as relações de poder que, por sua vez, permitem a organização necessária à construção de tudo que é permitido ou não dentro de cada sistema.

Tendo realizado a incursão proposta pelos três conceitos analíticos que sintetizam as principais observações sobre a língua, cabe focarmos nossas próximas considerações no discurso jornalístico e suas peculiaridades. Tomando o jornalismo pelo viés das ciências da linguagem, Mayra Gomes (2000) nos apresenta o jornalismo como fato de língua e, com isso, nos leva a considerar/analisar a atividade pela função exercida na instituição social. E qual é o papel primordial do jornalismo senão o que a língua/instituição social implica: o de organizar discursivamente uma determinada realidade. Essa organização discursiva é a prática jornalística por excelência e, como vimos, é tida por Felipe Pena como fator originário da atividade uma vez que afasta o homem de seu medo primitivo pelo desconhecido ou pelo não apreendido.

Com base em todo exposto, podemos corroborar com a ideia de que função organizadora do jornalismo é exercida sob determinados termos: **a) função testemunhal** e **b) testemunho do testemunho ou função referencial** (GOMES,

2000). No desempenho de sua **função como testemunha** dos fatos, o jornalismo se coloca tanto como “confirmação do pacto primeiro fundado na comunidade estabelecida pelo compartilhamento de uma língua”, como pela confirmação do pacto entre Estado e comunidade, aliança social estabelecida pela consignação da palavra. Para que os pactos que organizam a vida social não “enfraqueçam”, eles precisam de um sistema que promova a constante reiteração do discurso que os mantém e pelo qual se legitimam. Tendo o jornalismo a **periodicidade** como característica fundamental, ele implementa uma repetição de discursos – o que o coloca à serviço dessa reiteração do pacto social.

Vivemos num mundo organizado, vale dizer, o que é e não é permitido se constrói a partir dessa organização exercida pelas relações de poder. Tal organização só é possível sob a condição da palavra consignada, ou melhor, sob a condição da palavra discurso que sustenta essa consignação (GOMES, 2000, p.17).

A ostensiva recomendação das técnicas jornalística à utilização da **impessoalidade** na construção textual, vetando assim o falar em primeira pessoa, não indica apenas a utópica busca pela **objetividade** jornalística, mas também explicita o fato de que o poder organizador do campo social, exercido pelo jornalismo, não pode falar ou ser reiterado como individuação, tendo sempre que remeter à coletividade, uma vez que é a rememoração da palavra consignada por todos. Quando o jornalismo rejeita a fala em primeira pessoa e prioriza a posição de um terceiro diante dos fatos, ele salienta também sua postura vigilante em relação as ações, feitos e, principalmente, deslizes do Estado e de seus poderes constituintes no exercício da palavra consignada. É desta postura de observador em **vigília** que surge a noção de jornalismo como quarto poder, como representante social incumbido de fiscalizar o Estado de Direito.

Com tudo isso o jornalismo vai fazendo o desenho do espaço social, uma vez compreendido que esse desenho, o traçado desse espaço, é afirmação/confirmação do próprio espaço. Ora, esse desenho hierarquiza dando uma ordem de importância, colocando valores pela escolha e priorização das temáticas. Nas primeiras páginas, nas chamadas televisivas, vemos com nitidez a eleição da ordem e sua contrapartida, o evento que desestabiliza a ordem, como focos centrais. Assim as matérias estabelecem pelo espaço concedido, uma sequência: *Estado em exercício/evento que desestabiliza a ordem social; economia – organização para-estatal; feitos científicos – um contar épico; fait divers* (acepção introduzida por Barthes

coabrindo escândalos, curiosidades e bizarrices); *esporte, lazer e cultura* (GOMES, 2000, p.23) [Grifo da autora].

É dentro dessa **hierarquização temática** observada nos textos jornalísticos que atuam os, já mencionados, valores-notícia. O critério de notabilidade aplicado à seleção dos fatos que serão noticiados, demonstra que o discurso jornalístico se orienta pelas **relações de poder**, pela pacto da palavra consignada. Se há uma enorme cobertura voltada aos feitos do Estado, é porque ele é tido pelo jornalismo como “portador da palavra” e, portanto, merece atenção especial. Tal procedimento serve exatamente a reafirmação do pacto que delega a palavra, que estabelece as posições das instituições e suas atribuições como inerentes e naturais. Ressaltamos que mesmo quando o jornalismo “denuncia” alguma ação indevida do governo ou de seus poderes, o ordenamento do sistema é preservado e reforçado uma vez que não se questiona o desempenho/atitude/relevância da **posição**, mas sim do sujeito que a ocupa.

Se pegarmos outro valor-notícia, por exemplo, o de infração percebemos que ele serve a valorização de fatos que configurem a quebra de uma determinada regra que fora violada, isso demonstra que a técnica jornalística se coloca a serviço de uma reiteração das normas estabelecidas pelo sistema e do pacto que temos com este. A própria noção de infração implica na existência de um ordenamento sistêmico que nos é precedente e, portanto, não é questionado, mas sim reforçado pela marcação de suas disfunções.

No encadeamento de seu discurso, o jornalismo vai delineando o espaço social ao reafirmar suas posições e, ao mesmo, reforça a manutenção do ordenamento sistêmico através do apontamento das instabilidades. Ao mesmo tempo, o jornalismo reafirma constantemente seu papel de testemunha social, através do próprio testemunho. Uma vez que a palavra lhe é concedida o jornalismo, como organizador do espaço, se coloca como “representante” social cuja incumbência é relatar os fatos por ele testemunhado, fazendo a mediação entre o fato e a sociedade.

Outro termo relevante na exploração da organização discursiva que a prática jornalística suscita, é o uso do **testemunho do testemunho**, ou seja, uma vez que o jornalismo visa se portar como testemunha da realidade ele acaba recorrendo a determinadas estratégias que promovam o efeito de realidade, em destaque, a

estratégia de referencialidade. Cientes de que a relação signo/referente é um diferir básico, dessa ausência de “sentido” (oriunda da própria natureza tripartida do signo) brota uma contínua produção de significação na tentativa de arremate à falta na origem.

É da ideia, ou melhor, do esquecimento sistemático da ordem simbólica e de sua determinação sobre os sujeitos, que se origina o enaltecimento do **real como entidade concreta** e não mediatizada pelo sistema simbólico. Desta forma, “o real concreto se torna a justificativa suficiente do dizer” (BARTHES, 1970, p.99). Para reforçar seu pretenso testemunho de um dado real, é que o jornalismo busca outros testemunhos que reitem seu relatos através de citações, entrevistas, fotografias ou tabelas/infográficos com bases estatísticas – tais testemunhos do testemunho, tornam-se recurso à marcação da remetência ao real que justifica a própria existência do discurso jornalístico.

Entretanto, quando tratamos da dissimetria inerente aos signos procuramos evidenciar, exatamente, que a impossibilidade de apreensão do remetente nos leva para uma ordem de mediação em função da distância imposta pela ordem simbólica. Logo, qualquer artifício que pretenda o apagamento desses fatos e apresente um real tangível, apreensível e descritível de modo direto, só pode constituir-se como efeito de real. Após termos refletido sobre o jornalismo e sobre construção da notícia, fica evidente a pretensão de que as técnicas de redação possam efetivar o apagamento dessa distância entre o real concreto e o relato e, também, entre o fato e o leitor. O jornalismo busca, através de suas técnicas, **apagar as marcas de sua mediação** para, portanto, suscitar o efeito de real.

Em outros termos, a história ‘objetiva’ pela qual o jornalismo busca relatar o ‘real’ não é mais que um significado informulado, arbitrado por trás da aparência toda poderosa do referente. Essa situação define o que poderíamos chamar de efeito de real (BARTHES, 1982, p.20), e é exatamente esse o efeito desejado pelo notícia jornalística. Para tanto, o jornalismo se apodera de alguns recursos estratégicos oferecidos pela linguagem, encarnando a referencialidade em seu discurso. Desses, podemos destacar:

- a) **os índices** – significantes que delineiam o caráter de uma personagem, seu estado de espírito, sua identidade, caráter, etc.. Ou seja, numa aplicação restrita a notícia, poderíamos considerar o índice como a exploração do “quem?” dentro da técnica do lide;

- b) **as catálises** – função cronológica por que se operam a distensão e compressão temporal presentes no tempo da narrativa. “Podemos observar essa condição fática na visada do interesse do leitor operada pela inversão da ordem cronológica dos fatos” (GOMES, 2000, p.27). A técnica da PI serve exatamente como recurso técnico à essa construção fática;
- c) **os informantes** – são significantes que servem para situar no espaço e no tempo, ou seja, são inseridos no texto jornalísticos através das respostas às questões “onde?” e “quando?” propostas pelo lide.

Na busca de um testemunho para seu testemunho (reprodução discursiva), o jornalismo, assim como os demais discursos realistas, recorre a uma realidade em cuja construção colaboram. Sendo assim, podemos dizer que o discurso jornalístico supõe uma irmandade entre real e simbólico em detrimento deste; ele ignora sua própria constituição no simbólico e tem a referencialidade, o efeito de real, como eixo de construção. Esse apoio na referencialidade, eixo da reprodução discursiva, está sempre escondendo a criação de sentido estabelecida dentro do próprio discurso jornalístico.

Diante de tudo que foi exposto até aqui, podemos afirmar que o jornalismo como fato de língua trabalha sempre numa função testemunhal que é o equivalente dos processos de legitimação que fundam a legitimidade. Isso nos leva a concordar com Deleuze (1999) quando este confere que a informação deve ser considerada como,

um conjunto de palavras de ordem. Quando nos informam, nos dizem o que julgam que devemos crer. Em outros termos, informar é fazer circular uma palavra de ordem. As declarações da polícia são chamadas, a justo título, comunicados. Elas nos comunicam informações, nos dizem aquilo que julgam que somos capazes ou devemos ou temos a obrigação de crer. Ou nem mesmo crer, mas fazer como se acreditássemos. Não nos pedem para crer, mas para nos comportar como se crêssemos. Isso é informação, isso é comunicação; à parte essas palavras de ordem e sua transmissão, não existe comunicação. O que equivale a dizer que a informação é exatamente o sistema de controle (DELEUZE, 1999, p.5).

É em cima disso que Gomes (2000) se baseia para nos levar não apenas a ideia de Benveniste (1995, p.284) quando define, genericamente, o discurso como linguagem posta em ação, mas principalmente o fato de que, posta em ação, a linguagem é o exercício da instituição social em sua atribuição organizadora e

legitimadora do laço social. Corroborando com Kristeva (1980, p.328) quando diz que “o discurso contém e impõe uma ideologia, e cada ideologia encontra o seu discurso”. Assim, Gomes (2000) conclui que,

quer tomemos no sentido de fragmento (domínio semiótico), que tomemos no sentido totalizante (ideologia), os discursos estarão sempre cimentando suas legitimidades auto-referencialmente e, o que a dar no mesmo, por oposição aos seus contrários [...] Assim sendo, toda legitimidade reduz-se aos processos de legitimação, ou seja, aos processos discursivos que a fundam (p.46).

Se apresentando como testemunha dos fatos sociais, o jornalismo se apóia inteiramente na função referencial para avalizar seu testemunho como verdadeiro, legitimando-o. Ao mesmo tempo que se legitima, o discurso jornalístico se torna mecanismo de corroboração do espaço social e da ideologia que delineia e o sustenta em sua posição de mediador. Dessa maneira, é correto inferirmos que as notícias jornalísticas são tomadas por uma direção dada pelos efeitos discursivos de seus enunciados, elas atuam buscando uma espécie de sentido imanente que funciona como um significado transcendente que reenvia a uma posição ideológica, a um contexto histórico e cultural de uma estrutura social específica.

Em suma, o que vimos ao longo deste capítulo foi que o jornalismo considerado padrão se legitimou, ao longo do processo histórico, como atividade informativa guiada pelo ideal de objetividade e pelo discurso referencial. Traçamos o percurso histórico da atividade jornalística e o desenvolvimento do seu campo profissional, firmado no século XIX, para salientarmos a influência que os aspectos históricos, sociais, tecnológicos e culturais, tiveram à configuração da técnica jornalística padrão e nos valores que direcionam a conformação de um “fato noticioso”. Assim, o jornalismo considerado e reconhecido como “padrão” ou “referência” é, em suma, reflexo da cultura profissional nascida e enraizada na era moderna, industrial, cuja prática se constituiu com base na cultura da escrita (linear, estática) e nos veículos impressos e posteriormente no *mass media* (comunicação vertical, pouco interativa, totalizante). Dessa forma, salientamos que a técnica jornalística padrão é apropriada para atender as necessidades de uma sociedade ainda positivista, focada no ideal de verdade, em papéis sociais bem delimitados, no tempo cronológico que orientava o sistema produtivo e as relações de poder baseadas em classes, na segurança e estabilidade dos saberes e do conhecimento.

Nesse contexto, a atividade jornalística é posta através de um conjunto de práticas e técnicas que visam a estabilidade dos enunciados noticiosos, criados e consumidos como produtos, que funcionam como organizadores do espaço social e mediadores do caos informativo – legitimando-se através do discurso referencial e da ideia de verdade objetiva. Podemos dizer, portanto, que a técnica jornalística sempre está intimamente conectada com a estrutura sócio-cultural de uma dada sociedade, o conjunto de tais técnicas profissionais determinam um tipo estável de enunciado que suscita um discurso e uma posição para o jornalismo dentro do corpo social.

Sendo assim, trataremos no próximo capítulo das mudanças históricas, culturais e técnicas que marcam o aparecimento da era informacional e da sociedade em rede. Nosso objetivo, durante o capítulo subsequente, será traçar o contexto que incita a gênese do webjornalismo e de um novo modelo de construção da notícia. Tais apontamentos servirão à análise da técnica jornalística empregada à constituição dos *tweets* jornalísticos e as possíveis mudanças ocasionados pela revolução tecnológica que está caracterizando o século XXI. Se durante o primeiro capítulo salientamos o processo que originou o “jornalismo padrão”, no capítulo subsequente trataremos de apontar as alterações contextuais que, paulatinamente, parecem estar modificando a prática jornalística e, conseqüentemente, a configuração das notícias no ambiente do Twitter.

2 A SOCIEDADE EM REDE E O WEBJORNALISMO

*“Tecnologias são espelhos de nosso desejo
de inteligência”*

Ollivier Dyens

Como mencionado, buscaremos neste capítulo traçar as principais características da sociedade contemporânea e de seus espaços de comunicação para, assim, delimitarmos o contexto histórico que circunda o jornalismo que está sendo firmado no século XXI. Dessa maneira, pretendemos apresentar o contexto social, técnico e cultural que influencia à aparição de novos procedimentos jornalísticos e, conseqüentemente, de novos produtos noticiosos como, por exemplo, o *tweet* jornalístico.

Para tanto, iniciaremos este segundo capítulo com a apresentação dos processos históricos e as características culturais que marcam o contexto social que emoldura a atividade jornalística desempenhada no Twitter. Acreditando que não se pode falar de um produto jornalístico sem explicitar os procedimentos técnicos/profissionais que guiam sua constituição e, ao mesmo tempo, que não há como falar da prática jornalística sem reconhecer o contexto social na qual está inserida, nos propomos, neste momento, à explorar o universo da sociedade em rede para, posteriormente, chegarmos ao desbravamento das técnicas e características dos enunciados jornalísticos veiculados no Twitter.

2.1 NOVAS TECNOLOGIAS E A ARCA INFORMACIONAL

O século XXI está sendo marcado pelos altos níveis de desenvolvimento tecnológico e pelo embate entre discursos antagônicos sobre os efeitos da técnica na vida social. Todavia, entre tais posicionamentos encontramos um ponto de confluência semântica acerca da revolução tecnológica: as transformações sugeridas pelo processo não se limitam ao objeto, extrapolando muito as fronteiras da técnica (LÉVY, 1993, 1999; CASTELLS, 2003, 2010; WOLTON, 2007, 2010; LEMOS, 2004; TRAQUINA, 2008; SANTAELLA, 2004). O aparecimento de novas ferramentas comunicacionais, por exemplo, interferiu, abrupta e radicalmente, nos

modelos tradicionais de comunicação e nas formas de relacionamento do homem com seus semelhantes, sua cultura, sua imagem e seu universo.

Dedicando-se exatamente ao estudo dos efeitos das novas tecnologias da informação (TICs) na vida social, Pierre Lévy (1999) afirma que a sociedade contemporânea está vivendo uma espécie de “segundo dilúvio”, mas desta vez um dilúvio de informações. Fazendo um paralelo entre o dilúvio bíblico e o dilúvio informacional, o autor nos coloca que:

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 contem uma seleção diferente. Cada uma quer preservar a diversidade. Cada uma quer transmitir. Estas arcas estarão eternamente à deriva na superfície das águas (p.14-15).

A analogia proposta por Lévy tenta evidenciar as inegáveis mudanças que foram estimuladas pela expansão tecnocientífica. Através da Arca de Noé (única, fechada, estanque, totalizante) o autor nos aponta à antiga sociedade da escrita, na qual o homem passa a buscar por mensagens universais que fossem inteligíveis em qualquer contexto (lugar, época) de recepção. Para alcançar essa universalidade foi preciso que houvesse uma certa redução ou fixação dos sentidos: é o que o autor chama de **universal totalizante**²⁶. Essa de fixação dos sentidos marca, segundo o autor, a perspectiva cultural da escrita estática sob a qual as civilizações ocidentais se desenvolveram e pela qual se originaram os ideais de imperialismo universal político, ideológico, econômico, cultural e social.

²⁶ Para Pierre Lévy (1999), o termo universal se refere a 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.).

Todavia, a segunda arca mencionada por Lévy, a arca informacional, nasce junto das possibilidades de comunicação típicas da nova sociedade que se inscreve na história contemporânea. O que Lévy destaca é o nascer de uma nova sociedade que flui no ciberespaço²⁷ - sendo este a maior expressão da sociedade organizada em rede - caracterizada pela velocidade, multimodalidade e universalidade. Cabe alertarmos, entretanto, que 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 nova sociedade se constrói e se estende através da interconexão das mensagens, por meio de sua vinculação com as comunidades virtuais em (re)criação constante, que lhe dão sentidos variados em uma renovação permanente – isso quer dizer que, segundo o autor, a sociedade em rede estabelece suas significações através de um sistema interativo constante que não visa a estabilidade dos sentidos e nem a verticalidade dos processos comunicacionais.

A discussão sobre os reflexos da expansão tecnocientífica, que possibilita a interconexão das redes, atravessa inúmeras áreas do saber e mobiliza um diálogo estimulante entre profissionais e pesquisadores de diferentes campos. Esse diálogo está permeado por perspectivas antagônicas e, por vezes, excludentes. Apesar disso, mesmo os críticos deste novo paradigma centrado na expansão tecnológica concordam que ele não pode ser ignorado e que, como um organismo vivo, parece estar crescendo e se alimentando – alterando a forma de nossa estrutura social e as relações humanas. Dominique Wolton, por exemplo, acredita que o processo sociológico no qual estamos inseridos não pode determinar o nascer da nova “Era da Informação” nos moldes defendidos por Lévy.

Segundo Wolton (2010), nossa sociedade está passando por um surto de “deslumbramento tecnológico”, uma espécie de embriaguez que a impulsiona a querer experimentar todas as ferramentas comunicacionais possíveis pelo mero prazer de estar em contato com o objeto de nosso desejo e admiração desmedida, as novas TICs. Nas palavras do autor,

²⁷ 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.

é preciso impedir que a informação e a comunicação, até ontem fatores de aproximação, tornem-se aceleradores da incompreensão e do ódio justamente por serem visíveis todas as diferenças e toda alteridade. A direção e o sentido de minhas pesquisas nos últimos 30 anos têm sido estes: retomar os valores de emancipação da informação e da comunicação num contexto onde ambas se tornaram onipresentes e terrivelmente polissêmicas (2010, p.14).

Entre Wolton e Lévy surge, portanto, focos distintos no olhar lançado à sociedade contemporânea. De maneira bastante simplista, podemos diferenciá-los, respectivamente, pelo pessimismo e pelo otimismo frente às TICs e suas influências no desenvolvimento social. Enquanto Lévy defende que a polissemia e a universalidade não totalizante da rede são propulsoras de uma comunidade global e da construção coletiva de inteligência, Wolton se encarrega do contraponto afirmando que não existe conhecimento sem a figura do mediador e que o excesso de informação leva à incomunicação, à intolerância e ao conflito inerente dos ambientes polissêmicos.

Uma vez que não é nosso objetivo analisar a qualidade (positiva/negativa) dos efeitos das novas TICs, nossos apontamentos estarão restritos às potencialidades dos novos meios e seus observáveis reflexos na comunicação social sem qualquer pretensão de defendê-los ou refutá-los. Sendo assim, não iremos nos aprofundar nas teorias críticas voltadas aos efeitos do desenvolvimento tecnológico e nem na exposição completa de todo universo conceitual que orbita o tema. Este capítulo, portanto, terá como principais fundamentos teóricos as análises dos pesquisadores Pierre Lévy (1993, 1999), Manuel Castells (2003, 2007, 2010), André Lemos (2004) e Raquel Recuero (2009) acerca das potencialidades das TICs, do ciberespaço e de suas apropriações pelo corpo social – formatando as redes e os sites de rede sociais na Internet (em especial, o Twitter).

Já salientamos que a revolução tecnológica refletiu diretamente sobre as sociedades e os comportamentos humanos, e é sob essa perspectiva de alteração social em um novo contexto técnico-científico que, de acordo com Manuel Castells (2010), se esquadrinha a chamada sociedade em rede. Entretanto, a “forma técnica da cultura contemporânea é produto de uma sinergia entre o tecnológico e o social” (LE MOS, 2004, p.15). A tecnologia, assim, é somente um ângulo de análise dos sistemas sócio-técnicos globais que enfatiza a parte material e artificial dos

fenômenos humanos, e não uma entidade real que existiria independentemente do resto. Para que não se estabeleçam mal entendidos salientamos que,

nem a salvação nem a perdição residem na técnica. Sempre ambivalentes as técnicas projetam no mundo material nossas emoções, intenções e projetos. Os instrumentos que construímos nos dão poderes mas, coletivamente responsáveis, a escolha está em nossas mãos (LÉVY, 1999, p.17) [grifo do autor].

A tecnologia, portanto, é tida aqui como o uso de conhecimentos científicos para especificar as vias de se fazerem as coisas de uma maneira reproduzível. Ou seja, como produto cultural que é, a tecnologia resulta da utilização do conhecimento humano à criação de meios que possibilitem a geração de “algo novo” por meio de procedimentos específicos que permitam sua reprodução e aperfeiçoamento. Afunilando um pouco nossa área de interesse, baseamos nossa visão sobre as tecnologias da informação na exposição de Castells:

[...] o *conjunto convergente* de tecnologias em microeletrônica, computação (*software e hardware*), telecomunicações/rádiodifusão e optoeletrônica²⁸. Além disso, diferentemente de alguns analistas, também incluo nos domínios da tecnologia da informação a engenharia genética e seu crescente conjunto de desenvolvimento e aplicações (2010, p.67) [grifo do autor].

Destacamos que, simultaneamente, ao crescimento exponencial das tecnologias da informação durante as duas últimas décadas do século XX, houve um enorme desenvolvimento tecnológico no que tange a utilização de materiais avançados, fontes de energia, técnicas e procedimentos médicos, técnicas de produção e tecnologia de transporte, entre outros. É, portanto, através dessa conjectura de expansão tecnológica que nos colocamos em um intervalo histórico revolucionário, marcado por grandes eventos, cuja característica é a transformação de nossa cultura pela inserção de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno das tecnologias da informação, mas que não se restringe ao seu caráter técnico.

A presente mutação antropológica somente pode ser comparada à revolução neolítica que viu surgirem, em poucos séculos, a agricultura, a criação de animais, a cidade, o Estado e a escrita.

²⁸ Técnica que garante a transmissão por fibra ótica e laser.

Dentre todas as transformações fundamentais que afetaram os países desenvolvidos na época atual, ressaltamos o desaparecimento do mundo agrícola, o apagamento da distinção cidade/campo e conseqüentemente surgimento de uma rede urbana onipresente, um novo imaginário do espaço e do tempo sob a influência dos meios de transporte rápidos e da organização industrial do trabalho, deslocamento das atividades econômicas para o terciário e a influência cada vez mais direta da pesquisa científica sobre as atividades produtivas e os meios de vida. As conseqüências a longo prazo do sucesso fulminante dos instrumentos de comunicação audiovisuais (a partir do fim da Segunda Guerra Mundial) e dos computadores (a partir do fim dos anos setenta) ainda não foram suficientemente analisadas. Uma coisa é certa: *vivemos hoje em uma destas épocas limítrofes na qual toda a antiga ordem das representações e dos saberes oscila para dar lugar a imaginários, modos de conhecimento e estilos de regulação social ainda pouco estabilizados*. Vivemos um destes raros momentos em que, a partir de uma nova configuração técnica, quer dizer, de uma nova relação com o cosmos, um novo estilo de humanidade é inventado (LÉVY, 2008, p.16-17) [grifo nosso].

Procuramos neste ponto de nosso estudo, apresentarmos a tecnologias, em especial as TICs, como o contexto técnico que permitiu o aparecimento de uma nova lógica social e cultural. Nesse contexto, o homem tornou-se criador e usuário das ferramentas tecnológicas, apropriando-se das possibilidades técnicas e, concomitantemente, sendo afetado por elas em todos os aspectos de sua existência. Visando caracterizar de maneira sucinta a sociedade nascida no seio da expansão tecnocientífica, dedicaremos o próximo item deste trabalho à caracterização realizada por Manuel Castells dessa nova sociedade.

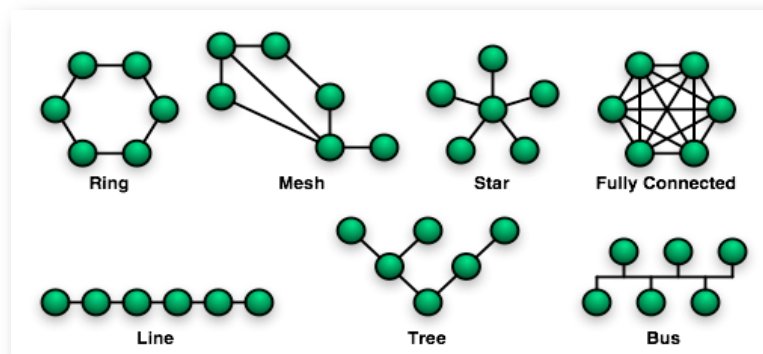
2.2 A SOCIEDADE EM REDE DE CASTELLS

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 nas contemporâneas reestruturações econômicas e sociais. Os resultados de suas observações foram publicadas através de uma trilogia denominada de “A Era da Informação”, entre 1996 e 1998 – o primeiro volume de sua trilogia foi destinado, especificamente, para explicitar como as TICs passaram a interferir e modificar nossa estrutura social – a obra intitulada como “A Sociedade em Rede” será o referencial teórico central às discussões propostas neste ponto.

A nova sociedade apresentada por Castells (2010) surge como resultado de inúmeras variantes e processos de ordens distintas que, em última análise, estão conectados com as novas possibilidades tecnológicas. Assim, enquanto na antiga sociedade industrial (berço do jornalismo padrão) a ação do homem sobre o meio é direta, ou seja, ocorre em espaços delimitados e em concordância temporal e física; na sociedade em rede, as barreiras espaço-temporais são rompidas, possibilitando ao homem atuar às suas margens e se organizar não mais pelo seu papel produtivo e posição de classe, senão através de **redes conectadas** cujo foco de apropriação se volta à interação e comunicação globalizadas.

Central ao entendimento desta nova sociedade, portanto, é o conceito de rede. A palavra rede deriva do termo latino *rete* que, originalmente, significa o conjunto entrelaçados de fios com aberturas regulares, fixados por malhas e nós, formando um tecido aberto (WIKIPÉDIA, *online*). Atualmente, o termo é utilizado para representar a totalidade de nós ou nodos (ponto no qual uma curva se entrecorta), concretos ou abstratos, que são interligados através de relações diversas.

Figura 1 – Grafos de diversos tipos de redes de computadores



Fonte: Wikipédia²⁹.

Em geral, as redes ou as estruturas organizadas em rede são representadas através de figuras denominadas “grafos”. Embora apareçam sob os mais variados formatos, os grafos são sempre constituídos por um conjunto de nós interligados por meio de arestas e conexões que indicam a transmissão de informações/conhecimentos ou as relações entre os nós.

²⁹ Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Topologia_da_Nete>.

A grande variação de modelos de representações das redes (grafos) tem grande utilidade uma vez que esta forma de organização foi apropriada pelos mais variados sistemas para determinar seus fluxos ou estruturas. Assim, tanto o sistema financeiro global, o sistema aéreo e o sistema midiático, por exemplo, podem ser apresentados através de grafos que esquematizem seus mais variados processos de trocas e relações. A aplicabilidade representativa das redes é tão ilimitada quanto sua capacidade de expansão. Uma rede é um sistema essencialmente aberto que pode integrar infinitamente novos nós constitutivos – para que isso ocorra, basta que o nó possua a habilidade necessária para se comunicar de forma inteligível com o resto da estrutura, compartilhando os mesmos códigos de comunicação (valores ou objetivos comuns).

Sendo assim, quando falamos de estrutura social em rede estamos, portanto, nos referindo a um sistema de interações humanas amplamente aberto e dinâmico, suscetível à mudanças e inovações que, normalmente, não causam danos ao seu equilíbrio. De acordo com Castells, 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 (2010, p.566).

Diante do que já foi exposto, podemos dizer que adoção da terminologia “rede” à caracterização da nova sociedade vislumbrada por Castells, se justifica pela própria lógica das interações firmadas no contexto fluído e globalizado das novas TICs. Nessa sociedade organizada através da morfologias da redes, a determinação social está mais ligada a lógica da própria rede do que aos interesses sociais específicos expressos através dela – de acordo com Castells, portanto, “o poder dos fluxos é mais importante que os fluxos do poder” (2010, p.565). Isso significa dizer que na sociedade contemporânea, as relações se dão através de redes de fluxos de interação que se conectam – a presença ou ausências das redes e,

simultaneamente, a dinâmica de cada rede em relação às outras marcam as fontes cruciais de dominação e transformação social.

Delineando-se a partir da segunda metade do século XX, a sociedade em rede é apresentada como resultado ou expressão do amplo conjunto de modificações nas relações de produção, poder e experiência, iniciadas na década de 60. Tais alterações, segundo o autor, são, por sua vez, uma adequação a nova morfologia social, econômica e política, características da era informacional que se iniciava.

A economia global dessa era é constituída pelas trocas e fluxos quase instantâneos de informação, capital e comunicação cultural. A sociedade permanece capitalista, mas a base dos meios tecnológicos com as quais ela age saltou da energia elétrica (era industrial) para a informação. Nesse contexto, o que existe de mais revolucionário é a 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 o cerne de todas as relações da sociedade em rede. Assim, podemos resumir as características da sociedade em rede através dos seguintes apontamentos:

- a) globalização das atividades econômicas;
- b) forma de organização em rede;
- c) instabilidade do trabalho e individualização do emprego;
- d) cultura de virtualidade real, construída por um sistema interconectado e diversificado de sistemas de midiáticos;
- e) transformação das condições materiais da vida, do espaço e do tempo, devido aos espaços de fluxos e de seu tempo intemporal.

Ao nosso trabalho interessa especificamente os apontamentos de Castells acerca da cultura da virtualidade real e das relações específicas que estruturam a sociedade em rede e estabelecem sua conformação com uma nova perspectiva espaço-temporal. Assim, o próximo subcapítulo de nosso trabalho estará dedicado à apresentação do contexto cultural originário da sociedade contemporânea – a cultura da virtualidade real.

2.2.1 A cultura da sociedade em rede: a virtualidade real

Sob a perspectiva sociológica tradicional, a ação social pode ser definida, fundamentalmente, 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 pela sobrevivência. Já o segundo modelo, estabelecido na era moderna marcada pelo triunfo da razão, caracterizou a dominação cultural da natureza – a organização social passou neste período a ser determinada pelas relações de trabalho. Entretanto, a história contemporânea está sendo marcada pela suplantação da natureza, “a ponto de a natureza ser renovada (‘preservada’) artificialmente como forma cultural” (CASTELLS, 2010, p.573). Assim, a organização social e as interações formatam um modelo considerado genuinamente cultural, no qual a informação torna-se o cerne da sociedade em rede e o marco de uma nova era na história humana, a era da informação.

As expressões culturais que, até metade do século XX, estavam firmadas sob as bases materiais da vida social, espaço e tempo compartilhados, passam a ser mediadas pelas redes de comunicação eletrônica que interagem através de códigos e valores estabelecidos por meio das próprias ações comunicativas. Com o aparecimento das tecnologias da informação e das ferramentas de comunicação mediada por computador (CMC) – potencializadas pelo aparecimento da Internet – tais códigos e valores são integrados em um hipertexto multimodal e digitalizado.

Podemos dizer, com base no exposto até aqui, que as formas de interação e comunicação terminam por determinar a cultura, isso porque nós não vemos a realidade como ela é, mas sim como são nossas linguagens. E nossas linguagens são nossos meios de comunicação, estes são nossas metáforas e são estas, por fim, que criam o conteúdo de nossas culturas (POSTMAN, 1985, p.15). Sendo assim, podemos afirmar que não existe uma separação entre a tida “realidade” e sua representação simbólica uma vez que toda experiência real é permeada e conhecida por intermédio dos símbolos. A humanidade, portanto, sempre atuou e existiu em um ambiente puramente simbólico, ou seja, baseado na produção e consumo de sinais. Apesar dessa indução à realidade virtual ser comum a todas as sociedades, foi através dos novos sistemas de comunicação, capazes de integrar os mais diversos

modos de comunicação, que se construiu a realidade virtual. Nesse novo sistema comunicacional,

a própria realidade (ou seja, a experiência simbólica/material das pessoas) é inteiramente captada, 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).

Na era da sociedade em rede prevalece esse sistema de comunicação em uma rede digitalizada capaz de incluir as mais diversas manifestações culturais. Todas as espécies de mensagens precisam estar integradas a esse sistema multimodal de comunicação para garantir sua comunicabilidade e socialização. Com a convergência e transcendência das mais diversas expressões culturais e sistemas de representações historicamente construídos, o universo digital surge como um enorme hipertexto histórico que liga as manifestações passadas, presentes e futuras da mente comunicativa originando um novo ambiente simbólico: a cultura da virtualidade real.

A tecnologia reduz o tempo a alguns instantes aleatórios e, com isso, desarticula a sequência da sociedade e o desenvolvimento da história. Ao encerrar o poder no espaço de fluxos, permitir que o capital escape do tempo e dissolver a história na cultura do efêmero, 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 perdem seu sentido cultural, geográfico e histórico, e passam a integrar redes funcionais em espaços de fluxos que suprimem o valor dos espaços de lugar³⁰. Os fluxos atuam assim como o suporte no qual nossa sociedade está construída, e não como apenas mais um

³⁰ A ideia de “espaços de lugar” pode ser sucintamente entendida como espaços geograficamente localizados que se constituem pelo compartilhamento do tempo e do espaço físico, assim como as relações que o formatam.

elemento da organização social contemporânea – e é exatamente a infraestrutura tecnológica que permite a construção da rede que determina o novo espaço. Se durante o período industrial as ferrovias definiam as regiões econômicas e os mercados nacionais, hoje, são os equipamentos tecnológicos que determinam o espaço, configurado como uma rede de interação, em que o fluxo das funções dominantes se dá. Nessa rede, nenhum lugar existe por si mesmo, já que as posições são definidas pelos intercâmbios de fluxos da rede.

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 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).

Na cultura da virtualidade real, o tempo também perde sua antiga configuração cronológica de passado, presente e futuro, já que estes passam a interagir entre si em uma mesma mensagem. Ao iniciar sua discussão sobre a questão do tempo em sua obra sociedade em rede, Castells nos coloca que “a mente da atualidade é a mente que nega o tempo, e que esse novo ‘sistema temporal’ está ligado ao desenvolvimento das tecnologias de comunicação” (2010, p.523). Tal afirmação nos leva a explorar o tempo como sistema interdependente ao contexto social, ou seja, o tempo, na natureza ou na sociedade, deve ser entendido como local.

Em função disso, a concepção de tempo ao longo da história tem variado de forma contínua, acompanhando as transformações sociais e culturais de cada sociedade. Nas sociedades medievais, por exemplo, o tempo era demarcado em função de eventos importantes ligados a troca das estações, feiras e comemorações religiosas – não havendo qualquer preocupação, no resto do ano, com a exatidão ou precisão da passagem do tempo. Já nas sociedades modernas, o conceito de tempo cronológico (linear, exato, mensurável e previsível) prevalece ao espaço e a própria sociedade moderna, tornando-se uma ferramenta fundamental à constituição da

lógica industrial. O filósofo Friedrich Nietzsche (1999, 2001) explorou a temática da temporalidade ao falar sobre a ideia do “eterno retorno” e do funcionamento cíclico do tempo, demonstrando, desta forma, como o pensamento da cultura moderna estava vinculado à noção de temporalidade previsível e circular.

Na sociedade em rede, entretanto, o tempo preciso da era industrial começa a se fragmentar em um movimento de grandes impactos e importância histórica singular. Entretanto, essas mudanças não são apenas reflexo das alterações do contexto social, possuem um caráter mais profundo. Castells afirma que:

É a mistura de tempos para criar 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 (2010, p.526).

Na era informacional tudo passa por um processo de aceleração e, portanto, de compressão temporal em todos os níveis de atividade humana. Dentro desse fenômeno, a sociedade passa a um nível de aceleração tão elevado que a sequência temporal fica comprimida a tal ponto que, gradativamente, tende a se desfazer e desaparecer – originando assim, o tempo intemporal.

O tempo intemporal ocorre quando idiosincrasias de um determinado contexto, no caso o paradigma informacional e a sociedade em rede, causam confusão sistêmica na ordem sequencial dos fenômenos ocorridos levando a sociedade à atualidade. Esse tempo pertence ao espaço de fluxos enquanto que a disciplina tempo, o tempo biológico e a sequência socialmente determinada, caracterizam os espaços de lugar em todo o mundo, estruturando e, concomitantemente, desestruturando as sociedades.

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 fluxos liquefaz o tempo desordenando a sequência dos eventos e tornando-os simultâneos – colocando a sociedade na efemeridade eterna - o espaço de lugares fragmentados e desconectados apresenta inúmeras temporalidades.

No paradigma informacional, a cultura da virtualidade real se caracteriza, portanto, a partir da superação dos lugares e da invalidação do tempo pelo espaço de fluxos e o tempo intemporal. Como vimos, nesse sistema cultural a realidade (entendida como a existência material/simbólica) é absorvida em um ambiente de imagens virtuais em que os símbolos não são apenas metáforas, mas absorvem a experiência real. A sociedade contemporânea organiza suas funções e valores predominantes em simultaneidade e sem contiguidade, ou seja, em fluxos de informação. Ao mesmo tempo, esses valores e os interesses predominantes surgem sem qualquer referência ao passado ou ao futuro, obedecendo o aspecto intemporal das redes de computadores e das mídias eletrônicas em que as expressões são instantâneas ou não apresentam qualquer sequência previsível.

Por um lado, a informação instantânea em todo o globo, mesclada a reportagens ao vivo de lugares vizinhos oferece instantaneidade temporal sem precedentes aos acontecimentos sociais e expressões culturais [...] Por outro lado, a mistura de tempos na mídia dentro do mesmo canal de comunicação, à escolha do espectador/interagente, cria uma colagem temporal em que não apenas se misturam gêneros, mas seus tempos tornam-se síncronos em um horizonte aberto sem começo, nem fim, nem sequência. A intemporalidade do hipertexto de multimídia é uma característica de nossa cultura, modelando as mentes e memórias das crianças educadas no novo contexto cultural (CASTELLS, 2010, p.553-554).

De acordo com o autor supracitado, não é preciso nos esforçarmos muito para encontramos as marcas desse novo sistema cultural nas mais diversas atividades humanas cotidianas. Apesar disso, não há dúvidas de que a Rede Mundial de Computadores (Internet) é o maior expoente e representante dessa nova sociedade que surge e dessa nova cultura que se firma globalmente.

Já tendo explorado os principais conceitos que marcam a era da informação – a sociedade em rede e a cultura da virtualidade real – iremos, no próximo ponto deste trabalho, nos focarmos na exposição dos principais aspectos do ao entendimento do espaço de fluxo da nova sociedade: a Internet ou o ciberespaço. Conhecida como a Rede das redes, a Internet ganha cada dia mais destaque na vida cotidiana e possibilita a criação de novos espaços, linguagens e, ao mesmo tempo, novos suportes para veiculação dos produtos jornalísticos. Em função disso, acreditamos que, sendo o *tweet* jornalístico nosso objeto de estudo, é fundamental dedicarmos um espaço à discussão acerca do sistema midiático (Internet) que o

sustenta e da ferramenta apropriada pelo jornalismo à sua produção (o site de rede social Twitter).

2.3 A EVOLUÇÃO DOS COMPUTADORES E O CIBERESPAÇO

O conceito de cultura da virtualidade real, cunhado por Manuel Castells e já apresentado, pode ser comparado a conceitualização proposta por Pierre Lévy (1999) através do termo “cibercultura”. Segundo o autor, a cibercultura especifica 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 autor, do ciberespaço. O conceito de ciberespaço é definido por Pierre Lévy como um novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores ressaltando que,

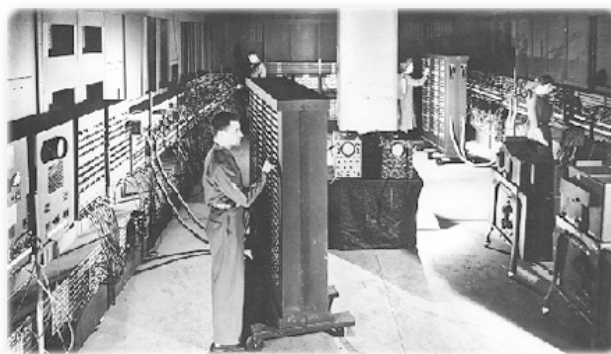
o termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (1999, p.17).

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 seu transporte e repasse. Qualquer que fosse o documento ou o objeto a ser destinado a alguém exigia a animais, carros, trens navios ou aviões para ser transportado até seu destino final. Hoje, entretanto, os mesmos produtos podem ser armazenados, distribuídos e acessados em qualquer parte do globo em questão de poucos segundos, mais do que PCs temos computadores conectados (CCs), interligados pela Rede mundial.

Os microcomputadores que, atualmente, nos permitem estar conectados a todo momento são filhos legítimos de máquinas imensas que levavam dias para processar informações hoje simplórias à capacidade de processamento de seus “rebentos”. Um dos primeiros computadores foi criado por volta de 1946 – a invenção ocupava 180 m² de área construída, pesava cerca de trinta toneladas e necessitava de cartões perfurados e tinta para desenvolver suas limitadas funções.

O *Electrical Numerical Integrator and Computer* (Eniac)³¹, como foi batizado pelos militares norte-americanos, foi desenvolvido pelo exército para realizar cálculos de balística e algumas outras atividades que demandavam armazenamento e processamento de dados.

Fotografia 1 – Eniac em funcionamento



Fonte: Wikipédia³²

Pouco tempo depois, no final dos anos 70, o desenvolvimento dos microprocessadores permitiu a produção dos PCs, computadores de mesa que realizavam tarefas mais simples, mas pareciam bem mais amistosos que o enorme Eniac. A capacidade de se construir máquinas que poderiam ser transportadas com certa facilidade transformou rapidamente os computadores em produtos voltados a atender a sociedade em geral. Aos poucos, os PCs foram se transformando em máquinas cada vez menores, mais portáteis, com maior capacidade de armazenamento e processamento de dados.

Transformado em objeto de desejo de muitos consumidores, os computadores foram se tornando equipamentos cada vez mais acessíveis a medida que sua utilização foi crescendo e se tornando parte do cotidiano das pessoas. No final dos anos 80, muitas famílias americanas já possuíam computadores em seus lares. No resto do mundo, o processo foi mais lento, mas também demonstrava que o mercado estava em plena expansão e possuía um potencial infinito de crescimento.

³¹ O Eniac foi o primeiro computador eletrônico de grande escala. Foi criado em fevereiro de 1946 pelos cientistas norte-americanos John Eckert e John Mauchly, funcionários da *Electronic Control Company*.

³² Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/ENIAC>>.

Figura 2 – Evolução dos computadores da Apple



Fonte: Blog Super Reforço³³

Se a utilização dos PCs foi considerado um avanço de proporções gigantescas, o aparecimento da Internet consagrou de vez a utilização dos computadores pessoais e transformou radicalmente todos os aspectos que integram a vida social. Segundo Gontijo (2004), há trinta anos seria impensável que uma rede tão democrática quanto a Internet surgisse a partir de duas iniciativas estatais: a Arpanet³⁴ nos Estados Unidos; e o Minitel³⁵ na França. Apesar de distintos, os dois sistemas elucidaram que uma nova perspectiva estava sendo inserida ao contexto comunicacional: a ideia de interação no processo de comunicação. Sobre os dois sistemas, Scheer explica que:

Ambos anunciaram as supervias da informação, mas suas diferenças constituem lições importantes. Em primeiro lugar, a Internet liga computadores enquanto o Minitel liga, via Transpac, centros de servidores que podem ser questionados por terminais com pouca capacidade de memória. A Internet é uma iniciativa norte-americana de âmbito mundial encetada, com apoio militar, por empresas de informática financiadas pelo governo norte-americano, para criar um

³³ Disponível em: <<http://superreforco.blogspot.com/2011/07/evolucao-dos-computadores.html>>.

³⁴ A Arpanet foi resultado de uma estratégia militar que buscava preservar as redes de comunicação em caso de ataque nuclear e sua criação foi fruto do trabalho da Agência de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos. A rede criada pelos militares norte-americanos permitia que, mesmo com parte do sistema destruído, as unidades de mensagem encontrassem suas rotas ao longo de toda rede.

³⁵ O Minitel é um sistema de videotexto projetado pela companhia telefônica francesa (Telecom), inicialmente como substituto da lista telefônica. Aos poucos, o equipamento evoluiu para a mais variada prestação de serviços, como previsão do tempo, compra de entradas para espetáculos, telebanco, telecompras, horário de vãos, trens, publicidade e, mais recentemente, linhas de bate-papo. O governo francês investiu para que o Minitel se tornasse uma ferramenta importante na democratização do acesso à informação.

clube mundial de usuários de computadores e bancos de dados. O Minitel é um sistema francês que até agora [1994] nunca pôde ultrapassar suas fronteiras nacionais devido a restrições regulamentares. É o produto de mais ousada imaginação de tecnocratas estatais de alto nível em seu esforço para remediar a fraqueza dos setores eletrônicos franceses. Na Internet: a topologia aleatória de redes locais de fanáticos por informática. No Minitel: a organização ordeira da lista telefônica. Internet: um sistema tarifário anárquico de serviços incontroláveis. Minitel: um sistema organizado que possibilita a existência de tarifas homogêneas e participação transparente nos rendimentos. Por um lado, o desenraizamento e o fantasma de conexões generalizadas além das fronteiras e culturas; por outro, a versão eletrônica de raízes comunais (1997, p.97-98) [grifo do autor] [tradução nossa].

Sendo assim, podemos afirmar que a Internet que conhecemos hoje é reflexo direto da rede criada por militares norte-americanos durante a Guerra Fria. Em 1955, os Estados Unidos (EUA) criaram a *Defense Advanced Research Projects Agency* (Agência de Projetos de Pesquisa Avançada), conhecida como Darpa, a agência se tornou a principal responsável por recuperar a liderança tecnológica mundial que, após o lançamento *Sputnik*³⁶, estava nas mãos dos soviéticos.

Ligada ao Departamento de Defesa norte-americano, a Darpa começou a desenvolver, nos anos 60, uma rede de computadores que não poderia ser destruída por bombardeios e que fosse capaz de ligar, de forma segura, pontos considerados estratégicos para o país, como bases militares e centros de pesquisas, garantindo a troca de mensagens e informações entre eles mesmo em situações extremas.

A Darpa, portanto, focou-se em construir uma rede não centralizada, ou seja, um sistema no qual todos os nós da rede tivessem a mesma importância e na qual os dados transitassem livremente sem a determinação de uma ordem específica. Ao executarem o projeto, os militares americanos estavam delineando a Arpanet, mais tarde considerada o ponto de origem à criação da Internet atual.

Em 1970, a rede interligava quatro universidades norte-americanas. Em apenas 4 anos, o número de instituições vinculadas subiu para 40 - a troca de arquivos e mensagens já havia se tornado realidade. Diante das inúmeras potencialidades inerentes da rede, no mesmo ano foi criado o primeiro serviço

³⁶ O *Sputnik* foi o primeiro satélite artificial da Terra e junto com o voo de Yuri Gagarin no *Vostok I*, teve um impacto profundo na história da exploração espacial. Foi lançado pela União Soviética em 4 de outubro de 1957, marcando um desafio aos norte-americanos que terminariam levando o primeiro homem à lua.

comercial (civil) de acesso. Entretanto, a globalização da rede só se tornou viável após a adaptação ao sistema Unix³⁷ criado pela Bell Laboratories, em 1969, do protocolo TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*) que é a linguagem comum utilizada por todos os computadores conectados à rede até os dias atuais.

Foi em 1982 que a rede mundial de computadores passou a ser reconhecida pelo termo Internet. Apesar de ser assim denominada até hoje, a Internet disponível nos anos 80, não se parecia em nada com a rede na qual estamos habituados a navegar. Foi através do trabalho desenvolvido no Laboratório Europeu de Estudo de Partículas Físicas (CERN) que a rede começou a ganhar o aspecto, a *interface* e a funcionalidade que conhecemos hoje.

Em 1991, o cientista do CERN, Tim Berners-Lee, criava o sistema de hipertexto conhecido como *World Wide Web* (www) que originava um modo específico de utilizar as possibilidades de transporte e endereçamento da Internet. Entretanto cabe destacarmos que o trabalho de Lee,

continuava uma longa tradição de idéias e projetos técnicos que, meio século antes, buscara a possibilidade de associar fontes de informação através da computação interativa. Vannevar Bush propôs seu sistema Memex em 1945. Douglas Engelbart projetou seu On-Line System, a que não faltavam interface gráfica e mouse, trabalhando a partir de seu Augmentation Research Center na área da Baía de São Francisco, e demonstrou-o pela primeira vez em 1968. Ted Nelson, pensador independente, radical, entreviu um hipertexto de informação interligada em seu manifesto de 1963, *Computer Lib*, e trabalhou muitos anos na criação de um sistema utópico, Xanadu: um hipertexto aberto, auto-evolutivo, destinado a vincular toda a informação passada, presente e futura do planeta. Bill Atkinson, o autor da interface gráfica do Macintosh, desenvolveu um sistema HyperCard de interligação de informação quando trabalhava na Apple Computers na década de 1980 (CASTELLS, 2003, p.18).

Através da www a comunicação pela rede foi amplamente facilitada através de uma série de convenções, como protocolos de endereçamentos e organização de conteúdos em *home pages*. Dois anos depois, Marc Andreessen e Eric Bina dariam um novo passo que revolucionaria as formas de navegabilidade na Internet através

³⁷ Unix é um sistema operacional portátil, multitarefa e multiusuário. Foi inicialmente desenvolvido por Ken Thompson, funcionário do Laboratórios Bell.

da criação de um dos primeiros *browsers*³⁸, o Mosaic – esta inovação marcaria de vez a popularização da rede.

Ao aderir a um conjunto de padrões chamados de protocolos, as home pages, os browsers e outros tipos de software possibilitam o sistema familiar de clique-o-mouse-siga-o-link (sic) que tornou a Web tão famosa. Os acordos principais são: universal resource locator (URL), que estabelece um único endereço para qualquer informação disponível na Internet – texto, imagem, som ou trecho de vídeo; hypertext markup language (HTML), um modo uniforme de representar informações como títulos, parágrafos, imagens e sons em qualquer sistema de computação, e um conjunto de convenções chamado hypertext transport protocol (HTTP), para ligar e transportar essa informação localmente, ou através de grandes distâncias, com a mesma facilidade (DERTOUZOS, 2000, p.404).

Não há dúvida de que a década de 90 marcou, definitivamente, a inserção da Internet no cotidiano da sociedade e sua expansão global. Depois do primitivo Mosaic, muitos outros navegadores foram surgindo para facilitar e adicionar novos recursos à navegação durante os anos 90. Após a criação do Mosaic, Andreessen e Bina foram recrutados pelo destacado empresário do Vale do Silício, Jim Clark, para formar uma nova companhia, a *Mosaic Communications*, que mais tarde passou a se chamar *Netscape Communications*.

Em 1994, a *Netscape* lançava o primeiro navegador comercial para a Internet, batizado com o nome da empresa. No ano seguinte inovaram mais uma vez com o lançamento e distribuição gratuita, para fins educacionais, do *software Navigator* através da Rede Mundial. Também apareceram nessa época, de maneira bastante acelerada, novos provedores de acesso e portais de serviços *online* que contribuíram consideravelmente ao crescimento e popularização da Internet. Ambos processos atuaram fortemente à configuração da arquitetura da Internet e das redes de comunicação vinculadas, na cultura de seus usuários e nos seus padrões de comunicação real. Estruturada de maneira essencialmente aberta, a grande Rede se tornou palco de diversos processos inovadores suscitados pela acessibilidade irrestrita e apropriações criativas por parte de seus usuários.

³⁸ *Browser* é o termo dado aos aplicativos voltados à navegação na Internet. Hoje, segundo a revista Info, os navegadores mais populares são o Internet Explore, o Firefox, o Opera, o Google Chrome e o Safari.

O Mosaic, criado por Mark Andreessen, foi o primeiro *browser* pré-Netscape. Em 1993, era a interface essencial para o ambiente gráfico: estável, fácil de instalar e trabalhar com imagens simples e com imagens simples [...] os sites tinham quase sempre fundo cinza, imagens pequenas e poucos links, mas, para os visionários, como Lee e Andreessen, vivíamos o início da internet que conhecemos hoje. O crescimento da WWW foi rápido e não parou desde então. Em 1996, já existiam 56 milhões de usuários no mundo. Naquele mesmo ano, 95 bilhões de mensagens eletrônicas foram enviadas nos Estados Unidos, em comparação às 83 bilhões de cartas convencionais postadas nos correios [...] para dar uma dimensão do crescimento da internet, o número de computadores conectados ao redor do mundo pulou de 1,7 milhão em 1993 para vinte milhões em 1997 (FERRARI, 2010, p.17) [grifo da autora].

O vertiginoso crescimento dos primeiros anos da década de 90 se tornou ainda mais expressivo no século XXI. Estudantes passaram a utilizar a rede em suas pesquisas e trabalhos escolares, enquanto seus professores, paulatinamente, incorporavam os recursos *online* ao planejamento e desenvolvimentos das atividades pedagógicas. Jovens e crianças começaram a dedicar muitas horas à exploração de sites de jogos e tornaram as salas de bate-papo seu ponto de encontro com os amigos. Desempregados iniciaram a busca por empregos através de agências virtuais ou enviando seus currículos por e-mail. A cada ano novas empresas e ramos de negócios foram descobrindo na Internet um excelente caminho para aumentar seus lucros e divulgarem seus serviços.

Hoje, apenas 20 anos depois da revolução da *World Wide Web*, a Internet já se firma como a base da comunicação global mediada por computadores, constituindo-se uma rede gigantesca através da qual transitam os mais diversos assuntos e recursos. Podemos dizer que, atualmente, é impossível pensarmos o mundo sem a presença da Internet. Estamos nos tornando mais que usuários da rede, estamos nos tornando, inevitavelmente, dependentes das suas experiências de velocidade, mobilidade e conexão permanentes que não apenas facilitam tarefas do dia a dia, mas também nos colocam em conformidade com a lógica cultural da sociedade em rede e com nossas necessidades mais primitivas de socialização e interação constantes.

A internet cria, hoje, uma revolução sem precedentes na história da humanidade. Pela primeira vez o homem pode trocar informações, sob as mais diversas formas, de maneira instantânea e planetária. A idéia de aldeia global (embora seja mais exato falarmos no plural) está se tornando uma realidade. Hoje as possibilidades já são

enormes: consulta de bancos de dados, correio eletrônico, transações comerciais, fóruns de tendências das mais variadas, consultas médicas, agregações sociais (*chats*, MUDs, listas...), rádios de várias partes do mundo, jornais, revistas, música, vídeo, museus, arte. Os exemplos são numerosos (LEMOS, 2004, p.116) [grifo do autor].

Sabendo que, em nossa análise, trabalharemos com produtos nativos desse ambiente, os *tweets* jornalísticos, publicados por veículos midiáticos nacionais, destacamos que no Brasil o processo de crescimento e adesão da Internet também seguiu um linha ascendente ao longo dos anos. O aparecimento e a popularização de *Lan Houses*, de projetos de informatização de escolas e centros públicos, conseguiu, com certo sucesso, levar computadores e o acesso à Internet a uma boa parcela da população.

É evidente que uma rede de comunicação tão abrangente e aberta a contribuição de todos seus usuários passou a ser considerada uma ferramenta poderosa à democratização de espaços para as variadas publicações de conteúdos. Pessoas de todas as culturas, idades e orientações, passaram a navegar e se apropriar da Internet como uma importante ferramenta de pesquisa, conhecimento, publicação de informações e opiniões, troca de mensagens e, especialmente, de interação e colaboração social.

Cientes que através da infraestrutura das TICs e de uma cultura centrada nas mídias, em especial na Internet, o sujeito contemporâneo passou a co-habitar o ciberespaço estabelecendo suas redes no universo digital – passaremos, no ponto subsequente, a tratarmos dos processos de interação e apropriação que transformou a Internet em uma enorme mídia social capaz de suportar, reunir e criar as mais variadas redes de relações sociais contemporâneas.

2.4 AS REDES SOCIAIS NA INTERNET

No desenvolver deste trabalho já salientamos o caráter gregário da natureza e como o desenvolvimento tecnológico vem, especialmente com o advento da Internet, sendo apropriado para aproximar e conectar sujeitos através de um sistema global. As conexões estabelecidas dentro do ciberespaço tornam-se sistemas dentro do sistema. De forma simplificada, um sistema é um conjunto interrelacionado, uma totalidade constituída de partes diferenciadas que relacionam-se formando um todo

organizado que estimula a consecução de determinado fim a partir de interações conjuntas (LEMOS; SANTAELLA, 2010). Sendo o Twitter um site de rede social (SRS) ou uma rede social na Internet, discutiremos brevemente sobre os aspectos gerais desse tipo de rede para termos uma visão mais nítida do funcionamento do Twitter e das formas de socialização da nova sociedade.

Os SRSs vem sendo estudados no Brasil através dos trabalhos desenvolvidos pela pesquisadora Raquel Recuero. Sua obra “Rede Sociais na Internet” (2009a) reúne as principais considerações sobre o fenômeno das redes sociais em ambiente virtual e, portanto, será a principal base teórica neste ponto de nosso trabalho.

Todas as trocas e interações que acontecem entre grupos variados expressos na Internet constituem, em conjunto, uma grande rede social – a Internet seria, como já mencionamos, uma rede formada por outras redes. De acordo com Recuero (2009a), essas redes podem ser definida como um conjunto entre os atores (pessoas, instituições ou grupos: os nós ou nodos) e suas conexões (os laços sociais firmados). Através dessas redes pode-se observar certos padrões de conexão de um grupo social, a partir dos vínculos e ligações estabelecidos entre os atores que a constituem. Assim sendo, a autora evidencia que os atores são o elemento primeiro de uma rede – responsáveis por moldar as estruturas sociais através de suas interações e dos laços que estabelecem.

Por estarmos tratando, especificamente, de uma interação mediada por computadores, podemos afirmar que há um distanciamento físico inerente entre os envolvidos, o que impossibilita o discernimentos imediato dos atores. Assim, quando se trata de redes sociais na Internet,

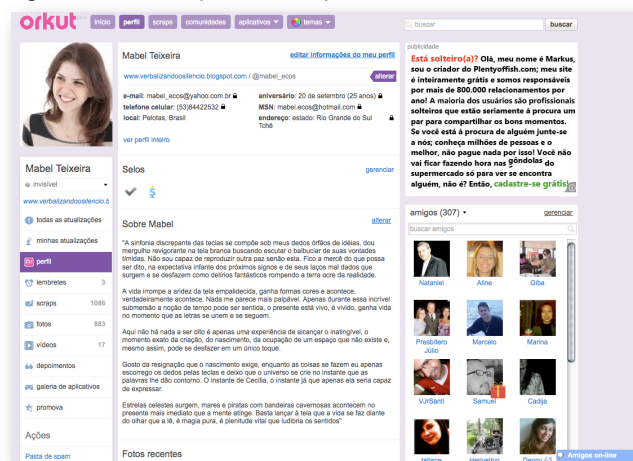
trabalha-se com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias no ciberespaço. Um ator, assim, pode ser representado por um *weblog*, por um *fotolog*, por um *twitter* ou mesmo por um perfil no Orkut. E, mesmo assim, essas ferramentas podem apresentar um único nó (como um *weblog*, por exemplo), que é mantido por vários atores (um grupo de autores do mesmo *blog* coletivo) (RECUERO, 2009a, p.25).

Diante do exposto cabe mencionarmos que, portanto, ao trabalharmos com interações estabelecidas dentro do ciberespaço não lidamos diretamente com atores sociais, mas com representações construídas, personalizadas e individualizadas que

interagem dentro da Rede. Tais representações colocam-se como espaços de interação, lugares de fala, criados com intuito de expressar a individualidade e a personalidade dos atores no ciberespaço.

Em função do distanciamento físico, característico da CMC, as pessoas passam a ser percebidas e julgadas através de suas mensagens, isso acaba exigindo a utilização de ferramentas que garantam “marcas” de singularidades às suas mensagens – diferenciando-as das infinitas mensagens anônimas que circulam pela rede e, portanto, demarcando um espaço à fala específica de cada sujeito. As ferramentas disponibilizadas pela Internet são apropriadas como formas de “expressão do *self*”, espaços do ator social e percebidas pelos demais como tal. É unicamente por conta dessa percepção que as redes sociais vão emergir nesses espaços.

Figura 3 – Exemplo de um perfil do Orkut



Fonte: Site do Orkut.

Sendo assim, podemos afirmar que perfis do Orkut (ver Figura 3), *nicknames*, *blogs*, *weblogs*, *Twitter*, entre outros, são formas de representação de um “eu” que irá interagir e ser percebido pelos outros. Na realidade, é essencialmente através da interação/comunicação entre as representações dos atores sociais que as identidades são estabelecidas e (re)conhecidas dentro do ciberespaço – isso demonstra como a cultura da rede é um modelo do real virtual. Para garantir sua identidade e seu espaço dentro da rede, os atores passam a

buscar formas crescentes de interação³⁹. De maneira objetiva, podemos afirmar que “as conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores” (RECUERO, 2009a, p.30) – são estas conexões e suas variações que terminam por definir a estrutura dos grupos.

Entretanto, cabe destacarmos que as interações realizadas no ciberespaço se distinguem daquelas estabelecidas face a face. Isso decorre, em parte, do uso do computador como objeto de mediação, o que faz com que os atores não sejam (re)conhecidos imediatamente uma vez que não há como observar a linguagem não verbal e nem a interpretação do contexto da interação e, ao mesmo tempo, também pode existir a influência das ferramentas disponíveis no ciberespaço que incluem uma série de possibilidades à comunicação entre os atores como, por exemplo, a interação assíncrona. Através da mediação efetuada pelo computador, a interação entre os atores pode ser tanto síncrona (simula uma interação em tempo real entre atores simultaneamente conectados à rede, com expectativa imediata de resposta) como assíncrona (não exige que os atores estejam conectados ao mesmo tempo, a expectativa de resposta não é imediata).

Apropriando-se da tipologia proposta por Alex Primo, Recuero (2009a) destaca que a interação mediada por computador pode ser classificada de duas formas: **interação mútua** - caracterizada por relações interdependentes e dialógicas, cada integrante participa da construção criativa e cooperada da relação, afetando-se mutuamente; ou **interação reativa** – limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta. O tipo e os padrões de interação praticada pelos atores influencia na complexidade das relações que possam ser estabelecidas e, portanto, na constituição dos laços sociais. De maneira resumida, Recuero (2009a) coloca que:

[...] a interação mediada pelo computador é também geradora e mantenedora de relações complexas e de tipos de valores que constroem e mantêm as redes sociais na Internet. Mas mais do que isso, a interação mediada pelo computador é geradora de relações sociais que, por sua vez, vão gerar laços sociais (p.36).

³⁹ O termo é empregado aqui seguindo a visão exposta por Recuero (2009a, p.31) na qual explicita que a interação é aquela ação que tem reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social.

Dessa forma, percebemos que, na visão da autora, a relação é tida como a unidade básica de análise em uma rede social e pode englobar uma enorme quantidade de interações. Estas últimas são capazes tanto de construir e acrescentar algo às relações, fortalecendo os laços, como também podem ser conflituosas, diminuindo a força do laço social. A determinação do tipo de relação estabelecida entre interagentes, se dá através da observação dos conteúdos trocados durante suas interações.

Cabe mencionarmos que as relações, assim como as interações, também podem ser mediadas, exclusivamente, por computadores – alterando, assim, a forma com que as relações sociais são estabelecidas uma vez que não há proximidade entre os interagentes. Desta forma, as dificuldades de estabelecer relações é menor quando estas estão restritas ao espaço de fluxos, no caso específico à Internet, ao mesmo tempo que a manutenção e o término destas são facilitadas pelas ferramentas fornecidas no ciberespaço. Assim,

os computadores em rede parecem ir na direção oposta àquela da cultura do impresso, estando mais próximos do tribalismo anterior à escrita e à imprensa. Podemos dizer que a dinâmica social atual do ciberespaço nada mais é que esse desejo de conexão de realizando de forma planetária. Ele é a transformação do PC (*Personal Computer*), o computador individual, desconectado, austero, feito para um indivíduo racional e objetivo, em um CC (Computador Coletivo), os computadores em rede. Assim, a conjunção de uma tecnologia retribalizante (o ciberespaço) com a socialidade contemporânea vai produzir a cibercultura profetizada por McLuhan. Parece que a homogeneidade e o individualismo da cultura do impresso cede, pouco a pouco, lugar à conectividade e à retribalização da sociedade (LEMOS, 2004, p.71).

São as relações que, fundamentalmente, atuam na construção dos laços sociais que interconectam os indivíduos envolvidos nas interações no ciberespaço. 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 tempo e através da interação social” (p.38). Seguindo ainda a perspectiva da autora, destacamos que estes laços sociais, constituídos pelas interações e pelas relações dos indivíduos, são denominados como laços relacionais ou, como propõe Recuero (2009a), laços dialógicos (constituídos através da interação social mútua).

Todavia, quando a conexão se dá entre um “indivíduo e uma instituição ou grupo torna-se um laço de outra ordem, representado unicamente por um sentimento de pertencimento” (RECUERO, 2009a, p.38-39). Trata-se de um laço associativo, ou seja, laços construídos através da interação social reativa (associação a uma ideia ou objeto que não é necessariamente dialógica). Esclarecendo sua posição com relação às ordens dos laços sociais, a autora desenvolve a ideia que:

[...] todo laço é relacional, pois constituído de interação. Essa compreensão vai ao encontro de outros autores, como Wasserman e Faust (1994), por exemplo, que denominam como laço relacional também o laço associativo, entendendo este como parte daquele. Assim, compreendemos todo laço social como relacional (RECUERO, 2009, p.40).

É importante reiterarmos que estes laços sociais entre os indivíduos partem das interações – se constituindo de forma natural e espontânea e, ao mesmo tempo, construídos de maneira 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 este 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.

Outro ponto importante em nossa exposição acerca dos laços sociais é explicarmos a diferenciação entre os laços fortes e os laços fracos. Tal classificação depende 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. Podemos caracterizar o laço forte como aquele no qual há uma maior proximidade, intimidade e intencionalidade na criação e manutenção da conexão entre os sujeitos – constituindo-se em vias mais amplas e concretas às trocas sociais. Já o laço fraco dá conta de relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade – apresentando trocas sociais difusas. Apesar da conexão estabelecida por meio de laços fracos ser frágil em comparação a consistência da conexão dada pelos laços fortes, são os laços fracos que atuam como

estruturadores das redes sociais, uma vez que conectam os grupos, constituídos de laços fortes, entre si.

O laço social é, deste modo, composto pelas relações sociais, que são compostas pela interação, constituídas em laços relacionais [...] Tais laços podem ser fortes ou fracos, de acordo com o grau de intimidade, sua persistência no tempo e quantidade de recursos trocada. Além disso, os laços têm composições diversas, derivadas dos tipos de relação e do conteúdo das mensagens (RECUERO, 2009a, p.42-43).

Na Internet podemos observar tanto ocorrências de laços multiplexos, constituídos de diversos tipos de relações sociais, como também a de laços especializados, formados por relações especializadas e direcionadas. Independentemente da configuração dos laços sociais, a relação entre o número desses e o grau de conectividade dos indivíduos são igualmente proporcionais, ou seja, quanto mais laços forem estabelecidos maior será a densidade da rede social. Todavia, é importante destacarmos que assim como esta regra, os laços estabelecidos através da CMC não estão restritos à Internet. Segundo Recuero (2009a), a Rede facilitou o contato *offline*, ou seja, os laços não apenas não ficaram restritos ao ciberespaço, como também migraram das telas para o espaço físico. Corroborando com a autora, Lévy destaca que,

o desenvolvimento das comunidades virtuais acompanha, em geral, contatos e interações de todos os tipos. A imagem do indivíduo 'isolado em frente à sua tela' é muito mais próxima do fantasma do que da pesquisa sociológica. Na realidade, os assinantes da Internet (estudantes, pesquisadores, universitários, executivos sempre em deslocamento, trabalhadores intelectuais independentes etc.) provavelmente viajam mais do que a média da população [...] as comunidades virtuais são os motores, os atores, a vida diversa e surpreendente do universal por contato (1999, p.130-131).

Ao contrário do que previa a visão apocalíptica da tecnologia, esta não extinguiu as relações face a face. Pelo contrário, através da CMC os laços sociais puderam ser mantidos e fortalecidos independentemente da distância física dos atores sociais envolvidos. Assim, as relações sociais puderam ser desterritorializadas e realimentadas através de interações em fluxo constante – abrindo uma enorme gama de possibilidades às relações humanas.

Observamos, de acordo com o exposto até este ponto, que uma rede social na Internet é formada por dois elementos básicos: os atores e as conexões. Estes atores apropriam-se das possibilidades das ferramentas de CMC para construírem representações individualizadas dentro da rede. Essas representações ou formas de expressão constituem os nós (nodos) da rede, enquanto que as interações entre elas originam o substrato sobre o qual se formam os laços sociais, ou seja, as conexões. Tais laços podem ser classificados como fortes ou fracos, dependendo da qualidade das interações e das trocas sociais estabelecidas entre os atores. Sendo assim, caberia nos perguntarmos: mas, afinal, que valores são trocados entre os atores sociais? Do são constituídas essas trocas?

Para respondermos tal questão iremos inserir a noção de capital social, a “moeda” que constitui as trocas entre os interagentes. Para conceituarmos este importante elemento à constituição das redes, apropriar-nos-emos da proposta de Recuero (2009a). Segundo a autora, devemos considerar como capital social como,

um *conjunto de recursos* de um determinado grupo (recursos variados e dependentes de sua função, como afirma Coleman) que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, ainda que individualmente, e que está baseado na reciprocidade (de acordo com Putnam). Ele está embutido nas relações sociais (como explica Bourdieu) e é determinado pelo conteúdo delas [...]. Portanto, para que se estude o capital social dessas redes, é preciso estudar não apenas suas relações, mas, igualmente, o conteúdo das mensagens que são trocadas através delas (p.50) [grifo da autora].

Considerando o capital social como heterogêneo - ou seja, capaz de apresentar-se de diversas formas – Bertolini e Bravo (*apud* RECUERO, 2009a) propõem categorias que constituem os aspectos nos quais o capital social pode ser encontrado. Tais categorias podem ser entendidas como os recursos aos quais os indivíduos tem acesso por meio da rede social, sendo elas:

- a) relacional – soma das relações, laços e trocas que conectam os indivíduos de uma rede;
- b) normativa – normas de comportamento e valores de um determinado grupo;
- c) cognitiva – soma de conhecimentos e informações postas em comum por um grupo;

- d) confiança no ambiente social – confiança no comportamento de indivíduos em um determinado ambiente;
- e) institucional – inclui as instituições formais e informais, que se constituem na estruturação geral dos grupos, onde é possível conhecer as “regras” da interação social, e onde o nível de cooperação e coordenação é bastante alto.

Os três primeiros recursos do capital social supracitados estão ligados aos aspectos individuais (primeiro nível de capital social) que podem ser acessados pelos indivíduos, enquanto os dois últimos dão conta dos aspectos de grupo (segundo nível de capital social) que só podem ser desfrutados pela coletividade. Uma rede só alcança o segundo nível de capital social após constituir o primeiro nível, ou seja, uma rede social que apresenta o segundo nível demonstra maior maturidade, densidade e existência temporal de seus laços (RECUERO, 2009a).

Quando um ator, por exemplo, pede através do Twitter uma dica para solucionar um problema pessoal, ele está fazendo uso do suporte social (recurso de primeiro nível de capital social) para receber ajuda; já quando um grupo de atores organiza um evento como o *mircamp*⁴⁰, eles estão acessando a institucionalização para atingir seus objetivos.

Diante do exposto, percebemos que para compreendermos uma rede social precisamos observar uma série de variáveis que a constituem. Munidos dos principais conceitos que esclarecem sua estrutura e seu funcionamento, nos preparamos para focarmos nossa atenção em um dos aspectos mais populares à compreensão das redes sociais na Internet: os sites de redes sociais (SRSs).

Consequência direta da apropriação das novas ferramentas de comunicação pelos atores sociais, os SRSs vem ganhando rapidamente mais espaço e importância na vida das pessoas e no estabelecimento e manutenção de suas relações. Esses sistemas dinâmicos estão se tornando rapidamente mais complexos e significativos em função das novas apropriações que se estabelecem através do comportamento heterogêneo de seus usuários.

⁴⁰ O *mircamp* é um evento, ou um conjunto de vários eventos, organizados por usuários do mIRC (programa de bate-papo) a fim de reunir os usuários da ferramenta. A ideia original foi de um grupo de jovens que usavam o programa mIRC para conversar e que, em maio de 2001, decidiram que queriam reunir seus contatos em um evento *offline* – optaram por realizar um torneio de futsal que continua sendo realizado até hoje como parte de uma programação bem mais ampla.

2.4.1 Os sites de rede social

Antes de iniciarmos nossa discussão acerca dos SRSs, precisamos desfazer a recorrente confusão que leva muitos a os considerarem como a rede social em si. Destacamos, a fim de esclarecimento, que os SRSs são espaços utilizados e destinados à expressão das redes sociais na Internet. Portanto, entendemos como SRS toda ferramenta que for utilizada para permitir que se expressem as redes sociais suportadas por ela.

A grande diferença entre sites de redes sociais e outras formas de comunicação mediada pelo computador é o modo como permitem a visibilidade e a articulação das redes sociais, a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço *off-line*. Assim, nessa categoria estariam os *fotologs* (como o Flickr e o Fotolog, por exemplo); os *Weblogs* [...]; as ferramentas de micromessaging atuais (como o Twitter e o Plurk), além de sistemas como o Orkut e o Facebook, mais comumente destacados na categoria (RECUERO, 2009a, p.103).

Sendo assim, os SRSs atuam como suportes, oriundos da CMC, às interações que irão constituir as redes sociais, ou seja, eles não são por si redes sociais, mas sim sistemas que permitem apresentá-las, auxiliá-las e percebê-las. Isso vai ao encontro do que colocamos anteriormente quando afirmamos que as redes sociais são constituídas pelos atores sociais que as utilizam e pelas conexões que estabelecem.

Apesar das inúmeras diferenças existentes entre os sites mencionados pela autora, todos são considerados como sites de redes sociais ou, como popularmente são chamados, sites de relacionamentos. De acordo com Boyd & Ellison (2007), para que um sistema seja considerado um site de rede social, ele precisa permitir:

- a) a construção de uma *persona*, uma representação do eu, através de perfil ou página pessoal;
- b) a interação através de comentários/mensagens;
- c) e, por fim, a exposição pública da rede social de cada ator.

Baseada na definição proposta por Boyd & Ellison (2007), Recuero (2009a) expõe dois tipos distintos de SRSs: o **site de rede social propriamente dito** e o **site de rede social apropriado**. Os primeiros dão conta dos sistemas destinados a expor e publicar as redes sociais dos atores, ou seja, estes sites focam sua atenção

na publicização das redes. É o caso de sites populares como o Orkut e o Facebook, neles o usuário necessita construir seu perfil para, só então, interagir com outros atores.

Já os sites de rede social apropriados compreendem sistemas que não estavam, originalmente, destinados à exposição das redes sociais, mas que foram apropriados pelos atores para alcançar este fim. Exemplos desse tipo de site são os *weblogs*, o Fotolog e o Twitter. Em função do grande número de SRSs disponíveis e, conseqüentemente, das diversas possibilidades de cada um, o mesmo ator, muitas vezes, utiliza diversos sites de rede social para alcançar objetivos e valores distintos. Desta forma,

um ator determinado, por exemplo, poderia assim usar o seu perfil no Orkut para manter contato com os amigos distantes, usar o GoogleTalk para conversar trivialidades com os amigos mais próximos e usar seu *weblog* para discutir idéias mais elaboradas. Isso mostraria que os sites de redes sociais atuam em planos de sociabilidade, proporcionando que um ator utilize os diversos suportes para construir redes sociais com foco em tipos diferentes de capital social (RECUERO, 2009a, p.106).

Através dos SRSs, as pessoas passaram a acessar tipos de capital social que dificilmente seriam construídos ou alcançados pelos atores no espaço *offline*. Estes sites alteraram, por exemplo, as conexões construídas, mantidas e amplificadas no ciberespaço (capital social relacional), isso porque permitem que os atores aumentem de forma crescente suas conexões sociais que passam a ser mantidas pelo sistema e não pela interação. Tendo adicionado alguém a nossa lista de amigos do Orkut, por exemplo, essa conexão será mantida pelo sistema independentemente de haver ou não interações. Desta forma, os SRSs amplificam a expressão da rede social e a conectividade dos grupos sociais.

É importante destacarmos que os SRSs, portanto, auxiliam na construção de valores que são apropriados pelos atores. Esses valores construídos no ciberespaço se relacionam com determinados tipos de capital social e influenciam na construção e na estrutura das redes. De acordo com Recuero (2009a), os principais valores constituídos nos SRSs são: visibilidade, reputação, popularidade e autoridade.

Permitindo maior conectividade entre os atores sociais, os SRSs são capazes de aumentar a **visibilidade** de seus usuários dentro da estrutura. Dessa forma, um ator consegue amplificar os valores obtidos através de suas conexões,

como suporte social e acesso à informações – vinculando, portanto, o valor de visibilidade ao capital social relacional. A visibilidade é um valor diretamente decorrente da mera presença se um ator na rede, mas também é matéria-prima à conquista dos demais valores supracitados como, por exemplo, a reputação.

A construção da **reputação** de um ator dentro da rede depende da “imagem” que os outros tem deste, ou seja, a reputação implica na percepção entre o “eu”, o “outro” e a relação entre ambos. Sendo assim, podemos afirmar que os SRSs tornam-se ferramentas eficazes à construção e manipulação de uma determinada reputação uma vez que permitem ao ator um maior controle das impressões que deixa visíveis aos outros. Cabe mencionarmos, entretanto, que a reputação, sendo a impressão dos outros sobre determinado ator, não é determinada quantitativamente, mas sim qualitativamente. Queremos expor com isso que a reputação de um blogueiro⁴¹, por exemplo, não depende do seu número de leitores, mas sim da impressão que esses leitores tem do blog. Com isso, a reputação dentro das redes sociais não pode ser vista como um valor dual (boa/ruim), ela pode apresentar-se de maneira diversa e, muitas vezes, múltipla - *“não há um único tipo de reputação. Cada nó na rede pode construir tipos de reputação baseado no tipo de informação ou meme que divulga em seu perfil, weblog, fotolog, etc”* (RECUERO, 2009a, p.110, grifo da autora). Sendo assim, a reputação está associada ao capital social relacional (consequência das conexões dos atores) e cognitivo (consequência do tipo de informação publicada pelo ator social).

Outro valor que deve se destacado é a **popularidade**. Este está intimamente vinculado à audiência, ou seja, é um valor determinado pela posição de um ator dentro de sua rede social. Quanto mais centralizada for a posição do nó dentro da estrutura, mais popular ele será – isso porque sua centralidade significa que mais pessoas estão conectadas a ele e, portanto, é bem provável que exerça maior influência dentro da rede que os outros nós. Ao contrário da reputação, a popularidade é um valor que refere-se, exclusivamente, à posição estrutural do nó – não considerando a percepção que os demais tem dele. É um valor quantitativo, mais vinculado aos laços fracos, que se relaciona com o capital social relacional.

⁴¹ Blogueiro é a pessoa que se dedica a escrever em um espaço específico na Internet, o blog – uma espécie de página pessoal que pode ser apropriada à divulgação dos mais variados conteúdos e informações.

O último valor sobre o qual iremos brevemente discorrer é a **autoridade**. Se a popularidade depende apenas da posição do nó na rede, a autoridade vai um pouco mais além à medida que se relaciona com a efetiva influência que este nó exerce sobre sua rede social. A medida de autoridade só pode ser percebida ou mensurada através dos processos de difusão de informações nas redes sociais e da percepção dos atores dos valores contidos em tais informações (RECUERO, 2009a). Assim sendo, podemos afirmar que a autoridade compreende a reputação, mas não se resume a ela – é um valor não apenas quantitativo, mas também qualitativo. A autoridade, portanto, está ligada ao capital social relacional e cognitivo.

Tendo exposto e explicado brevemente sobre os valores mais comumente encontrados nos SRSs, cabe explicitarmos que todos esses valores são provenientes do primeiro nível de capital social. Isso quer dizer que os SRSs, embora capacitados a manter a rede social, não são tão eficazes ao aprofundamento dos laços ou institucionalização de um grupo social. Em suma, podemos dizer que os SRSs são eficientes na construção, manutenção e no gerenciamento do capital social mais básico, ou seja, eles atingem e influenciam os valores direcionados à constituição e manutenção da rede social dos indivíduos.

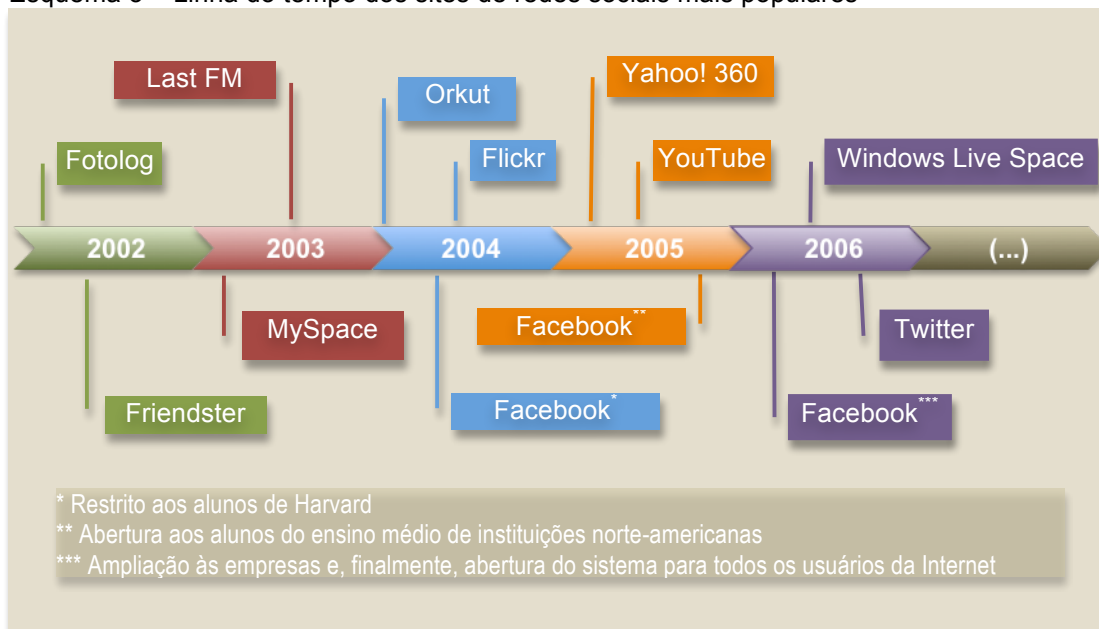
Amparados pelo entendimento do que são os SRSs, como funcionam, como são apropriados pelos atores e, conseqüentemente, como os valores são constituídos e o tipo de capital social construído dentro desses sites, estamos aptos a explorarmos o popular SRS que servirá de base aos propósitos deste estudo: o *microblogging* Twitter. Antes, entretanto, apresentaremos um pequeno resumo da evolução dos SRS para demonstrarmos, posteriormente, as peculiaridades que marcam o Twitter.

2.4.1.1 A evolução dos SRS: do Friendster ao Twitter

Quando, em 1990, começaram a surgir os primeiros SRSs oriundos de alguns trabalhos descompromissados de estudantes norte-americanos que buscavam reunir, através da Internet, seus colegas de classe (baseando-se em vínculos diretos) e, simultaneamente, os amigos desses colegas (vínculos indiretos), ninguém imaginava a dimensão que esses sistemas acabariam ganhando no cotidiano da sociedade contemporânea e as alterações que causariam nas formas de socialização.

O primeiro SRS a se tornar popular foi o Friendster, lançado em 2002, baseado no modelo “Círculo de Amigos” (desenvolvido pelo cientista britânico Jonathan Bishop). A ideia do sistema estava centrada na construção de perfis públicos ou semi-públicos por meio de um formulário pré-estruturado – após a criação do perfil, cada usuário associava-se aos perfis dos amigos e pessoas com as quais possuísem algum tipo de proximidade física no mundo *offline* ou alguma identificação. A topologia do Friendster, portanto, estava baseada na conexão entre páginas individuais através de uma rede de hiperlinks⁴². Tal modelo ganhou a simpatia de seus usuários que, em menos de um ano, já somavam 3,3 milhões de pessoas (BOYD, 2007).

Esquema 3 – Linha do tempo dos sites de redes sociais mais populares



Fonte: Esquema nosso.

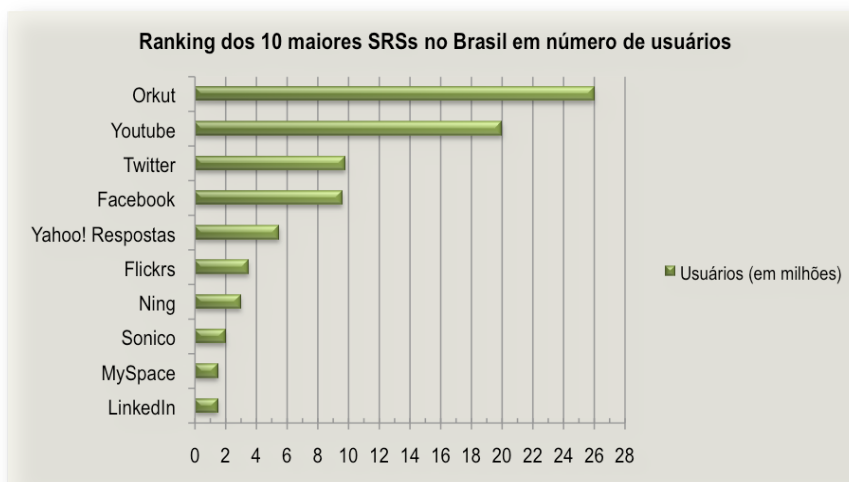
O sucesso foi tanto que os servidores da rede não aguentaram a demanda de internautas que buscavam se associar ao sistema, o resultado disso foi a aparição crescente de serviços semelhantes – entre 2003 e 2005 surgiam os, até hoje populares, sites do MySpace, Facebook e Orkut, como observado no Esquema 3. Esses sites podem ser considerados como SRSs propriamente ditos, ou seja, foram criados com a finalidade de servirem como ferramenta à criação e manutenção das redes sociais de seus usuários no ciberespaço. No Brasil, o Orkut e

⁴² 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.

o Facebook criaram uma legião de fãs que em poucos anos atingiram a marca dos milhões. Segundo os dados divulgados pela Nielsen Company, em junho de 2010, a rede Orkut ainda lidera o *ranking* de popularidade dos SRSs no Brasil, tendo mais de 27 milhões de usuários, seguido pelo Facebook (11,6 milhões de usuários) e, em terceiro lugar, o Twitter (11,4 milhões de adeptos).

Uma outra pesquisa realizada pelo Ibope Net Ratings⁴³ e publicada pela revista Época, em junho de 2010, apresentava novamente o Orkut como líder absoluto entre os SRSs em número de usuários brasileiros (26 milhões), seguido, entretanto, pelo Youtube (20 milhões) e, em sequência o Twitter (9,8 milhões). Considerando apenas os sites que apresentam as características expostas por Boyd & Ellison (2007) como fundamentais à definição de um SRS, a lista dos dez maiores sistemas em número de usuários brasileiros pode ser representada através do Gráfico 1.

Gráfico 1 – Gráfico com os 10 maiores SRSs em número de usuários brasileiros



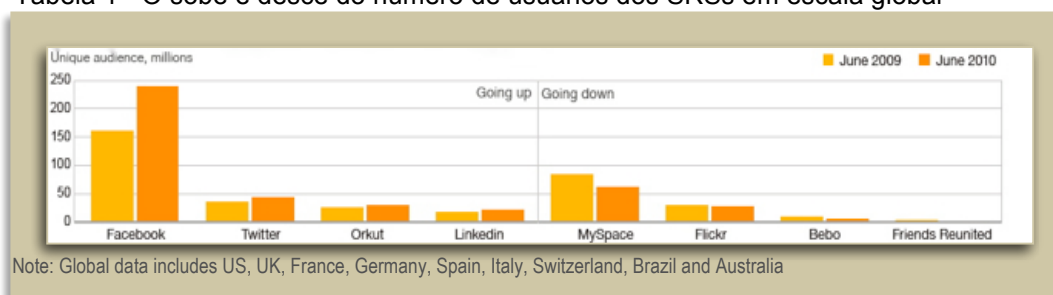
Fonte: Ibope Net Ratings.

Embora todas as pesquisas expostas ainda apontem o Orkut como o SRS mais popular entre os brasileiros, o sistema do Google vem perdendo sua hegemonia e reduzindo seus índices de crescimento – ao passo que o Facebook e o Twitter parecem estar ganhando terreno e recrutando usuários no mundo todo. Em

⁴³ O resultado original da pesquisa apresentava em seu ranking dos 10 maiores SRSs algumas ferramentas de comunicação instantânea como o MSN e o Skype, além de uma espécie de FAQ 2.0 (aplicativo integrado às redes sociais), o Formspring. Entretanto, nenhuma dessas ferramentas e aplicativos se enquadra como um SRS uma vez que não atendem às características básicas, já expostas neste trabalho, que definem tais sistemas. Sendo assim, desconsideramos as ferramentas e aplicativos contidos na pesquisa e levamos em conta apenas os SRSs.

matéria publicada em seu site, a BBC apresenta os dados da variação de audiência entre os SRSs mais populares. Os dados utilizados foram retirados da já referida pesquisa do *Nielsen Company*, publicada em junho de 2010, e podem ser visualizados na Tabela 1.

Tabela 1 - O sobe e desce do número de usuários dos SRSs em escala global



Fonte: Site BBC⁴⁴.

A recente disparada do Facebook, principalmente no Brasil, parece ser reflexo direto do desgaste do sistema Orkut que, por um longo período, foi amplamente explorado e dominado pelos internautas brasileiros que chegaram a representar 75% do número total de usuários do sistema (RECUERO, 2009a). Todavia, a atual disparidade nos índices de crescimento desses sistemas não representa que há entre eles grandes diferenças de funcionalidade. Ambos os sistemas, como já vimos, são SRSs propriamente ditos que oferecem basicamente as mesmas ferramentas e possibilidades, tanto no que tange a interatividade entre os atores quanto a personalização de suas páginas.

Por outro lado, a crescente popularização do Twitter demonstra que o modelo de plataforma básica compartilhada tanto pelo Facebook como pelo Orkut, não é hegemônica e, muito menos, excludente. O sucesso do Twitter marca o interesse crescente dos usuários por novos modelos de SRSs que sejam mais dinâmicos, democráticos e informativos. O Twitter, ao contrário dos outros dois SRSs mencionados, 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.

⁴⁴ Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/news/technology-10719042>>

2.4.1.1.1 O aparecimento do Twitter: um SRS diferenciado

Ao contrário do que ocorreu com o Facebook e o Orkut, a criação do Twitter não se deu através de jovens estudantes fascinados por novas tecnologias. A história do Twitter começou a ser escrita pelas mãos de Ev Williams quando este se associou a outro investidor dando origem à empresa Pyra, em 1999. A aposta do já conhecido investidor de empresas tecnologias, Ev Williams, visava o desenvolvimento de *softwares* voltados à gestão de projetos, mas em pouco tempo a ideia demonstrou que não obteria êxito. Como alternativa, Williams decidiu isolar um componente do projeto inicial e, dessa forma, criar o primeiro *software* que permitia aos usuários finais criarem o que até então se chamava *weblogs*⁴⁵.

Voltado para Internet, o novo programa desenvolvido por Williams e seus sócios foi chamado de *blogger* e terminou por popularizar a abreviatura que os conhecedores das novas tecnologias estavam utilizando para *weblogs*. Em fevereiro de 2003, o sucesso alcançando pelo sistema do “Blogger.com” levou o Google a adquirir a Pyra. Durante alguns meses após a aquisição, Williams permaneceu trabalhando em seu sistema dentro do Google onde conquistou experiência na administração de negócios e firmou alguns contatos importantes.

O próximo passo de Williams foi seu desligamento do Google e a cofundação, quase simultânea, de sua terceira *startup*⁴⁶. Em outubro de 2004, nascia a Odeo. Neste 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). Entretanto, por volta de 2006, a Odeo passou a enfrentar algumas dificuldades. Williams percebeu que seu principal problema estava ligado ao fato de não conseguir convocar reuniões ou contatar todos seus funcionários de forma eficiente.

As culturas de *start-ups* são dominadas por desenvolvedores de *software*. Essas pessoas trabalham muito, e com muita dedicação.

⁴⁵ 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.

⁴⁶ 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.

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 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) [grifo do autor].

Visando resolver os problemas que atravancavam o crescimento da Odeo, Williams dividiu seus funcionários em grupos de trabalho que passaram a se dedicar a solução de problemas específicos. Seu amigo e sócio, Biz Stone, ficou responsável por unir esforços com o arquiteto de *software*, Jack Dorsey, para sanar a maior dificuldade imediata da Odeo: conseguir encontrar os membros da empresa sempre que necessário.

Para cumprir tal tarefa, Dorsey sugeriu uma adaptação de uma antiga idéia que englobava basicamente, através de um sistema *online*, 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)⁴⁷ e de plataformas como o LiveJournal. Em apenas duas semanas de trabalho, Stone e Dorsey apresentaram um programa de *interface* simples que permitia a inserção de mensagens de, no máximo, 140 caracteres precedida pela identificação do emissor. “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 permitia que as mensagens enviadas chegassem a todos participantes da rede, a função desejada era permitir o compartilhamento de informações entre os integrantes dos grupos móveis de trabalho. Para que este objetivo fosse alcançado bastava que os integrantes dos grupos selecionassem a opção *follow* (seguir) para cada um de seus colegas. Outra opção prevista pelo sistema era 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 usuários do *software* da Odeo terminaram por explorar

⁴⁷ 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.

ao máximo as possibilidades criadas com influência do LiveJournal e infiltradas na ferramenta. Mais que um sistema de mensagens, a invenção se tornava uma espécie de *microblog*. Entretanto, o programa não se restringiu a noção de um blog pequeno com textos mais enxutos, a inovação de Dorsey apresentava traços de uma ferramenta mais igualitária que os blogs convencionais, em que a participação dos leitores se restringia a acrescentar comentários ao texto do autor ou discutir o assunto abordado em seu próprio blog. No *software* da Odeo, a troca de mensagens passou a ter um caráter mais horizontal em que a conversa podia fluir com maior rapidez, facilidade e igualdade de espaço.

Em março de 2006, Dorsey e Stone já haviam concluído todos os aspectos do sistema e apresentaram a inovação sob o nome de TWITTER⁴⁸. Assim que se deu o primeiro contato com a ferramenta,

os integrantes da equipe Odeo se apaixonaram pelo TWITTER. 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 TWITTER 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 a 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 fato preocupante e seu compartilhamento com pessoas não vinculadas a esta como motivo à demissão ou implantação de um firewall potente e seguro, na Odeo a história era outra. Os fundadores da empresa eram empreendedores oriundos do movimento pelo código aberto – o que significa uma luta pela reestruturação democrática de como a tecnologia é desenvolvida, utilizada, compartilhada e distribuída. Todavia, mesmo não sendo considerando um problema ou um risco à empresa, o encantamento gerado pelo TWITTER redirecionou o interesse da equipe da Odeo que, gradualmente, foi dedicando cada vez mais

⁴⁸ Dorsey pretendia batizar sua invenção de “Stat.us”, mas como o domínio já estava registrado ele optou por TWITTER, seguindo a recente tendência de supressão de vogais.

tempo à ferramenta e, simultaneamente, menos tempo para solução dos problemas da empresa. Percebendo esse movimento em seus funcionários, Williams convocou uma reunião na qual foi decidido por unanimidade que o dinheiro dos investidores seria devolvido e a Odeo fechada. Era hora de iniciar um novo empreendimento.

Mantendo a mesma equipe e infraestrutura de trabalho, Williams e Stone fundaram uma nova empresa e tornaram Dorsey seu mais novo sócio. Em outubro de 2006, nascia a Twitter Inc.. Acrescentando duas vogais ao nome da ferramenta que havia conquistado os membros da Odeo, Williams e Stone batizaram sua empresa e seu único e promissor produto. Mesmo com todas essas mudanças, o Twitter continuava sendo voltado e projetado para atender pequenos grupos móveis de trabalho que poderiam utilizar a ferramenta para manter contato com seus colegas através de um sistema simples, imediato e eficiente.

O lançamento oficial do novo programa foi realizado durante o festival interativo conhecido mundialmente como *South by Shouthwest*⁴⁹ (SXSW), em março de 2007. O sucesso foi imediato e os criadores do Twitter saíram do evento com o prêmio de melhor produto da SXSW 2007 e com o triplo de usuários, 60 mil pessoas. Apenas três anos após seu lançamento público o número de *twitteiros*⁵⁰ já estava em mais de 32 milhões de pessoas oriundas dos mais diversos pontos do globo.

Tanta popularidade em um espaço tão curto de tempo acarretou alguns problemas à equipe do Twitter que precisou buscar formas de comportar tantos acessos sem acarretar as quedas do sistema que impossibilitavam sua utilização. Os problemas de instabilidade acompanharam o Twitter até o início de 2009, quando uma injeção de recursos financeiros e tecnológicos permitiram que as adversidades fossem sanada: assim, o Twitter se consolidava como líder no mercado – levando ao desaparecimento gradual de seus concorrentes.

Desde sua apresentação, o Twitter passou por algumas transformações em sua plataforma, principalmente no diz respeito ao seu aspecto visual. Apesar disso, o conceito inicial de servir como uma ferramenta de *microblogging* – baseada em uma troca permanente de pequenas mensagens de até 140 caracteres - permanece

⁴⁹ O SXSW é um evento voltado aos interessados em tecnologia que ocorre, anualmente, em Austin no Texas.

⁵⁰ *Twitteiro* é o termo pelo qual os usuários do Twitter se reconhecem.

intacta. A *interface* limpa e a estrutura simples talvez sejam os grandes responsáveis pela crescente população que se instala na *Twitterville*⁵¹.

O funcionamento da ferramenta se baseia nos próprios *twitteiros* e na rede que estabelecem através das escolhas dos perfis que seguirão. Cada usuário cria seu próprio perfil e pode, de acordo com seu desejo, se comunicar 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 ferramentas que utilizem o Twitter – aumentando as funcionalidades e as possibilidades do sistema (RECUERO, 2009a).

As inúmeras mutações as quais o Twitter foi submetido não pareceu assustar ou afastar nenhum usuário da *Twitterville*, pelo contrário, as pesquisas já mencionadas neste trabalho demonstram que o sistema segue uma linha ascendente em número de adeptos no mundo inteiro. Embora as alterações do sistema tenham sido constantes ao longo de sua ainda breve história, foi em 2010 que se deram as alterações mais significativas e perceptíveis.

Figura 4 – Interfaces do Twitter e suas funcionalidades



Fonte: Site do Twitter.

Através das mudanças mencionadas, o sistema do Twitter ofertou aos seus adeptos um design remodelado, mais moderno e com maiores possibilidades de

⁵¹ 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.

personalização. Além disso, o sistema passou a permitir a publicação e o compartilhamento de fotos e vídeos por meio parcerias com sites como o YouTube, também passou a indicar assuntos relacionados aos *tweets* (ação similar as “sugestões” amplamente já exploradas em sistemas como o Facebook) e apresentar microperfis dos usuários selecionados em apenas um *click* por meio de uma barra localizada à esquerda da *timeline*.

Entretanto, cabe mencionarmos que todas as alterações não causaram nenhum efeito significativo no efetivo manuseio e funcionamento do *microblogging*, pelo contrário, todas as inúmeras mudanças pareceram mais medidas de adaptação às novas apropriações de utilização. A exposta Figura 4 ilustra como a ferramenta foi reelaborada para melhor atender as necessidades crescentes dos usuários, destacando, entretanto, que suas 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) permaneceram inalteradas – mantendo a simplicidade e facilidade na sua utilização. A primeira imagem da Figura 4 mostrou como o Twitter foi conhecido até 2010 quando a interface foi reformulada e modernizada, como mostrou a segunda imagem.

Apesar de parecer irrelevante à primeira vista, cabe destacarmos que uma das mudanças mais significativas do Twitter desde sua criação foi a alteração da pergunta inicial do sistema de “o que você está fazendo?” para “o que está acontecendo?”, tal mudança pode ser considerada o reflexo direto da apropriação da ferramenta como um meio de divulgação das mais diferentes informações e conhecimentos que vagueiam tanto pela Internet como pelo mundo *offline*. A alteração demonstra um claro desvio do foco pessoal das mensagens para o foco coletivo - a pergunta deixou de estar voltada à ação dos atores, passando à exploração do contexto, dos fatos que os rodeiam.

Uma pesquisa realizada com 903 usuários brasileiros do Twitter, em 2008, demonstrou que 73% desses apontaram como principal uso da ferramenta⁵² a publicação de informações que julgam importantes e que podem vir a interessar seus seguidores, 65% afirmaram que usam o Twitter para divulgar *links* interessantes, 40% para informar a atualização de seus blogs ou sites, e 40% para

⁵² 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.

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 com a ideia de que o Twitter já não serve apenas como um SRS convencional, os *twittereiros* extrapolaram a mera capacidade de publicação de trivialidades de suas vidas cotidianas e passaram a utilizar o Twitter como uma poderosa e inigualável ferramenta para disseminação, obtenção de informações, interação e colaboração. Tudo isso no mesmo espaço, tudo com o dinamismo de 140 caracteres.

De acordo com o estudo defendido por Kwak et al. (2010), o Twitter está, em função da apropriação dos usuários, muito mais próximo de um espaço de compartilhamento de informações do que propriamente uma rede social. Assim, o Twitter não chama atenção apenas dos internautas, mas também de grandes empresas e profissionais do ramo jornalístico que buscam seu espaço dentro da rede e, ao mesmo tempo, formas eficientes de interagir e criar laços com os demais usuários para conseguir utilizar o Twitter como ferramenta de divulgação e recirculação de notícias. Entretanto,

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].

Como já vimos, a sociedade contemporânea está submersa nas redes, nos fluxos de informação que se traduzem por uma conversa polissêmica interminável cujo sentido está em constante (re)construção. Nesta ambiente, o Twitter se coloca como a metáfora perfeita da sociedade em rede e da cultura da virtualidade real. As características técnicas desse novo ambiente são apropriadas como

potencializadoras da colaboração e da troca de informações entre os mais diversos sujeitos – criando valores e posições que obedecem o caráter fluido e interativo da ferramenta.

Cientes de que, na sociedade em rede, a conectividade é determinante à eficiência de qualquer atividade, os veículos jornalísticos passam a dar uma crescente atenção às redes e mídias sociais na Internet. Dessa forma, as características do ciberespaço e das ferramentas de comunicação na *web* passam a influenciar e modificar a prática jornalística padrão e, conseqüentemente, seus produtos. Sendo assim, iremos dedicar o próximo subcapítulo à exploração das características da atividade jornalística voltada ao ciberespaço e à sociedade da era informacional.

2.5 O JORNALISMO EM REDE

Para compreendermos a técnica que permeia a configuração dos *tweets* jornalísticos e seus efeitos, precisamos passar pelo macrocontexto que abriga o jornalismo na Internet para, assim, apontarmos a influência de suas características à constituição do modelo de notícia na *web* e, posteriormente, de nosso objeto específico. Mais do que estabelecer uma sequência lógica às modificações da atividade jornalística no ciberespaço, essa exploração gradativa nos permite apontar e diferenciar o papel do *tweet* jornalístico em relação a macrorrede, a *web*, e em relação a microrrede, o Twitter. Iniciaremos, portanto, com a exploração do jornalismo na *web* para, posteriormente, chegarmos ao jornalismo no Twitter.

Mesmo antes da invenção e consolidação da *web*, a Internet já era utilizada à difusão de informações, mas essas eram direcionadas à um público bastante restrito – funcionando através da distribuição de emails, de boletins disponibilizados pelo Gopher⁵³ e/ou similares. Apenas com a utilização comercial da Internet, que se dá no início dos anos 90 através do desenvolvimento da *web*, que a Rede passa a ser utilizada para veicular, de maneira expressiva, os produtos jornalísticos.

Há muita discussão sobre a definição do termo que abarque as práticas do jornalismo na Internet. A confusão conceitual abrange os termos webjornalismo,

⁵³ O Gopher é um sistema que possibilita o acesso às informações mantidas em diversos computadores da rede. O acesso é feito através de menus que comportam apenas textos.

jornalismo *online* e ciberjornalismo. Destacamos o problema apenas para esclarecermos nossa recusa em entrar no mérito deste ou daquele conceito, a nós interessa apenas o ponto de confluência da maior parte dos teóricos quando determinam que foi o advento da Internet que permitiu a emergência de um novo gênero jornalístico (PENA, 2008) – seja este nomeado de ciberjornalismo, jornalismo digital, jornalismo *online* ou, como adotaremos deste ponto em diante, webjornalismo. Para Felipe Pena, o webjornalismo “pode ser precariamente definido como a disponibilização de informações jornalísticas em ambiente virtual, o ciberespaço, organizadas de forma hipertextual com potencial multimidiático e interativo” (2008, p.176).

As transformações tecnológicas e socioculturais exploradas foram determinantes ao aparecimento desse “novo jornalismo”. Com o desenvolvimento e aperfeiçoamento do meio técnico e com a especialização dos profissionais, a atividade jornalística realizada na *web* foi, paulatinamente, se afastando da originária vinculação que mantinha com a mídia impressa – tornando o webjornalismo uma atividade completamente diferenciada. Apesar de configurar um fenômeno bastante recente na história da comunicação social e das mídias, Primo e Träsel (2006) já apontam três etapas que demarcam as diferentes apropriações e características do jornalismo realizado no ambiente digital. Para compreendermos as configurações evolutivas do webjornalismo, propomos a observação do Quadro 3:

Quadro 3 – A 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).

Com o aparecimento de novas ferramentas e a popularização da Internet, algumas possibilidades técnicas do próprio meio acabaram influenciando mudanças nas práticas jornalísticas, na estrutura profissional e na constituição de seus produtos. Assim, alguns elementos-chave passaram a ser considerados como marcas fronteiriças entre o webjornalismo e o jornalismo tradicional, sendo estes:

- a) as rotinas produtivas;
- b) o hipertexto;
- c) e a interatividade.

Tais elementos acabaram se tornando uma espécie de “base” aos estudos acerca das características específicas do jornalismo produzido para *web*. Ao se dedicar à observação dos produtos veiculados na *web*, Bardoel e Deuze (2000) propuseram quatro características básicas inerentes ao próprio meio: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimidialidade. Já Palacios (1999) ampliou a proposta dos autores indicando cinco características fundamentais ao jornalismo na *web*: multimidialidade/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. Indo um pouco mais adiante, Mielniczuk (2002) propôs o acréscimo de uma sexta característica à proposta de Palacios, a instantaneidade.

Com o advento do webjornalismo, a principal mudança na **rotina produtiva** dos profissionais se dá na relação que estabelecem com o tempo. Enquanto no jornalismo tradicional os jornalistas precisam estabelecer suas rotinas em função do *deadline*, ou seja, da hora de fechamento da edição do jornal, no webjornalismo essa rotina é completamente alterada. Os jornalistas da web precisam lidar com um *deadline* que se (re)estabelece minuto a minuto, os fatos precisam ser veiculados quase que simultaneamente a sua ocorrência, a velocidade torna-se imprescindível à todos os veículos digitais que concorrem por dar a notícia em primeira mão, 24 horas por dia. Percebemos, assim, que enquanto jornalismo padrão obedece uma ordem cronológica típica da sociedade industrial, marcada pelo período delimitado de produção, no webjornalismo a relação com o tempo é outra, está baseada no imediatismo e na lógica intemporal que se estabelece nos fluxos informacionais globais do ciberespaço. Ora, cientes de que um dos valores essenciais ao reconhecimento da notícia é a atualidade, fica claro que com a alteração na noção de temporalidade as notícias passam a ser influenciadas e percebidas de forma distinta daquela proposta pela técnica padrão.

Mais que isso, a mudança na rotina produtiva dos jornalistas indica alterações em todo seu “vocabulário de precedentes” que passa a ser remodelado pelo novo contexto histórico e cultural da era informacional. Dessa maneira, podemos afirmar que os saberes de reconhecimento, procedimento e narração, transformam-se junto com a sociedade dando uma nova roupagem ao jornalismo. Para entendermos um pouco mais da mudanças que terminaram por originar um novo jornalismo voltado às redes, abordaremos resumidamente cada uma das seis características do webjornalismo apontadas por Mielniczuk (2002).

A primeira especificidade do webjornalismo e dos seus produtos é a efetivação do **hipertexto** como forma narrativa predominante no ciberespaço, obedecendo a dinâmica em rede da era informacional. Segundo 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) [grifo do autor].

O hipertexto, como característica do webjornalismo, traz a possibilidade de interconectar blocos de textos (lexias) através de *links*. Bardoel e Deuze (2000) destacam a possibilidade de, a partir de um texto noticioso, indicar para outros textos, outros sites, material de arquivo dos jornais, outros posicionamentos com relação ao texto, etc. Sendo assim, o hipertexto permitiu ao leitor se desvincular da rigidez linear do texto jornalístico padrão, permitindo que ele navegue livremente entre “dilúvio informacional” sem nenhuma rota pré-determinada. A rede de conteúdos se tornou absolutamente aberta à exploração dos leitores, colocando-os no comando da própria estruturação lógica da narrativa jornalística.

Os jornalistas e a técnica padrão já não podem, portanto, determinar o ritmo e a ordem com que as informações serão exploradas pelo público, o hipertexto marca, definitivamente, a participação efetiva do leitor no fazer jornalístico, pois a leitura ativa (ampliada pelo hipertexto) permite diferentes formas de recepção e organização do conteúdo – resultando em significações distintas que já não podem ser direcionadas pelas técnicas de estruturação da notícia. Os leitores contemporâneos são o que Lúcia Santaella (2007) chama de leitores imersivos,

sujeitos da era informacional e da sociedade em rede – imersos nos fluxos informacionais, organizados em redes de interação, conectados ininterruptamente e globalmente. De acordo com a autora, esse leitor é,

um leitor em estado de prontidão, conectando-se entre nós e nexos, num roteiro multilinear, multisequencial e labiríntico que ele próprio ajudou a construir ao interagir com os nós entre palavras, imagens, documentação, músicas, vídeo, etc. (2007, p.33).

Também importante à caracterização do webjornalismo é a possibilidade de **customização e/ou personalização do conteúdo** que permite ao leitor configurar os produtos jornalísticos segundo seu próprio interesse. Isso normalmente se dá através da pré-seleção dos assuntos desejados através de ferramentas específicas dispostas nos próprios sites jornalísticos. Dessa forma, quando o leitor acessa o “jornal *online*” o sistema já se encarrega de apresentar ao usuário apenas as informações referentes à demanda solicitada. Outra possibilidade de personalização é o poder dado a cada usuário para estabelecer um percurso individualizado de leitura através da navegação hipertextual.

A **multimídia/convergência**, no contexto do webjornalismo, se refere a convergência de diferentes “modalidades perceptivas” (Lévy, 1999) - todas acessadas à maior compreensão das mensagens. Apesar do termo “multimídia” ser o mais conhecido e utilizado, Lévy (1999, p.68) nos alerta 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. Para o autor:

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’ (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. Esta ressalva é importante ao entendimento do ciberespaço

como ambiente diferenciado, criativo e não meramente reprodutivo e convergente. Assim, a Internet se coloca como um ambiente unimidiático que se apropria de antigos formatos reformulando-os, integrando-os em um fluxo hipertextual multimodal.

Outra importante característica do webjornalismo que iremos explorar brevemente é a **memória**. Palacios (1999) nos alerta para o fato do acúmulo das informações ser mais viável dentro da Rede do que em outras mídias. Desta forma, o webjornalismo consegue disponibilizar um volume de informações consideravelmente maior do que outros meios informativos, seja com relação ao tamanho da notícia ou a disponibilização imediata de conteúdos anteriores. Assim, os enunciados jornalísticos se conectam em uma narrativa hipertextual que abrange o passado, o presente e o futuro de maneira simultânea e permeável.

Cabe mencionarmos também a característica de **instantaneidade**. Embora não seja uma característica exclusiva do webjornalismo, ela assume uma outra dimensão quando vinculada ao ciberespaço. Em outras mídias, a instantaneidade dá-se apenas com relação à difusão do material jornalístico. Sendo assim, o texto é construído e difundido ao mesmo tempo - para cada intervenção ao vivo o jornalista constrói pequenas 'unidades narrativas' que pouco se comunicam. Todavia, no webjornalismo estas unidades se acumulam e terminam formando uma única e grande narrativa sobre um determinado fato que mistura passado, presente e futuro em um hipertexto multimodal inserido na lógica de intemporalidade dos fluxos.

O já mencionado salto nas possibilidades de participação efetiva do leitor nos leva a exploração de mais um elemento fundamental do webjornalismo: a **interatividade**. O grau de interação possibilitado pela Internet parece infinito, não há qualquer precedente midiático que tenha ofertado um nível quiçá passível de comparação. Entretanto, as potencialidades interativas não são exploradas homogeneamente pelos incontáveis produtos jornalísticos que flutuam pela Rede. Em uma linguagem mais didática, poderíamos dizer que os textos jornalísticos apresentam diferentes graduações potenciais de interação e que estas só se efetivam no ato de leitura, nas decisões tomadas pelo navegador.

Assim, o primeiro nível de interação é, precisamente, a própria navegação no ambiente hipertextual onde o leitor pode traçar infinitos caminhos através dos *links*, construindo e reconstruindo o conteúdo quantas vezes desejar. Um outro nível de interação se dá por meio do *feedback* dos leitores ao jornalista (enquetes, e-mail,

fóruns, comentários, etc.). Todavia, esse retorno já não fica restrito entre um leitor e um jornalista ou veículo, algumas ferramentas como fóruns e comentários podem ser acessados por outros internautas que, por sua vez, podem se integrar à discussão. Por fim, o nível mais elevado de interação é aquele que o leitor participa ativamente do próprio processo de redação jornalística. Isto é o que alguns autores chamam de “Webjornalismo Participativo” que consiste em práticas desenvolvidas, normalmente, em seções determinadas de um periódico noticioso na Web. As fronteiras entre produção e leitura passam a ser pouco claras ou mesmo inexistentes, os leitores tornam-se co-produtores dos conteúdos jornalísticos e contribuem à difusão e ampliação das informações. Fonseca e Lindemann (2007), debatendo o conceito de webjornalismo participativo, afirmam que,

valoriza-se, desta forma, 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 colaborar com a produção dos conteúdos (p.88).

Sites jornalísticos como o da Zero Hora (ZH), por exemplo, disponibilizam espaços para que os próprios leitores mandem notícias ou fotos que considerem relevantes. Entretanto, estes conteúdos passam pela avaliação de algum profissional do veículo antes de serem publicadas. Esta, portanto, é uma forma de participação limitada uma vez que, apesar do texto ser produzido integralmente por alguém de fora da redação, a colaboração precisa ser mediada pelo jornalista e fica restrita a uma área específica do site.

Contudo, existem na Rede experiências mais radicais de participação como o *Slashdot* e o *Wikinews*. No primeiro, as notícias postadas são avaliadas pelos outros usuários do site e, conforme a avaliação recebida, ficam mais tempo em evidência ou são suplantadas por outras. Já no caso do *Wikinews*, os usuários utilizam uma plataforma colaborativa aberta que permite a todos os usuários editarem os conteúdos publicados, estabelecendo um processo de escrita coletiva que depende da constante vigilância e disponibilidade dos usuários para funcionar sem transtornos.

São estes altos níveis de interatividade que permitem o surgimento do webjornalismo participativo, que se transformam nas dimensões fundamentais à configuração de um contexto mais amplo de interação mediada por computador, ou seja, a *web 2.0*. Este novo contexto tem repercussões sociais importantes que potencializam os processos de trabalhos coletivos, de trocas afetivas, de produção e circulação de informações e de construção de conhecimentos.

A Web 2.0 é a segunda geração de serviços online e 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 interatividade disponíveis no contexto da *web 2.0*, os usuários se habituaram a produzir e partilhar seus conteúdos e, ao mesmo tempo, colaborar com o conteúdo criado por outros interagentes. Serviços populares como os blogs, por exemplo, permitiram um grande aumento na democratização da produção e compartilhamento de informações – se transformando em ferramentas importantes até mesmo para veículos jornalísticos consolidados. Sites como o Twitter são reflexo direto dessa fase de interação permanente e intensa democratização dos espaços para a veiculação dos mais variados discursos e representação dos mais diversos sujeitos.

Ora, diante de todas as mudanças representadas pelas características da *web*, é lógico que o webjornalismo não pode ser entendido como apenas uma especialização do jornalismo padrão. Já vimos que todas essas características são reflexos do novo contexto cultural e social, ao mesmo tempo, são observadas por meio da (re)configuração da notícia. Se o jornalismo padrão está baseado e orientado pelo modelo da PI que reflete em notícias factuais, objetivas e concisas, será que o webjornalismo, apesar de toda recharacterização contextual, mantém-se atrelado ao modelo da PI e às técnicas de redação? Buscando responder a tal questão partiremos ao próximo ponto de nosso trabalho que visa indicar a influência das características da *web* no modelo de estruturação da notícia.

2.5.1 O webjornalismo e o modelo da PI

Atualmente, o tempo entre o desenrolar do fato e sua vinculação nos meios instantâneos de informação é quase zero. Em muitos casos, a cobertura do acontecimento se dá em tempo real, centenas de informações são dispostas à sociedade a cada minuto. Existem incontáveis *sites*, emissoras de rádio e tevê, *blogs* e agências de notícias que possuem a estrutura necessária para gerar uma reprodução, praticamente, imediata das informações. Podemos afirmar que a característica latente das hodiernas formas de troca de informação é a instantaneidade. Se o telégrafo surgiu em função da falta de velocidade na obtenção da informação, comprimindo o mundo para que o homem pudesse ter acesso aos acontecimentos globais, podemos dizer que esta questão já está, em muito, superada graças as possibilidades advindas com a popularização da Internet. Como já vimos, a Pirâmide Invertida e o lide surgiram quando esta superação não era nem imaginada.

A correria da sociedade moderna e o sistema capitalista da era industrial, que transformou os jornais em empresas e as notícias em produtos para consumo imediato, levou o jornalismo a buscar o *máximo no mínimo*, ou seja, preencher um espaço cada vez menor com o maior número de informações possíveis. À serviço de uma sociedade industrial, a Pirâmide Invertida se mostrou como uma fórmula segura de informar um público apressado, mas ávido por conhecimento. O jornalismo, adaptando-se ao modelo da *indústria cultural*, moldou sua narrativa para ser consumida em escala industrial.

O leitor é 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).

Todavia, com o aparecimento da Internet, para os veículos que criaram suas ferramentas noticiosas na *web* a questão do espaço para disposição do material jornalístico deixou ser um problema. Não há limite físico à veiculação de material, o ciberespaço é capaz de suportar uma quantidade virtualmente infinita de informações. Então caberia nos perguntarmos: com a superação dos problemas de

edição, transmissão e espaço para veiculação, o jornalismo na *web* representa a extinção da PI ou das vantagens que ela pretendia à redação jornalística? Na visão de Comassetto (2003), não. Para o autor, o jornalismo está a serviço da agilidade e concisão e, sendo assim, a utilização da PI na atualidade se justifica e atende, de maneira satisfatória, as necessidades de um texto rápido que aborde apenas o essencial para o entendimento do fato.

Em contrapartida, o excesso de informações superficiais distribuídas pelos veículos de comunicação pode, e o século XXI demonstra isto, acabar afetando a capacidade dos cidadãos de absorver e refletir em cima das notícias vinculadas na mídia. Por isso, José Francisco Sánchez (2003), pondera que o uso da Pirâmide Invertida apenas para os assuntos que pedem, sendo eles:

- a) notícias de última hora, sobre as quais só se sabe o essencial;
- b) notícias de resultados, em que se é ciente apenas dos efeitos e não das causas;
- c) notas breves com informações curtas e diretas.

Se as observações de Sánchez apontam às circunstâncias nas quais o uso da PI continuaria sendo eficiente mesmo no ciberespaço, nas críticas do professor Luiz Costa Pereira Junior (1992) encontramos indicações de quais meios deveriam continuar explorando o modelo. Para o autor, a PI deixou de ser eficaz quando utilizada em veículos impressos em função do aparecimento dos meios eletrônicos e digitais cujas características, intrínsecas, convergem à melhor exploração da agilidade que a PI visa atender. Iremos apresentar, resumidamente, as críticas do autor para fazermos alguns apontamentos sobre sua indicação:

1) A cabeça (Lide): O uso do Lide associado à Pirâmide Invertida há muito tempo não é mais uma exclusividade dos jornais impressos. As mídias como o rádio, a tevê e a Internet se utilizam em larga escala desse recurso de construção textual na produção de seus relatos uma vez que esses veículos tem como característica maior velocidade no repasse da informação.

Quando a velocidade do meio é conjugada com a agilidade do texto baseado na PI, torna a informação um produto para consumo rápido e repasse facilitado. O surgimento e a popularização das mídias eletrônicas e digitais formaram um novo tipo de público, as *testemunhas oculares*. Para este público o impresso não é mais a fonte primeira de informação, eles buscam a notícia do último minuto de preferência em tempo real.

2) O corpo do texto: O modelo tradicional dos textos jornalísticos, distribui as informações em ordem decrescente de importância. Logo no início se dispõe a *cabeça* com as informações básicas (o quê, quem, quando, onde, como e por quê), em seguida vem o *corpo do texto*, ou seja, o desenrolar da matéria (dados e informações que complementem o lide), por fim, temos dispostos os detalhes irrelevantes à compreensão superficial dos fatos ou, como é conhecido, o *pé* da matéria. Nilson Lage (1985) chama esta estrutura de *relato*, com o claro objetivo de diferenciá-la da *narrativa*.

Em um relato, os eventos não são ordenados por sua sequência temporal, mas sim pela importância decrescente ou pelo interesse, na perspectiva de quem conta e, sobretudo, na suposta perspectiva de quem ouve. Na estrutura noticiosa de um relato, os parágrafos são tratados como blocos hierarquizados e independentes, sem a presença de conexões entre eles. Sendo assim, o desfecho do fato já é disposto logo no começo do relato e as possíveis ligações narrativas entre um parágrafo e outro são desprezadas. A hierarquização imposta pela PI desestimula o jornalista a se preocupar com as transições internas da notícia (LAGE, 1985).

Além da falta de interesse em produzir um texto consistente e bem elaborado, outro ponto negativo causado pelo uso da PI e do lide é estimular a preguiça dos leitores que, por conhecerem a estrutura padrão dos relatos, não se preocupam em lê-los na íntegra pois estão cientes que o mais importante se concentra no primeiro parágrafo. Baseado nisso, Pereira Junior nos coloca que este é um importante marco da ineficácia do modelo para o jornalismo impresso - isso porque o jornal impresso está sempre em atraso com relação aos veículos digitais, ou seja, o leitor que busca o relato impresso já está munido das principais informações que foram dadas quase que instantaneamente ao ocorrido pelas novas mídias, portanto, o que ele procura é o “algo mais”.

3) O corte pelo pé (a desculpa): Com a construção dos relatos no modelo da PI, os jornalistas tornaram possível o corte pelo pé que, caso aparecesse um anúncio de última hora, permitia a exclusão dos últimos parágrafos da matéria liberando espaço à publicidade. No fim do século XX, os avanços tecnológicos tornaram possível o planejamento da diagramação dos jornais.

Os espaços livres da página que serão preenchidos pelas notícias e fotos, uma vez já delimitada a fatia ocupada pela publicidade,

surgem na telinha do computador, que já calcula o número de linhas do texto e de toques para o título. As fotos também já estão ali, prontas para serem usadas. Basta um clique no *mouse* (CALDAS, 2002, p.33).

Com o advento da informática e dos programas para edição e diagramação de textos, a hierarquização imposta pela PI deixa de ser útil aos diagramadores e editores. Não há mais necessidade de “cortes imprevistos”, tudo é planejado e estruturado facilmente. Entretanto, a disposição das informações em ordem decrescente de importância no interior da notícia, continua servindo à economia de tempo de um leitor cada dia mais apressado.

Para Pereira Junior, este é mais um ponto que favorece o uso da PI nos veículos eletrônicos e digitais, mas não mais nos impressos. Segundo ele, o leitor tem o essencial da matéria mais rapidamente através das novas mídias que dispõem as informações quase instantaneamente e com a concisão que a urgência temporal exige. Sendo assim, mais uma vez o autor expõe que a PI passou a servir melhor os veículos digitais que os impressos.

4) A máscara: Os princípios clássicos do jornalismo moderno baseiam-se em torno dos critérios de objetividade. Por meio destes, o jornalismo conseguiria, em tese, acessar o suposto *poder de verdade* contido nos fatos. A noção de verdade gerou a formulação de princípios fundamentais da imprensa como o *direito de saber* do público. Para fazer valer esse direito civil, a imprensa se coloca como um servidor público, que tem por dever informar os cidadãos sobre assuntos que os interessem, posicionando-se, assim, acima das contradições sociais. O reflexo desta postura de guardião da verdade culmina através das noções de imparcialidade e objetividade que são adotadas como regras essenciais ao exercício da profissão.

O povo sabe aquilo que vocês escolheram para dizer a ele, nem mais nem menos. Se o povo tivesse o direito de saber, ele teria, então, alguma coisa a dizer sobre o modo como vocês escolhem o que chamam de notícia (MACCLOSKEY *apud* MORETZSHON, 2000, p.47).

Quando o jornalista faz as perguntas que constituem o lide está, em tese, recolhendo os dados necessários para chegar à verdade objetiva do fato. A partir das respostas do Lide, o jornalista hierarquiza as informações (PI) e, com isso, acredita atingir uma informação objetiva e imparcial. Ciente disso, Pereira Junior

destaca que a objetividade perseguida pelo jornalismo é sempre uma utopia, uma construção imaginária obtida por meio de estratégias linguísticas específicas. Não há no modelo da PI e do lide mecanismos que possam garantir a imparcialidade e neutralidade dos relatos. Sua utilização, portanto, se justificaria apenas pela capacidade de sintetizar as informações através da simples aplicação técnica e garantir “efeitos imaginários” em sua significação.

Após termos discorrido sobre as críticas de Pereira Junior (2003) sobre a aplicação da PI no jornalismo impresso contemporâneo, cabe agora nos concentrarmos na discussão sobre sua utilização dentro do contexto do webjornalismo como propõe o autor. Buscaremos expor as metamorfoses sofridas pela PI durante sua transposição da linearidade das páginas dos veículos impressos à hipertextualidade das páginas da *web*. Ao encerrarmos esse ponto crucial de nossa jornada, esperamos ter esclarecido 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 ambiente da *web*.

Para iniciarmos nossa discussão nos apoiaremos nos trabalhos de Mielniczuk (2002, 2005) cujos objetivos estão centrados na dissolução do problema sobre a possível aplicabilidade, ou não, do modelo da PI no ciberespaço. Para tanto, a autora coloca o modelo em confronto com as características do webjornalismo buscando, assim, identificar as possíveis interferências que estas possam causar à aplicabilidade da técnica. Cabe ressaltarmos que os estudos de Mielniczuk abordam a aplicabilidade do modelo sob dois ângulos: o da produção do texto jornalístico e o da recepção deste.

Tendo explicado isso, iremos apresentar alguns dos resultados alcançados pelas referidas pesquisas. Mielniczuk (2002) identificou que, sob a perspectiva da escrita e apresentação do texto, haveria interferência das características de **hipertextualidade** e da **multimedialidade**⁵⁴, prioritariamente, e depois, a característica da **instantaneidade**; já sob a perspectiva da leitura, interfeririam a **interatividade** e a **personalização**. Resumidamente, podemos apresentar os resultados iniciais da autora através do seguinte Quadro:

⁵⁴ O termo multimedialidade é aqui empregado apenas para sermos fiéis à apresentação dos conceitos e terminologias adotadas por Mielniczuk em seus trabalhos. Reafirmamos, portanto, nossa preferência pelo termo unimedialidade proposto por Pierre Lévy.

Quadro 4 – 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
	Multimedialidade	Imagens, sons e vídeos podem compor um nodo informativo
RECEPÇÃO	Instantaneidade	Permite o crescimento ininterrupto do hipertexto por meio da adição de novas células informativas
	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: Mielniczuk (2002).

Observando as indicações feitas por Mielniczuk, no Quadro 4, fica evidente que as características do webjornalismo afetam à aplicabilidade do modelo da PI, ocasionando algumas mudanças na forma como o texto é produzido e recebido pelos leitores. Enquanto no jornalismo impresso, o relato noticioso é constituído por um bloco de pedra único, a Pirâmide Invertida; no webjornal, o relato é formado por blocos menores ligados entre si através de *links*, por meio de sua função paratextual⁵⁵. Discorrendo sobre o tema, Nielsen (2001) diz que, na Web, cada um desses blocos ou páginas deve ser estruturado como uma PI, entretanto, ressalta que “o trabalho como um todo se parece mais com um grupo de pirâmides que flutuam no ciberespaço do que com um artigo tradicional” (*online*).

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 foi exposto até este momento, podemos afirmar que a narrativa jornalística na *web* se caracteriza por ser fragmentada (composta por vários blocos informativos), individualizada (fruto da construção particular feita por

⁵⁵ 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; e situar-se nas fronteiras do texto estabelecendo-lhe limites.

cada leitor através de suas escolhas) e efêmera (um leitor dificilmente irá reconstruir uma narrativa acessada anteriormente).

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*, pode se manter apenas no âmbito restrito de uma célula informativa textual – queremos dizer com isso, que a técnica na PI é eficaz apenas na produção e representação do bloco noticioso em seu aspecto individual e restrito, não servindo, portanto, para representar a estrutura originária da soma dos nodos informativos.

Cabe a nós perguntarmos, portanto, se existe um modelo capaz de representar a estrutura da narrativa jornalística na *web*? A resposta poderia ser tanto sim, como não. A verdade é que existem muitas propostas que visam preencher essa lacuna teórica através da exposição de diferentes estruturas. Baseando-se nas características da narrativa jornalística na *web*, Mielniczuk (2001) propõe 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).

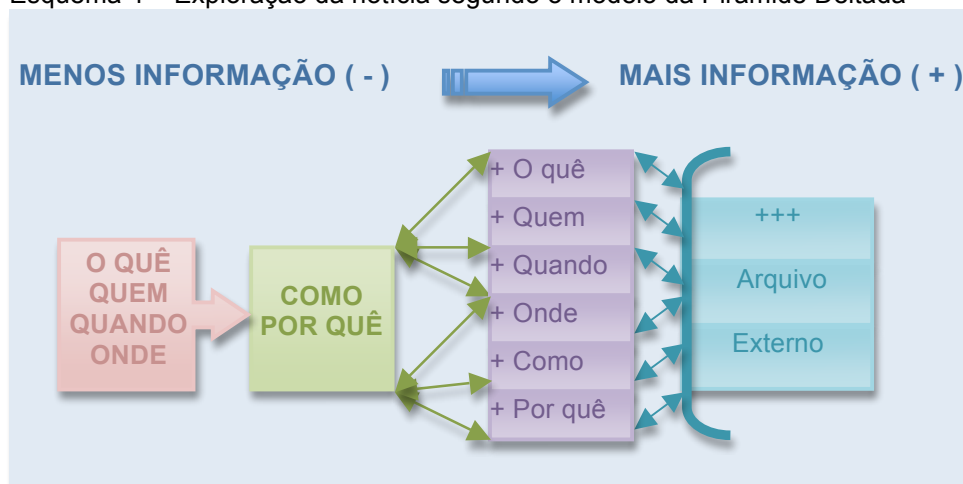
Outra proposta interessante sobre a estrutura da notícia no ambiente da *web* nos é apresentada por João Canavilhas (2006) quando este, com base na observação dos percursos de leitura dos internautas, contesta a eficácia da PI no webjornalismo. Apesar de não excluir totalmente uso da técnica (restrita aos nodos), o autor defende que a arquitetura base do discurso jornalístico já não é a Pirâmide Invertida vertical hierarquizada pela importância. Em função da grande disponibilidade de percursos que o internauta dispõe podemos, segundo Canavilhas, vislumbrar uma nova arquitetura em formato de uma espécie de **Pirâmide Deitada**. Dessa forma,

consideramos 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 adoção de uma arquitetura noticiosa aberta e de livre navegação (CANAVILHAS, 2006, p.7) [grifo nosso].

Ao observarmos o modelo proposto pelo autor (ver Esquema 4), notamos que embora estejam claramente definidos os diferentes níveis de informação, a organização dos textos não obedece uma hierarquização vertical que dispõe as informações em ordem de importância, mas sim uma disposição horizontal cujos níveis indicam uma maior exploração acerca dos primeiros dados. Além disso, percebemos uma divisão do lide convencional por em dois níveis distintos – o primeiro aborda as questões acerca do “o quê”, “quem”, “quando” e “onde”; enquanto o segundo trata de explicar o “por quê” e o “como”.

Esquema 4 – Exploração da notícia segundo o modelo da Pirâmide Deitada

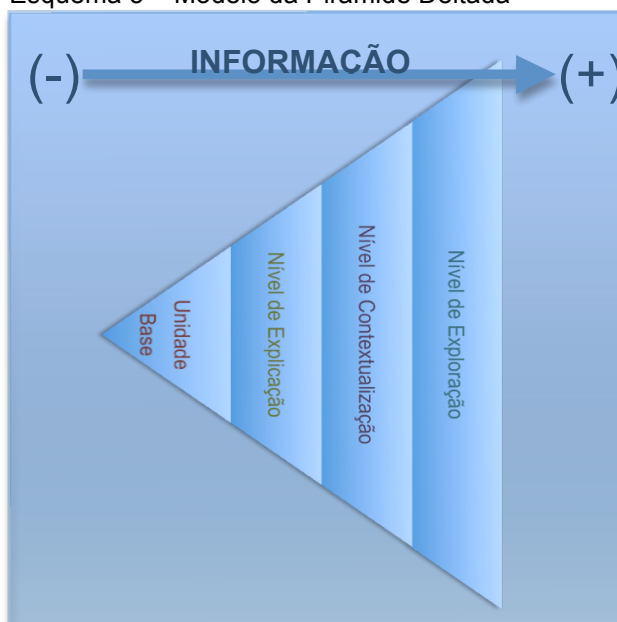


Fonte: Dados de Canavilhas (2006).

O modelo da PD tem encontrado grande espaço nas reflexões acerca da notícia na *web*. Na PD a construção da notícia inicia por uma **unidade base**, uma espécie de “microlide” (“o quê”, “quem”, “quando”, “onde”) – esse texto inicial pode ser uma notícia de última hora ou mesmo um *tweet*. Logo em seguida há o **nível de explicação**, ou seja, um tipo de sublide que abrange o “como” e “porquê” – explicando o “fato” ou ampliando as informações dadas anteriormente. Seguindo a arquitetura da PD temos o **nível de contextualização** onde são oferecidas mais informações (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, o último nível é o de **exploração**, ou seja, aquele que liga a notícia ao arquivo da publicação, aos marcadores ou a arquivos externos.

Assim, baseando-se no caminho percorrido pelos internautas na exploração da notícia, Canavilhas (2006) chegou a seguinte representação da arquitetura da notícia no contexto da *web*:

Esquema 5 – Modelo da Pirâmide Deitada



Fonte: Dados retirados de Canavilhas (2006).

Constatamos através da exposição dos novos modelos que a migração inicial do tradicional modelo da PI para o contexto do webjornalismo foi, aos poucos, gerando alterações ou adaptações na estrutura. Assim, podemos afirmar que as possibilidades e especificidades técnicas do meio ocasiona alterações no modelo referencial (PI) buscando potencializar suas características e diferenciar seu produto noticioso – atendendo as necessidades dos novos leitores. Percebemos, entretanto, que tanto no modelo de Canavilhas (2001, 2006) como no de Mielniczuk (2001), a PI não é completamente superada, suas principais características (lide, hierarquização, etc.) continuam vigorando mesmo que com algumas modificações e/ou restrições.

Se observarmos nosso objeto de estudo (a notícia no Twitter ou *tweet* jornalístico) dentro da perspectiva de Mielniczuk (2001), ele seria tido como um nodo da estrutura noticiosa; já na perspectiva de Canavilhas (2006) o *tweet* jornalístico seria a unidade base da notícia. Para explorarmos um pouco mais dessa questão da estrutura da notícia na *web* durante nossa análise, adotaremos a perspectiva de Canavilhas por entendermos que a limitação dos *tweets* a 140 caracteres favorece

sua configuração como um nodo diferenciado, uma unidade base da construção hipertextual suposta.

2.5.1.1 O @jornalismo aporta no universo do #Twitter

Desde de seu aparecimento, o Twitter teve, pelo menos, dois grandes modos de usos e apropriações: se tornou, ao mesmo tempo, uma popular ferramenta de conversação e de informação. O crescente número de veículos de comunicação e de jornalistas profissionais que adotaram o Twitter como uma poderosa ferramenta noticiosa é, certamente, uma forte refutação às idéias de que a *web 2.0* e suas ferramentas marcariam o fim do jornalismo profissional.

Mais que isso, a enorme quantidade de usuários que seguem os perfis de jornalistas profissionais e dos veículos de comunicação demonstram que, apesar das possibilidades oferecidas para que qualquer um seja o produtor da notícia e uma fonte aos demais usuários, os leitores/internautas ainda buscam pela credibilidade do campo jornalístico na hora de buscar informações ou confirmá-las. 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 supracitado, o jornalismo entrelaçado que ganha vida no interior da sociedade em rede e se expressa através das mídias sociais. Esta recente atividade, é composta por inúmeros fios que se entrelaçam e mudam a maneira como as pessoas recebem informações. Para Israel (2010), esta nova forma de se fazer jornalismo entrelaça os seguintes fios:

- a) **mídia tradicional** - organizações que remuneram jornalistas profissionais para que estes 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 *online*, elas permanecem tradicionais, publicando eventos para obter receitas com anúncios;

- b) **jornalismo cidadão** - de maneira simplificada podemos afirmar que esta modalidade de jornalismo caracteriza a atividade informativa exercida por não profissionais ou amadores. Com frequência esses “repórteres” se deparam com fatos que consideram noticiados e, portanto, partilham o que vêem com os outros sem visar nenhuma recompensa financeira direta. O jornalismo cidadão, entretanto, não é um fato novo e existe desde do início da história registrada;
- c) **mídia social** - modalidade que envolve lugares na Internet através dos quais as pessoas se comunicam e colaboram. 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.

Ora, se o Twitter se caracteriza como um SRS cujo uso está intimamente relacionado com a informação, não é surpresa que tenha se tornado um nicho fundamental para o jornalismo e que seja considerado por muitos como, também, uma mídia social. Em função de sua arquitetura leve e capacidade de espalhar as informações com enorme rapidez, o Twitter está sendo cada vez mais utilizado e apropriado pelos veículos informativos. Todavia, essa maneira de informar ganha novas características e possibilidades já que o Twitter é, em sua essência, um SRS e, portanto, permite a conversação entre usuários e a participação destes na construção da notícia.

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 (RECUERO *apud* BRAMBILLA, 2011, p.15).

Podemos afirmar, portanto, que o Twitter se destaca não apenas como SRS, mas simultaneamente como ferramenta informativa - não apenas porque permite

que as informações especializadas circulem livremente, mas, concomitantemente, porque permite que essas informações gerem conversações e discussões que podem desencadear novas informações e/ou acrescentar ou refutar dados da informação precedente. **O valor das informações que circulam pelo Twitter não estão apenas vinculados com sua origem, mas também ao debate que suscita** (RECUERO, 2009b). A autora completa sua ideia afirmando que,

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 (2009b, *online*).

Diante do exposto pela autora, cabe reafirmarmos que o valor da autoridade dentro de uma rede está relacionada ao poder de um agente sobre os demais, o que está diretamente relacionado com a produção da informação – ou seja, a autoridade se relaciona à capacidade de um ator influenciar o restante da rede a qual pertence. Essa autoridade, entretanto, não aparece espontaneamente, ela é concedida e construída por meio de diferentes mecanismos valorativos como a popularidade e a reputação. Iremos relembrar brevemente tais conceitos.

A **popularidade** de um ator mostra o quão central ele é na rede, isso quer dizer que no contexto específico do Twitter que uma pessoa muito popular é alguém que, necessariamente, possui muitos seguidores e/ou segue muitas pessoas (em relação a média dos demais usuários da ferramenta). 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 este exerça alguma autoridade perante os demais nodos da rede. Sendo assim, o fato de um perfil do Twitter possuir muitos seguidores não significa que este estabeleça alguma influência sobre aqueles 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).

Já a **reputação**, como já vimos, é um valor que está relacionado com a impressão que os demais membros da rede social possuem sobre um determinado ator. Tal impressão é reflexo das ações, mensagens e impressões que o usuário

“deixa” na rede. Assim sendo, não causa estranheza a afirmação de que, embora sendo uma ferramenta aberta a veiculação de informações por qualquer usuário, no Twitter as notícias veiculadas por empresas de comunicação já reconhecidas como a Globo.com, por exemplo, exerçam maior autoridade em função de sua maior reputação entre os membros da rede. Ou seja, por ser um veículo com uma reputação já consolidada como fonte informativa, a Globo.com ganha, a princípio, mais **autoridade** para noticiar fatos que um usuário que não tenha conquistado este tipo de reputação entre os demais membros do Twitter. Podemos dizer, portanto, que a relação entre a popularidade, reputação e autoridade culminam na **credibilidade** dos atores tanto dentro da rede social como dentro dos SRSs.

Muitas das idiossincrasias da prática jornalística no Twitter são, em boa parte, reflexo das próprias especificidades da ferramenta e de seu formato. Acreditando nisso, apresentaremos algumas especificidades relevantes ao nosso estudo da ferramenta Twitter e seus reflexos nas práticas jornalísticas embasados, principalmente, nas idéias de Zago (2008b).

Uma das características que merece ser ressaltada como exemplo é a **possibilidade de atualizar e receber as atualizações do Twitter através de dispositivos móveis**, o que permite aos usuários o acesso e envio de mensagens em tempo real e altera as rotinas da produção jornalística convencional.

Outra peculiaridade que é de especial a este trabalho é a **limitação de 140 caracteres por mensagens**, essa característica faz com que a produção de conteúdos para esse suporte precise ser repensada e adaptada pelos emissores. Associada à disposição cronológica inversa das atualizações, a limitação de caracteres também favorece a cobertura jornalística no estilo minuto a minuto. De acordo com Zago (2008b, *online*),

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. Entretanto, a presença do link compromete o tamanho final da mensagem (um link do TinyURL, por exemplo, ocupa 25 caracteres, o que faz com que reste apenas 115 para a ‘notícia’).

Mais que isso, a utilização de um *link* pressupõe que a informação não é nova, ou seja, ela já está disponível em outros espaços da Internet que não o

Twitter. Tal fato é de especial importância quando se trata da publicação de uma notícia, isso porque a atualidade e a novidade são considerados valores importantes na própria constituição do que é ou não notícia, principalmente, quando tratamos de informações veiculadas na Internet.

Esquema 6 – *Tweet* da ZH e a respectiva matéria *linkada*

Tweet com link publicado pelo jornal Zero Hora:

zerohora Zero Hora
Cerca de 14 mil clientes estão sem luz na Capital <http://ow.ly/4LycS>

Matéria apontada pelo *link*:

Geral | 02/05/2011 | 17h20min

Cerca de 14 mil clientes estão sem luz na Capital

Problema atinge os bairros Santana, Cidade Baixa e Independência e não há previsão de normalização do serviço

De acordo com a CEEE, 14 mil clientes da concessionária estão sem energia elétrica em Porto Alegre. O problema atinge os bairros Santana, Cidade Baixa e Independência.

A falta de energia atinge também a rede de sinaleiras de avenidas como Ipiranga, Azenha, Santana, Silva Só, Princesa Isabel.

A concessionária ainda está investigando a causa da falta de luz e se existe relação com o ocorrido na manhã desta segunda-feira, quando mais de 3 mil clientes ficaram sem energia nos bairros Azenha, Cidade Baixa e Menino Deus em razão de uma falha em um alimentador. Ainda não há previsão de normalização do serviço.

ZERO HORA

Comente esta matéria

Mais Notícias

- Polícia | 02/05/2011 19h46min
→ PF apreende 25 kg de cocaína escondidos no tanque de combustível de carro, em Canoas
- Mundo | 02/05/2011 19h42min
→ Morte de Bin Laden foi um alívio, afirma gaúcho que sobreviveu à tragédia no World Trade Center
- Inter | 02/05/2011 19h38min
→ Restam apenas ingressos para Área VIP para Inter x Peñarol
- Grêmio | 02/05/2011 19h33min
→ FOTO: Grêmio faz conexão em Montevideu

Fonte: Twitter e site do jornal Zero Hora

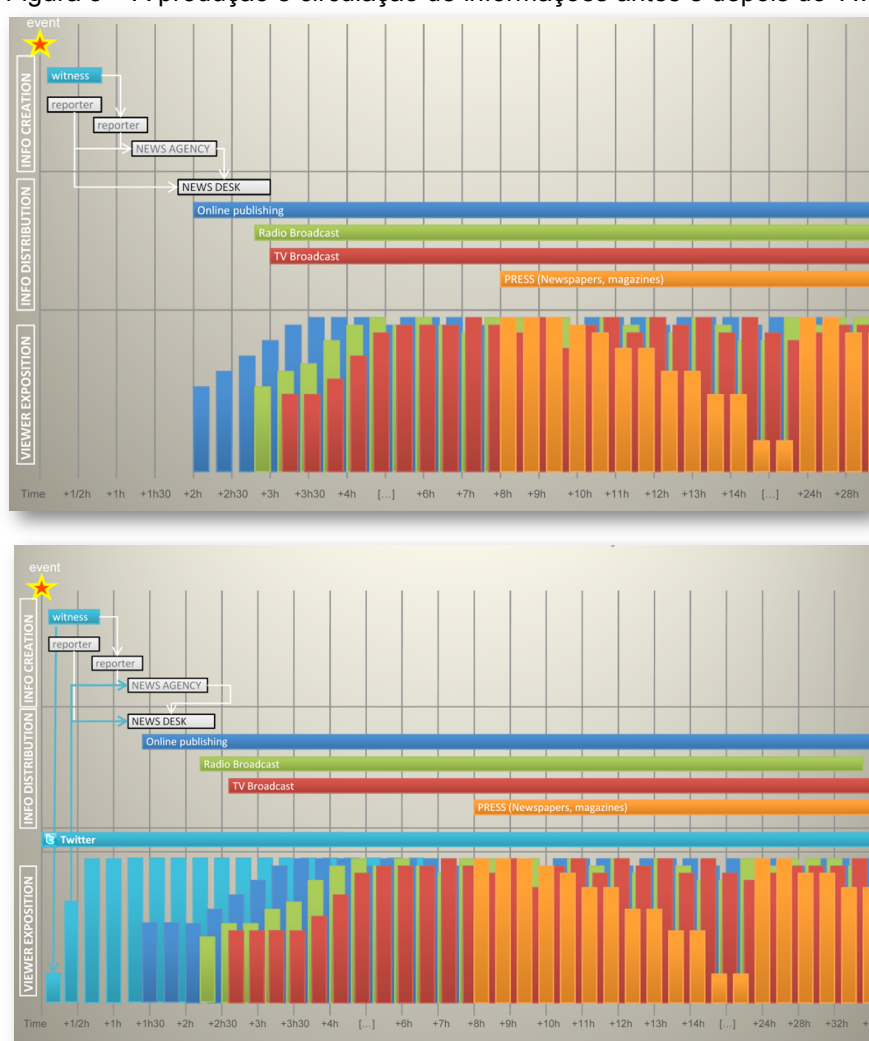
Visando ilustrar nossa discussão, o Esquema 6 apresenta uma informação publicada no perfil do jornal Zero Hora⁵⁶ (ZH) no Twitter. No *tweet* no qual está inserida a informação referida, há um *link* que nos leva até uma matéria publicada anteriormente no site⁵⁷ da empresa. Cabe observarmos que, no exemplo dado, a informação veiculada no Twitter é uma espécie de convite à matéria que se encontra no site do jornal Zero Hora ou, como propôs Canavilhas (2006), uma unidade base de exploração da notícia que é construída hipertextualmente através das ferramentas possibilitadas pelo ciberespaço. Basta uma rápida observação do Esquema exposto para percebermos que o conteúdo informativo do *tweet* é, na

⁵⁶ Disponível em: <<http://twitter.com/#!/zerohora>>.

⁵⁷ Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default.jsp?uf=1&local=1§ion=Geral&newsID=a3295067.xml>>.

realidade, apenas a reprodução do título da matéria *linkada*, não caracterizando, portanto, qualquer inovação na produção de conteúdo em função da ferramenta. Apesar da reprodução de conteúdos ser uma das apropriações mais recorrentes do jornalismo no Twitter, a mera introdução do *tweet* na estruturação da notícia veiculada na *web* já representa uma importante alteração da prática do webjornalismo – a mudança mais visível está, certamente, na própria arquitetura do modelo que orienta a produção e a veiculação da informação no ciberespaço. Esse processo diferenciado altera, consideravelmente, o tempo entre o acontecimento e a veiculação de sua ocorrência na *web*.

Figura 5 – A produção e circulação de informações antes e depois do Twitter



Fonte: Degremont (2009).

A Figura 5, demonstra que a mera apropriação do Twitter como suporte de mídia alterou os processos de produção e de circulação da informação. Observando

a referida figura, percebemos que o aparecimento do Twitter não apenas tornou a publicização do acontecimento quase simultânea à sua ocorrência, como também colocou a testemunha do fato como potencial emissor da informação. Se antes a figura do jornalista sempre se impunha entre o testemunho e o relato, hoje vemos que o Twitter possibilita aos seus usuários um espaço para que estes se coloquem como testemunha e emissor do relato. Podemos dizer que, de certa forma, o próprio Twitter torna-se uma fonte testemunhal para os jornalistas que já não são, exclusivamente, a fonte primária de divulgação dos acontecimentos. Tais apontamentos parecem corroborar a potencialidade dos *tweets* como unidades base da notícia na *web*.

A pesquisadora Gabriela Zago (2008b) nos apresenta um exemplo no qual o Twitter é utilizado como ferramenta para publicação imediata de informações de última hora. Segundo a autora, a conta do *The News Wire Alert* utiliza o Twitter para publicar alertas de últimas notícias sempre que há um grande acontecimento - com conteúdo específico e adaptado às possibilidades da ferramenta. Outra potencialidade do Twitter que costuma ser utilizada à cobertura jornalística de algum fato ou evento é a cobertura minuto a minuto que é favorecida pelo aspecto direto e conciso exigido na produção das mensagens.

Explorando as principais características do Twitter, cabe destacarmos também a possibilidade de **atualização automática** através de inúmeras ferramentas “auxiliares” criadas a partir da manipulação da API do Twitter. Tais ferramentas permitem a transposição do conteúdo de RSS *feeds* produzidos em outros espaços da *web* para contas do Twitter, alguns sites utilizam mecanismos para que essa transposição de conteúdos seja efetuada automaticamente. Entretanto, essa maneira de se utilizar o Twitter não explora as inúmeras potencialidades da ferramenta, uma vez que não há uma efetiva produção voltada e baseada no meio no qual se insere. Sobre esse fato, Zago (2008a) 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 (*online*).

Por fim, a última característica que iremos abordar é a já mencionada configuração do Twitter como uma **rede social na Internet**. Essa especificidade da ferramenta também pode ser apropriada pela prática jornalística, uma vez que permite a comunicação entre os seguidores de um perfil e o produtor das mensagens nele veiculadas. Talvez esta seja a maior catalisadora de mudanças do jornalismo praticado no Twitter uma vez que possui potencial para alterar, substancialmente, a relação do público com o veículo/jornalista. Através dessa característica, o jornalista ou o “perfil” de um veículo informativo pode manter contato direto e em tempo real com seus seguidores e vice-versa. Para visualizarmos esse caráter interativo da rede social, iremos expor dois exemplos: no primeiro, o editor e âncora do Jornal Nacional (JN), William Bonner, utiliza seu perfil no Twitter para interagir diretamente com um de seus seguidores, no trecho destacado Bonner está retomando um assunto abordado na edição do JN e que gerou repercussão no Twitter; já no segundo, o perfil do próprio JN se dirige aos seus seguidores para informar sobre a nova configuração da bancada e o motivo da mudança.

Figura 6 – Exemplos da apropriação do Twitter como rede social



Fonte: Twitter

É por meio do conjunto de todas as características apresentadas no decorrer de nossa discussão, que o Twitter torna-se um suporte potencial a novas formas de produção, apropriação e divulgação de conteúdos jornalísticos. A relação do Twitter com o jornalismo ainda é muito recente para que façamos previsões ou afirmações consistentes sobre o futuro desta parceria. Ao certo, só podemos dizer que, assim como ocorreu com muitas outras ferramentas tecnológicas anteriores, o Twitter está ganhando cada vez mais espaço como suporte de mídia social através do qual as notícias são construídas, produzidas, apropriadas e ressignificadas por meio da interação polissêmica de informações e sujeitos diversos.

A cada dia a apropriação da ferramenta por profissionais da área aumenta consideravelmente, estimulando, assim, o contato do jornalista com um novo suporte midiático e, inevitavelmente, com os demais usuários da rede. O Twitter, como SRS ou como mídia social é, sobretudo, o resultado da dinâmica de interação e apropriação estabelecida pelos atores que o constituem. O jornalista/veículo integrado aos nós dinâmicos da ferramenta estará, também, participando e sendo integrado aos movimentos que o sistema de usuários formatam pela rede e na rede. Assim como qualquer sistema simbólico, o Twitter e seus conteúdos estão sempre sendo atualizados, significados e transformados pelas apropriações.

Ao longo deste capítulo vimos as inúmeras alterações no contexto histórico, social e cultural, incitadas pelo aparecimento das novas TICs, que marcam o nascimento da era informacional e da sociedade em rede – ocasionando mudanças no jornalismo e na configuração das notícias.

Esquema 7 – Modelo padrão x modelo do webjornalismo



Fonte: Esquema nosso.

Dedicamos especial atenção às mudanças ocasionados pelo aparecimento do ciberespaço e da cultura da virtualidade real que demarcam espaço de fluxos como o ambiente pelo qual se estabelecem as trocas e as relações que incitam o jornalismo a rever suas práticas. Salientamos que o webjornalismo aparece incutido de características típicas da nova sociedade e do ciberespaço, mesclando a técnica padrão às novas possibilidades das ferramentas digitais e, ao mesmo tempo, às 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 padrão de construção da notícia.

Pudemos, ademais, observar que inserido no contexto da *web*, o Twitter foi apropriado tanto como SRS como também como mídia social, criando um sistema próprio de valores e inserindo novas possibilidades à prática jornalística realizada na *web*. Seja com o propósito de divulgar, noticiar ou cobrir um acontecimento, o conteúdo jornalístico veiculado no Twitter se insere no sistema da rede pelo qual as informações passam a ter valor em função, principalmente, dos processos interativos que é capaz de suscitar.

Em suma, estivemos, até este momento, concentrados em apresentar a rede conceitual necessária à compreensão do universo tecnológico que nos rodeia, da sociedade que o constitui e das práticas jornalísticas que visam atender essa sociedade baseada, essencialmente, no valor e na troca da informação, da interação. Acreditando ter executado este primeiro objetivo, o próximo passo deste trabalho será analisar o *tweet* jornalístico. Nos encontramos, portanto, no limite de nosso referencial teórico. Nossa busca agora estará voltada à exploração de nosso objeto, o *tweet* jornalístico. Esperamos que nosso suporte teórico nos permita identificar as possíveis alterações da técnica jornalística padrão na constituição destes – indicando, assim, alterações potenciais na caracterização dos enunciados e do discurso jornalístico.

3 ESTUDO DE CASO: CONSTRUÇÃO DO ENUNCIADO JORNALÍSTICO NO TWITTER

Durante nosso referencial teórico estivemos voltados à exploração teórica das diversas questões que orbitam a exploração do produto da atividade jornalística veiculado no ambiente virtual do Twitter. Algumas de nossas discussões teóricas serão novamente invocadas ao longo das observações relativas ao *corpus* enquanto outras figurarão como pano de fundo contextual do fenômeno analisado. Assim, podemos dizer que o primeiro momento de nossa pesquisa se caracterizou como uma revisão bibliográfica voltada, principalmente, à atividade técnica e ao produto jornalístico padrão, à sociedade em rede e suas principais características (organização, tempo, espaço, etc.), ao ambiente virtual e suas ferramentas de comunicação e sociabilidade (SRS), ao webjornalismo e sua arquitetura e, por fim, ao Twitter e a sua apropriação como veículo midiático.

Assim, para conseguirmos analisar o impacto que as modificações na arquitetura e na constituição do texto noticioso suscitadas pela introdução das características do meio digital e do ambiente do Twitter, nos apoiaremos nos apontamentos do capítulo 1 para configurar nosso ponto de referência sobre a técnica jornalística e a notícia padrão e, ao mesmo tempo, no capítulo 2 para indicarmos as mudanças sociais, culturais e técnicas que sustentam o aparecimento do *tweet* e de suas características dialógicas, polifônicas e hipertextuais.

A partir de agora, portanto, iniciaremos o segundo momento de nossa pesquisa que buscará evidenciar as principais mudanças técnicas encontradas nos produtos jornalísticos e, sequencialmente, refletir, com base na observação empírica e no referencial teórico, sobre as possíveis alterações que possam estar ocorrendo no enunciado e no discurso jornalístico em função das práticas suscitadas pela *Twittosfera*. Salientamos, assim, que nosso aporte teórico será determinante para que possamos explorar a possível hibridização das técnicas jornalísticas padrão e das características do ambiente na formatação e constituição do *tweet* jornalísticos e, sendo assim, quais os possíveis reflexos que incidem na caracterização da linguagem, do enunciado e do discurso jornalístico no ambiente do Twitter.

Para realizarmos tal exploração, dividiremos a análise de nosso *corpus* em cinco etapas principais:

- a) apresentação das novas funcionalidades técnicas advindas do Twitter;

- b) apresentação do *corpus* e da metodologia empregada à sua definição e exploração, abrangendo também,
 - a exploração do possível papel do *tweet* na macroestrutura da notícia na *web*;
- c) a técnica jornalística no Twitter, envolvendo,
 - a apropriação das funcionalidades técnicas do jornalismo e da ferramenta;
- d) apontamentos sobre o enunciado jornalístico no Twitter,
 - proposta de tipificação dos *tweets* analisados;
- e) apontamentos sobre o discurso jornalístico no Twitter.

Dito isso, iniciaremos esta segunda etapa com o objetivo de explorarmos a materialidade do enunciado jornalístico encontrado no Twitter, ou seja, o *tweet* jornalístico – visando alcançar uma base sobre a qual possamos refletir e discutir sobre o produto da enunciação jornalística e as possíveis alterações em seu discurso no ambiente da *Twittosfera*.

3.1 A FERRAMENTA: O TWITTER E SUAS FUNCIONALIDADES TÉCNICAS

Como já vimos, o Twitter é um site de *microblogging* que pode ser utilizado para diversos fins como, por exemplo: interagir com outros usuários, publicar e receber notícias, replicar e discutir conteúdos divulgados na plataforma, etc.. Sendo assim, o Twitter é considerado uma ferramenta multifuncional que é, ao mesmo tempo, um site de rede social e uma plataforma de mídia social na Internet. Desde seu lançamento em 2006, o Twitter ganhou enorme popularidade pela simplicidade de sua *interface* e pela eficácia de suas ferramentas à exploração das características mais marcantes da *web* 2.0 e da sociedade em rede: instantaneidade, interatividade, personalização, hipertextualidade, mobilidade e convergência (MIELNICZUK, 2002).

Centrado na simplicidade e na facilidade de manuseio, o Twitter funciona através da publicação de conteúdos (denominados *tweets*) que devem sempre ficar restritos a 140 caracteres e se propõem a responder a seguinte questão: **O que está acontecendo?**⁵⁸ Para responder a este questionamento, os usuários (conhecidos como *twitteiros*) podem enviar seus *tweets* através de “*short message service* (SMS), *Instant Messenger* (IM), pela *web*, *Internet* móvel, *e-mail*, ou por aplicativos

⁵⁸ Tradução nossa para “What’s Happening?”.

diversos construídos por usuários a partir da interface de programação de aplicativos (API) do sistema” (ZAGO, 2008b, p.29).

Os conteúdos postados no Twitter aparecem sempre em ordem cronológica inversa, ou seja, as últimas *tweetadas* (*tweets* publicados) surgem no topo do fluxo informacional. Para que um *twitteiro* receba os *tweets* de outros usuários, ele precisa tornar-se um *follower* (seguidor) destes. O conjunto de *tweets* dos usuários seguidos aparece e constitui a *timeline* (o fluxo informacional interno) de um *twitteiro*. Essa espécie de página inicial de cada usuário do Twitter é personalizada (uma vez que o *twitteiro* escolhe quem irá seguir) e exclusiva (apenas ele pode acessá-la). Da mesma forma que segue outros usuários, o *twitteiro* também é seguido, ou seja, ele possui, simultaneamente, uma lista de *followers* (usuários que o seguem) e uma de *following* (usuários que está seguindo). Quando um usuário do Twitter acessa o perfil de outro usuário, depara-se com o que é chamado com o fluxo informacional externo, ou seja, o conjunto de publicações de um usuário específico. Além disso, o perfil apresenta a rede social de cada *twitteiro* e algumas informações de apresentação e de suas atividades dentro do sistema.

Para que haja troca de mensagens entre os usuários, o sistema prevê uma identificação interna de cada *twitteiro* que é constituída pelo símbolo “@” mais o *TwitterNome* desejado. Dessa forma, quando um usuário deseja se comunicar com outro basta que insira o @nomedousuáriodesejado para que este receba a mensagem em sua *timeline*. Todavia, essa não é a única forma de *tweetar* com alguém. Para que uma mensagem seja enviada apenas para o @usuáriodesejado, ficando inacessível para os seguidores do usuário remetente, é preciso utilizar a ferramenta de *Direct Message* (DM) disponível, exclusivamente, para usuários que seguem um ao outro.

Outra ferramenta importante no Twitter é o *retweet* (RT). O RT é um mecanismo que possibilita que os conteúdos postados por um usuário sejam retransmitidos por outros *twitteiros*. Essa possibilidade deu origem a uma prática conhecida como *retweettar*, esse processo de repasse de informações foi um dos grandes responsáveis pelo sucesso do site e, ao mesmo tempo, pela importância que assumiu entre as ferramentas de comunicação midiática. Segundo Zago (2011), para os veículos de comunicação o “Twitter possibilita um canal rápido e interativo para a disseminação de informações” (p.64) e, ao mesmo tempo, favorece a

consolidação de uma reputação aos usuários que *retweetam* notícias como pessoas atualizadas, bem informadas.

Para manter certa coerência entre as muitas conversas que ocorrem na *Twittosfera*, os *twitteiros* costumam usar o sinal # (*hash*, em inglês) para indicarem o tema de seus *tweets* ou mesmo dividirem uma emoção. A soma do sinal # com uma expressão/palavra/frase é chamada de *hashtag*. Dessa forma, os usuários conseguem interagir e encontrar, mais facilmente, seus tópicos de interesse e, ao mesmo tempo, pessoas com interesses comuns. Algumas das *hashtags* mais famosas no Twitter são: #MusicMonday, usada para sugerir uma música nas segundas-feiras e, por fim, a #FollowFriday ou #FF, criada para que os *twitteiros* indicassem outros usuários para seus seguidores também seguirem. O Twitter oferece ainda um espaço denominado *Trending Topics* (TTs), o qual relaciona as *hashtags* e também as expressões mais *tweetadas* em tempo real. Existe a versão global dos TTs e também algumas versões locais, como o “TTBr”, por exemplo, que se baseia apenas nos conteúdos publicados no Brasil.

Agrupando tantas funcionalidades poderosas em uma *interface* clara e bastante objetiva, o Twitter conquistou não apenas a atenção do “jornalismo de referência” como ganhou espaço privilegiado nas estratégias de comunicação voltadas aos veículos de jornalismo *online*⁵⁹. Assim, não é de espantar que as características do Twitter estejam influenciado e acarretando mudanças em todo processo jornalístico, da apuração dos fatos até o *feedback* dos conteúdos divulgados. Ao nosso estudo interessa, especificamente, os efeitos que a inserção do Twitter como ferramenta a serviço do webjornalismo está causando tanto na macroestrutura de construção da notícia no ambiente da *web*, como na microestrutura de construção da notícia enquanto *tweet*. Para sermos mais específicos, podemos dizer que nosso interesse está focado na estruturação e constituição linguística dos conteúdos jornalísticos veiculados no Twitter, abordando desde a técnica que rege à redação dos “*tweets* jornalísticos” até as características dos enunciados produzidos e do discurso resultante.

⁵⁹ Podemos considerar veículos de jornalismo *online* os sites, blogs e portais voltados à divulgação de conteúdos jornalísticos.

3.2 METODOLOGIA: PROCEDIMENTOS E DEFINIÇÃO DO *CORPUS*

No primeiro capítulo deste trabalho, salientamos que é através do “saber de reconhecimento”, compartilhado pela “comunidade interpretativa” dos jornalistas, que um acontecimento pode passar ao *status* de notícia em potencial. Destacamos também que, para tornar-se um produto material capaz de cumprir sua tarefa de informar, o relato de um acontecimento passa por uma série de procedimentos técnicos (“saber de narração”) que transformam a subjetividade do fato em texto jornalístico e narrativa noticiosa – originando a linguagem jornalística padrão ou o “jornalês” (TRAQUINA, 2008). Diante disso, delimitamos como objeto de nosso estudo apenas os conteúdos publicados por empresas jornalísticas tradicionais que adotaram o Twitter como ferramenta de publicação de notícias.

Nosso objeto de estudo se constitui, portanto, daquilo que denominamos como “*tweets* jornalísticos”, ou seja, os produtos veiculados por empresas jornalísticas em seus perfis no Twitter – seja com o propósito de informar, repassar informações, divulgar conteúdos noticiosos e/ou estabelecer comunicação com o público leitor. Para fazer parte de nosso *corpus* de análise e estudo exploratório do texto jornalístico no Twitter (*tweets* jornalísticos), escolhemos o produto de três empresas midiáticas cujos materiais impresso e *online* possuem grande visibilidade e destaque dentro do enorme conjunto de veículos de comunicação existentes.

Para nos aproximarmos da heterogeneidade existente de jornais que criaram seus espaços na Internet (através de sites, portais, perfis em redes sociais, etc), optamos por constituir nosso *corpus* com veículos que não pertencessem ao mesmo grupo empresarial e, ao mesmo tempo, que não possuíssem a mesma área de cobertura. Sendo assim, decidimos nos debruçar sobre os *tweets* publicados por: 1º) um veículo com expressão nacional, a **Folha de São Paulo** (FSP); 2º) outro de especial destaque no Rio Grande do Sul (RS), a **Zero Hora** (ZH); e, por fim, 3º) um representante do jornalismo realizado na região sul do estado do RS, o **Diário Popular** (DP).

Como nosso foco está voltado aos produtos que os veículos selecionados publicam no SRS Twitter, cabe observarmos os dados e as informações da Tabela 2 retiradas dos perfis de cada veículo para termos uma ideia da abrangência de público e de produção de material de cada um dos sujeitos da pesquisa. Os números e os dados (incluindo o avatar/logotipo de cada um dos veículos) expostos

na tabela subsequente foram coletados, no dia 16 de junho de 2011, diretamente dos perfis públicos que representam as empresas jornalísticas selecionadas dentro do Twitter. Todas as informações fazem parte do banco de dados do Twitter Inc., sendo gerenciadas e atualizadas automaticamente pelo sistema da empresa.

Tabela 2 – Apresentação dos perfis selecionados

			
Identificação no Twitter	@folha_com	@zerohora	@diariopopularRS
Ativação do perfil ⁶⁰	30/04/08	15/02/08	13/12/09
Total de tweets	28,363	12,193	9,988
Seguidores	118,280	93,589	6,873
Seguindo	66,934	9,810	64

Fonte: Dados retirados do site do Twitter.

Para limitarmos o número de *tweets* que constituiriam nosso *corpus* e, ao mesmo tempo, evitarmos critérios que pudessem favorecer uma seleção baseada na qualidade ou na riqueza de dados dos *tweets*, restringimos como critério de seleção dos *tweets* o próprio período de coleta do material: o dia 16 de junho de 2011. A definição da data de coleta do material não esteve ligada a nenhuma ocorrência de um fato jornalístico especial e obedeceu uma estratégia consciente voltada à obtenção de um *corpus* heterogêneo e genuíno, sem foco temático determinado. Como optamos por analisar os conteúdos de três veículos simultaneamente, fomos obrigados, por questões práticas, à restringir o tempo de coleta a um dia.

Os *tweets* publicados pelos veículos selecionados foram coletados manualmente em três etapas (manhã, tarde e noite) em todos os perfis. Ao final do dia 16 de junho, tínhamos alcançado um total de 134 *tweets*, oriundos dos três veículos selecionados. Esses 134 “*tweets* jornalísticos” passaram, então, a configurar o *corpus* sobre o qual realizaremos nossa análise. Com o material delimitado, buscamos aplicar, gradualmente, algumas sistematizações que auxiliassem à compreensão do *corpus* e de suas características mais relevantes. Nossa primeira medida consistiu em quantificar o número de produtos publicados em cada um dos sujeitos da análise (FSP, ZH, DP) e, em seguida, as respectivas utilizações que fizeram das principais funcionalidades técnicas oferecidas pelo Twitter.

⁶⁰ As datas de ativação não são apresentadas nos perfis do Twitter. Os dados foram obtidos através da utilização de uma API (<http://twbirthday.com/>) específica para esta finalidade.

A coleta do *corpus* e o reconhecimento desses primeiros dados foi facilitada por nossa prévia familiaridade com o Twitter, suas funcionalidades e *interface*. Apesar disso, algumas dificuldades foram encontradas durante a elaboração e produção desta pesquisa, destacamos entre as principais: a pouca bibliografia voltada à exploração e exposição das funcionalidades técnicas do Twitter; atualização constante do sistema⁶¹, de suas ferramentas e APIs durante a elaboração desta dissertação; constante publicação de estatísticas sobre a ferramenta, seus usos e usuários; e, por fim, a ausência de obras que tratem, especificamente, sobre o texto ou linguagem jornalística dentro do Twitter. O resultado obtido por meio desse primeiro olhar lançado sobre nosso corpus pode ser apreciado na Tabela 3:

Tabela 3 – Dados coletados dos perfis selecionados

				TOTAL
Tweets	52	35	47	134
Uso de links	50	32	40	122
Uso de @	12	04	--	16
Hashtags	--	--	05	05
Retweets	08	02	--	10

Fonte: *Corpus* de análise.

Definido o *corpus* e extraído os dados mais gerais, passamos às delimitações dos elementos técnicos presentes nos *tweets*. Para isso tivemos que realizar inúmeros cruzamentos entre as descrições das técnicas (elementos) de produção textual envolvidas (técnica jornalística padrão, técnica da web e técnica do Twitter) e o material coletado. Essa busca pelos elementos técnicos foi o ponto de partida de nossa exploração pela linguagem utilizada nos “*tweets* jornalísticos” e orientou todos os posteriores apontamentos sobre os enunciados e o discurso jornalístico emergente da *Twittosfera*.

Durante as recorrentes observações do *corpus* tivemos que atentar para limites quase invisíveis entre linguagens, técnicas e funções que permeiam a mídia envolvida (Internet), o ambiente (*web 2.0*), a ferramenta (Twitter), a atividade (jornalismo) e o produto (notícia). Todos esses fatores envolvidos em nossa

⁶¹ A principal alteração ocorrida durante nosso período de pesquisa foi a implantação de uma versão do Twitter totalmente em português. Apesar disso, optamos por não alterarmos nenhum dos termos apresentados uma vez que as principais ferramentas mantiveram suas denominações originais (como o *tweet* e o *retweet*).

pesquisa despenderam uma abordagem teórica quase minimalista para que pudessem sustentar e indicar os possíveis contornos dessa nova notícia que parece estar surgindo no Twitter por meio da convergência dos mais variados elementos técnicos e características funcionais.

Deste ponto em diante, partimos à exploração gradativa do material apresentado focando sempre atingir nosso objetivo: **caracterizar, através da observação das mutações da técnica padrão, a linguagem utilizada pelos “tweets jornalísticos” e, por consequência, apontar para possíveis novidades ou reestruturações que possam ter sido introduzidas com a apropriação do Twitter à divulgação de notícias**. Salientamos, entretanto, que nossa pesquisa não possui nenhuma pretensão de afirmar a existência de modelos, estruturas ou técnicas excludentes acerca da produção noticiosa no Twitter. Todos nossos apontamentos estão naturalmente limitados a uma pequena amostra de um fenômeno muito mais amplo que está diariamente se consolidando e redesenhando, não há, portanto, nenhuma pretensão por resultados definitivos.

Esse caráter sempre provisório das pesquisas voltados às ciências sociais foi, ao contrário do que se possa pensar, nossa maior motivação durante a elaboração deste trabalho. Quando nos propusemos a discutir a **linguagem do jornalismo no Twitter** tivemos, simultaneamente, que assumir a responsabilidade e o risco inerente de trabalharmos com elementos essencialmente escorregadios, mutáveis, dinâmicos e complexos, sobre os quais estaremos sempre fadados a rascunhar sem jamais chegarmos perto de apreendê-los ou finalizá-los.

3.3 O PAPEL DO *TWEET* DENTRO NA NOVA ARQUITETURA DA NOTÍCIA

Apresentado nosso *corpus* e seus primeiros dados, iniciamos nossa análise com uma espécie de introdução que apontará à efetiva utilização dos *tweets* como células/nodos informativos que colaboram à construção noticiosa realizada no ambiente da *web 2.0*. Se vimos no primeiro capítulo que o principal produto jornalístico é a notícia e que sua construção material é orientada por um modelo técnico de redação que reflete nos enunciados e no discurso tidos como jornalísticos, então, é imperativo que façamos a identificação do modelo que rege a produção da notícia no webjornalismo contemporâneo.

Para realizarmos tal tarefa precisamos retomar algumas questões abordadas durante nosso referencial teórico. Como salientamos, o modelo padrão (PI) à construção da notícia é oriundo do jornalismo impresso e, portanto, é focado e limitado pelas características específicas deste meio. Apesar de ser, inegavelmente, a “pedra angular” do texto jornalístico contemporâneo, os novos meios de comunicação digital trazem novas possibilidades de construções textuais que estão, gradativamente, sendo apropriadas. Com isso, a discussão acerca do modelo que rege a elaboração do texto noticioso torna-se preponderante a qualquer estudo que pretenda falar sobre a linguagem jornalística nas novas ferramentas de comunicação. Se nosso objeto é o “*tweet* jornalístico”, então, o modelo que devemos explorar é aquele que se configura através da atividade jornalística na *web*, ou seja, através dos produtos do webjornalismo.

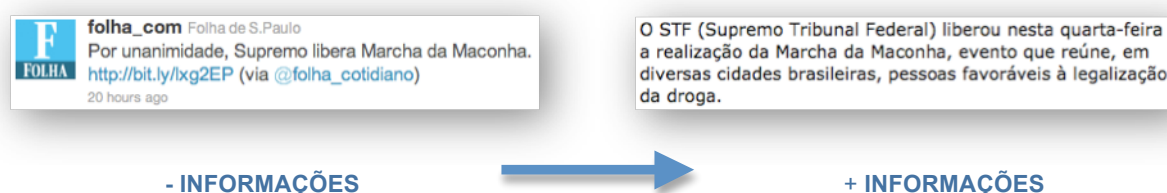
Vimos que, com o aparecimento da *web* 2.0, os jornalistas passaram a adaptar a construção da notícia para melhor explorar as novas possibilidades do ambiente (velocidade, espaço virtualmente ilimitado, hipertextualidade, etc.). Assim, o modelo da PI, tão sólido nos veículos impressos, começou a apresentar contornos liquefeitos nos veículos *online* – abrindo espaço às novas propostas teóricas que tentam caracterizar o fenômeno de mutação estrutural da notícia.

A identificação do modelo, ainda que provisória, serve para que possamos compreender o papel e a função que os *tweets* podem estar assumindo dentro do macrocontexto da notícia na *web* (portais, sites, blogs, microbloggins, videologs, etc). O cuidado de apresentarmos o *tweet* como elemento partícipe do webjornalismo é fundamental para caracterizar sua apropriação como instrumento jornalístico importante à constituição de uma nova arquitetura da notícia que, conseqüentemente, origina uma linguagem jornalística distinta da linguagem tida como padrão – é um novo modelo, uma nova notícia, um novo enunciado e, provavelmente, um outro discurso que se configura.

Ao observarmos os primeiros dados que destacamos na apresentação do *corpus*, fica nítida a ampla utilização de *links* na constituição dos *tweets*. Percebemos que a maior parte desses *links* remetiam aos respectivos sites dos veículos de comunicação. Destacamos que os conteúdos desses *tweets* apareceram muitas vezes como títulos das respectivas notícias *linkadas* que estavam, por sua vez, ligadas a outras células informativas e assim sucessivamente. Fazendo um paralelo com o texto jornalístico padrão, poderíamos dizer que cada uma das células

corresponde a um parágrafo do texto impresso. Entretanto, ao contrário dos parágrafos da notícia impressa que são hierarquizados em função da relevância informativa de seus conteúdos (obedecendo a estrutura da PI), as células informativas que encontramos através de nosso *corpus* não seguem essa lógica baseada na relevância. O exemplo abaixo demonstra que entre o *tweet* (à esquerda) e o lide (à direita) da notícia *linkada* não há qualquer hierarquização baseada na importância dos dados, mas sim uma diferença baseada na quantidade de informações:

Esquema 8 – Exploração gradual de informações



Fonte: *Corpus* de análise e site jornal Folha de São Paulo.

Com base nessa observação que se confirmou em todos os *tweets* com *links*, nos pareceu evidente que a construção noticiosa que observávamos não remetia ao tradicional modelo da PI, mas sim ao modelo da Pirâmide Deitada proposto por Canavilhas (2006). Nosso primeiro olhar sobre o *corpus*, portanto, corroborou com o esquema proposto pelo autor, uma vez que os *tweets* analisados funcionavam, dentro do macrocontexto da notícia *online*, como uma unidade informativa inicial de onde leitor poderia partir rumo a uma exploração que, gradativamente, vai ampliando a abordagem de cada um elementos que constituem a notícia.

Dentro dessa perspectiva de uma arquitetura de pirâmide horizontalizada, o *tweet* acaba se formatando como uma espécie de “microlide” que introduz o acontecimento noticioso que vai sendo desvelado e aprofundado a cada novo *link*, a cada nível da Pirâmide Deitada.

No exemplo que será exposto através do Esquema 9, podemos observar todos os elementos apontados por Canavilhas (2006) como constituintes desse novo modelo estrutural que delinea a macroarquitetura da notícia na *web*. Para tanto, partimos de um dos *tweets* de nosso *corpus*, publicado pelo perfil do jornal Zero

Hora, que funcionou como a unidade base de toda uma rede de informações que foram se somando à exploração e ao relato do acontecimento.

Esquema 9 – Níveis da Pirâmide Deitada



Fonte: *Corpus* de análise e site do jornal Folha de São Paulo.

No Esquema dado pudemos observar todos os níveis da PD propostos por Canavilhas (2006), a saber:

- a) **unidade base** – representada pelo *tweet*, publicado no perfil da ZH, que apresenta aos leitores o quê aconteceu (a renúncia de um congressista americano) e indica um contexto que aponta para um por quê (escândalo sexual), há também a presença de um *link* que justamente nos leva ao próximo nível;
- b) **nível de explicação** – o *link* da unidade base nos leva à notícia veiculada no site do jornal Zero Hora cujo título é idêntico ao *tweet*, a estrutura do resto do texto vai se colocando no formato da PI (apresentando o lide completo logo no primeiro parágrafo e seguindo com dois parágrafos que acrescentam as falas do personagem da história), notamos que a notícia se limita aos dados essenciais para o entendimento do que aconteceu sem entrar em maiores detalhes. Apesar de conciso, este segundo nível já demonstra uma maior exploração dos elementos presentes no *tweet* – há,

por exemplo, a identificação nominal do congressista que renunciou seu cargo (maior exploração do “quem?”), também há uma maior exploração do “porquê” através da caracterização do escândalo sexual (troca de fotos íntimas com mulheres através do Twitter) e o aparecimento de novos elementos como o “onde” e o “quando”;

- c) **o nível de contextualização** – pode ser representado pelo próprio espaço destinado aos comentários dos leitores (destaque em vermelho) em que o assunto passa a ser discutido e explorado pelos internautas;
- d) **o nível de exploração** – presente através das notícias relacionadas (destaque em verde) que exploram o desenrolar dos fatos até o momento da renúncia do congressista.

Somando tudo que foi anteriormente exposto sobre a PI, com nossas observações do material coletado, percebemos o movimento de transformação inequívoca do tradicional modelo da PI dentro do contexto da *web*. A quebra substancial com o modelo da PI, que emerge na análise da notícia da *web*, nos parece ter sido muito bem caracterizada por Canavilhas (2006) quando ele nos coloca que a ordem das informações totais já não obedecem uma hierarquia baseada na relevância, mas sim na quantidade de informação disponível. Dessa forma, o que percebemos é que a aplicabilidade da PI acabou sendo restringida a algumas células informativas, e não mais a totalidade do material noticioso hipertextual.

Cabe ressaltarmos que, apesar de no passado ter sido sempre vinculado a estrutura da PI, o jornalismo contemporâneo acabou por dar “vida própria” ao lide. A técnica do lide tornou-se uma estrutura independente que serve a muitas arquiteturas, inclusive a PD. Como mencionamos, ao analisarmos a notícia na *web* percebemos que o *tweet* configura-se como uma **unidade base**, todavia, essa unidade aparece como uma mutação do lide tradicional, uma adaptação às novas características do meio. Para discutirmos um pouco mais sobre o papel do *tweet* dentro do processo do webjornalismo ou da notícia na *web*, precisamos lembrar de alguns pontos importantes abordados ao longo de nossa trajetória:

- a) o papel central da velocidade dentro da sociedade em rede;
- b) as mudanças que as características da *web* possibilitaram na configuração do texto (fragmentado em nodos informativos que podem ser multimodais, proposição de leitura multilinear, blocos menores de texto, crescimento

hipertextual ininterrupto e a possibilidade de uma construção individualizada de leitura);

- c) as características do próprio Twitter enquanto ferramenta comunicacional (mensagens limitadas a 140 caracteres, possibilidade de atualização constante por meio de dispositivos móveis, uso de *links* e *hashtags*, configuração como rede social).

Relacionando o modelo da PD com as características da Internet, torna-se evidente que cada um dos níveis propostos por Canavilhas (2006) representa um nodo informativo da construção hipertextual. Tal estrutura colabora à maior rapidez tanto na produção quanto na recepção dos textos. Ou seja, os elementos essenciais de um acontecimento podem ser publicados quase simultaneamente a sua ocorrência através de uma unidade base que, posteriormente, poderá ser *linkada* com outro nodo que contenha mais informações – criando uma estrutura que pode ser considerada virtualmente infinita. Nesse contexto, as idiossincrasias próprias do Twitter parecem precisas para que seu conteúdo configure-se como **unidade base** de qualquer construção noticiosa que se pretenda.

Todavia, o *tweet* enquanto unidade base acaba apresentando algumas singularidades específicas. A primeira delas pode ser apontada através de um contraponto entre os *tweets* e as notícias de última hora (ZAGO, 2011). Ambas as construções podem servir como unidade base, entretanto, não atuam da mesma forma. Quando pensamos em notícias de última hora, pensamos em uma ferramenta que se insere no site ou portal de um veículo de comunicação, seus conteúdos costumam ser construídos como um *link*, apresentam o horário de sua publicação e estabelecem um relação interna, ou seja, se conectam a materiais que estão disponíveis dentro do próprio site. Já ao refletirmos sobre o *tweet* como unidade base, partimos de um “local” diferente que se conecta ao site apenas através do *link*, o *tweet* não indica o horário exato de sua publicação e serve sempre como unidade base de algum conteúdo exterior.

Através das possibilidades criadas pelo Twitter, os leitores podem ter acesso as “unidades base” de diferentes veículos em um mesmo local, sua própria *timeline*. Esse fato aparentemente sem grandes efeitos, é um dos grandes responsáveis pelo sucesso do Twitter, uma vez que explora as características de personalização de conteúdo, velocidade e concisão em níveis ainda pouco explorados por outras ferramentas (SANTAELLA, 2010). Ademais, o fato de ser uma rede social que é

utilizada pelos jornais para publicação das “unidades base” dos conteúdos dos sites, implica dizer que estas unidades só podem ser acessadas por indivíduos que façam parte da rede.

Cabe destacarmos também que como não apresentam o horário exato de publicação, os *tweets* se colocam como unidades dinâmicas que se remetem aos leitores daquele momento, os *tweets* não ficam armazenados e acessíveis por longos períodos e não podem ser recuperados. Essa questão demonstra o quanto o Twitter busca explorar a velocidade e o dinamismo da comunicação via Internet, a concisão de 140 caracteres também parece servir a este ideal de agilidade extrema e, ao mesmo tempo, de heterogeneidade de conteúdos.

Com base em nossas primeiras observações da construção da notícia na web podemos afirmar, portanto, que o caminho da informação está estruturado pelo modelo da PD, ressaltando a adaptação do lide à formulação da unidade noticiosa base. Esse fenômeno nos parece originário da convergência das características da Internet com as características das ferramentas utilizadas e, ao mesmo tempo, do próprio jornalismo. Dentro desse contexto, os *tweets*, vislumbrados pela macroestrutura hipertextual que compõe a notícia na web, podem ser considerados como as **unidades base** da estrutura que orienta o trabalho do webjornalismo e, ao mesmo tempo, que induz a exploração sobre o possível surgimento de uma nova linguagem jornalística.

Vimos ao longo de nosso referencial teórico que a atividade jornalística e, por consequência, seus produtos se constituem através da soma de muitas variáveis que vão desde a forma de organização econômica e social, até os artefatos tecnológicos disponíveis à uma dada sociedade. Todos esses fatores, em maior ou menor escala, acabam por interferir nas formas de comunicar, nas maneiras de se dizer e, até mesmo, naquilo que é ou não é dito. Se reafirmamos tudo isso para dizermos que não podemos analisar os “*tweets* jornalísticos” sem deixar claro o que eles são, a quem eles se destinam e no que eles diferem dos demais produtos informativos.

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, estamos, implicitamente, trazendo à tona todo conjunto de questões contribuiu à esta transformação. A PI marca não apenas um modelo técnico aleatório de se produzir textos informativos, mas sim uma forma de dizer que reflete em enunciados e nos desvela uma sociedade hierárquica com papéis bem definidos; da mesma forma, o aparecimento da PD evidencia as mudanças sociais que caracterizam a sociedade em rede, seus atores, valores, suas novas formas de se comunicar e de fazer jornalismo. Uma das formas de explorarmos e conhecermos esse novo jornalismo que se destina à sociedade em rede é através da observação das mensagens que ele reporta e de como e de onde ele o faz.

3.4 TÉCNICA JORNALÍSTICA NO TWITTER: ADAPTAÇÃO E APROPRIAÇÃO

No ponto anterior falamos que o webjornalismo apresenta um novo modelo estrutural à construção da notícias e que os jornalistas utilizam o *tweet* para “compor” esta arquitetura, assim, podemos considerá-lo como um produto jornalístico genuíno deste novo modo de informar. Esse fato é, sem dúvida, preponderante ao nosso estudo uma vez que revela não apenas o macrocontexto no qual nosso objeto se insere, mas também indica a sua função dentro da narrativa noticiosa hipertextual que caracteriza o webjornalismo. Portanto, o *tweet* noticioso é, em relação ao todo, a unidade elementar de uma notícia estruturada de maneira mais horizontalizada, dinâmica, personalizada e colaborativa. Estabelecendo um paralelo com a notícia padrão, estruturada pelo modelo da PI, a conclusão lógica seria que o *tweet* funciona como um lide, uma introdução concisa que apresenta os principais elementos acerca de um fato (o quê, quem, como, quando, onde e por quê).

Todavia, se estamos diante de um novo modelo também estamos diante de um novo conjunto de técnicas. Vimos que Canavilhas (2006), ao sugerir o modelo da PD, não excluí a permanência da técnica da PI na estruturação de algumas de suas células informativas – assim, poderíamos dizer que o jornalismo na web se renova através da possibilidade de uma narrativa hipertextual, mas que, isoladamente, seus

produtos veiculados na *web* podem estar apenas repetindo a aplicação das técnicas de redação que originam o que chamamos de linguagem jornalística padrão. Mas será que é isso que acontece com os *tweets* jornalísticos? Essa será a primeira questão que buscaremos responder neste ponto.

Nossos primeiros apontamentos acerca dos procedimentos técnicos observados na constituição de nosso *corpus*, dizem respeito a transposição de alguns elementos característicos do texto jornalístico padrão e das técnicas utilizadas na sua configuração. O primeiro que deve ser mencionado é a incorporação da técnica do lide à construção dos *tweets*, especialmente, os que se centram na tarefa de noticiar⁶² um dado acontecimento. Dos 134 *tweets* que constituem nosso *corpus*, 91% estão voltados à apresentação de dados importantes à compreensão de um acontecimento factual, ou seja, focam-se em noticiar algo. Nos detivemos nestes exemplares para buscarmos identificar a presença dos elementos que compõem o lide, o resultado encontrado está expresso na Tabela 4:

Tabela 4 – Presença dos elementos do lide nos *tweets* noticiosos

				TOTAL
O quê? ⁶³	46	30	46	122
Quem?	42	26	31	99
Quando?	04	02	08	14
Onde?	13	21	11	45
Como?	03	02	08	13
Por quê?	03	06	01	10

Fonte: Dados obtidos pela análise do *corpus*.

Ao observarmos a tabela apresentada, fica evidente que os *tweets* analisados não poderiam ter sido originados pela mera transposição de um lide - uma vez que alguns de seus elementos parecem ser negligenciados, sistematicamente, em nosso *corpus*. Com base nos dados obtidos, podemos afirmar, portanto, que a incorporação do lide à construção dos *tweets* não se dá de maneira absoluta ou indiferenciada. Quando observamos um *tweet* e o lide da

⁶² Durante a observação de nosso *corpus*, percebemos que ele estava composto por *tweets* com objetivos distintos. Essa questão será melhor explorada durante nossa proposta de tipificação dos *tweets* jornalísticos.

⁶³ Como a ocorrência destes dados se deteve nos *tweets* de conteúdo, exclusivamente, noticioso, a ocorrência do elemento “o quê” corresponde exatamente ao número de *tweets* noticiosos encontrados em cada veículo e no total do *corpus*. A razão disso é evidente: o elemento “o quê” corresponde precisamente à “ação”, ao “fato” que se pretende relatar, sua não observância descaracteriza o caráter noticioso de qualquer relato.

notícia *linkada* nele, podemos visualizar a enorme supressão dos elementos informativos presentes no lide na constituição do *tweet*. No Esquema 10, exposto logo abaixo, observamos que o lide da matéria apresenta quatro dos seis elementos considerados essenciais à sua constituição. Apesar disso, no parágrafo seguinte (sublide) os outros dois elementos (“como” e “onde”) são rigorosamente expressos, completando a “fórmula canônica” de se apresentar um acontecimento. Queremos salientar com essa observação que, isoladamente, a notícia vinculada no site segue rigorosamente a técnica padrão de redação jornalística, a PI. Já no *tweet* referente ao mesmo fato vemos uma nova construção, uma espécie de resumo do resumo, um lide do lide. Mais do que a supressão dos elementos “como”, “onde” e “quando”, notamos que no *tweet* há o enxugamento dos dados que remetem ao “quem”, “o quê” e “por quê”.

Esquema 10 – Supressão dos elementos do lide em um *tweet*

1) Tweet da FSP sobre a renúncia de um congressista americano:



A) Elementos explorados no tweet:

- “O quê”: renúncia de um congressista americano;
- “Quem”: congressista Anthony Weiner;
- Indicação contextual do “porquê”: escândalo via Twitter.

2) Lide da matéria *linkada*, disponível no site da FSP:

O congressista nova-iorquino Anthony Weiner renunciou nesta quinta-feira ao seu cargo na Câmara de Representantes dos Estados Unidos após se envolver em um escândalo sexual pela divulgação de mensagens e fotos inapropriadas em sua conta no Twitter.

A) Elementos explorados no lide:

- “O quê”: a renúncia de um congressista americano ao seu cargo na Câmara de Representantes dos Estados Unidos;
- “Quem”: congressista nova-iorquino Anthony Weiner;
- “Quando”: nesta quinta-feira;
- “Por quê”: envolvimento em escândalo sexual pela divulgação de mensagens e fotos inapropriadas em sua conta no Twitter.

3) Sublide da matéria *linkada*:

"Hoje anuncio minha renúncia como representante", disse Weiner em entrevista coletiva no seu escritório em Nova York.

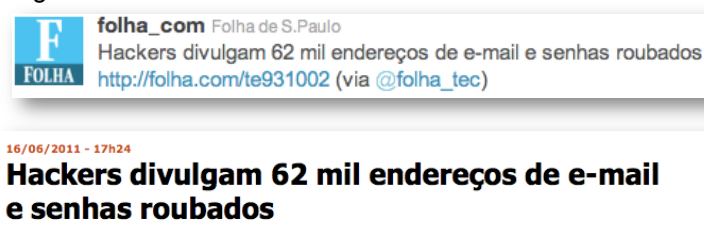
Fonte: *Corpus* de análise e site do jornal Folha de São Paulo.

Parece óbvio que com a limitação imposta pelo Twitter de um texto, com no máximo 140 caracteres, a veiculação integral do lide seria uma tarefa quase impossível a qualquer jornalista por maior que fosse seu poder de concisão. Apesar disso, os jornalistas/veículos não apenas passaram a utilizar o Twitter, como se apropriaram da ferramenta e a tornaram um dos meios mais eficientes de se noticiar. Esse processo só foi possível graças a um fenômeno ainda pouco explorado: o aparecimento/criação de um novo núcleo informativo essencial, uma espécie de “microlide”. Como já vimos, a limitação de caracteres da ferramenta fez nascer o que Santaella (2010) chamou de *microsyntaxe*, uma forma de organização específica que é pré-requisito à comunicação efetiva na plataforma.

Comparado com o texto jornalístico padrão oriundo dos veículos impressos, o “*tweet* jornalístico” assemelha-se mais com o título da notícia impressa do que propriamente com o lide. Dizemos isso porque a existência do lide está sempre dentro de uma estrutura noticiosa mais ampla, enquanto o título atua como uma espécie de “cartão de visita” da notícia, uma unidade independente de informação ultracondensada (ZERO HORA, 1994, p.71).

Atuando como uma unidade base em um macrocontexto de construção noticiosa hipertextual e, ao mesmo tempo, como uma unidade informativa independente capaz de relatar um fato, o *tweet* rompe, portanto, com a técnica da PI e do Lide e se aproxima da função que o “título” desempenha na estrutura padrão. Ressaltamos, mais uma vez, que grande parte dos *tweets* analisados funcionavam como títulos nas notícias publicadas nos sites. Apesar disso, a incorporação de novos elementos técnicos como o “@” e o próprio *link*, tornam o *tweet* uma construção textual diferenciada. Além disso, dentro da técnica jornalística padrão o título desempenha uma função de “convite” à leitura da notícia e não propriamente de célula informativa como o *tweet*. Na Figura 7 temos o exemplo de um *tweet* funcionando como título da notícia *linkada*:

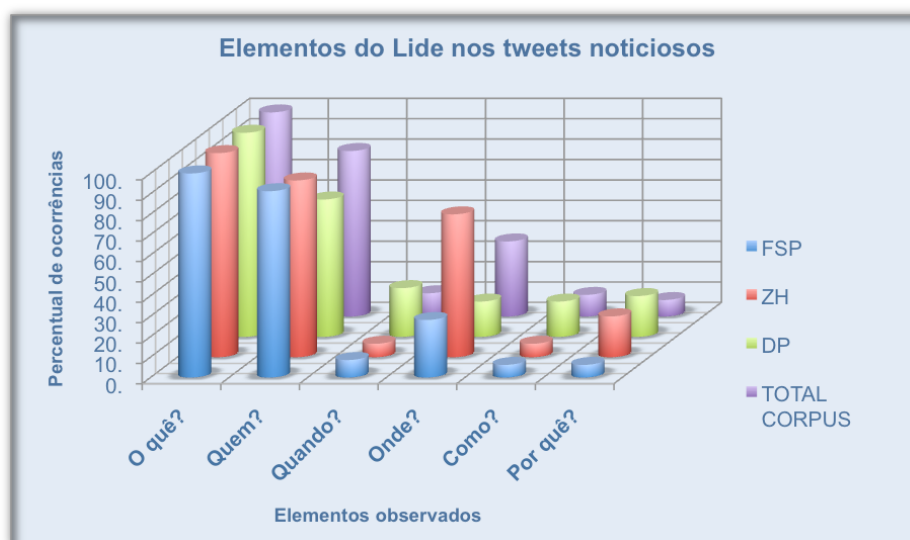
Figura 7 – *Tweet* funcionando como título



Fonte: *Corpus* de análise e site do jornal Folha de São Paulo.

Com base nos dados apresentados na Tabela 4, percebemos que a construção textual dos *tweets* com caráter noticioso obedece o que chamamos de “microlide”, uma espécie de técnica extraída da técnica ou uma subtécnica que apresenta certas regularidades na adoção dos elementos informativos originários do lide. O Gráfico 2 auxilia nossa visualização das ocorrências de cada elemento - tanto no perfis dos veículos, como no total de *tweets* noticiosos (122) encontrados no corpus.

Gráfico 2 – Ocorrência dos elementos do lide nos *tweets* noticiosos



Fonte: Figura produzida com base nos dados obtidos na análise do *corpus*.

Os dados nos apontam para uma sistematização do “microlide” em função da constante aparição de três elementos, sendo eles: “o quê”, “quem” e “onde”. Tanto nos *tweets* noticiosos da FSP como nos da ZH, o elemento que ocupa o terceiro lugar em “aparições” é o “onde”. Já no DP, vemos que esse elemento não aparece tanto como nos outros dois veículos. A explicação mais lógica para essa idiossincrasia dos *tweets* do DP, está ligada a área de abrangência do jornal que se concentra na cobertura de apenas duas cidades: Pelotas e Rio Grande. Apesar dessa diferença presente nos *tweets* do DP, o resultado total dos *tweets* demonstra a concentração dos jornalistas em atender as três questões mencionadas (“o quê?”, “quem?” e “onde?”) nos 140 caracteres disponíveis à redação dos *tweets*. As notícias veiculadas no Twitter, portanto, tendem a ser estruturadas por meio da observância do “microlide”.

Esse novo núcleo informativo poderia ser caracterizado como uma técnica de reestruturação do lide tradicional, através da supressão de alguns de seus elementos, e, ao mesmo tempo, da incorporação de outros artifícios técnicos como o “@”, que são específicos da ferramenta Twitter. Mesmo que a mudança pareça pequena, um fenômeno de reestruturação da técnica jornalística padrão é algo incomum. Todas as alterações que ocorreram ao longo da história acabaram por refletir em toda atividade jornalística e, ao mesmo tempo, simbolizar mudanças sociais mais amplas – o que nos leva a pensar o *tweet* como uma expressão enunciativa típica da sociedade em rede.

Outro aspecto relevante que emerge de nossas primeiras observações do *corpus* é a presença da cartola na estrutura de alguns dos *tweets* analisados. Dentro da linguagem jornalística padrão, o termo “cartola” designa uma ou mais palavras que são colocadas acima do título para identificar o tema das matérias jornalísticas (ZERO HORA, 1994, p.74). Como nos veículos impressos, no Twitter a cartola costuma preceder o texto e também pode funcionar como um elemento de indicação temática. Percebemos, entretanto, que além de elemento temático, no “*tweet* jornalístico” a cartola foi apropriada para atuar como um termo contextualizador ou como indicador modal do *link*. Para explicarmos melhor essas novas apropriações da cartola no Twitter, iremos comentar brevemente alguns dos *tweets* que a utilizam:

Figura 8 – Presença da cartola nos *tweets* jornalísticos



Fonte: *Corpus* de análise.

No primeiro *tweet* dado como exemplo percebemos a aplicação tradicional da cartola, ou seja, o termo “saúde” funciona como indicador temático da informação que o sucede. Dentro dessa perspectiva, a cartola não tem caráter informativo e, portanto, não é necessária ao entendimento da notícia. No segundo exemplo,

entretanto, observamos que a cartola, “gripe A”, funciona como um elemento informativo contextualizador que participa ativamente da construção do conteúdo, a não observância desse elemento acabaria por prejudicar o entendimento do conteúdo noticioso. A apropriação da cartola como elemento contextualizador parece favorecer a concisão necessária à construção de uma notícia capaz de informar com eficiência por meio de 140 caracteres. Já o terceiro *tweet* exposto, corresponde ao uso da cartola, “áudio”, como indicador modal do material *linkado*, ou seja, indica de antemão ao leitor a natureza do conteúdo que está disponível através do *link*. A Tabela 5 demonstra o número de ocorrências da “cartola” nas diferentes funções apresentadas:

Tabela 5 – Uso da cartola nos *tweets* jornalísticos

				TOTAL
Indicação temática	02	01	32	35
Termo contextualizador	--	01	13	14
Indicador modal do <i>link</i>	08	02	--	10
	10	04	45	59

Fonte: Dados obtidos pela análise do *corpus*.

Se vimos que o “*tweet* jornalístico” utiliza elementos provenientes do impresso e da técnica jornalística padrão à sua constituição e estruturação, ao mesmo tempo, ele também se apóia nas especificidades técnicas do Twitter à produção de seus enunciados.

3.4.1 Apropriações das funcionalidades técnicas do Twitter pelo *tweet* jornalístico

Das possibilidades técnicas da plataforma, as mais utilizadas à constituição dos “*tweets* jornalísticos” são a veiculação de *links*, utilização do *retweet*, uso de *hashtag* “#” e do arroba “@”. Se vimos, no capítulo 1, que a técnica jornalística suscita uma linguagem própria nascida da cultura da escrita, podemos afirmar que as técnicas do Twitter também configuram um sistema de linguagem específico que precisa ser apropriado por seus usuários durante seus processos enunciativos. Sendo assim, o enunciado jornalístico, a notícia, passa a observar não apenas elementos da técnica do jornalismo, mas também os elementos que fundamentam a

linguagem da plataforma. Para demonstrarmos a apropriação da linguagem do Twitter na constituição dos enunciados jornalísticos, trataremos de cada um dos elementos (“#”, “@”, *link* e RT) e suas utilizações.

Podemos dizer, resumidamente, que o *link* ou *hyperlink* é o elemento básico do hipertexto – ele oferece um método simples de passar de um ponto do documento para outro ponto interno ou externo. Na macroestrutura da notícia na *web*, o *link* é, sem dúvida, o principal elemento à consolidação da PD como modelo estrutural uma vez que a base de qualquer produção de material hipertextual. No Twitter, o *link* é amplamente explorado e, normalmente, é submetido à algum aplicativo voltado a “encurtá-lo” para que despenda o menor número de caracteres possíveis. Dos 134 “*tweets* jornalísticos” analisados, 122 continham *links* que remetiam às páginas dos veículos. Assim, podemos dizer que o *link* funciona nos *tweets* jornalísticos como o elo com o nível de explicação, a conexão entre o “microlide” e a notícia mais ampliada, presente nos *websites*.

Já a funcionalidade do *retweet*, conhecida como RT, é o mecanismo utilizado no Twitter para indicar que o conteúdo que está sendo publicado é proveniente de outro usuário. Para Santaella e Lemos (2010), o RT é um dos exemplos de fluência mínima dos enunciados produzidos no Twitter que precisam estar em consonância com a linguagem da plataforma, firmada através de sua microssintaxe.

O Twitter permite que os usuários façam um *retweet* de três formas. A primeira forma ocorre com um simples clique no ícone “retweeter” presente logo abaixo de todos os *tweets* (“exemplo a” do Esquema 11). Essa forma de *retweeter* garante total conservação do *tweet* original e de sua fonte, mantendo a foto/avatar do perfil do autor (“exemplo b” do Esquema 11) e não permitindo a edição do conteúdo.

Os *tweets* apresentados no Esquema 11 não fazem parte do nosso *corpus* e serão apresentados apenas para ilustrar a possibilidade desse tipo mais direto e preciso de repassar uma informação dentro do Twitter. Destacamos, portanto, que não houve nenhuma ocorrência dessa primeira forma de *retweet* nos *tweets* analisados, o que pode demonstrar a resistência dos veículos em abrir o espaço em

seu *outflow*⁶⁴ para vinculação da imagem de outro perfil ou para uma referência tão explícita.

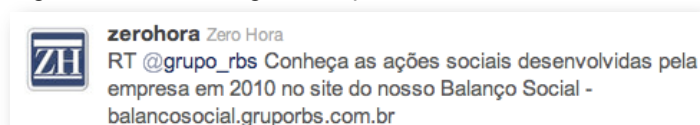
Esquema 11 – Mecanismo de *retweet* direto



Fonte: Dados retirados do *corpus*.

A segunda forma de dar um *retweet* é a colocação da sigla RT no início do *tweet* seguida pela identificação do autor da informação. Essa forma de *retweet* permite a edição do texto original e mesmo a inserção de algum comentário sobre ele. A Figura 9 demonstra essa segunda possibilidade de *retweet*. Nela, o usuário que está repassando a informação, a ZH, mantém sua identificação visual e presença autoral utilizando o RT como uma espécie de sinal à citação direta da fala da fonte, @grupo_rbs, que é exposta após o sinal “:”. Fazendo um paralelo com o texto jornalístico padrão, o uso desse RT funcionaria como uma citação direta expressa através do uso de aspas e dos verbos declarativos empregados para introduzir ou finalizar a fala de algum personagem da notícia: “afirmar”, “declarar”, “dizer”, etc.. Assim, a construção “RT+@usuário” serve para indicar a exposição direta da fala do outro dentro do enunciado.

⁶⁴ A expressão *outflow* se refere ao fluxo informacional externo de um determinado usuário do Twitter. Simplificando, o *outflow* pode ser tido como o conjunto de *tweets* publicados por um certo usuário que está disponível a qualquer um que acesse seu perfil. De acordo com Santaella e Lemos (2010), o Twitter se caracteriza pela presença de dois fluxos informacionais que se relacionam: o *outflow* e o *inflow*, o fluxo interno e privado de um usuário que é formado pelos *tweets* e *retweets* dos perfis que este segue, ou seja, sua *timeline*.

Figura 9 – Uso da sigla “RT” para indicar um *retweet*

Fonte: *Corpus* de análise.

A terceira possibilidade para *retweet* é a inserção da *slashtags* obtida através da combinação do *slasher* “/” (barra delimitadora de metadados) e do *pointer*⁶⁵ “via”. Essa forma é muito parecida com a da inserção da sigla RT, permite a edição do conteúdo e exige a identificação da fonte através do @usuário. De acordo com Santaella e Lemos (2010), essa forma de *retweet* ainda não está muito popularizada, mas já é encontrada nos *tweets* de “usuários mais fluentes em microtexto” (p.112). Em nosso corpus de análise observamos a ocorrência dessa possibilidade de *retweet*, exclusivamente, no conteúdo da FSP. Entretanto, o que vimos é uma variação dessa possibilidade, a FSP utiliza o *pointer* “via” sem a precedência da “/” e entre parênteses junto com a identificação da fonte.

Figura 10 – Uso do “via” como forma de RT



Fonte: *Corpus* de análise.

A utilização feita pela FSP demonstra a apropriação de uma possibilidade técnica da plataforma à sistematização e padronização dos *retweets* realizados pelo veículo. Essa busca pela padronização do texto é uma constante da atividade jornalística em qualquer meio, os manuais de redação são a prova física dessa afirmação. Ao buscar se apropriar da ferramenta, o jornalismo é, ao mesmo tempo, permeado por ela e pelos elementos de sua linguagem e, sendo assim, busca inseri-las em suas padronizações técnicas que estabilizam a forma de seus enunciados.

A cada nova mídia ou ferramenta que surge o padrão técnico e a linguagem jornalística precisam ser remodelados para melhor se adaptarem às novas especificidades do meio, ou melhor dizendo, para melhor dialogarem com a linguagem do meio. O processo de adaptação é gradual e costuma apresentar

⁶⁵ O termo *pointer* se refere às pequenas palavras atribuidoras de significado no sistema Twitter.

muitas variações de um veículo ao outro. Queremos dizer com isso que novas técnicas sofrem apropriações e experimentações distintas entre os sujeitos. Vimos, por exemplo, que enquanto a @zerohora utiliza a sigla RT “@usuário” para indicar a fonte de uma informação que está sendo repassada integralmente, a @folha_com não utiliza o RT e faz a indicação da fonte após a informação colocando o “via @usuário” entre parênteses. Veja:

Figura 11 – Uso do RT nos *tweets* jornalísticos



Fonte: *Corpus* de análise.

Apesar de ambas construções estarem voltadas ao mesmo propósito de *retweetar*, a diferente forma de fazê-lo pode trazer consigo diferentes efeitos. Já mencionamos que a construção feita pela ZH, “RT+@usuário+.”, causa um efeito parecido com o das citações diretas em que o veículo/jornalista marca, através dos verbos declarativos e uso de aspas, a fala exposta como sendo do outro – colocando-o como autor expreso da fala. Já a construção da FSP, “(via @usuário)”, nos parece estar mais próxima de uma citação indireta em que o a fala da fonte é trabalhada pelo veículo/jornalista, tornando-a uma construção híbrida entre a fonte da informação e o enunciador.

O outro elemento técnico característico do Twitter e utilizado nos “tweets jornalísticos”, é a **hashtag** (#). Conceitualmente, as *tags* são indexadores de temas, tópicos e/ou palavras-chave que reúnem todos conteúdos relacionados em um mesmo fluxo informacional. “Este fluxo comum possibilita a todos os usuários acompanhar a discussão de um tema e/ou divulgar informações pertinentes em tempo real” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p.108).

No Twitter as *tags* passaram a ser precedidas pelo símbolo # (*hash*, em inglês), dando origem as *hashtags*. Como as *hashtags* tratam dos mais diferentes tópicos e assuntos, dos mais específicos aos mais abrangentes, elas podem ser comparadas ora com as próprias cartolas que delimitam a temática de uma página

de jornal ou com os marcadores e palavras-chave de um *website*, ora com os cadernos especiais de jornais impressos ou páginas temáticas que compõem um *website*. Apesar desse possível paralelo, as *hashtags* se diferenciam de qualquer outra ferramenta de indexação utilizada pelos veículos jornalísticos por publicar, igualmente, os conteúdos de todos os usuários que as utilizem no mesmo espaço.

Figura 12 – Alguns dos *tweets* encontrados através da busca⁶⁶ por #fenadoce



Fonte: Dados retirados do *corpus* e do site Hashtag.org.

Se pensarmos em um marcador de notícias de um *website* como “mensalão”, por exemplo, sabemos que ele contemplará todas as notícias relacionadas ao tema, mas restringindo-se ao conteúdo publicado naquele *website*. Ou seja, quando um veículo jornalístico cria um marcador para um tipo de notícia ou assunto específico em seu site, ele está apenas organizando suas informações internas; já quando veicula uma *hashtag* em um *tweet* está abrindo um espaço externo ao seu perfil no qual outras pessoas irão *tweetar*, discutir e apresentar informações, sem que haja qualquer mecanismo de restrição disponível ao veículo.

Em nosso *corpus* encontramos cinco *hashtags*, todas no perfil do DP. Observamos quatro ocorrências da #Fenadoce e uma da #alertadp. Na figura 12 pudemos ver o exemplo de um *tweet* que apresentou a #fenadoce, seguido pela figura que apresenta outros *tweets* com a mesma *hashtag*. Na figura observada há uma sequência de *tweets* e *retweets* de diferentes usuários que também utilizaram a

⁶⁶ A busca foi realizada através do site <<http://www.hashtags.org/>>, no dia 1º de agosto de 2011. O site mencionado é voltado à pesquisa das *hashtags* existentes, ele oferece serviços como gráficos de usos e lista com os últimos *tweets* que utilizaram a *hashtag* pesquisada.

#Fenadoce (destacado em vermelho). Por limitações⁶⁷ impostas pelo Twitter não conseguimos ter acesso ao fluxo informacional que foi gerado pela *hashtag*, mas destacamos que todos os *tweets* ocuparam tal fluxo igualmente, um após o outro.

Para darmos um exemplo visual do fluxo informacional de uma *hashtag*, apresentaremos a Figura 13 que conta com os últimos *tweets* acerca da #voltaasaulas que foi amplamente apropriada pelos usuários do Twitter na constituição de seus enunciados.

Figura 13 – Tela parcial da busca por #voltaasaulas



Fonte: Imagens retiradas do Twitter.

Outro elemento de grande importância na construção dos *tweets* é a **arroba**. Uma boa definição é dada por Tagil Oliveira Ramos (2010) quando afirma que “no Twitter, @ é sinônimo de gente. Tem força magnética na linguagem, principalmente, em sua sintaxe” (p.38), nenhum conceito poderia ser mais direto e esclarecedor que esse, a arroba é o sujeito do SRS Twitter. A arroba é o símbolo que precede o *TwitterNome*, ou seja, a identificação de cada usuário dentro da *Twiterville*. Assim, podemos dizer que a arroba sempre marca a presença de um *twittereiro*.

Figura 14 – Tweets com a presença da arroba



Fonte: Corpus de análise.

⁶⁷ O Twitter não permite o acesso a dados veiculados há mais de sete dias.

Ambos os enunciados apresentados na Figura 14 utilizam a “@” para inserir a presença de um outro usuário. No primeiro exemplo dado, da FSP, o *tweet* apresenta os personagens da notícia fazendo referência tanto aos nomes pelos quais são reconhecidos no mundo *offline*, como também aos seus *TwitterNomes* indicados pela precedência da “@”. Já no segundo exemplo, da ZH, o *tweet* apresenta, através do @andersonpereira, a identificação do enunciatário daquela mensagens. Percebemos nesse *tweet*, o caráter conversacional que permeia o conteúdo vinculado e a referência direta que a @zerohora faz de seu leitor, explorando o caráter de SRS do Twitter. Nesse e em outros *tweets* similares vemos que, ao buscar o contato direto com algum @seguidor/leitor, o veículo abandona a “impessoalidade” exigida pela linguagem jornalística padrão e também toda rigidez e frieza características do enunciado noticioso de referência – chegando a explorar o uso de *emoticons*⁶⁸. Em suma, podemos afirmar que a arroba funciona como um elemento de referência, como uma espécie de pronome pessoal pelo qual o diálogo se torna possível. Ou seja, a única maneira que o *eu* possui de estabelecer contato com o *tu*, no Twitter, é por meio da utilização do @*TwitterNome*.

Figura 15 – Perfis dos jogadores Ronaldo Nazário e Paulo Henrique Ganso



Fonte: Imagens retiradas do Twitter.

Outra importante questão acerca da arroba é sua funcionalidade como *link*. Ao clicarmos nas menções feitas no *tweet* da FSP, ou seja, no @claroronaldo e no @samsungphganso, somos encaminhados diretamente ao perfil que representa os sujeitos no Twitter (Figura 15). Esse exemplo nos demonstra que ao mencionar os

⁶⁸ Os *emoticons* (do inglês, *emotion* + *icon*) são formados por sequência de caracteres tipográficos - tais como: :) e :(. A sequência ou uma pequena figura originada dela, como esta “☺”, serve para transmitir de forma não-verbal o estado psicológico, emotivo, de quem os emprega, por meio de ícones ilustrativos de uma expressão facial. Os *emoticons* são importantes “elementos” constitutivos do “internetês”, ou como prefere Santaella e Lemos (2010) da linguagem hipermidiática, e são amplamente utilizados nas interações na *web*.

sujeitos da notícia por suas identificações na ferramenta, a FSP explora a possibilidade da arroba como *link*, indicando ao leitor a visualização do próprio conteúdo que originou a informação e, ao mesmo tempo, apresentando uma espécie de testemunho do que está sendo relatado.

Estas últimas três funcionalidades que acabamos de explorar (RT, @ e #) caracterizam, como já mencionamos, um novo sistema de microssintaxe específico ao Twitter. Esse sistema é reflexo da restrição de 140 caracteres imposta à produção textual, suas funcionalidades “são exemplos da fluência mínima em microssintaxe que é requisito básico para a navegação e inserção bem-sucedida” (p.111-112) no Twitter. Ampliando suas observações as autoras nos apontam que:

A microssintaxe torna evidente que um novo tipo de linguagem emerge em resposta às características das micromídias, exigindo dos novos participantes níveis gradativos de alfabetização em microssintaxe [...] Nesse contexto, o uso efetivo da linguagem específica e apropriada se torna um requisito fundamental para a inserção de um usuário em cada ambiente midiático (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p.112).

Ora, se o aparecimento dessa microssintaxe origina uma nova linguagem que emerge em respostas às possibilidades técnicas do Twitter, é lógico que ao fazer uso da ferramenta os jornalistas/veículos precisaram se apropriar da linguagem do meio para veicular suas mensagens de maneira inteligível. A Tabela 6 nos mostra que esse processo de “alfabetização” dos jornalistas nesta “microssintaxe” está ocorrendo gradualmente.

Tabela 6 – Uso dos elementos técnicos do Twitter

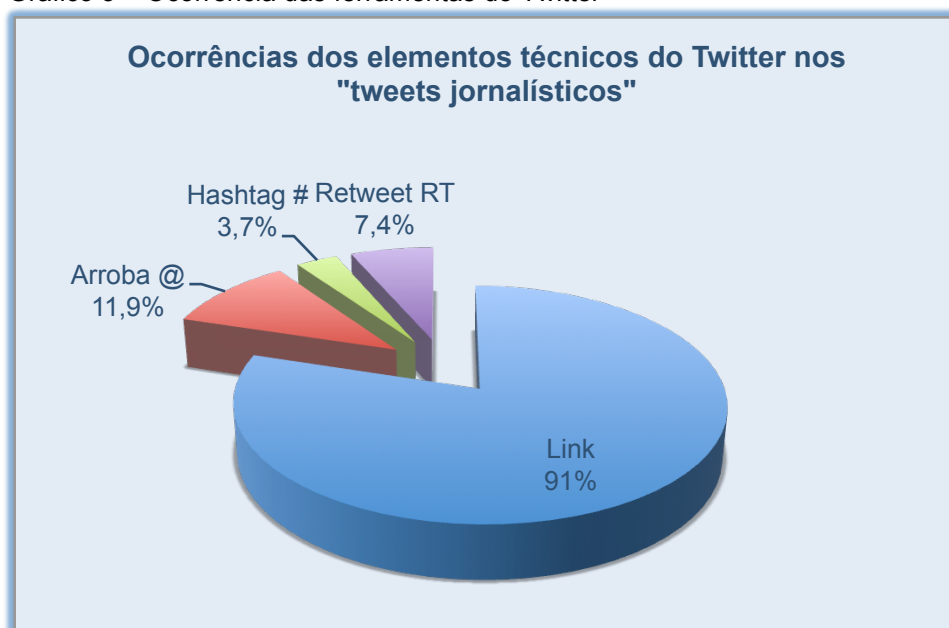
				TOTAL
Uso de links	50	32	40	122
Uso de @	12	04	--	16
Hashtags	--	--	05	05
Retweets	08	02	--	10

Fonte: Dados retirados do corpus de análise.

A ampla utilização do *link* em contraposição a escassa presença de *hashtags*, por exemplo, evidencia a gradativa cadência de apropriação da microssintaxe na produção dos “*tweets* jornalístico”. O primeiro elemento mencionado na Tabela 6, o *link*, é utilizado com mais naturalidade porque já faz

parte das construções textuais dos *websites* e das demais ferramentas da *web*, por outro lado, a *hashtag* parece causar certo estranhamento por ser um elemento novo, parte da microssintaxe específica do Twitter. O Gráfico 3 permite uma melhor visualização dos dados apresentados na tabela.

Gráfico 3 – Ocorrência das ferramentas do Twitter



Fonte: Dados retirados do *corpus* de análise (apresentados na Tabela 6).

Os percentuais expostos no gráfico demonstram a ocorrência de utilização das ferramentas do Twitter, indicando a prevalência do *link* e do elemento "@". Já vimos que o *link* é um recurso naturalizado dentro das diversas formas de webjornalismo, explorando a própria natureza hipertextual do ambiente, a arroba, por sua vez, é o mecanismo de referencialidade direta dos sujeitos dentro da *Twitterville* e, por isso mesmo, precisa ser usado com muita frequência para explorar seu importante caráter de rede social.

Essa utilização crescente dos elementos da microssintaxe do Twitter caracteriza o hibridismo que permeia os "*tweets* jornalísticos", ou seja, ao mesmo tempo que encontramos a presença de elementos da técnica padrão do texto jornalístico, encontramos também a inserção dos elementos de microssintaxe oriundos do Twitter. A soma desses elementos dá origem a uma linguagem nova, diferenciada e específica que se faz ver através dos novos enunciados produzidos⁶⁹.

⁶⁹ A nova linguagem e os novos enunciados jornalísticos estarão no cerne da de nossa análise a partir do ponto subsequente.

No Twitter, a presença desses elementos específicos de codificação é tão intensa e arraigada ao próprio funcionamento do sistema que sua não observância impossibilita a comunicação e a troca entre agentes. Sendo o jornalismo uma atividade voltada à transmissão de mensagens, não haveria outra forma de explorar o potencial midiático do Twitter senão através da apropriação de sua sintaxe, linguagem e organização. Assim, para comunicarem nesse ambiente específico os jornalistas entraram em processo de assimilação e apropriação dos novos signos, adaptando e explorando as novas possibilidades à sua atividade. Esse processo de apropriação está se dando de forma tão expressa que já podemos observá-lo além das fronteiras da ferramenta. O exemplo da Figura 16 demonstra que os elementos da linguagem do Twitter estão ganhando espaço em outros espaços dentro da *web*. A notícia da FSP, *linkada* em dos *tweets* do *corpus*, mostra esse movimento de migração da linguagem da ferramenta para o *website*. Destacamos que as próprias fontes mencionadas da notícia não estão vinculadas à identidade de um sujeito empírico, mas sim com uma identificação proveniente do Twitter, o referente “material” da notícia padrão, portanto, dá espaço ao @sujeito que existe apenas enquanto linguagem em um ambiente igualmente linguístico.

Figura 16 – Apropriação das marcas linguísticas do Twitter na notícia da *web*

The image shows a screenshot of a news article from the website 'Folha de São Paulo' dated 16/06/2011. The headline is 'Hackers divulgam 62 mil endereços de e-mail e senhas roubados'. The article text includes several instances of Twitter-like syntax being used in a traditional news format. Annotations with arrows point to these instances, highlighting the migration of digital communication markers into print media.

Annotations:

- Pointing to a URL: "E, como sempre, o LuizSec cumpre: <http://t.co/yQlcu5x>. Mais de 62 mil e-mails e senhas só para vocês. Divirtam-se."
- Pointing to a tweet-like structure: "Com o **tuíte** acima, o grupo de hackers Luiz Security lançou dezenas de milhares endereços de e-mail e senhas associadas a eles."
- Pointing to a user mention: "O usuário @phenomshel **reclamou** que seu nome de usuário e sua senha do Gmail foram vazados, o que permitiu que suas contas do Twitter, do Hotmail e do Facebook fossem invadidas."
- Pointing to another user mention: "Uma imagem postada por @TGxRevival no **Twitpic** mostra uma conta do Facebook supostamente invadida."

Fonte: Notícia retirada do site jornal Folha de São Paulo no dia 16 de junho de 2011.

As ferramentas técnicas que apontamos até este ponto servem como marcas visíveis do processo que, como vimos no segundo capítulo, está modificando todas as formas de relação e comunicação na sociedade

contemporânea uma vez que “toda linguagem traz consigo novos modos de pensar, agir, sentir” (SANTAELLA, 2007, p.320). Com a apropriação técnica dos novos elementos linguísticos advindos com o Twitter, observada neste ponto, o jornalismo passa a atuar em um sistema simbólico novo que está refletido na própria construção de seus *tweets*. Assim, partiremos para uma nova etapa de nossa análise pela qual tentaremos demonstrar as novas configurações do enunciado jornalístico no Twitter, suas principais características e efeitos.

3.5 ENUNCIADOS JORNALÍSTICOS NO TWITTER

Durante o primeiro capítulo de nosso trabalho tratamos de evidenciar que o enunciado jornalístico é a própria notícia. Vimos também que, como fruto do processo de enunciação jornalística, a notícia padrão foi estabilizada através dos processos e modelos técnicos que caracterizam seu dizer e que refletem o contexto histórico e social pelo qual se legitimou e firmou seu discurso referencial (GOMES, 2000). Todavia, o capítulo seguinte nos demonstrou que o contexto contemporâneo foi amplamente alterado e, conseqüentemente, seu sistema de significação também. Com o aparecimento das novas TICs, especialmente com o ciberespaço, um novo contexto está sendo consolidado – modificando todas as formas de interação, comunicação e representação do homem. Vimos que, com a inserção do jornalismo no ambiente do Twitter, novas técnicas foram apropriadas à constituição das notícias, refletindo características que são, ao mesmo tempo, marcas de uma nova atividade jornalística como também da sociedade que a formata, a sociedade em rede.

Sendo assim, buscaremos, neste ponto do trabalho, caracterizar os enunciados jornalísticos no Twitter, ou seja, os *tweets* jornalísticos para, confrontando-os com os enunciados padrão, indicarmos as modificações e os novos efeitos discursivos da notícia no Twitter. Para tanto, nosso primeiro passo será uma proposta de tipificação dos *tweets*, jornalísticos com base no aparente objetivo ou propósito ao qual se destinam, e a simultânea identificação das técnicas empregadas na sua constituição. Posteriormente iremos, com base nas idiossincrasias de cada formato de *tweet* jornalístico, traçar as características gerais de tais enunciados e as possíveis alterações com relação as notícias do jornalismo padrão.

3.5.1 Tipificação dos Tweets

Ao observarmos a estrutura, os elementos técnicos empregados à constituição dos 134 *tweets* coletados, percebemos que nem todos estavam centrados na apresentação ou no repasse de um fato jornalístico, ou seja, em uma notícia nos moldes padrão. Diante do que encontramos em nosso *corpus*, podemos identificar três “espécies” diferentes de “*tweets* jornalísticos”:

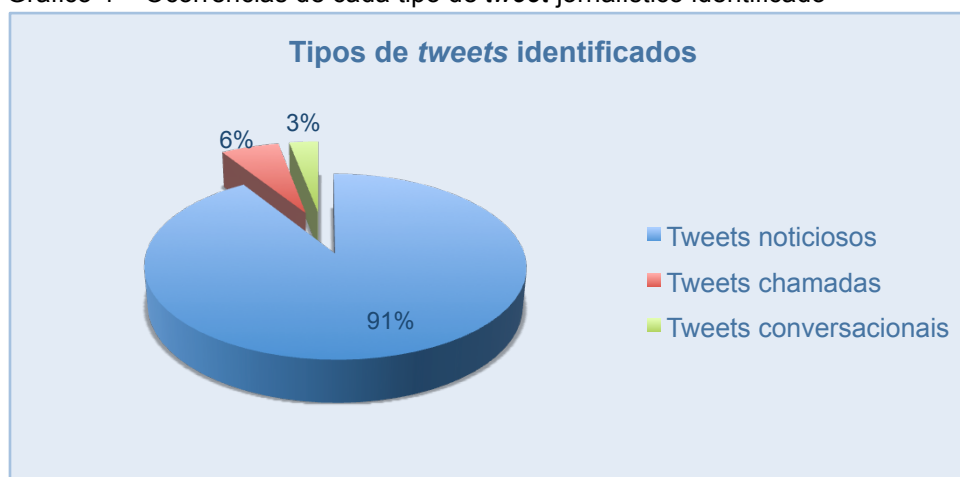
Tabela 7 – Tipificação dos *tweets* jornalísticos e quantidade de ocorrências

				TOTAL
Tweets noticiosos	46	30	46	122
Tweets chamadas	04	03	01	08
Tweets conversacionais	02	02	--	04

Fonte: Dados retirados do corpus de análise.

Como demonstramos na tabela acima, apesar da variação existente, a ampla maioria dos *tweets* (mais de 90%) está destinada à divulgação de conteúdo noticioso, ou seja, está centrada na publicação de informação acerca de um acontecimento considerado como fato noticioso, notícia. Esse dado nos aponta que os veículos analisados buscam, de fato, primeiramente explorar a capacidade do Twitter como ferramenta midiática eficiente à publicização e divulgação de informes noticiosos convencionais. De acordo com os dados apresentados na Tabela 7, a proporção de ocorrência dos diferentes tipos de *tweets* identificados pode ser exposta através do seguinte gráfico:

Gráfico 4 – Ocorrências de cada tipo de *tweet* jornalístico identificado



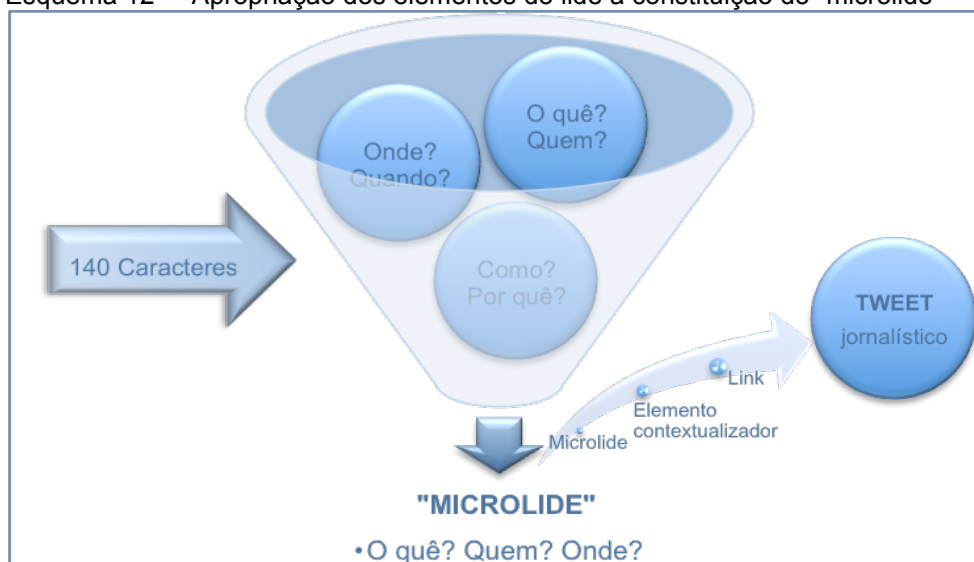
Fonte: Dados retirados do corpus de análise.

Para estabelecermos a diferenciação sugerida no Gráfico 4, nos baseamos na apropriação dos elementos técnicos, anteriormente apresentados, e na aparente intenção que permeava cada uma das construções textuais. Norteados por esses critérios, nossas observações nos levaram a alguns apontamentos específicos de cada um dos tipos de *tweets* jornalísticos encontrados.

3.5.1.1 *Tweet* Noticioso

Constituindo 91% do material analisado, o *tweet* noticioso foi assim denominado por centrar-se na divulgação de informações e/ou dados voltados à exploração de um fato jornalístico, ou seja, uma notícia. Como já mencionamos, esses *tweets* apresentam, simultaneamente, elementos oriundos da técnica jornalística, do Twitter e do ambiente hipertextual da *web*. Dessa forma, o *tweet* noticioso se coloca como uma construção híbrida, uma espécie de colagem de diversos elementos técnicos que convergem à construção eficaz de notícias hipercondensadas, informacionais, intemporais e elementares. O Esquema 12 representa o processo técnico diferenciado pelo qual os *tweets* passam.

Esquema 12 – Apropriação dos elementos do lide à constituição do “microlide”



Fonte: Esquema nosso.

O esquema nos mostra a paulatina elaboração de uma estrutura textual específica. Primeiro vemos que os elementos tradicionais do lide passam por uma filtragem que garanta o uso mínimo de caracteres e informações para compreensão

do que será informado, originando o “microlide”. Em seguida, observamos a presença de um elemento contextualizador (que ocorre através do uso de cartolas ou de indicação dos demais elementos do lide “quando?”, “como?” ou “por quê?”), utilizado em muitos *tweets* do *corpus*. Por fim, notamos a recorrente presença do *link*⁷⁰ como elo entre o *tweet* e a notícia veiculada no *website*, caracterizando a participação do *tweet* como unidade base da macroestrutura hipertextual da notícia na *web*. Ao falar sobre as linguagens oriundas das apropriações dos meios digitais como ferramentas de comunicação e interação, Santaella (2007) usa o termo hipermídia para indicar a “base das linguagens” da Rede, nas palavras da autora:

Longe de ser apenas uma nova técnica, um novo meio para transmissão de conteúdos preexistentes, a hipermídia é, na realidade, uma nova linguagem que nasce da criação de hipersintaxes capazes de refuncionalizar linguagens (textuais, sonoras, visuais) que antes só muito canhestramente poderiam estar juntas, combinando-as e retecendo-as em uma malha multidimensional [...] a hipermídia significa uma síntese inaudita das matrizes da linguagem e pensamento sonoro, visual e verbal, com todos os seus desdobramentos (2007, p.320).

A presença massiva do *tweet* noticioso demonstra a preocupação dos veículos em explorar o caráter de ferramenta midiática assumido pelo Twitter e sua funcionalidade informativa. Ao que parece, o microblog tornou-se o ambiente ideal à veiculação de notícias capazes de atingir o grande número de leitores interessados em doses homeopáticas de informações diversas. Ao oferecer os *tweets* noticiosos como uma pequena cápsula de informação sobre um dado fato, o veículo o convida e estimula a, através do *link*, obter uma exploração mais ampliada do que está sendo reportado. Todo esse processo é ampliado pela rede social, ou seja, ao atingir um usuário do Twitter o veículo, virtualmente, está atingindo uma rede maior que terá acesso ao conteúdo através do uso de RTs ou mesmo de menções. Cabe destacarmos que apesar dos *tweets* noticiosos observarem alguns elementos da técnica jornalística padrão e também focarem à exploração do factual, a especificidade do ambiente e de suas linguagens modifica os efeitos do enunciado

⁷⁰ Destacamos, mais uma vez, que a forma não-linear dos conteúdos fluídos do ciberespaço é possibilitada, principalmente, pela presença do *link*. Para Santaella (2007), o *link* é a chave mestra para as sintaxes da descontinuidade que surgem como linguagens dentro do próprio sistema linguístico do hipertexto.

noticioso. Se pensarmos, por exemplo, na característica de rede social da plataforma vemos que os *tweets* noticiosos, ao contrário da notícia padrão,

tiram a ênfase da autoria em favor de ‘mensagens em circuito’ que tomam formas fixas, mas efervescentes e continuamente variáveis [...] o texto dá a sensação de ter sido dirigido a nós. A mensagem em circuito é tanto dirigida quanto dirigível por nós; o modo é fundamentalmente interativo ou dialógico (NICHOLS *apud* SANTAELLA, 2007, p.316).

A linguagem utilizada no *tweet* noticioso é, portanto, resultado do hibridismo resultante da união dos elementos das linguagens jornalística, hipertextual e do Twitter. Essa mistura - voltada à atender as necessidades de uma sociedade que busca velocidade, mobilidade, informação e ferramenta midiática *always on*⁷¹ – origina enunciados com as seguintes características gerais:

- a) **hiperconcisos** - se a notícia padrão é considerada como um enunciado muito conciso (frases curtas, sintaxe direta, lide) o *tweet* noticioso (única frase em 140 caracteres, microssintaxe) só pode ser considerado como o extremismo dessa característica que pode ser simbolizada pela criação do “microlide”;
- b) **impessoais** - os *tweets* noticiosos buscam seguir a linguagem jornalística padrão no que se refere a tentativa de um enunciado impessoal - onde os fatos de um terceiro são contados em terceira pessoa (ele/eles), buscando ocultar qualquer autoria;
- c) **objetivos** - a maior parte dos *tweets* mantém uma linguagem que busca a tradicional objetividade do fato relatado através de uma construção impessoal e constativa - todavia, notamos que interação com outros usuários, presença de certos sinais gráficos (!) e o uso de *links*⁷² interferem, de certa forma, na articulação simbólica que visa gerar a ilusão referencial através de uma linguagem que vela os signos dos sujeitos da enunciação;
- d) **efêmeros** - a observância dessa característica, comum a todos enunciados jornalísticos, nos parece ganhar especial destaque nos *tweets* noticiosos

⁷¹ O Twitter é considerado uma ferramenta “*always on*” por permitir e estimular a conexão permanente e móvel dos sujeitos.

⁷² Não estamos sugerindo que a presença do *link* mine a objetividade da linguagem utilizada no relato, nossa observação apenas indica que, ao contrário da notícia padrão que não faz nenhuma menção ao “produtor” do relato, nos *tweets* a presença expressa do *link* sugere uma espécie de “fonte intermediária” entre o enunciado e a realidade.

porque não se liga apenas ao fato de ser um relato de um estado/algo transitório, mas também por ele próprio ser uma construção muito breve que logo se altera no fluxo informativo, tornando-se inacessível rapidamente – essa característica fica muito evidente pela falta de referências temporais na constituição textual dos *tweets* que voltam-se sempre para os leitores e o presente imediatos.

- e) **hipertextuais:** a presença constante de *links* nos *tweets* *noticiosos* torna evidente seu caráter hipertextual, vimos que no contexto da macro-estrutura do webjornalismo isso torna o *tweet* a unidade de exploração da notícia;
- f) **elementares:** ao contrário da redação padrão de um texto jornalístico, o *tweet* *noticioso* não possui uma distribuição hierarquizada das informações, atuando como uma célula elementar que apresenta apenas dos dados essenciais à uma exploração gradativa que adiciona elementos e amplia os já apresentados.

Com o grande número de *tweets* *noticiosos* encontrados optamos por subdividi-los para continuarmos nossos apontamentos acerca da linguagem e dos enunciados *noticiosos* no Twitter. Para realizarmos tal tarefa nos baseamos nas diferenças encontradas tanto em relação a linguagem permeada pela apropriação de diferentes elementos técnicos, quanto pela aparente intenção das notícias. Assim, dividimos os *tweets* *noticiosos* de nosso *corpus* em *tweets* *informativos* e *tweets* *cobertura*.

3.5.1.1.1 *Tweet informativo*

O termo *informativo* foi empregado aqui para remeter a ideia de Castells (2010) que liga o termo ao aparecimento da sociedade em rede e sua respectiva cultura, chamada de “cultura da virtualidade real”. O cerne de toda discussão proposta pelo autor está nas implicações das transformações tecnológicas da cultura midiática que originam os espaços de fluxo e produção contínua do conhecimento através do conhecimento. Assim, colocamos como *tweets* *informativos* as notícias que se originam de outras notícias e, ao mesmo tempo, as divulgam.

Em nosso *corpus* encontramos 109 ocorrências de *tweets* voltadas à divulgação de notícias “externas”, ou seja, os veículos utilizam os *tweets* para

estimulem os leitores à exploração das notícias veiculadas em seus *websites*. Assim, a estrutura dos *tweets* informacionais sempre conta com a presença do *link*, fazendo-o atuar como unidade base dos produtos característicos do webjornalismo. Vejamos alguns exemplos:

Figura 17 – *Tweets* informacionais dos jornais analisados



Fonte: *Corpus* de análise.

Esse tipo de enunciado possui ocorrência majoritária entre os produtos jornalísticos publicados no Twitter. Sua produção é sempre secundária, estando sempre precedida pela produção de uma célula informativa mais ampla que lhe é conectada através do *link*. Os *tweets* informacionais, portanto, são as construções mais próximas da linguagem padrão, apresentando a notícia por meio de enunciados assertivos/constatativos, impessoais e objetivos. Apesar disso, os *tweets* informacionais apresentam o caráter hipertextual da *web* e as características específicas resultantes da ferramenta: hiperconcisão; efemeridade acentuada; estrutura elementar e, por fim, participação no fluxo informacional heterogêneo e interativo do Twitter.

3.5.1.1.2 Tweet cobertura

Inseridos dentro do grupo de *tweet* noticioso, os *tweets* cobertura estão voltados à noticiar o desenrolar de um acontecimento em tempo real, semelhante as notícias minuto a minuto oferecidas por alguns *websites*. Zago (2008) considera esse tipo de aplicação prática como uma das promissoras apropriações do Twitter à produção jornalística na web. A utilização do Twitter à cobertura dinâmica de um acontecimento é favorecida pelas características da plataforma que, em conjunto com os dispositivos móveis e redes sem fim, permite que o jornalista divulga as informações com enorme rapidez e agilidade através de 140 caracteres. Além disso, sua característica hipertextual favorece a exploração gradativa de dados que podem ser acrescentados a qualquer momento através de novas células informativas. Durante a observação do corpus identificamos a ocorrência de 13 *tweets* cobertura, todos divulgados no perfil do DP, ligados a dois eventos esportivos distintos. A cobertura do primeiro evento (evento A), totalizada em cinco *tweets*, se voltou a relatar o desenrolar de uma partida de futebol entre as equipes do Brasil de Pelotas (Xavante) e do Brasil de Farroupilha (Farroupilha).

Figura 18 – Sequência dos *Tweets* cobertura do evento “A”



Fonte: *Corpus* de análise.

Os *tweets* apresentados na Figura 18 participam de um fluxo informacional que visa narrar um dado fato em tempo real. Cada enunciado é usado para acrescentar uma nova informação que expõe o desenrolar do evento, relacionando dialogicamente com o anterior. Ao mesmo tempo há uma constante repetição de dados para contextualizar uma nova informação que está sendo inserida e/ou ampliada por meio de um novo nodo informativo *linkado* ao *tweet*, evidenciando a dinâmica do fluxo e o caráter hipertextual da construção noticiosa na *web*. Para visualizarmos esse fenômeno iremos explorar os *tweets* das duas coberturas encontradas no *corpus*, esclarecemos que o segundo evento (evento B) também se direcionava à cobertura, através de oito *tweets*⁷³, uma partida de futebol, entre São Paulo e Avenida.

Quadro 5 – *Tweets* cobertura e a gradativa exploração da informação

<i>Tweet</i> com a exploração imediata de uma informação nova sobre o acontecimento narrado	<i>Tweet</i> indicando mais exploração da informação em um novo nodo expresso pela presença do <i>link</i>
diariopopularRS Diário Popular Segundona: Xavante e Brasil de Farroupilha estão empatados em 2 a 2 no Estádio das Castanheiras 21 hours ago	diariopopularRS Diário Popular Segundona: Xavante e Brasil de Farroupilha estão empatados em 2 a 2 bit.ly/kVo72q 20 hours ago
diariopopularRS Diário Popular Segundona: Alex marca o terceiro gol do Avenida aos 3 minutos do segundo tempo	diariopopularRS Diário Popular Segundona: São Paulo está perdendo de 3 a 0 para o Avenida bit.ly/kH3AoZ
diariopopularRS Diário Popular Segundona: Avenida faz o sexto gol contra o São Paulo 20 hours ago	diariopopularRS Diário Popular Segundona: Sexto gol do Avenida! São Paulo está perdendo de goleada para o Avenida bit.ly/kH3AoZ

Fonte: *Corpus* de análise.

Percebemos que os *tweets* da primeira coluna concentram-se em no imediatismo, ou seja, aparecem como uma construção textual primária e original acerca da informação veiculada diretamente no Twitter, ficando restrita aos usuários da ferramenta. Já os *tweets* da segunda coluna retomam a informação original e ampliam sua exploração através da inserção de um *link* que leva a nodo secundário, caracterizando esses *tweets* como unidades base de uma macroestrutura notícia. Reafirmamos que a observância do *link* nos *tweets* indica não apenas a hipertextualidade do relato, mas também uma construção posterior em relação ao material *linkado*.

Sendo assim, os *tweets* cobertura postos como unidades base aproximam-se muito dos *tweets* considerados informacionais. Todavia, observamos que o uso da forma nominal do verbo no particípio (precedida por verbo auxiliar de tempo)

⁷³ Os *tweets* referentes a cobertura do “evento B” podem ser observados no anexo A.

serve para marcar a instantaneidade do que está sendo relatado e, ao mesmo tempo, o caráter assertividade/constatividade do enunciado. **Essa indicação de instantaneidade entre a ocorrência e a materialização do enunciado que “reporta” o fato é a principal característica dos tweets cobertura** e sua principal diferença com relação aos informacionais.

A construção indicada (uso da forma nominal do verbo no particípio) é abandonada em apenas alguns dos *tweets* que passam a apresentar o verbo no presente do indicativo e sem a inserção de *link* – favorecendo o efeito de instantaneidade (supressão do tempo entre a ação e a enunciação jornalística) do que está sendo noticiado. Já vimos que os *tweets* não costumam apresentar uma indicação precisa de quando foram publicados (salientando sua característica efêmera). Somando esse fato a ausência de *link*, temos o efeito de simultaneidade entre o fato e o relato, que se coloca como cobertura jornalística para consumo imediato. Assim, a narrativa textual dos *tweets* cobertura é, potencialmente, tão imediata quanto aquela feita pelos “narradores” esportivos no rádio e/ou na televisão.

As específicas coberturas do “evento A” e do “evento B” acabam interconectadas pela recorrente aparição da cartola “segundona” que funciona como indicação e ligação temática do conteúdo explorado nos *tweets*, partidas de futebol de times da segunda divisão do campeonato gaúcho. Um outro apontamento comum à cobertura dos dois eventos é a aparição posterior de um *tweet* informacional que se conecta com as coberturas através da cartola, noticiando o resultado final dos eventos narrados. Veja os respectivos exemplos ligados ao “evento A” e ao “evento B”:

Figura 19 – *Tweets* informacionais que retomam a cobertura dos eventos “A” e “B”



Fonte: *Corpus* de análise.

A última observação acerca dos *tweets* cobertura é a aparição do ponto de exclamação (!) em dois dos enunciados analisados. A utilização de sinais gráficos

que expressem emoção e/ou ênfase contraria a técnica jornalística padrão, o uso desse tipo de pontuação só costuma ser aceita quando inseridas em citações ou em casos muito específicos onde a emoção expressa está ligada à coletividade social ou ainda em espaços determinados voltados à opinião e à crítica. O uso do ponto de exclamação marca a presença do sujeito enunciador, isso significa que sua ocorrência em enunciados jornalísticos (notícias) é uma das novidades que marcam uma linguagem muito específica do jornalismo dentro do Twitter – onde a impessoalidade e a objetividade da linguagem tradicional, características antes inegociáveis no jornalismo, começam a ceder espaço a uma linguagem menos burocrática e mais interativa.

Figura 20 – Presença de sinais gráficos de exclamação nos *tweets*



Fonte: *Corpus* de análise.

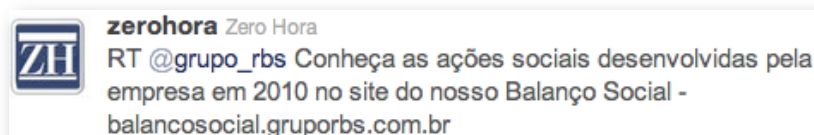
Podemos observar as marcas dessa nova linguagem jornalística, principalmente, através da observação dos enunciados (*tweets*) jornalísticos que não estão centrados na publicação ou divulgação de notícia, mas sim na interação direta entre o veículo/jornalista com os demais usuários da rede social. As próximas tipificação apresentadas evidenciam as características denunciadoras do aparecimento dessa nova linguagem que nega muitos dos aspectos da linguagem padrão.

3.5.1.2 *Tweet* Chamada

Denominamos de *tweets* chamada, os enunciados jornalísticos voltados à divulgação de materiais exteriores ao ambiente do ciberespaço (ex.: um novo caderno na versão impressa do veículo) ou exteriores ao Twitter (ex.: vídeo publicado no *website*). Tais enunciados visam “convidar” ou “chamar” o leitor para explorar uma outra construção textual que está sendo apresentada ou indicada pelo *tweet* chamada. Assim, podemos dizer que o enunciado jornalístico funciona como

tweet chamada quando está centrado em referenciar ou indicar diretamente outro enunciado – assumindo, por vezes, um caráter mais próximo da linguagem publicitária do que da jornalística.

Figura 21 – *Tweet* chamada



Fonte: *Corpus* de análise.

Observamos nesse *tweet* um hibridismo entre elementos linguísticos diversos que caracterizam sua heterogeneidade. Notamos a presença do verbo no modo imperativo, a recorrência a este modo verbal é muito utilizada em enunciados que servem ao discurso publicitário que buscam, em última instância, ordenar ao enunciatário que realize uma determinada ação (ex.: beba coca-cola; vá com visa). No exemplo exposto, percebemos que o *tweet* é utilizado para repassar um material institucional do Grupo RBS (@grupo_rbs). A precedência da abreviatura “RT” já explicita a incorporação de um conteúdo exterior que está sendo repassado pelo perfil da ZH. Assim, consideramos que o enunciado serve para “chamar” o leitor da ZH para explorar um conteúdo institucional do Grupo empresarial ao qual jornal pertence. O uso do termo “conheça” evidencia o caráter convidativo do *tweet*, demonstrando o apelo direto para que o leitor explore um material externo.

Outra característica incomum à linguagem jornalística e, estruturalmente, externa ao seu sistema de técnico de redação é a presença do pronome possessivo “nosso” na materialidade linguística do *tweet* apresentado. Dessa forma o jornalista/veículo marca sua presença no enunciado, negligenciado a busca pelo caráter impessoal e objetivo orientado pela linguagem padrão.

Figura 22 – *Tweets* cobertura





Fonte: *Corpus*.

Nos enunciados destes últimos, percebemos mais uma vez que caráter convidativo se mantém, em contrapartida a impessoalidade volta a marcar a linguagem utilizada à constituição dos *tweets*. Aqui os enunciados ganham características e funcionalidade muito semelhantes às “chamadas” encontradas nas capas dos jornais e revistas, utilizadas para convidar e introduzir a leitura de uma dada matéria.

Se observarmos esses *tweets* sob a perspectiva da macroestrutura do enunciado jornalístico na *web* poderíamos dizer que, assim como os *tweets* informacionais, eles atuam como uma espécie de “paratexto” que se liga ao texto principal através do *link*. Esclarecemos que o termo “paratexto” foi cunhado por Gerard Genette e está relacionado com os estudos voltados à literatura. De acordo com o autor,

um trabalho literário consiste, inteiramente ou essencialmente, de um texto, definido (muito minimamente) como uma seqüência mais ou menos longa de declarações verbais que são mais ou menos dotadas de significação. Mas tal texto é raramente apresentado sem estar adornado, reforçado e acompanhado de um certo número de outras produções, verbais ou não, tais como o nome do autor, um título, um prefácio, ilustrações. E apesar de que nós nem sempre saibamos se essas produções devem ou não ser vistas como pertencendo ao texto, em todo o caso elas rodeiam o texto e o estendem, precisamente para *apresentá-lo*, no sentido usual deste verbo, e num sentido mais forte: fazer *presente*, garantir a presença do texto no mundo, sua ‘recepção’ e consumo sob a forma (atualmente, pelo menos) de um livro. Esse tipo de produção, que varia em extensão e aparência, constitui o que eu chamei [...] de *paratexto* [...]. O *paratexto* é aquilo que permite que o texto se torne um livro e seja oferecido enquanto tal para seus leitores e para o público de um modo geral [...] (Genette, 1997, p.1) [grifos do autor].

Ao trabalhar com o hipertexto e o papel do *link* na construção das notícias *online*, Luciana Mielniczuk (2001) se apropria das ideias de Genette e de autores como Mouillaud (1997), Gouazé (1999), Landow (1997) e Lévy (1995), para apresentar o *link* como elemento paratextual da escrita em hipertexto, “talvez não o único, mas o que se apresenta com maior evidência na atual fase do jornalismo

desenvolvido para a Web” (p.9). O critério utilizado pela autora para definir o que seria um elemento paratextual foram a observância das seguintes funções:

- a) fazer apresentação do texto principal;
- b) atuar como elemento de negociação (transação) entre leitor e texto;
- c) ter a função de realizar a transição entre o mundo do leitor e o mundo do texto;
- d) estar situado nas fronteiras do texto, estabelecendo-lhe os limites.

Assim, tomamos a liberdade de considerar que, quando inserido em um *tweet*, o *link* expande o seu caráter paratextual ao enunciado jornalístico que o precede, sendo que este exerce todas as funções apontadas por Mielniczuk (2001) como fundantes aos elementos paratextuais.

Em nosso *corpus* encontramos oito *tweets* chamadas, sendo quatro no perfil da FSP, três no perfil da ZH e um no perfil do DP. Todos os enunciados possuíam a característica de funcionar como “convite” e estavam acompanhados de um *link*. Assim, o *tweet* chamada nos leva para mais uma característica anômala à linguagem jornalística padrão que parece estar ganhando espaço com a inserção do Twitter como ferramenta midiática.

3.5.1.2 *Tweet* Conversacional

A última tipificação que extraímos de nosso *corpus* são os *tweets* conversacionais. Se estivéssemos voltados a uma pesquisa quantitativa, certamente, esses *tweets* teriam de ser ignorados por sua inexpressividade numérica. Do total de 134 *tweets* coletados, apenas quatro se apresentaram como tal – a saber, dois no perfil do jornal ZH e dois no perfil do jornal FSP.

Apesar disso, nosso interesse acerca desses objetos foi ampliado logo no primeiro olhar. Se nos prendêssemos apenas à materialidade textual desses *tweets* já teríamos muito o quê destacar como, por exemplo, o uso recorrente de sinais gráficos que extrapolam as determinações positivistas da linguagem jornalística. Portanto, estaríamos, no mínimo, diante de um objeto de subversão do sistema normativo ou de uma convergência de subsistemas híbridos operando junto deste – o que já tornaria a análise do objeto bastante instigante para qualquer pesquisador.

Não sendo este o nosso foco, a observação dos *tweets* conversacionais torna-se ainda mais interessante. Já vimos que a linguagem jornalística serve à

produção de enunciados capazes de reforçar e estabelecer certos efeitos de sentido que, em última instância, reforçam o discurso jornalístico. Todo esse processo passa pela observância de técnicas muito específicas de narração, construção e reconhecimento, capazes de materializar os enunciados jornalísticos, ou seja, a notícia objetiva, impessoal, assertiva, excludente, concisa e descritiva (GOMES, 2000; TRAQUINA, 2005, 2008).

Percebemos, principalmente, através da observação dos *tweets* informacionais que os veículos/jornalistas como sujeitos da enunciação permanecem buscando estratégias para se “apagarem” de suas construções discursivas e produzirem os efeitos desejados. Reafirmamos que a linguagem jornalística padrão obedece a lógica de uma comunicação linear, hierarquizada, exclusiva e unilateral, característica de uma dada sociedade e, por extensão, de seus meios/ veículos de comunicação (CASTELLS, 2010; TRANQUINA, 2005, 2008).

Todavia nosso percurso já demonstrou que a sociedade mudou, os veículos mudaram e, independentemente da ordem dessas alterações, a forma de comunicar também foi alterada. Assim, os *tweets* representam uma singela materialidade dessa ampla mudança que se constrói através de inúmeros processos históricos e sociais (como vimos em nosso referencial teórico). O jornalismo, apesar do reconhecido positivismo e conservadorismo, teve que adaptar sua linguagem para cumprir o seu papel de “informar” com eficiência em um contexto fluído, interativo e polissêmico. Acreditamos que isso pode ser muito bem representado através dos *tweets*, principalmente, através dos *tweets* conversacionais. Veja um exemplo:

Figura 23 – *Tweet* conversacional



Fonte: *Corpus*.

O conteúdo do *tweet* apresentado não possui nenhum caráter informativo ou noticioso, também não expressa nenhuma opinião ou crítica (funções do jornalismo opinativo), mas divide o mesmo espaço ou, melhor dizendo, ganha o mesmo espaço de uma notícia no fluxo informacional do veículo. Para que o jornalismo utilize o Twitter como ferramenta de publicação informativa, necessariamente, precisa se

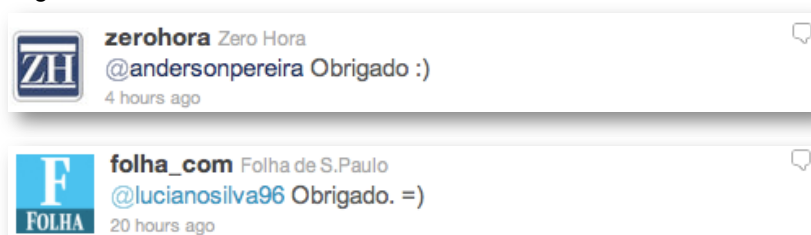
adaptar ao sistema para comunicar com seu público. E se o Twitter é antes de tudo um SRS, comunicar na *Twittosfera* significa interagir.

A apropriação dos recursos técnicos da ferramenta não significa apenas uma adaptação a uma espécie de nova “língua” com sua microssintaxe específica, mas sim um envolvimento direto no uso dessa língua, na linguagem que os falantes criam através de seu uso, nos valores que ela impõe a certos dizeres e no tipo de relação que estimula. Assim, a linguagem jornalística começa a ser permeada por novos elementos que refletem em novos dizeres e efeitos.

No *tweet* observado, percebemos o estabelecimento expresso de um diálogo entre o jornal FSP e um outro usuário da rede. Nesse enunciado, a linguagem jornalística cede espaço à linguagem interativa do meio, há uma referência direta a um enunciatário determinado que está inserido e expresso no dizer. Mais que isso, o conteúdo do enunciado da FSP expressa um caráter não apenas interativo, mas colaborativo.

Assim como o exemplo anterior, os *tweets* abaixo também se apresentam da mesma forma. Observamos que em todos os enunciados mencionados há a representação tipográfica do enunciador através da inserção de *emoticons* que expressam satisfação e, ao mesmo tempo, a informalidade de suas falas.

Figura 24 – *Tweets* conversacionais



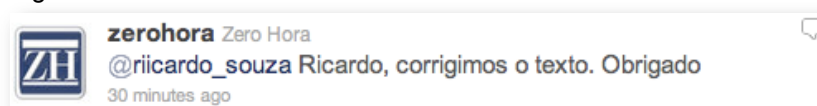
Fonte: *Corpus*.

Se tentássemos traçar um paralelo dos enunciados produzidos com o objetivo de interagir veiculados no jornal impresso, por exemplo, teríamos que pensar em seções específicas que são, propositalmente, separadas do conteúdo jornalístico de forma expressiva. Mesmo nas ferramentas tradicionais do webjornalismo, há o cuidado de estabelecer espaços restritos à interação com o leitor e às suas contribuições. No Twitter, entretanto, essa arquitetura espacial determinada (hierárquica e excludente) é liquefeita, o fluxo informacional é contínuo e igual para todos os usuários.

Os *tweets* informacionais, chamada ou conversacionais, obedecem os mesmos critérios técnicos e ocupam o mesmo espaço – a *timeline* do usuário. Ademais, se nos detivéssemos a explorar os espaços de interação dos jornais impressos, perceberíamos a manutenção da impessoalidade e distanciamento na textualidade dos enunciados. Espaços como “carta do leitor” e “erramos” aparecem sempre em pequenos espaços e temporalmente distantes da fala que retomam. Outra interessante observação acerca dos *tweets* expostos é a indicação material do gênero do sujeito enunciator através do uso do adjetivo “obrigadoo”, presente nos dois enunciados.

No Twitter, portanto, a interação e a colaboração entre usuários é dinâmica, instantânea. A localização temporal é o presente imediato e, por isso, exige uma percepção fina e atenciosa do que está sendo dito e para quem está sendo dito. No exemplo abaixo notamos não apenas a interação e colaboração entre o jornal e outro *twitteiro*, mas também a agilidade que permeia esse processo:

Figura 25 – *Tweet* conversacional



Fonte: *Corpus*.

O texto ao qual o *tweet* se refere é, necessariamente, uma publicação recente a qual o @riicardo_souza pôde ter acesso em sua *timeline*. Não há como referir a um *tweet* muito antigo, pois assim que publicado ele logo se perde no fluxo informacional e em pouco tempo se torna indisponível pelo sistema. Como todo enunciado, o *tweet* pressupõe um diálogo, mas para que se materialize esse processo precisa ser ágil, simultâneo.

Finalizando nossas observações, destacamos a perceptível interferência que o presumível comentário do @riicardo_souza gerou em algum dos conteúdos publicados pelo perfil do jornal ZH. Apontamos, portanto, que a característica interativa e dialógica do Twitter potencialmente atua na construção dos enunciados jornalísticos - interferindo, corrigindo, comentando os “relatos” jornalísticos, os usuários passam a colaborar e, ao mesmo tempo, fiscalizar seus conteúdos através da agilidade de conexões informativas suportadas pela mídia (Internet). A igualdade de espaços entre os usuários do Twitter coagi o jornalismo a se corrigir

publicamente e em tempo real – os enunciados aparentemente inabaláveis e indiscutíveis do jornalismo tornam-se mais frágeis.

3.5.2 O enunciado jornalístico no Twitter: o *tweet* jornalístico

Vimos ao longo do referencial teórico que a técnica jornalística padrão, estruturada pelo modelo da PI e do lide, estipula aos jornalistas certas regras de organização textual de seus enunciados. A intervenção imposta aos produtos da fala jornalística é, antes de tudo, um mecanismo que consolida uma linguagem própria à atividade – ou como prefere Traquina (2008), o “jornalês”. A linguagem jornalística considerada padrão é, assim, uma construção discursiva atravessada pelos valores, ideologias e marcas históricas de uma sociedade fundamentalmente tipográfica, industrial e positivista.

A estrutura rígida, linear e objetiva da linguagem jornalística, objeto recorrente de estudos das mais diversas áreas, representa ainda hoje o modelo socialmente (re)conhecido como característico do enunciado noticioso. Esse “modo” de dizer do jornalismo, ou seu “saber de narração”, é reflexo de uma fala característica da cultura moderna que buscava e valorizava as mensagens universais e a fixação de sentidos considerados imanescentes (LÉVY, 1999). Resgatamos Pierre Lévy para destacar que os enunciados do jornalismo padrão – centrados na objetividade, imparcialidade, isenção, exclusão do emissor/receptor, assertividade, etc. – foram estabilizados através de um processo de retroalimentação com a cultura moderna e seus meios de comunicação. A linguagem padrão, portanto, reflete a estrutura de poder e a lógica discursiva de uma cultura que buscava a homogeneidade, a exatidão, a linearidade e corroboração dos papéis e instituições sociais bem delimitados.

Tomando a linguagem pela perspectiva de uma ação social, podemos evidenciar que o “contexto contribui para o sentido do enunciado” (CERVONI, 1989, p.19) e, ao mesmo tempo, interfere nos processos de produção deste. Ao ultrapassarmos a materialidade textual da notícia temos, portanto, o resultado da enunciação jornalística, uma ação que resulta em enunciados que significam em relação a um determinado contexto histórico, determinadas condições de produção, determinada estrutura de organização social.

Diante do exposto, podemos afirmar que os *tweets* jornalísticos, enquanto produtos da prática jornalística, não podem ser considerados como mera (re)formatação do texto noticioso. Na realidade, a materialidade textual serve apenas como indício da presença de novas práticas sociais que terminam por se instituir através de novas linguagens e enunciados. Observações de pesquisadores como Manuel Castells (2003, 2007, 2010), Pierre Lévy (1993, 1995, 1999), André Lemos (2004), Lúcia Santaella (2004, 2007), Raquel Recuero (2009a, 2009b) e Gabriela Zago (2008a, 2008b, 2011) apontam, cada um sob determinado foco, à constituição de uma nova sociedade que se “realiza” e “institui” através de processos comunicacionais inovadores que criam linguagens híbridas que são constantemente atualizadas pela interação que sugerem nos novos espaços organizados em redes fluídas. Toda essa somatização de fenômenos sociais e portanto linguísticos, estabelece um novo contexto aos enunciados jornalísticos, um novo universo simbólico pelo qual estes produzem novas significações e valores.

Em suma, estamos em uma nova era, a era informacional (CASTELLS, 2010; LÉVY, 1999), estruturada pela sociedade em rede e pela cultura da virtualidade real (CASTELLS, 2010). A sociedade contemporânea introduz relações e valores que giram em torno da troca ininterrupta e global de informação/conhecimento/saber através de fluxos virtuais instaurados pela atuação coletiva e colaborativa dos sujeitos. Nesses espaços de fluxo informativo, a sequência de eventos variados e de temporalidades justapostas coloca a sociedade diante da efemeridade e da heterogeneidade de um ambiente emaranhado por conexões não-lineares de textos, linguagens, culturas e discursos que se reorganizam a toda hora (LE MOS, 2004).

Assim sendo, 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 determinismo do tempo cronológico. O Twitter, como ferramenta de comunicação da era informacional, é estruturado em observância às necessidades crescentes de interação, interconexão e colaboração dos sujeitos constituídos pela linguagem hipertextual da *web*.

Através da análise de nosso *corpus* percebemos que, embora estejam constantemente recorrendo a elementos da linguagem padrão, os *tweets* jornalísticos estão sempre sujeitos às características e à cultura de interação e

colaboração inerente à Rede. Ao se tornarem partícipes do fluxo informacional que constitui o Twitter, os jornais/jornalistas precisam desempenhar, simultaneamente, seu papel de veículo midiático e seu 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 dialógico de seus enunciados e, ao mesmo tempo, um certo nível de informalidade e permeabilidade em seus dizeres. A interação e a colaboração com os demais usuários e conteúdos é condição básica à definição do grau de visibilidade, influência e credibilidade que veículo/jornalista assumirá na estrutura interna do sistema.

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 *tweets* jornalísticos e, ao mesmo tempo, sua hibridização com os elementos específicos da linguagem do Twitter. Simultaneamente, apontamos alguns efeitos e motivações ao aparecimento dessas singularidades que funcionam como marcas materiais das alterações na linguagem, no enunciado e, conseqüentemente, nos efeitos do discurso jornalístico. Para visualizarmos algumas dessas marcas, sugerimos a apreciação do Quadro 6:

Quadro 6 – 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: Análise do *corpus*.

Os enunciados jornalísticos analisados demonstram que a linguagem jornalística está em processo, mesmo que gradativo, de transformação. A lógica dessas falas não está mais presa, exclusivamente, às ideias de **verdade inquestionável, atualidade, relevância e caráter público** – ou, para melhor dizermos, essas ideias ganharam novos sentidos em função dos valores que guiam a sociedade em rede e do contexto no qual se inseriram.

A impessoalidade do enunciado padrão começa a ser negligenciada em função do caráter explicitamente dialógico e polissêmico do Twitter, onde o fluxo de informação é contínuo, heterogêneo, multimodal. Ao refletirmos sobre o efeito de verdade desses enunciados precisamos levar em conta que, na Rede, as informações somam-se – a construção dos valores e sentidos passa, portanto, a ser um processo interativo de contraposição e justaposição de enunciados efêmeros que são “significados” rapidamente pelos sujeitos através de processos colaborativos.

Se nas notícias convencionais a impessoalidade dos enunciados é a principal “estratégia linguística” à sua configuração como “verdade inquestionável”, nos *tweets* jornalísticos essa estratégia precisa de amparo de outros elementos para que surta o mesmo efeito. Isso ocorre porque uma vez que é inserido no fluxo, o *tweet* sofre interferência contínua de outros enunciados que lhe serão somados durante o processo de significação. No Twitter tudo passa a significar a partir de um fenômeno de simultaneidade (fatos, enunciados e sujeitos) e colaboração.

Dessa forma, um *tweet* informacional da FSP, por exemplo, será publicado como célula informativa base de uma dada notícia configurada por uma linguagem impessoal que gera um efeito de verdade. Todavia, esse efeito, na Rede, é obtido através de fragmentos que se somam (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 é materializada no mesmo fluxo informacional e através dos mesmos 140 caracteres. Mesmo quando mantém a impessoalidade e a aparente objetividade de seus enunciados, no Twitter, o jornalismo comunica através de outra linguagem.

Podemos dizer que a linguagem interativa da rede, portanto, modifica a prática jornalística padrão que precisa adequar sua técnica de narração às novas possibilidades e valores que nascem da colaboração constante e da permanente interferência dos leitores/usuários/seguidores. Santaella destaca que nos SRS a valorização dos sujeitos/instituições se dá em função da colaboração de seus conteúdos dentro da rede. Estamos, portanto,

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, conseqüentemente, retribua esse valor através de reconhecimento, impactando positivamente na reputação do usuário/marca (SANTAELLA, 2010, p. 60).

No Twitter, a **hierarquização** da PI, por exemplo, dá lugar a uma estrutura que obedece a lógica da hiperconcisão, da hipertextualidade, da personalização, da agilidade extrema e da interconexão potencialmente infinita de conteúdos. Essa dinâmica hipertextual da estrutura está vinculada ao aspecto informacional da Rede pelo qual uma informação precisa ser, ao mesmo tempo, 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 notícia no Twitter nunca é dada como um relato completo, 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 característico dos conteúdos do ciberespaço. Assim, de acordo com as características da sociedade em rede e do ciberespaço, a busca do jornalismo padrão pelo fechamento semântico através da linguagem padrão configuraria um “erro” se aplicado no Twitter – podendo comprometer o próprio reconhecimento do valor do veículo/instituição dentro da rede.

Assim, a característica de **exclusão dos signos do leitor e do veículo/jornalista**, observada na linguagem padrão, também passa a sofrer interferências a sua aplicabilidade em função da interatividade que a linguagem da rede supõe. Por mais que se mantenha, em grande parte, essa estratégia linguística, ela confronta os princípios básicos do próprio ambiente e, assim, acaba sendo abandonada em algum momento em nome da interação. Observamos, especialmente, nos *tweets* conversacionais e em alguns *tweets* chamada do *corpus*, a presença, ainda que por vezes velada e discreta, dos sujeitos do processo enunciativo. Alguns de nossos exemplos serviram como indício dessa mudança da prática jornalística que está passando, ao invés de negligenciar, a interagir com seus “leitores” e aceitar suas contribuições na produção/reprodução/edição dos seus textos – como vimos através do *tweet* conversacional exposto na Figura 25, por exemplo. Essa mudança parece se ligar ao caráter interativo, informal e dialógico do próprio ambiente – essa nova prática é potencialmente significativa uma vez que pode gerar, entre outras coisas, mudanças substanciais na relação dos veículos/jornalistas com suas fontes.

O Twitter transforma cada usuário em uma fonte virtual de informações variadas, facilmente acessíveis e hiperconcisas; toda essa dinamicidade e heterogeneidade age em prol da exploração jornalística desse universo interminável de novas “fontes” potenciais. 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 encontrarem “fontes” interessantes que colaborem na produção de suas matérias. Outro exemplo é, como vimos anteriormente, a 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 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” que se constituem na “virtualidade real” do Twitter – esse fato demonstra que a perspectiva do próprio “referente” de real do jornalismo está mudando, o universo simbólico, portanto, é completamente reconstruído e ressignificado por meio dessa nova linguagem que não nega a mediação, mas a assume como única forma de existência.

A ideia de **assertividade e objetividade** dos enunciados demonstra estar também à mercê do contexto interativo e polissêmico do Twitter que impõe um caráter de incompletude imanente, um aspecto de “versão” sempre aberta às significações e verificações dos usuários. Nesse ambiente simbólico novo, as “verdades” são sempre consideradas múltiplas e provisórias. Dessa maneira, as estratégias da linguagem padrão tornam-se limitadas e insuficientes para anular os efeitos gerados pela linguagem do sistema.

O efeito de periodicidade dos enunciados padrão que favorece a legitimação do discurso referencial é, nos *tweets*, suplantado pela lógica efêmera do fluxo – podemos observar esta característica de efemeridade em função da notável despreocupação em estabelecer, textualmente, marcas temporais da publicação dos *tweets*. A relevância dos enunciados jornalísticos no Twitter é sempre um valor de agora imediato que, no *tweet* seguinte, já está desvalorizado.

Observando os *tweets* jornalísticos também percebemos que eles modificam a ideia de **caráter público** que é suscitada pela notícia padrão. Em primeiro lugar os enunciados jornalísticos no Twitter se destinam apenas aos usuários da rede e, mais especificamente, aos usuários do “instante” imediato da enunciação. Seus conteúdos, portanto, são permeados por esse caráter de efemeridade extrema, de sincronicidade entre emissão, recepção e interação (diálogo), pelas características genéricas que formam a imagem do enunciatário – do seu possível universo de interesses e motivações. Apesar do “público” dessa prática jornalística ser, logicamente, mais restrito e “conhecível”, seu universo de interesses e motivações é mais complexo e heterogêneo, menos voltado aos espaços de lugar e mais conectado ao ciberespaço. Em segundo lugar, destacamos que enquanto o “caráter público” está relacionado ao alcance do enunciado padrão e aos “conteúdos” que representariam os interesses de uma massa homogeneizada, no Twitter essa ideia se transmuta e passa a representar a possibilidade de “apropriação” dos conteúdos jornalísticos pelos usuários da rede. Assim, acreditamos que o caráter público deixa de estar ligado à temática e abrangência dos produtos jornalísticos, e passa a estar vinculado à característica interativa que permite a apropriação e manipulação material dos enunciados pelo “público” que integra a ferramenta.

Se trabalhamos com a ideia de que a linguagem jornalística padrão é caracterizada e permeada pela sociedade da escrita e suas formas simbólicas, acreditamos que o enunciado jornalístico no Twitter é caracterizado pela lógica da

sociedade em rede. Assim, as características tradicionais perdem espaço para novos apontamentos que se voltam às características de **hipertextualidade, hiperconcisão, interatividade, universalidade e colaboração**, que terminam permeando todos os enunciados construídos e veiculados através da 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 com outros conteúdos.

Acreditamos que os enunciados jornalísticos no Twitter dão sinal do aparecimento de uma linguagem que potencializa e prioriza as práticas de rede social da plataforma – os veículos/jornalistas estão, paulatinamente, interagindo com os demais usuários e assumindo seu papel como mais um dos muitos nodos de uma estrutura midiática que oferece bem mais do que notícia. Ao jornalismo realizado no Twitter não basta apenas informar, percebemos através, principalmente, dos *tweets* conversacionais que os veículos/jornalistas começam a estabelecer uma nova prática jornalística, uma espécie de processo de assunção da própria existência enquanto sujeito empírico da enunciação jornalística e da existência do seu interlocutor.

Ao colaborar e interagir com as demais células por meio de enunciados menos rígidos, mais abertos e dialógicos, o jornalismo passa a jogar dentro das regras da rede e, portanto, de uma estrutura de poder mais horizontalizada, menos impositiva e essencialmente mutante e imprevisível. Ora, se os enunciados jornalísticos visam, antes de tudo, reafirmar a credibilidade do próprio papel do jornalismo – então, no Twitter, esse objetivo deve ser perseguido por meio da interação e participação contínuas na grande “conversa polissêmica” que constitui o fluxo informacional e, simultaneamente, a linguagem da ferramenta.

3.6 APONTAMENTOS: O DISCURSO JORNALÍSTICO NO TWITTER

Salientamos que, estando nosso objetivo voltado ao impacto que as mudanças nas técnicas empregadas à constituição da notícia causaram à caracterização do enunciado jornalístico, não pretendemos realizar nenhum aprofundamento teórico e/ou nenhuma análise do discurso jornalístico. Sendo assim, nos limitaremos a apontar algumas de nossas observações sobre os efeitos que as alterações na técnica padrão sugerem à caracterização deste. Acreditamos,

portanto, que – uma vez que a técnica de redação molda os enunciados e que estes, tornando-se estáveis, caracterizam e firmam um dado discurso – as alterações técnicas, mencionadas ao longo de nossa análise e seus efeitos na caracterização dos enunciados, indicam também uma nova configuração do discurso jornalístico.

Ao tratarmos do discurso jornalístico padrão em nosso referencial teórico sob a ótica das ciências da linguagem, abordamos a notícia como um sistema sógnico que está submetido ao próprio funcionamento do “jornalês” enquanto ação social (GOMES, 2000). As diferentes formas de uso do sistema sógnico originam discursos que são atualizados socialmente em função de mudanças culturais. Vimos também que, para Hartley (1991), o estudo de um discurso específico implica em explorar e atender sua função social uma vez que todas as práticas humanas são linguagens, ou seja, possuem função de demarcação, significação e comunicação (KRISTEVA, 1980).

A autora Mayra Gomes (2000) nos apresentou o jornalismo como fato de língua e nos fez considerar/analisar a atividade pela função que exerce no corpo social como instituição reconhecida e legitimada por organizar discursivamente a realidade e, principalmente, as hierarquias do espaço social. Tal reconhecimento e legitimação faz parte do pacto de consignação da palavra que termina por dar forma a uma dada organização social. Esse processo estabelece as relações de poder que, por sua vez, permitem a organização necessária à construção de tudo que é permitido ou não dentro de cada sistema cultural.

Discutimos ao longo de nossa jornada que a função social do jornalismo como organizador discursivo do real e das hierarquias do espaço social (GOMES, 2000) é reconhecida, em termos simbólicos, no século XIX junto com os discursos das grandes ideologias. Nessa época, os veículos impressos eram as grandes fontes de informação e podiam centralizar a “construção do real” através de enunciados estrategicamente elaborados para serem objetivos, imparciais e atuais. Através de um texto sintético, hierarquizado, completo e linear, o jornalismo configurou a notícia como um enunciado impessoal e fechado que remetia diretamente ao dado real – as notícias impressas eram, portanto, o maior vínculo da sociedade com o mundo que, em última análise, se constituía através das falas dos jornalistas.

Com o surgimento das mídias eletrônicas, a questão do discurso jornalístico como espelho da realidade começou a ser questionada. Muitos foram os estudos e

teorias que buscaram desmistificar a dita “imparcialidade” e “objetividade”, mesmo que imaginária, dos seus dizeres. O jornalismo passou a ser visto como uma poderosa e perigosa instituição legitimadora dos discursos dominantes e, ao mesmo tempo, como vigia social dos sujeitos empíricos que ocupavam posições de poder.

De todo modo, tanto nos suportes impressos como eletrônicos, o discurso jornalístico manteve-se como mediador entre o mundo e a sociedade. Seu papel seria, num primeiro olhar, selecionar e definir o que é importante ser conhecido pelo público, quais acontecimentos merecem ser noticiados e de que forma devem ser apresentados. A lógica deste discurso é sua “centralidade” como referência e fonte de informações relevantes – o que o tornara uma espécie de grande “historiador” da atualidade cujo ponto vista era sempre impositivo em função da verticalidade do próprio sistema comunicacional.

Todavia, com o advento das mídias digitais e, principalmente, com a chamada *web 2.0* (MIELNICZUK, 2001, 2005), o papel “central” do jornalismo começou a ser dissipado. Com a popularização das redes sociais na Internet (RECUERO, 2009a) e dos espaços de discussão, os sujeitos-leitores passaram a ter voz e vez dentro de suas “comunidades virtuais” e/ou de seus grupos de amigos (LEMOS, 2004). O jornalismo, que até então pautava as discussões sociais, passou a ser interpelado por discursos e sujeitos que o alocaram ao papel de “pauta” – em pouco tempo, surgiram movimentos que contestavam o papel da mídia tradicional e do seu discurso aparentemente irretocável. Assim, no ciberespaço cada sujeito tornou-se um potencial produtor de informações que, muitas vezes, contrariavam a “verdade” das notícias, se adiantavam às elas ou expressamente contestavam sua posição.

Em suma, podemos dizer que na cultura da virtualidade real a massa homogênea que formava o dito público do jornalismo tradicional passou a se identificar e dialogar – questionando e alterando os papéis sociais tão bem firmados e alimentados ao longo do “processo histórico *offline*”. Dentro da Rede, portanto, os sujeitos assumiram a autoria de suas falas e, ao mesmo tempo, constituíram-se dentro de uma linguagem própria, interativa, informal, veloz e multimodal, que deu origem a processos comunicacionais mais horizontais e diversificados. Nesse contexto de mudanças, a linguagem da Rede surgiu como algo inovador e não a simples,

somatória dessas linguagens, antigas e super-exploradas, mas de uma nova narrativa – que se utiliza de todas as outras, acrescida da participação interativa do leitor. Assim, a linguagem tende a se ajustar aos limites e às possibilidades de expressão do novo meio (LEMOS, 2008, *online*).

O uso de novos recursos técnicos, possíveis em função da Internet, expandiu as formas de relacionamento e de situações comunicativas, propiciando o surgimento de discursos diferenciados. Nesse sentido, Santaella (2007) destaca que os meios, antes de serem extensões dos sentidos como afirmara McLuhan, são “extensões da capacidade humana de produzir signos” (p.204). O Twitter, portanto, como ferramenta midiática dá origem a “novas linguagens” de caráter colaborativo orientadas por um sistema sógnico híbrido em constante atualização (LEMOS, 2008). Nele, ao contrário do que ocorre no sistema das mídias tradicionais, a palavra não fica limitada à apropriação de apenas um locutor, senão a locutores diversos que colaboram à manutenção e polissemia do fluxo. Diante dessa conjuntura característica da cultura informacional da sociedade em rede, os grandes discursos passam a ser questionados e substituídos, o jornalismo padrão perde força e relevância – veículos impressos foram fechados, escândalos sobre suas atuações foram levados à público e muitas de suas premissas desmistificadas.

Para se adaptar aos novos tempos, o jornalismo teve de migrar para a *web* – o webjornalismo foi, paulatinamente, se deslocando da posição de sujeito supremo e irrepreensível das enunciações noticiosas, destinando espaços às críticas, colaborações e interferências do leitor. Nesse contexto, a PI cedeu seu local privilegiado a uma macroestrutura hipertextual que descentraliza o processo informacional. Os sujeitos ganharam espaço, liberdade e o direito à palavra – o jornalismo ganhou concorrentes legitimados dentro das redes.

[...] o que vale [na web] é o direito de opinar no conteúdo (que é texto, vídeo, áudio, perfis); a comunidade produz junta. E é a experiência do usuário o que importa – o usuário tem o poder, que é dissipado entre muitos usuários (CARREIRA SOLO *apud* LEMOS, 2008) [grifo nosso].

Ressaltamos as mudanças ocasionadas pela *web 2.0* por acreditarmos que o Twitter as torna ainda mais salientes e expressas. Se pegarmos, por exemplo, a interatividade e a colaboração, veremos que na maior parte das ferramentas da *web* elas significam apenas a capacidade de exercer o livre-arbítrio (escolhendo uma

opção entre um conjunto de ofertas previamente estabelecido) e uma participação limitada a espaços determinados e desiguais. No Twitter, entretanto, essa realidade é alterada de forma substancial – seus usuários possuem espaço e possibilidades iguais para se expressarem. Assim, cada indivíduo pode criar, interferir, editar e redistribuir conteúdos variados, as notícias deixam de ser produtos específicos da atividade jornalística, tornam-se uma moeda da rede que passa a manipulá-la a despeito de qualquer imposição institucional do jornalismo.

Diante do exposto, podemos dizer que a suposta posição mediadora da atividade jornalística é redesenhada dentro do Twitter. Uma vez que não é possível estabelecer hierarquias, o jornalista/veículo deixa de mediar e precisa passar a participar do fluxo informativo de forma colaborativa e interativa, tendo que adaptar sua linguagem ao meio. As mudanças nas condições de produção do discurso jornalístico alteram sua formatação e sua significação – mesmo seus recursos técnicos rígidos precisam ser adaptados para que sua linguagem comunique no novo ambiente. Assim, podemos dizer que o aparecimento da Internet e das novas ferramentas de comunicação evidenciam a ideia de que,

os signos se multiplicam porque o real é inexaurível. Nenhuma linguagem é capaz de transpor o umbral até as coisas mesmas [...] a multiplicidade de signos que hoje existe para aceder a elas corresponde à multiplicidade exacerbada de pontos de vista, de proximidades e distâncias, de clareza e obscuridade, de focos e desfoques da malha intrinsecamente urdida de signos que nos confundem porque neles estamos irremediavelmente enredados (SANTAELLA, 2007, p.208).

Vimos, durante a análise de nosso *corpus*, que os enunciados jornalísticos no Twitter apresentam novos elementos técnicos, novas propostas e novos efeitos discursivos. Apesar de grande parte dos *tweets* terem sido classificados como informacionais, demonstrando grande apropriação dos elementos da linguagem padrão, as pequenas alterações observadas em sua relação com um ambiente completamente novo indicam uma paulatina transformação da linguagem, dos enunciados e, por consequência, do discurso jornalístico.

Para os usuários do Twitter, os *tweets* jornalísticos são apenas fragmentos de um fluxo informacional essencialmente polissêmico cuja significação é sempre obtida através de processos dialógicos intermináveis. A própria estrutura da ferramenta como ambiente conversacional impede que os enunciados jornalísticos

se coloquem como um todo significativo, mesmo uma visão reducionista precisaria levar em conta seu caráter hipertextual como indicativo de um discurso que está sempre em aberto e, por consequência, o torna sempre “um” entre tantos outros possíveis. Apesar de a materialidade linguística dos enunciados jornalísticos apresentar, em grande parte, uma construção impessoal e objetiva, o contexto no qual estão inseridas impede que os efeitos da linguagem padrão se perpetuem. O texto nesse ambiente,

tal qual o conhecemos, é um texto móvel, maleável, aberto. [...] Pode deslocar, recortar, estender, recompor as unidades textuais das quais se apodera. Nesse processo, desaparece a atribuição dos textos ao nome de seu autor, já que estão constantemente modificados por uma escritura coletiva, múltipla, polifônica (CHARTIER, 2002, p.25).

Diante de tudo que foi exposto, podemos afirmar que o Twitter não é apropriado pelo jornalismo apenas em termos de ferramenta técnica, mas sim como uma linguagem com a qual a linguagem jornalística padrão se funde. Esse novo dizer jornalístico se configura pela justaposição de seus enunciados no fluxo informacional, suas características apontam para um discurso dialógico que constrói sua credibilidade através da interação e colaboração com outros usuários. Assim, se a credibilidade do discurso padrão se liga a sua função referencial, no Twitter é preciso que haja uma abertura à construção colaborativa do próprio referente através da participação e aceitação das interferências dos seguidores. O Twitter, portanto,

altera a temática do sujeito, bem como a sua importância frente às noções de relações de poder e relações de forças – porque muitos são os sujeitos enunciadores do discurso. Portanto, os diversos tipos de enunciação não remeteriam, assim, à função unificante de um sujeito, mas, antes, manifestariam seu compartilhamento – ou dispersão (LEMOS, 2008. *online*).

De acordo com Foucault (1982), no dizer verdadeiro ou verossímil a função das palavras é mostrar o que se está experimentando, mostrar o pensamento e transmiti-lo em sua pretensa “transparência”. Mas, se suas reflexões consideram sempre a interface entre poder/saber e verdade/poder, observamos que o poder do discurso jornalístico no Twitter é partilhado já que não existe um só saber –

soberano – e uma só verdade discursiva. Nesse sentido, tudo é partilhado e tem caráter colaborativo dentro da ferramenta (RAMOS, 2010).

Acreditamos que a força de qualquer conteúdo veiculado no Twitter está sempre ligada às características que orientam sua estrutura, ou seja, a interatividade, a personalização, a horizontalidade, a colaboração, a manipulação e o compartilhamento – estes são os valores que orientam a linguagem específica dessa rede e o sistema simbólico sob o qual os enunciados são produzidos. Essas características formam as novas diretrizes que o contexto impõe à produção dos enunciados jornalísticos.

Mesmo com super doses de gerúndios e função fática do discurso, o twitter sobrevive e cresce. Por quê? Porque sua potência é o formato, a arquitetura e não o conteúdo. A arquitetura da rede cala mais fundo que os conteúdos que circulam por ela. A arquitetura da rede é sua política e isso é algo que a política elitista sobre conteúdos moderna, verticalista e idealista – não compreende porque ‘pensa velho’. Twitter é um emergente minúsculo da era da fluidez, 140 caracteres da desinvenção da modernidade. Quando algo nos molesta – e isso é com todos – é porque nos transforma (MANCINI *apud* BRAVO, 2007, *online*) [tradução nossa].

A declaração supracitada corrobora nossa perspectiva de que, embora os conteúdos jornalísticos estejam muito ligados a sua **função testemunhal** (GOMES, 2000), quando publicados no Twitter passam a significar dentro de um outro contexto no qual as relações de poder, os laços, a organização e a credibilidade, são construídos ou reafirmados dentro da própria rede – através dos valores específicos da cultura informacional. Assim, para que o discurso jornalístico cumpra seu “velho papel” de testemunha, de vigia e de reiteração dos pactos sociais, ele precisa, antes de mais nada, reconhecer a sociedade em rede para qual se destina, seus valores, relações e linguagens – o quê, por consequência, o coloca em uma posição diferente, o torna um discurso outro que já não é a testemunha mediadora oficial, mas sim “um” dos muitos testemunhos que colaboram à compreensão dos fatos sociais através de processos horizontais de interação e colaboração discursiva.

Destacamos que, servindo a função organizadora do jornalismo padrão, sua função testemunhal é sufocada pela estrutura mutante e não hierarquizada da sociedade em rede, avessa ao determinismo e aos discursos verticais que pretendam sobrepor-se aos demais. Se a lógica dessa função é reiterar o “já determinado”, a lógica funcional do Twitter é a fluidez caótica de discursos

mutantes, conflitantes e polissêmicos. Em suma, o Twitter se coloca como ruído ao determinismo do discurso jornalístico padrão ao colocá-lo no indeterminado fluxo informativo pelo qual os sujeitos processam as informações em correlações desordenadas e virtualmente infinitas.

Outro termo relevante na exploração da organização discursiva que a prática jornalística padrão suscita é o uso do **testemunho do testemunho** (GOMES, 2000). Vimos que o jornalismo, visando se portar como testemunha da realidade, acaba recorrendo à estratégias que promovam o efeito de real, em destaque, a estratégia de referencialidade (tendo o real e a verdade como referente). Para reforçar o efeito de real do seu testemunho, o jornalismo padrão recorre a outros testemunhos que confirmem o “sentido” e “exatidão” da realidade apresentada, para isso o jornalista faz uso de citações, entrevistas, fotografias e estatísticas, que possam atuar como referências ao fato “testemunhado” – constituindo os enunciados jornalísticos.

Essa reprodução discursiva (o testemunho do testemunho) é sempre orientada, no discurso padrão, pelo próprio jornalismo – colaborando à construção de um universo coerente que obedeça aos valores e às visões específicas da instituição, legitimando seu próprio discurso referencial, seu relato da “verdade pura”. Esse processo garante ao jornalismo uma posição privilegiada, quase intocável e infalível, uma vez que seu testemunho se porta como mero relato de um testemunho outro que, em caso de falha do efeito de verdade, será sempre responsabilizado pela manipulação ou imprecisão dos dados concretos.

Entretanto, nossas observações acerca do discurso jornalístico no Twitter parecem apontar para uma espécie de desvio no desempenho da reprodução discursiva. Já na materialidade dos *tweets* observados percebemos a escassez de elementos como citações e dados estatísticos que funcionassem como testemunhos do testemunho jornalístico. Dessa maneira, mesmo quando posto como um testemunho objetivo da realidade, o *tweet* jornalístico aparece “desamparado” de outros testemunhos, tornando sua credibilidade o único elemento corroborante de seu dizer.

Uma vez no fluxo informacional, o *tweet* jornalístico, desamparado da expressividade de outras testemunhas, passa a ser, ele próprio, apropriado como o testemunho de outros testemunhos que, por vezes, alteram a construção do real pretendida e/ou denunciam ou põem em dúvida a objetividade desse dizer. Para explicarmos melhor propomos a seguinte situação: imaginemos que um @veículo

divulga um *tweet* informacional afirmando que “estudantes da UCPEL não aderem à mobilização organizada pelo DCE”, esse *tweet* passa então a ser *retweetado* pelos @estudantes que passam a utilizá-lo como testemunho das mais variadas construções - crítica ao DCE ou aos estudantes, negação da veracidade de seu conteúdo, etc.. O exemplo dado busca evidenciar que, no Twitter, o processo de reprodução discursiva está na mão dos usuários e serve às mais diversas construções discursivas.

Nesse contexto de igualdade de espaços discursivos, a função e o poder do jornalismo é dispersado entre todos os usuários da rede que, muitas vezes, comportam-se como vigias do próprio jornalismo e de suas determinações. No Twitter, portanto, o jornalismo encontra dificuldade, mesmo apropriando-se das estratégias linguísticas de seu discurso padrão, para estabelecer e legitimar seu papel privilegiado de porta-voz social e de organizador discursivo da realidade objetiva. O ciberespaço configura um ambiente diferenciado onde as relações de poder são estabelecidas por meio da troca de mensagens e colaboração entre sujeitos – esse sistema de interação contínua tem como princípios básicos a distribuição da informação, a construção coletiva do conhecimento e a democratização dos saberes.

Nesse ambiente multicultural de socialização em rede, o Twitter se apresenta como um espaço onde a linguagem interativa, colaborativa e fluída que constitui a *web*, é explorada nos mais altos níveis – possibilitando a instauração infinita de novas linguagens, novos enunciados e novos discursos que explorem as características fundantes da ferramenta. Inserido nesse novo contexto, o jornalismo assume, em parte, a função colaborativa e interativa da rede – estabelecendo um discurso mais hipertextual, aberto e conversacional.

Todavia, destacamos que nossos apontamentos não pretendem insinuar que o discurso jornalístico padrão, sua função organizadora e sua postura referencial, foi ou será de todo superado. Nossas observações visam apenas destacar que as novas ferramentas de comunicação, especialmente o Twitter, foram apropriadas de tal forma pelos usuários que tornaram-se um espaço midiático importante. Ao fazer uso desse novo ambiente o jornalismo está, gradativamente, sendo remodelado e ressignificado em função das apropriações e dos comportamentos dos *twitteiros* que transformam a ferramenta em um espaço interativo, dialógico e colaborativo – originando um novo ambiente simbólico. Apesar

do Twitter ter sido tomado como um novo veículo de comunicação mais do que propriamente um SRS (KWAK et. al., 2010), seu revolucionário diferencial está, justamente, no fato de agregar à sua função informacional as genuínas características de uma rede de trocas. Dessa forma, os usuários “criaram” um ambiente híbrido que alia informação com interação, notícias com colaboração, veículos com interagentes, fatos jornalísticos com conversas triviais, valores da cultura jornalística com valores da cibercultura (ZAGO, 2011).

Sendo assim, ao se engajar na *Twittosfera* jornalismo padrão passa a ser atravessado e influenciado pelos comportamentos e atividades interativas dos demais usuários. O discurso jornalístico, portanto, passa a ser constantemente interpelado por uma nova linguagem, por novas apropriações de seus enunciados, por um novo ambiente que, discretamente, vai alterando sua “forma” e “significações”. As novas possibilidades de comunicação permanente e interativa impedem que a relação (imaginária) de posse entre o discurso jornalístico e a “realidade dos fatos” se mantenha já que o contexto social contemporâneo está ligado à multiplicidade de olhares, à efemeridade e à superação das instituições de “verdade única” que passam a estar submetidas ao poder e aos valores que se estabelecem, coletivamente, dentro da própria rede.

Acreditamos que o constante movimento espontâneo e caótico da rede reflete no discurso jornalístico e na própria relação imaginária que estabelece com o corpo social. Destacamos que o caráter conversacional e colaborativo estabelecido no Twitter, parece ser a peça-chave desse fenômeno que incide diretamente sobre a prática jornalística e seus produtos.

Buscamos, ao longo de nossa análise, evidenciar as perceptíveis mudanças na materialidade linguística dos enunciados jornalísticos e em sua técnica de narração, procurando, através delas, apontar algumas alterações observadas na configuração padrão dos enunciados e seus possíveis reflexos na caracterização do discurso. Embora as mudanças na técnicas de redação sejam facilmente observáveis, suas implicações na caracterização dos enunciados e do discurso ainda parecem estabelecer um terreno movediço, alheio à qualquer proposta de mapeamento positivista.

Quando nos propusemos a trabalhar com o jornalismo nos propusemos, simultaneamente, a trabalhar com a linguagem, com o simbólico, com a “forma aparente” de algo que é sempre inapreensível, volátil e escorregadio. Nosso

trabalho, portanto, nunca possuiu nenhuma pretensão de se fechar em si ou estabelecer e determinar verdades inquestionáveis sobre a linguagem jornalística no Twitter. Limitamos nosso estudo a uma discussão reflexiva incitada pelas observáveis alterações na técnica e na configuração textual dos enunciados selecionados.

Sendo assim, entendemos este estudo como um primeiro passo ou mesmo um estímulo à exploração interdisciplinar desse fenômeno jornalístico que permeia a grande conversa que se estabelece na *Twittosfera*. Particularmente, nossos apontamentos são considerados como “migalhas de pão” que espalhamos na expectativa de nos indicarem o caminho que pretendemos trilhar em trabalhos futuros que se voltarão, exclusivamente, ao discurso jornalístico no Twitter. Esperamos que a agilidade e mutabilidade inerente desse enorme “pássaro azul” não termine engolindo nossas “migalhas” nos desviando de nossa pretensa trilha. Mas isso, no fim, é apenas esperança porque estamos cientes de que a única certeza que podemos ter sobre essa rede é que ela não pode ser controlada, estagnada ou reduzida a certezas totalizantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do presente trabalho buscamos, entre outras coisas, entrar na arca informacional proposta por Pierre Lévy (1999) para reconhecermos o atual contexto social e cultural que proporcionou o desenvolvimento da sociedade em rede, do ciberespaço e de suas formas interativas e conectivas de comunicação global. Assim, localizamos nosso objeto de estudo, o *tweet* jornalístico, em um momento histórico ímpar no qual ferramentas cibernéticas são diariamente apropriadas como meios democráticos de produção, circulação e colaboração informativa. Se, como buscamos evidenciar ao longo do primeiro capítulo, a técnica e o enunciado jornalístico padrão foram caracterizados por procedimentos que visavam atender uma sociedade que almejava por objetividade, segurança e discursos baseados no ideal de verdade – hoje, na era informacional (CASTELLS, 2010), a cultura da sociedade em rede instaura novos valores e necessidades que já não focam-se na estabilidade de realidades apreensíveis e verdades incontestas, mas sim em interações e colaborações polissêmicas, não-lineares, que formam os fluxos informacionais nos quais as relações sociais se constituem e os sujeitos se formatam.

Assim, o Twitter, tomado como plataforma de mídia e site de rede social, torna-se um sistema representativo dos processos comunicacionais contemporâneos, colaborando à potencialização das características conectivas, abrangentes e mais igualitárias que postularam a *web* como o marco definitivo dessa nova era centrada na informação.

Dessa forma, para cumprirmos nosso objetivo de **caracterizar os enunciados jornalísticos no Twitter através da observação das técnicas empregadas à sua constituição**, buscamos destacar as principais mudanças na técnica jornalística padrão e a simultânea apropriação de elementos da linguagem da ferramenta Twitter e da *web* por meio da análise da materialidade linguística dos 134 *tweets* jornalísticos que compõem nosso *corpus*. Nosso estudo, portanto, partiu de uma caracterização da técnica jornalística padrão e do contexto social, histórico e

cultural que colaborou à construção do modelo da PI, que buscou evidenciar o enunciado jornalístico padrão como produto de uma técnica específica que, por sua vez, formata uma linguagem que reflete todo o sistema de valores da sociedade industrial e de sua cultura tipográfica. Em seguida, buscamos demonstrar o desmantelamento de tal sistema em função, principalmente, do aparecimento das novas tecnologias de informação e comunicação e de inúmeros processos sócio-culturais que estruturam a sociedade em rede e a era informacional. Em suma, podemos dizer que estes dois momentos formaram a base de sustentação de nosso referencial teórico – convergindo à noção de que, com as mudanças contextuais que marcam o nascer da sociedade em rede, o modelo da técnica jornalística padrão passou a ser questionado e afetado pelos novos espaços de interação e comunicação baseados em uma linguagem hipertextual, interativa e multimodal.

Após o primeiro momento de exclusiva exposição teórica, partimos à análise dos 134 *tweets* jornalísticos que formaram nosso *corpus*. Através da análise da materialidade de tais enunciados, pudemos confirmar nosso pressuposto de que o padrão hierárquico e objetivo que orienta a constituição da notícia padrão (PI) e, portanto, da própria linguagem que ainda hoje identifica o jornalismo, começa a dar sinais de desgaste em função de sua inadequação ao contexto social e cultural contemporâneo. Assim, nosso estudo de caso indicou de forma generalista que a tradicional arquitetura da PI parece estar, paulatinamente, cedendo espaço a instauração de procedimentos mais horizontalizados (PD) e interativos que remodelam a técnica padrão e, conseqüentemente, modificam o enunciado jornalístico dando-lhe características ligadas a **hipertextualidade, hiperconcisão, interatividade, universalidade e colaboração**.

O jornalismo ao utilizar o Twitter como ferramenta midiática passa, portanto, a apropriar-se das novas possibilidades comunicativas da ferramenta e de seu sistema de linguagem específica. Embora tenhamos destacado que os enunciados analisados apresentaram, em grande parte, sinais claros de uma recorrência a elementos da linguagem jornalística padrão, percebemos que os *tweets* estão sempre permeados pelas características da cultura de interação e colaboração inerentes à Rede. Dessa maneira, podemos afirmar o Twitter impõe que a linguagem jornalística passe a admitir o caráter dialógico da ferramenta e um certo nível de informalidade em seus dizeres. A interação e a colaboração com os demais usuários é, portanto, a condição básica para que o veículo/jornalista conquiste o

grau visibilidade, influência e credibilidade que deseja dentro do ambiente da *Twittosfera*.

Mais do que apropriar-se dos elementos da linguagem do Twitter, percebemos a existência de inúmeras diferenças entre os elementos técnicos das notícias tradicionais e suas apropriações à elaboração dos *tweets* jornalísticos. Assim sendo, consideramos que o Twitter não é apropriado pelo jornalismo apenas como ferramenta de comunicação, senão como uma linguagem com a qual a linguagem jornalística padrão se hibridiza para originar um novo dizer jornalístico cujas características apontam para a configuração de um discurso mais dialógico que constrói sua credibilidade através da interação com os demais usuários da rede. Acreditamos, portanto, que a força de qualquer enunciado produzido através do Twitter está ligada às características da própria estrutura: a interatividade, a personalização, a horizontalidade, a colaboração, a manipulação e o compartilhamento. Tais características formam, assim, as novas diretrizes que o contexto impõe à produção dos enunciados jornalísticos nesse novo ambiente.

Apesar disso, tomamos o cuidado de ressaltar que nossos apontamentos acerca das mutações encontradas na técnica padrão e na caracterização linguagem jornalística dentro do ambiente do Twitter, não significam a total alienação dos saberes de narração que guiaram a atividade jornalística desde o século XIX. Ao contrário, destacamos através dos trabalhos de Mielniczuk (2001) e Canavilhas (2006) que o modelo padrão ainda orienta grande parte das células informativas que compõem uma notícia na *web*. Salientamos também que nossos apontamentos não pretendem, portanto, insinuar que o discurso jornalístico padrão, sua função organizadora e sua postura referencial foram ou serão de todo superadas em função dos enunciados que surgem no ambiente cibernético. Dessa maneira, nos limitamos a demonstrar que as novas possibilidades técnicas das novas ferramentas de comunicação, especialmente do Twitter, são apropriadas de tal forma pelos usuários que afetam a construção dos enunciados jornalísticos em tal ambiente, conferindo-lhes novas funções e efeitos discursivos.

Acreditamos, portanto, que ao embarcar na *Twittosfera* o jornalismo está, gradativamente, sendo remodelado e ressignificado em função das apropriações e dos comportamentos dos *twitteiros* que transformam a ferramenta em um espaço interativo, dialógico e polissêmico – criando um novo ambiente simbólico no qual o jornalismo está reaprendendo a se comunicar. Isso porque apesar do Twitter ter sido

tomado como um novo veículo de comunicação mais do que propriamente um SRS, suas características de rede de troca e relações não podem ser negadas durante os processos comunicacionais. Dessa forma, podemos dizer que o jornalismo desempenhado no Twitter precisa adaptar-se a fluidez e polissemia desse ambiente híbrido que exige uma harmônica convivência entre informação e interação social, notícias e colaboração, veículos e interagentes, fatos jornalísticos e conversas triviais, valores da cultura jornalística e valores da cibercultura (ZAGO, 2011).

Diante de todo exposto, acreditamos que o discurso jornalístico no Twitter passa a ser constantemente interpelado pela linguagem da rede, por novas apropriações de seus enunciados, por um novo sistema sógnico que, paulatinamente, está alterando a “forma” e as “significações” de seus dizeres. Sendo assim, somos levados a crer que as novas possibilidades de comunicação permanente e interativa tornam-se um obstáculo à manutenção da relação (imaginária) de posse entre o discurso jornalístico e a “realidade dos fatos” uma vez que o contexto da era informacional está cada vez mais ligado a multiplicidade de olhares, a efemeridade, a superação das instituições de “verdade” e a submissão das relações sociais ao poder e aos valores que se estabelecem, coletivamente, dentro da própria rede.

Por fim, cabe mencionarmos que este trabalho se destinou a analisar e evidenciar algumas das perceptíveis mudanças na materialidade linguística dos enunciados jornalísticos, em sua técnica e modelo de narração, apontando, através delas, algumas alterações na caracterização padrão dos enunciados jornalísticos e seus resultantes reflexos na identificação do discurso. Percebemos, ao longo da análise de nosso *corpus*, que apesar das mudanças na técnicas de redação terem se mostrado de maneira evidente na materialidade textual dos enunciados, suas implicações na caracterização destes e também seus efeitos na configuração do discurso jornalístico configuram um fenômeno que, por estar em pleno processo de desenvolvimento, ainda impõe inúmeras restrições e cuidados aos pesquisadores que se aventuram em compreendê-las e descrevê-las. Dito isso, evidenciamos que durante a elaboração desta pesquisa estivemos sempre cientes das limitações que nos seriam impostas em função da amplitude do tema e da restrição prática do *corpus* e, ao mesmo tempo, pela impossibilidade de se buscar “verdades” ou “certezas” inquestionáveis quando o foco de nossa atenção está voltado para objetos linguísticos que, em suma, podem ser postos como a representação mais

evidente da complexidade, volatividade e subjetividade do universo cultural pelo qual se constitui tudo aquilo que é, como diria Nietzsche (2005), somente humano, demasiado humano.

Assim sendo, tudo que esperamos é que nosso trabalho possa servir para, acima de tudo, estimular algumas explorações interdisciplinares desse fenômeno jornalístico que permeia a grande conversa que se estabelece no ambiente cibernético da *Twittosfera*. Desejamos, portanto, que todas as páginas que constituem este estudo possam vir a auxiliar ou introduzir todos que pretendam, assim como nós, se lançar à instigante tarefa de colaborar no desbravamento do discurso jornalístico no Twitter.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1995.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- 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.
- 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.
- BERKENKOTTER, Carol; HUKIN, Tomas. **Genre knowledge in disciplinary communication: cognition/culture/power**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1995.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: UFRGS, 1998.
- BOORSTIN, Daniel. From news-gathering to newsmaking: a flood of pseudo-events. In: SCHRAMM, Wilbur; ROBERTS, Donald. **The process and effects of mass communication**. Illinois: the University of Illinois press, 1971.
- BORGES, André. Blog: uma ferramenta para o jornalismo. In: FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Oeiras: Celta, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. **On Television**. Nova York: The New Press, 1998.
- 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. pp. 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.

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.

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.

CALDAS, Álvaro. O desafio do velho jornal em preservar seus valores. In: **Deu no Jornal: o jornalismo impresso na era da Internet**. São Paulo: Loyola, 2002.

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.

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

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

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

CASTILHO, César Aguillera. Comunicação e informação antes da impressão. In: QUINTERO, Alejandro. **História da imprensa**. Lisboa: Planeta, 1996.

CERVONI, Jean. **A enunciação**. São Paulo: Ática, 1989.

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**. Labcom, 2011.

CHARADEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARTIER, Roger. **Os desafios da escrita**. São Paulo: Unesp, 2002.

CHAUÍ, Marilena. **Uma ideologia perversa**. Folha de São Paulo, caderno Mais. 14 de março de 1999. pp. 5-3.

DEGREMONT, Samuel. **Are sensational topics the only way for journalism to face Twitter's success?** The Cast Blog, 27 de julho de 2009. Disponível em: <<http://burson-marsteller.eu/newsroom/2009/07/are-sensational-topics-the-only-way-for-journalism-to-face-twitter's-success/>>. Acesso em: 23 de julho de 2011.

DELEUZE, Gilles. **O ato de criação**. Folha de São Paulo, caderno Mais. 27 de junho de 1999.

DERTOUZOS, Michael. **O que será**: como o novo mundo da informação transformará nossas vidas. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação no jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 1985.

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.

FIDALGO, António. **Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth**. 2009. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-groth-jornalismo-online.pdf>. Acesso em: 4 de julho de 2011.

FIORIN, José. Luiz. **Em busca do sentido**: estudos discursivos. São Paulo: Contexto, 2008.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Manual de Redação**. São Paulo: Publifolha, 2005.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Primeira página**. São Paulo: Publifolha, 2006.

FONSECA, Virgínia; LINDEMANN, Cristiane. **Webjornalismo participativo**: repensando algumas questões técnicas e teóricas. Revista Famecos, 2007. nº 34. pp. 86-94.

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**: Explicitação 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.

GOUAZÉ, Jean. **Os Dispositivos da Comunicação**. Palestra proferida na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 25 de outubro de 1999.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Jornalismo e ciências da linguagem**. São Paulo: Hacker, 2000.

GONTIJO, Silvana. **O livro de ouro da comunicação**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979.

GYARMATI, David; KYTE, Darrell. Social Capital: network formation and the community employment innovation Project. In: **Policy research initiative**. 2004. v.6, nº.3. Disponível em: <http://policyresearch.gc.ca/page.asp?pagenm=v6n3_art_05>. Acesso em: 10 de junho de 2011.

HALL, Stuart. **The narrative construction of reality**: an interview with Stuart Hall. 1984. Southern Review. v. 17. nº 1.

HARTLEY, John. **Understanding News**. Londres: Routledge, 1991.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

HUNT, Tara. **O poder das redes sociais**. São Paulo: Gente, 2010.

ISRAEL, Shel. **A era do Twitter**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

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.

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.

LANDOW, George. **Hypertext 2: the convergence of contemporary critical theory and technology**. Baltimore: The Johns Hopkins, 1997.

LEMO, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LEMO, Renata; SANTAELLA, Lúcia. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.

LEMO, Lúcia. **O poder do discurso na cultura digital**: o caso Twiter. 2008. Disponível em: <http://www.ea.usp.br/caligrama/n_10/06_lemos.pdf>. Acesso em: 16 de junho de 2011.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **Tecnologias da inteligência**. São Paulo: Ed. 34, 1993.

LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. New York: Paperbacks, 1922.

LISPECTOR, Clarice. **Água viva**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação & Jornalismo**: A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hackers Editores, 2000.

MARTTELART, Armand. **História da sociedade da informação**. São Paulo: Loyola, 2002.

MCLUHAN, Marshal. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MEDINA, Cremilda. **Notícia um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus, 1988.

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.

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. In: FREEDMAN, Aviva; MEDWAY, Peter. **Genre and the New Rhetoric**. London: Taylor & Francis, 1994. pp. 67-78.

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.

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.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2004.

O'BOYLE, Lenore. **The image of the journalist in France, Germany, and England, 1815-1848**. 1968. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/177803>>. Acesso em: 13 de junho de 2010.

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. In: ESTEVES, João Pissarra (Org.). **Comunicação e sociedade**: Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa. Lisboa: Livros Horizonte, 2009. pp.37-50.

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 JÚNIOR, 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 2007.

POSTMAN, Neil. **Amusing ourselves to death**: public discourse in the age of show business. Nova York: Penguin Books, 1985.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), 2006. v. 14. pp. 37-56.

RAMOS, Tagil Oliveira. **Twitter**: chiclete & camisinha. São Paulo: Novatec, 2010.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009a.

RECUERO, Raquel. **Informação e Credibilidade no Twitter**. 2009b. Disponível em: <http://www.jornalistasdaweib.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoT ipo=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.fronteras.unisinos.br/index.php?e=5&s=9&a=88>. Acesso em: 3 de agosto de 2011.

RODRIGUES, Rosângela Hammes. **Análise de gêneros do discurso na teoria bakhtiniana**: algumas questões teóricas e metodológicas. In: Revista linguagem em (dis)curso. 2004. n° 2. v.4. Disponível em: <http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/0402/08.htm>. Acesso em: 27 de abril de 2011.

ROEH, Itzhak. **Journalism and storytelling, coverage as narrative**. American Behavioral Scientist, 1989. v.13.

SÁNCHEZ, José Francisco. **La pirámide 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. nº 33. pp. 95-101.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de lingüística geral**. São Paulo: Cultrix, 1969.

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.

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, 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.

TEIXEIRA, Marlene; FLORES, Valdir Nascimento. **Introdução à lingüística da enunciação**. São Paulo: Contexto, 2008.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais**. São Paulo: M. Books, 2010.

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.

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 of objectivity. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: Questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa: Vega, 1993.

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 impreso**. Barcelona: Ariel, 2003.

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>>. Acesso 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>>. Acesso em: 10 de maio de 2011.

ZERO HORA. **Manual de ética, redação e estilo**. Porto Alegre: L&PM, 1994.

ANEXO A – Tweets cobertura do “evento A”

