

## O Blog do Ombudsman: Interação e Auto-Referencia no Ciberespaço<sup>1</sup>

Sabrina FRANZONI<sup>2</sup>

### RESUMO

Este artigo pretende refletir sobre o “espaço” ocupado pelo ombudsman virtual, ambiente onde se mesclam as “fala” dos *internautas*, os textos disponibilizados pela redação do portal e o próprio discurso do ombudsman, relacionando-o a complexidade do sistema interativo. Com isso, propõe-se estudar a interação mediada pelo computador a partir da relação “entre” os participantes da ação, chegando a noção de “entre-lugar” interativo. Além disso, ao considerar os circuitos de auto-referencialidade e reflexibilidade da mídia, redes nas quais o ombudsman esta emaranhado busca-se estabelecer uma relação paradoxal, pois, se por um lado, esse profissional viabiliza a colaboração dos *interagentes* nos canais de participação, por outro lado, serve de filtro, ao selecionar as informações e/ou os comentários que serão disponibilizados no *blog*.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ombudsman; ciberespaço; “entre-lugar”; interação; auto-referência.

### 1- Situando as Questões

A função de ombudsman de imprensa<sup>3</sup> é bastante conhecida, somente no Brasil ela já é exercida há pelo menos 19 anos, desde que foi instituída pelo jornal, a “Folha de São Paulo”, em 1989<sup>4</sup>. Em contrapartida, apesar da proliferação de *blogs* jornalísticos, a função de ouvidoria nas páginas da *Web* é bastante recente, apenas em 2007 se tem registro dessa atividade no ciberespaço. Com um intervalo de poucas semanas, tanto o *IG* quanto o *UOL* criaram seus *blogs* de ombudsman em seus portais, respectivamente,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Cibercultura, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e membro do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo - CNPq (NUPJOR), e-mail: [sabrinafranzoni@yahoo.com.br](mailto:sabrinafranzoni@yahoo.com.br).

<sup>3</sup> A Organização Mundial de Ombudsman de Imprensa (*Organization of News Ombudsmen* - ONO) aprovou, em 1982, as diretrizes que descrevem as funções deste profissional: aperfeiçoar a equidade, exatidão e responsabilidade do jornal, aumentar sua credibilidade, funcionar como crítico interno, representar o leitor que tem reclamações, sugestões, questões ou cumprimentos, investigar as queixas e recomendar ação corretiva, fazer conferências e/ou escrever para o público sobre as linhas, as posições e as atividades do jornal e defender o jornal. Para sua atividade conta com: uma coluna, memorandos internos, reuniões com equipes, questionamentos e conferências. (cf. <http://www.infi.net/ono/>).

<sup>4</sup> Além de pioneiro, o jornal Folha de São Paulo contribuiu para a consolidação do cargo. A primeira coluna foi publicada no dia 24 de setembro de 1989, por Caio Túlio Costa, com o título “Quando alguém é pago para defender o leitor” (COSTA, 2006, p. 32). Mas a ouvidoria tem sua origem no século XVIII, criada pelo Parlamento Sueco em 1713, sendo o ouvidor conhecido como o representante dos cidadãos perante o parlamento. Sua função era ouvir as queixas contra o poder público, investigá-las e, caso fosse necessário, pedir providências. Na imprensa, dois eventos marcam sua criação: em 1967, um jornal norte-americano, no Estado de Kentucky, indicou seu ombudsman, iniciando a prática no ocidente, e, antes disso, em 1922, no oriente, o jornal japonês *Asahi Shimbun* criou um comitê para receber e investigar reclamações dos leitores (MAIA, 2004, p. 17).

em 13 de julho, tendo por responsável o jornalista Mário Vitor Santos, e, em 2 (dois) de julho, a jornalista Tereza Rangel, numa acirrada disputa pelo pioneirismo da proposta<sup>5</sup>. Tendo por atividades, expressa em uma carta inaugural, representar o público dentro do portal em questões relativas a conteúdo, dar mais voz aos *internautas* e expor os erros cometidos no portal e sendo paga pela própria empresa para criticá-la, Tereza Rangel respondeu pelo *blog* durante um ano, quando foi substituída, em agosto de 2008, pela também jornalista e *design* Mara Gama<sup>6</sup>.

As questões acima, explicitadas na lista das atividades desenvolvidas pela jornalista Tereza Rangel, ombudsman da *UOL*<sup>7</sup>, nos remetem a algumas perguntas: é possível falar em interação, e de que tipo, quando nos referimos às relações estabelecidas pelo ombudsman no meio virtual? Ou, ainda, não estaria o *blog* do ombudsman inserido num circuito auto-referente, ao expor as críticas e os erros do conteúdo jornalístico de seu próprio portal? E, em função disso, paradoxalmente, não estaria viabilizando a colaboração dos *interagentes*<sup>8</sup>, ao mesmo tempo em que serve de filtro, selecionando a informação ou os comentários que estarão disponíveis? A proposta deste artigo é refletir sobre elas.

A escolha de “situar” a página do ombudsman no formato de *blog*, já é um primeiro indicativo do que se propõe com este “espaço” nos portais. Apesar da palavra *blog* ser de uso corrente, tanto no meio teórico quanto popular, buscamos referenciar o termo em Lúcia Santaella (2007), que afirma, no livro “Linguagens líquidas na era da mobilidade”, que uma das palavras de ordem do ciberespaço é “expor-se” e que nada melhor para isso que criar um *blog*, discorrendo sobre suas características:

“...(o) termo (*blog*) deriva de *web log*. As versões em que os *blogs* se apresentam são as mais variadas: *foto-blogs*, *áudio-blogs*, *vlogs*, e ainda

---

<sup>5</sup> A função do ombudsman virtual surge em meio uma polêmica entre os portais do IG e da UOL. Na primeira postagem do *blog* do ombudsman do IG, o jornalista Mário Vitor Santos acusa a UOL de copiar a idéia, o que acelerou a implantação do *blog* do ombudsman na IG, para garantir que fossem os pioneiros. Sobre este assunto ver: <http://ombudsman.blog.ig.com.br/2007/06/entre-a-etica-e-a-concorrenca.html>.

<sup>6</sup> Mara Gama foi integrante da equipe que implantou a UOL em 1996 e já desempenhou no portal as funções de Gerente de Informação, Gerente de Criação, Gerente Geral de Entretenimento e Gerente Geral de Qualidade e Conteúdo, esta última sendo acumulada juntamente com o cargo de Ombudsman.

<sup>7</sup> A escolha por comentar o *blog* do ombudsman da UOL, está em função da explicitação, em sua proposta de trabalho, de estar voltado exclusivamente para o conteúdo jornalístico.

<sup>8</sup> Faz-se aqui a opção conceitual pelo uso do termo *interagente* ao invés de “usuário”, pois se entende que é o que melhor designa a relação entre os participantes da interação, como definiu Alex Primo (2005) que defende que “o termo ‘usuário’, tão utilizado nos estudos da interatividade, deixa subentendido que tal figura está à mercê de alguém hierarquicamente superior, que coloca um pacote a sua disposição por **uso** (segundo as regras que determina) e passa-se a adotar o termo *interagente* “(uma tradução livre de *interactant*, não raro utilizado em pesquisas de comunicação interpessoal) que emana da própria idéia de interação” (PRIMO, 2005, p 2).

*moblogs*, estes atualizados a partir de tecnologias móveis: celulares, *laptops*, *palmtops*. O *blog* tem um caráter individualizador, seja o indivíduo uma pessoa, uma instituição ou uma organização. Sua diferença em relação a um *site* está na facilidade e agilidade de sua atualização, no estilo jornalístico de sua linguagem e no caráter mais personalista de seu conteúdo. Mesmo quando um *site* é pessoal, via de regra, sua função é apresentar, de modo relativamente impessoal, o perfil de um indivíduo ou reorganização. Os *blogs*, pelo contrário mesmo quando não funcionam como diários on-line, trazem a marca da pessoalidade no registro da linguagem que empregam, própria dos comentários. Há alguns *blogs* interativos que permitem a entrada de observações do visitante” (SANTAELLA, 2007, p. 181).

Dessa exposição pode-se perceber que Santaella (2007) enfoca o caráter individualizador e personalista do *blog*, e define como interativos os *blogs* que permitem a entrada e observação dos visitantes. Num outro enfoque, Alex Primo (2007) já parte da premissa que os *blogs* são interativos, mas diferencia dois momentos distintos: inicialmente “surgiram como uma ferramenta para os *internautas* disponibilizarem seus diários pessoais e suas impressões sobre os mais diversos assuntos”, permitindo apenas uma interação reativa; e, posteriormente, “com a incorporação do recurso de comentário, os *blogs* se tornaram verdadeiros fóruns para discussão, dos mais diferentes tópicos. Um verdadeiro debate de fato passa a ocorrer entre os visitantes, nas janelas que se abrem para discussão, não se respondendo apenas ao responsável pela página” (PRIMO, 2007, p. 132.). Com isso, ele não nega que haja interação, mas destaca a importância desta interface para transformar as relações nos *blogs* de simplesmente “reativas” para “verdadeiros fóruns de discussão”.

Estas duas reflexões iniciais remetem à primeira questão levantada, se ocorre ou não interação<sup>9</sup> nas relações do ombudsman com os demais *interagentes*, especificamente os assinantes e a equipe de redação de jornalismo do portal, que parece ser, aparentemente, uma questão simples de ser respondida.

---

<sup>9</sup> Considero, em relação ao termo interação, que já existe um acúmulo teórico e cito, a seguir, duas reflexões sobre “interatividade” que são pertinentes para este debate. No livro “Cibercultura”, Pierre Levy (1999) afirma que a “interatividade assinala muito mais um problema, a necessidade de um novo trabalho de observação, de concepção e de avaliação dos modos de comunicação, do que uma característica simples e unívoca atribuível a um sistema específico” (LEVY, 1999, p. 83). Numa visão distinta, mas complementar, André Lemos (2002) ao tratar sobre interatividade e interfaces digitais, aponta que além da interatividade técnica de tipo “analógico-mecânica” e da interação social, podemos dizer que os novos media digitais vão proporcionar uma nova qualidade de interação técnica do tipo “eletrônico-digital”, correspondendo à superação do paradigma “analógico –mecânico” (LEMOS, 2002, p. 110). Essa discussão é recorrente, mas necessária, para quem quer estudar as relações no ciberespaço, onde as referências ainda estão em constante construção, ou, melhor dizendo, mutua-ção.

Ao tomar por base uma abordagem sistêmico relacional<sup>10</sup>, entende-se a interação como “ação entre” os participantes do encontro, e, nesse sentido, o foco se volta para a relação estabelecida entre os *interagentes*, não nas partes que compõem o sistema global. Dessa maneira, tanto um clique em um ícone na interface, quanto uma conversa na janela de comentários de um *blog* são interações. Mas, para compreender as relações estabelecidas pelo ombudsman da *UOL*, em seu *blog*, percebe-se que o problema não está em identificar se existe ou não interação e sim na necessidade de diferenciar as interações mediadas por computador a partir de suas características qualitativas. Deste modo, o que se tem que levar em consideração seria o estudo dessa comunicação “entre” os participantes.

Nessa linha de pensamento, Primo (2005, p. 11) enfatiza o aspecto relacional da interação, ao valorizar a complexidade do sistema interativo, propondo-se a estudar a interação mediada por computador não a partir das características particulares dos *interagentes*, nem na especificação técnica dos sistemas informáticos, importando, sim, investigar, o que se passa entre os sujeitos, entre o *interagente* humano e o computador e entre duas ou mais máquinas. Para isso, divide as características qualitativas em dois grandes grupos: a interação mútua e a interação reativa.

Numa interação mútua<sup>11</sup>, de acordo com este autor, cada ação expressa tem um impacto recursivo sobre a relação e sobre o comportamento dos *interagentes*, isto é:

“(…) o relacionamento entre os participantes vai definindo-se ao mesmo tempo em que acontecem os eventos interativos (nunca isentos dos impactos contextuais). Devido a essa dinâmica, e em virtude dos sucessivos desequilíbrios que impulsionam a transformação dos sistemas, a interação mútua é um constante vir a ser, que se atualiza através das ações de um interagente em relação à(s) do(s) outro(s). (PRIMO, 2005, p. 13).

Seguindo, também, nessa mesma direção teórica, Rogers (1998) aponta para a discussão da interconectividade, afirmando que ao falarmos de relacionamento, “nós falamos de uma linguagem de conectividade – de agir conjuntamente com os outros, de

---

<sup>10</sup> A abordagem sistêmico-relacional ergue-se da proposta original de Bateson (2000) de uma epistemologia da forma, que busca os padrões de interação em vez dos individuais, que prioriza os inter-relacionamentos em vez da causalidade unilateral (BATESON, 2000).

<sup>11</sup> Alex Primo explica que a palavra “mútua” foi escolhida para salientar as modificações recíprocas dos *interagentes* durante o processo. Ao interagirem, um modifica o outro. Cada comportamento na interação é constituído em virtude das ações anteriores. A construção do relacionamento, no entanto, não pode jamais ser revista. Por conseguinte, o relacionamento construído entre eles também influencia recursivamente o comportamento de ambos. Dessa forma, justifica-se a escolha do termo “mútua”, visando salientar o enlace dos *interagentes* e o impacto que cada comportamento oferece ao *interagente*, ao outro e à relação (PRIMO, 2005, p. 13).

se inter-relacionar, de agir no conhecimento do outro, de mútua influência”, alertando que a totalidade formada vai além dos membros individuais. Para este autor, a perspectiva relacional, fundada numa epistemologia da forma, localiza o significado dos relacionamentos sociais nos princípios organizadores de conectividade e interdependência, princípios apresentados nas práticas comunicacionais e padrões dos *interagentes*, produzidos conjuntamente (ROGERS, 1998, p. 70-71).

Essa questão da “mútua influência” apresentada por Rogers (1998) contribui para compreensão da qualificação da interação apresentada por Primo (2005), ao qual, podê-se acrescentar, ainda, outras variáveis aos processos de interação mútua, caracterizando-a, por sua construção dinâmica, contínua e contextualizada.

Em contraponto à interação mútua está a interação reativa, que depende da previsibilidade e da automatização das trocas. Isto é, uma interação reativa pode repetir-se infinitamente numa mesma troca: sempre os mesmos *outputs* para os mesmos *inputs*. Além disso, as interações reativas vão se estabelecer sempre na dependência das condições iniciais (relações potenciais de estímulo-resposta imposta por, pelo menos, um dos envolvidos na interação). Dessa maneira, por percorrerem trilhas previstas, uma mesma troca reativa pode ser repetida à exaustão (mesmo que os contextos tenham variado), o que não ocorreria numa relação mútua (PRIMO, 2005, p. 14).

A partir desta contextualização teórica sobre as interações mútua e reativa pode-se perceber que as relações de comunicação estabelecidas através do *blog*<sup>12</sup> do ombudsman são interativas, pois fluem através de vários canais, num fluxo dinâmico e contextualizado. Além disso, as relações não se adequam a uma visão dualista, de que têm que ser isso ou tem que ser aquilo, podendo, serem estabelecidas simultaneamente: isto e aquilo. Como se observa, na descrição da interface gráfica da página da ombudsman Mara Gama.

Toda vez que alguém acessar a página <http://ombudsmanuol.blog.com.br>, irá encontrar uma barra de rolagem, na lateral direita, com vários ícones e *links*, na parte central estão os textos postados pela ombudsman (aí também aparecem às respostas da

---

<sup>12</sup> Um debate paralelo, possível, é a problematização do “uso” dado ao *blog* do ombudsman, que poderia potencializar questão sobre a “micro mídia digital” e a “mídia de nicho”. Entrar nessas questões, entretanto, seria abordar os temas da audiência e das condições de produção, que levariam à elaboração de outro texto. Mas, na segunda parte deste artigo, tenta-se dar algumas breves pinceladas sobre o assunto, na abordagem à “auto-referencialidade” e “reflexibilidade”. Para uma discussão aprofundada ver Santaella (2008).

redação) e abaixo do texto, o *link* onde se podem acessar os comentários enviados ao *blog*.

Ao interagir com o *blog*, constata-se que em alguns “espaços” é possível somente acessar conteúdos pré-determinados, mesmo que em alguns sejam feitas alterações, em função de atualizações:

Estatuto do Ombudsman  
O que é o ombudsman?  
Quem é Mara Gama?  
Código de ética dos jornalistas  
Histórico

Porém, outros *links*, nesta mesma barra de rolagem, já possibilitam uma interação mais dinâmica, como no caso do:

Entre em contato  
[Ombusmanuol@uol.com.br](mailto:Ombusmanuol@uol.com.br)  
Busca neste *Blog*  
Indica este *Blog*  
Boletim – receba as novidades deste *blog*

É nesse segundo bloco<sup>13</sup>, que se percebe, com mais facilidade, a “possibilidade” tanto da interação reativa quanto da interação mútua. Quando o *interagente* digita seu e-mail para receber as novidades, através do “Boletim”, ou ainda, quando acessa a “Busca” para encontrar informações sobre assuntos postados no *blog*, nos dois casos a relação que se estabelece é automatizada, previsível e se repete à exaustão. Para alterar essa situação, o *interagente* terá que modificar as condições iniciais, isto é, solicitar o cancelamento do recebimento do “Boletim” ou trocar a palavra ou frase digitada no campo de “Busca”.

Da mesma maneira, quando o *interagente* “entra em contato” através do e-mail e recebe uma resposta automática, de recebimento da mensagem, ainda, assim, se está falando de uma interação reativa. Por outro lado, quando a mensagem se transforma em postagem no corpo do texto do ombudsman ou vai parar no *link* de comentário, já se pode dizer que, ocorre também, uma interação mútua. Ou seja, a interação nesse caso, não é mera somatória de ações individuais, mas ela se constrói na “ação” que se atualiza através das relações de um *interagente* com outro(s).

---

<sup>13</sup> Cabe esclarecer que a seleção e agrupamento dos ícones se da em função de facilitar a explicação, pois na página suas posições são diferentes da proposta aqui, no exemplo.

Dessa forma, o que irá detonar essa interação será, sempre, uma matéria ou imagem veiculada na página da *UOL*, que, tanto pode receber um comentário crítico pelo ombudsman em sua página e/ou pelos demais *interagentes*<sup>14</sup> (caso tenham sua mensagem selecionada), desencadeará uma rede de relações. Com esse acontecimento inicial, comentários serão postados tanto pelo ombudsman, responsável pelo *blog*, como pelos assinantes e pela redação de jornalismo do portal da *UOL*, sendo a continuidade da discussão definida durante o processo de interação.

Os exemplos, acima, contribuem para o entendimento de que o “espaço” ocupado pelo ombudsman virtual não pode ser visto de maneira estanque, mas, sim, a partir de uma ação “entre” as interações mútuas e reativas. Assim, o *blog*, e, mais especificamente, o lugar de fala da jornalista Mara Gama, pode ser pensado como um “entre-lugar<sup>15</sup>” interativo. “Espaço”, esse, caracterizado pela descentralização da comunicação e pela diluição das fronteiras entre produtores e consumidores e/ou emissores e receptores. Ao mesmo tempo em que o *blog* tem um “endereço” localizável e conteúdos fixos, as trocas dão-se em processos de interações que ocorrem em trânsito, isto é, nas várias “falas” dos *interagentes*, que circulam nos “espaços” possíveis. Com isso, não se pretende omitir o lugar de “fala” do jornalismo, mas enfatizar como as dimensões do espaço e do tempo das interações comunicativas foram alteradas.

Essa reflexão, então, sobre as relações que constroem o “entre-lugar<sup>16</sup>” interativo, ocupado pelo ombudsman no ciberespaço, mostram uma mescla de discursos que se cruzam. De um lado, como já vimos, há a interação mútua que ocorre entre a jornalista, os redatores da *UOL* e os assinantes. Por outro, tem-se a referência com o discurso do *site* da *UOL*, que contribui para caracterizar o “espaço” do ombudsman como um circuito reflexivo e auto-referente da mídia em que está inserido.

## 2- Complexificando o “Entre-Lugar” do Ombudsman

---

<sup>14</sup> A jornalista Mara Gama, denomina os participantes do *blog* de “leitores”, “internautas” e “usuários”. O mesmo acontece no portal do IG.

<sup>15</sup> Vinda dos Estudos Culturais, a denominação “entre-lugar” foi adotada por Silvano Santiago e inicialmente explorada em *Uma literatura nos trópicos: ensaios sobre a dependência cultural* (Santiago, 1978), aproximando-se do que, em algumas correntes da antropologia contemporânea, denomina-se *não-lugar*. Optei por usar a categoria “entre-lugar” para o *blog*, por entender que esta referência inclui os espaços personalizados, diferentemente de *não-lugar*, que segundo Marc Augé é diametralmente oposto ao lar, à residência, ao espaço personalizado e também representado pelos espaços públicos de rápida circulação, como aeroportos, rodoviárias, estações de metrô, pelos meios de transporte e pelas grandes cadeias de hotéis e supermercados” (AUGÉ, 1994, p. 88).

<sup>16</sup> É possível relacionar a noção de “entre-lugar” interativo com a de *multiinteração* adotada por Primo (2005), para explicar a simultaneidade de interações tanto reativas quanto mútuas em um mesmo acontecimento interativo (PRIMO, 2005, p.16).

Utilizar o conteúdo midiático para fazer críticas ou comentários não é uma exclusividade da função do ombudsman de imprensa e, muito menos, surgiu como exclusividade do ombudsman no “espaço” virtual. Consegue-se identificar pelo menos dois momentos significativos, a criação dos *media criticism*, na década de 1960 e os programas de “leitores de mídias”, a partir de 1990, que demonstram que a auto-referência e a reflexibilidade, identificadas no *blog* do ombudsman, são uma ocorrência freqüente e estão conectadas à prática jornalística.

No Brasil, a experiência de maior repercussão de *media criticism*, segundo Jairo Mendes (2002), foi o exemplo da coluna, cujo título era, o “jornal dos jornais”, de Alberto Dines, publicada na “Folha de São Paulo”, de 1975 a 1977. O mesmo jornalista, na década de 80, teve uma coluna de *media criticism* no *Pasquim*, com o nome “Jornal da Cesta”. Em 1989, Dines fez uma nova coluna, com o título “O circo da notícia”, publicada na Revista Imprensa e, posteriormente, no *site* do “Observatório de Imprensa”. Mas diferentemente do “espaço” do ombudsman essas colunas não eram veiculadas no órgão ao qual elas dirigiam suas críticas, e, muito menos, cabia ao jornalista responsável, o caráter de ouvidor do público leitor.

Nos anos 90, o comentário auto-referencial invade a televisão, onde muitos programas foram criados para comentar sua própria programação, a vida dos atores das novelas, dos cantores, dos conteúdos das entrevistas, ficando conhecidos como “leitores de mídias”. De acordo com o teórico Steven Johnson (2001), no livro “Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar”, esses circuitos auto-referentes da programação se diferenciavam das narrativas tradicionais de contar histórias, das comédias de situação, das novelas e das entrevistas:

“(...) eram os verdadeiros inovadores da televisão contemporânea, agarrando-se, como parasitas, a organismos hospedeiros maiores, mais lerdos, e se reproduzindo indiretamente através deles, comentando, desmantelando, dissecando, sampleando” (JOHNSON, 2001, p. 24-25).

Mas para Johnson, é na *internet*, que os “leitores de mídia” têm seu espaço próprio de disseminação, pois o que une as diversas categorias dessa espécie emergente é a crença partilhada na necessidade de filtros de informação, ou seja, na utilização de dados para dar sentido a outros dados. Com base nessa forma “parasita” seria possível dar significado à variedade de informações disponíveis, identificar as fontes mais



confiáveis, aplicando filtros aos dados brutos, que podiam ser consumidos através de diferentes mediações, pois a informação digital sem filtros é coisa que não existe (JOHNSON, 2001, p 29).

Entretanto, com um enfoque distinto do proposto por Johnson (2001), a teórica Lúcia Santaella (2007), ao discorrer sobre os *games*, aborda a problemática da “autoreferencialidade” ou da “reflexividade” da mídia, como uma questão da semiótica, que envolve não apenas o discurso verbal, mas, sobretudo, os mais variados sistemas de signos, “não só a imagem, mas também as tradicionais formas híbridas de linguagem e comunicação (cinema, televisão), para culminar nas novas hibridizações sígnicas que pululam nas hipermídias das redes de comunicação e atingir o seu paroxismo nos *games*” (SANTAELLA, 2007, p. 430). Sendo assim, a autoreferencialidade ocorreria quando um discurso, um texto, um processo de signos, de certo modo, com maior ou menor intensidade, refere-se a si mesmo, ao invés de referir-se a algo de fora da mensagem transmitida.

Santaella esclarece que quanto mais os tipos de mídias se multiplicam, mais aumenta a interação entre elas. A multiplicação das mídias tende a acelerar seus intercâmbios dinâmicos, resultando em uma proliferação de citações, repetições, intertextualidade e referências mútuas. Isso gera o fenômeno da interterminalidade ou da hibridização, isto é, uma mistura de textos, discursos e processos sígnicos, que vai se constituir como uma das características mais centrais da cultura pós-moderna (SANTAELLA, 2007, p. 431). Este novo espaço de trocas e cruzamentos de mídias e processos sígnicos torna-se um espaço rico e propício à expansão de todos os tipos de processos auto-referentes com a resultante impressão de que, em muitas ocasiões, o que a mídia faz é falar da própria mídia<sup>17</sup>.

Diante dessas reflexões teóricas, pode-se afirmar que a comunicação digital cria novas formas de relação com a materialidade do discurso, através do hipertexto e das infinitudes de *links*, sendo propícia para a interação. É nesse “espaço” de circulação intensa de informações, de citações de meios de comunicação que são afetados ou não, mas que comentam e fazem referências entre si, que se inserem a maioria dos *blogs*, e, entre eles, o do ombudsman da *UOL*. Assim, a jornalista Mara Gama, explora os

---

<sup>17</sup> Fausto Neto (2007) em “Enunciação, autor-referencialidade e incompletude”, também trás uma reflexão interessante sobre como o jornalismo “fala cada vez mais para o âmbito do público de suas próprias operações, enquanto regras privadas de realidade de construção do que, necessariamente, da construção da realidade. Ou seja, produz a enunciação da enunciação” (FAUSTO, 2007, p. 78).

recursos e possibilidades de mediar às informações, numa situação paradoxal. Em suas postagens semanais de comentários críticos ou elogiosos e na divulgação das respostas dadas pela redação do portal, por um lado, participar de uma estrutura de poder mantida e reforçada pelo próprio portal, no qual está inserida, mas, por outro lado, ao garantir a participação dos *interagente*, tanto através das interfaces, janelas de comentários, e/ou grupos de discussão, promove outras combinações e recombinações interativas, que serão continuamente renovadas pelos próprios *interagentes*.

Descreve-se, como exemplo, dessa dinâmica interativa e da referencialidade ao portal da *UOL*, a matéria “Fofocas, abobrinhas e BBB”, postada pela jornalista Mara Gama, no dia 3 de março de 2009, às 17h37 minutos. A ombudsman transcreve uma mensagem enviada por Alexander, de Curitiba, que mostra insatisfação em relação, ao que o leitor considera como, as mudanças editoriais no portal. Já de início, fica explícito o vínculo com o portal “Sou frequentador assíduo da *UOL* desde 1998 e assinante desde 2006”, e, em seguida, ele nomeia vários veículos de comunicação, para construir e sustentar sua argumentação, que remete a credibilidade da *UOL* ao Grupo Folha, como se vê, na citação, a seguir:

“Como não costumo assistir televisão e não tenho tempo para ler jornais durante a semana, minhas principais fontes de informação são a Internet e as rádios noticiosas (CBN e BandNews). O *UOL* sempre foi minha referencia na Internet, principalmente pela credibilidade do Grupo Folha. Porém tenho notado que o conteúdo da *UOL* tem se distanciado do que era há alguns anos atrás. (...) Hoje em dia a *UOL* parece dar ênfase a “outro tipo” de conteúdo: futilidades e abobrinhas variadas, fofocas sobre celebridades, futebol, simpatias, BBB e por aí vai. A *UOL* já não é mais minha página inicial do navegador. Prefiro me informar primeiro no Estadão, na BBC Brasil e por último na *UOL*” (Alexandre, 3/3/2009).

Na conclusão dessa mensagem, o *interagente* aciona novamente a citação de nomes de outros veículos de comunicação, mas agora, não mais para dar credibilidade ao portal, mas como forma de mostrar insatisfação, ao afirmar que a *UOL* deixou de ser referencia para ele, que passou a buscar a informação, primeiramente, em outras páginas. Além desse leitor<sup>18</sup>, a jornalista Mara Gama, ainda, trás a “fala” de outro *interagente* que reforça a insatisfação: “com tanta coisa importante acontecendo no

---

<sup>18</sup> Mantém-se a expressão “leitor” utilizada pela jornalista Mara Gama, na postagem do *blog*.

Brasil e no mundo, é inacreditável que o UOL reserve tanto espaço para esse assunto (BBB), escreveu Nivaldo”.

Além dessas transcrições, Mara Gama informa que as mensagens foram enviadas para avaliação da Redação, e transcreve a resposta dada pelo gerente geral da *home page* da UOL, Alexandre Gimenez, que afirma que: “cerca de 30 chamadas da pagina são destinadas a assuntos de interesse jornalísticos mais profundo, e que, em breve, deve ser incluído novo bloco com mais noticiais e fotos”. Gimenez, também, informa a política editorial da *home* da UOL, publicada em 15 de outubro de 2008, que diz:

“A primeira página da UOL propõe-se a reunir e publicar com agilidade as notícias mais relevantes do Brasil e do mundo; valorizar as melhores produções editoriais do portal, em particular das áreas de notícias e esporte, entretenimento e vídeo; e expor a qualidade e a diversidade de serviços e conteúdos do UOL e de seus parceiros. A *home page* da UOL é vista por milhões de pessoas de perfil heterogêneo. Um dos desafios da edição é reunir assuntos e enfoques que atendam as expectativas de diferentes públicos”( Gimenez, 3/3/2009).

No final da postagem, Mara Gama retoma a palavra e diz que a área editorial mostrou interesse e que “Vale a pena refletir sobre as críticas”, pois os leitores apontam desequilíbrio e explicitamente excesso de fofoca.

O exemplo acima contribui para se pensar sobre como são construídas as relações da jornalista Mara Gama, em seu *blog*, ficando explicita, a referencia ao veículo de comunicação, e, no caso citado, dando visibilidade a própria atividade de informar, através da citação da “política editorial da *home page*”.

Percebe-se, então, que a auto-referencialidade na esfera midiática é um processo contemporâneo, no qual o sistema refere-se a si mesmo para ‘comprovar’, legitimar o que diz o que transforma em acontecimento. Como explica Vanda Ferreira (2005), ao falar da auto-referencialidade que existe dentro de um mesmo grupo ou veículo de comunicação.

“Os conteúdos jornalísticos auto-referenciais caracterizam-se essencialmente pela abordagem da actualidade ligada à empresa proprietária do meio de comunicação ou com o próprio acontecimento, processo e/ou temática ligado à actividade dos meios/empresas e grupos econômicos de comunicação. Os conteúdos jornalísticos

referenciais abordam acontecimentos, processos e temáticas relevantes para o grupo econômico proprietário da empresa/meio de comunicação social que o difunde promovendo sua visibilidade e imagem pública de forma directa ou indirecta, de modo organizado e coerente” (FERREIRA, 2005, p. 130).

Essas estratégias de auto-referencialidade no campo midiático estão intimamente ligadas à questão do agendamento, à quais fatos virão se tornar acontecimentos. Mesmo no espaço do *blog*, a seleção do que poderá ou não ter espaço, requer que a ombudsman faça uso de estratégias que promovam um efeito de sentido de verdade, de testemunhalidade, pois aquela página ou matéria que foi deslocada para o espaço do *blog*, já foi, anteriormente, veiculada na UOL e vista pelos *internautas*. Com isso, a “fala” da ombudsman está amparada em vestígios do real, em relatos de pessoas que viram a página, discordaram ou concordaram com o enfoque dado ao fenômeno divulgado. São essas estratégias, que estão articuladas à referencialidade e que se percebem no *blog* do ombudsman, que irão transmitir a sensação de confiança e credibilidade aos *interagentes*. Reforçando e solidificando tanto o “entre-lugar” ocupado pelo ombudsman, como o próprio portal da UOL.

Por fim, a partir das questões levantadas, tentou-se pensar em algumas categorias para refletir sobre a atividade de ombudsman no ciberespaço, juntando a noção de interação com a de auto-referencialidade. Com isso, buscou-se, complexificar o lugar “ocupado” pelo ombudsman, que ao agir como um filtro seleciona o que será publicado no *blog*, mas que, por outro lado, nessa mesma atividade de filtragem contribui para destacar uma informação, deslocá-la para outro espaço, criando a partir daí um acontecimento, onde os *interagentes* trocam informações e comentários.

Talvez, as questões levantadas por esse artigo, não sejam suficientes para se afirmar que as relações estabelecidas no *blog* do ombudsman são mais ou menos democráticas do que as do meio impresso. No entanto, pode-se dizer que o *blog* do ombudsman contribui para motivar a discussão e a reflexão sobre o conteúdo, a circulação e o consumo de informações no ciberespaço. Além disso, nos mundos virtuais dos jogos, os *internautas* são representados por um “avatar” e é através dele que o jogador interage com o mundo e os personagens ao seu redor. Quem sabe, não seja essa uma opção para os *interagentes*, buscar que o ombudsman seja o seu “avatar”, para

representá-los frente ao portal e quem sabe diluam-se, ainda mais, as fronteiras entre os “ditos” emissores e “supostos” receptores da informação.

## REFERÊNCIAS

AUGÉ, Marc. **Não-lugares** – Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Trad. Maria Lúcia Pereira. Campinas, São Paulo: Papyrus, 1994.

BATESON, Gregory. **Steps to na ecology of mind**. Chicago: University of Chicago Press, 2000.

COSTA, Caio Túlio. **Ombudsman: o Relógio de Pascal**. 2ª. Ed. rev. e atual. com dois capítulos completamente novos. – São Paulo: Geração editorial, 2006.

FAUSTO NETO, Antônio. **Enunciação, auto-referencialidade e incompletude**. Porto Alegre: Revista Famecos, n 34, 2007, (pp. 78-85).

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Trad. Maria Luiza Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2001.

LE MOS, André; **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002 (pp 107-135).

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução Carlos Irineu da Costa. São Paulo – SP. Editora 34. 1999.

FERREIRA, Vanda. **Conteúdos jornalísticos auto-referenciais: entre o Jornalismo e a Publicidade**. In: Revista Caleidoscópio. Portugal: nº 5/6. 2005.

MAIA, Kênia B. F. **A modelização e o discurso de legitimação profissional do ombudsman de imprensa**. Estudos em Jornalismo e Mídia – v. 1, n. 2, novembro 2004.

MENDES, Jairo Faria. **O ombudsman e o leitor**. Primeira Edição – Abril de 2002.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por computador: comunicação, cognição, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

\_\_\_\_\_. “Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador”. In.: **Cultua em fluxo: novas mediações em rede**. 1 Ed Belo Horizonte: PUC Minas, 2005, v, p. 36-57. Disponível em <[http://www6.ufrgs.br/limc/pdfs/enfoques\\_desfoques.pdf](http://www6.ufrgs.br/limc/pdfs/enfoques_desfoques.pdf)>.

ROGERS, L. Edna. “The meaning of relationship communication”. In: **The meaning of “relationship” in interpersonal communication**. Westport: Praeger, 1998 (pp. 69 – 82).

SANTAELA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTIAGO, Silviano. **Uma literatura nos trópicos: ensaios sobre a dependência cultural**. São Paulo: Perspectiva, 1978.

Site IG Ombudsman (<http://ombudsman.blig.ig.com.br/>)

Site UOL Ombudsman (<http://ombudsmandouol.blog.uol.com.br/index.html>)

Organization of News Ombudsmen (<http://www.infi.net/ono/>)

Fofocas, abobrinhas e BBB – matéria – (<http://ombudsmanuol.blog.uol.com.br/arch2009-03-01>).