



A Resenha *on line* no Site Omelete: Entre Narrativas Digitais e o Público¹

João Batista Firmino Júnior²

Olga Tavares³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

O artigo trata de como a resenha *on line*, do *site* de entretenimento Omelete, muda a forma como o receptor interage com o produto cultural a ser consumido. Esse nosso fenômeno ocorre por meio de fragmentos de narrativas originais, com a enunciação de produtos culturais, tais como jogos eletrônicos, histórias em quadrinhos e filmes, através da intermediação de aspectos diferentes em uma mesma página onde convergem meios audiovisuais, intratextuais e intertextuais. Compõe-se, assim, um primeiro passo para entender como o público está podendo participar de algo e fazer sua própria avaliação da narrativa do produto original, discutindo-a com outros interagentes em um sistema de comentários próprio.

PALAVRAS-CHAVE: resenha; *on line*; Omelete; público; narrativas digitais.

Introdução

Considerando o universo relativamente novo das resenhas publicadas *on line* e produzidas para tal, estamos diante de verdadeiros produtos que analisam produtos, de textos que são eixos compostos por escrita, imagens e vídeos que, por si só, também são algo a ser criticado, seja entendendo essas mídias separadamente ou em conjunto.

Assim, salientamos que, neste texto, propomos uma discussão acerca do uso da resenha *on line* na exposição de fragmentos de narrativas digitais, em que tentaremos demonstrar que fazer uma resenha jornalística na internet ajuda a reconfigurar a interpretação do público sobre determinadas obras culturais, promovendo um panorama próprio capaz de, no ambiente *on line*, levar o público a avaliar o que leu e o que pretende, ou não, consumir.

Temos, então, um universo onde as resenhas *on line* abrem espaços específicos para trechos de narrações diversas que correspondem àquilo que é originalmente resenhado ou analisado. Sendo assim, iniciamos uma discussão sobre como ocorrem as

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XI Encontro dos Grupos de Pesquisa, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB. E-mail: firminojunior83@gmail.com

³ Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1999) e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB. E-mail: olgatavares@hotmail.com.



interferências do poder crítico de uma resenha e sua apropriação de pedaços das narrativas que compõem os produtos analisados, reordenando e direcionando julgamentos sobre essas narrativas e seus produtos originais.

Observando o caso específico do Omelete⁴ (2011), buscamos inferir sobre toda essa troca e reconfigurações de narrativas no corpo interno de textos avaliadores que as intermediam perante o público.

Antes, vejamos o que narrar quer dizer. Segundo o Houaiss (2009), narrar “... é expor, contar (fato real ou imaginário) por meio de escrita ou oralmente, ou por imagens”. Nesse ponto, nos detemos em “por imagens” e verificamos as possibilidades trazidas pela internet e pela hipermedialização de seus conteúdos que, mesmo fragmentados, são potencializados pelas resenhas cuja enunciação precisa de visibilidade e possibilidade de interação.

A partir desse ponto, dessa configuração inicial, tentaremos entender o que chamamos de fases da exposição narrativa, que começa no produto original (por exemplo, um jogo eletrônico), é fragmentado em um *trailer*, é exposto na deliberação de uma resenha, e, por fim, tudo isso se divide na possibilidade de, por um lado, a avaliação da avaliação, a crítica da resenha, nos espaço para comentários no Omelete; e, por outro lado, na possibilidade de aquilo que foi enunciado originalmente também ser reavaliado, criando expectativas.

O resultado disso traria a necessidade de experimentar o produto para a construção de uma experiência própria que permitisse reler a resenha, levando a um entendimento redimensionado e mais amplo, ou melhor, trazendo-nos a ideia de algo que vai evoluindo até terminar na possibilidade de construção de uma nova e sucessiva resenha ou, em casos mais sofisticados, na construção de novos filmes, quadrinhos, jogos eletrônicos, músicas pautadas ou “corrigidas” com base na resenha anterior, revendo conceitos, modos de fazer, inovando, abrindo oportunidades para quem conseguir pescar, nesse emaranhado, uma nova forma de fazer um produto.

Veremos, então, o esboço desse processo que tentamos iniciar através de um entendimento do que é um texto, originário do jornalismo opinativo, para a web; do que é uma resenha *on line*; e da natureza do trajeto que propomos fazer, a, em linhas gerais, como dissemos, partir da narrativa original, intermediada pelo produto secundário (a resenha), levando às conclusões e interações entre leitores/usuários e potenciais construtores de algo novo.

1. Breve mapeamento do histórico da resenha

⁴ Cujo endereço eletrônico é <http://www.omelete.com.br/>, acessado no decorrer de maio de 2011.



Segundo José Marques de Melo (1994, p.125), a resenha “... corresponde a uma apreciação de obras de arte ou de produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores ou consumidores”.

Assim, sabendo que a espinha dorsal do jornalismo cultural sempre foi o tipo de texto chamado “crítica” (antes de surgir, no Brasil, o termo “resenha”), consultamos o trabalho de Daniel Piza (2009), explicando que a crítica nasce no início do século XVIII, com Richard Steele e Joseph Addison, com a revista diária *The Spectator*, tendo por inovação trazer para o público geral um conhecimento antes tido apenas como parte de uma elite cultural, popularizando, mas sem se rebaixar, a apreciação de livros, óperas, costumes, festivais de músicas e teatro.

No Brasil, as origens mais claras da crítica estariam na geração de Machado de Assis (1839-1908) e José Veríssimo (1857-1916), esse último editor da Revista Brasileira. No decorrer das primeiras décadas do século XX, porém, segundo Piza (2009, p.19): “Quem começou a desempenhar papel fundamental no jornalismo cultural foram as revistas, incluindo na categoria os tabloides literários semanais ou quinzenais”, tendo por base todo o furor do Modernismo. Ao lado disso, podemos citar a contribuição de escritores e intelectuais como José Cândido e Raquel de Queiroz na revista *O Cruzeiro*; o cronista Paulo Mendes Campos na revista *Manchete*; e os exemplos que vieram depois, como os críticos Isabela Boscov, da *Veja*, e Ivan Cláudio, da *Istoé*.

Entende-se, então, que temos uma categoria que faz parte do gênero maior que podemos chamar de jornalismo opinativo, marcado por ser uma voz a reproduzir uma aura à obra ou ao produto, realçando-o, deliberando sobre ele, interpretando suas potencialidades, adaptando-o à visão do público consumidor e fruidor. Porém, temos que entender que a resenha é o tipo de texto que se aplica não aos textos dos periódicos especializados - que seria o caso das críticas - mas aos meios de comunicação mais coletivos, traduzindo a expressão *review* do inglês, também conforme José Marques de Melo (1994), o que não elimina o fato que a resenha, no Brasil, deriva, historicamente, da crítica. Sendo mais claros sobre isso, podemos considerar:

Os grandes intelectuais que continuaram a realizar exercícios críticos estruturados segundo os padrões da análise acadêmica refugiaram-se nos periódicos especializados ou nos veículos restritos ao segmento universitário da sociedade brasileira. E se autodenominaram *críticos*, em contraposição



àqueles que permanecem nos meios de comunicação coletiva, ou que se agregaram ao trabalho de apreciar os novos lançamentos artísticos, cujos textos passaram a se chamar *resenhas*, traduzindo a expressão *review* utilizada pelo jornalismo norte-americano (MARQUES DE MELO, 1994, p.126).

É preciso também esclarecer que não estamos trabalhando com as resenhas críticas acadêmicas, mas com aquele tipo de texto que analisa produtos culturais mais perecíveis, e que é voltado ao público geral, menos segmentado.

O fato é que, justamente nos grandes jornais e nas revistas semanais, veio esse uso do termo “resenha”, separando-se da crítica especializada. Já tendo havido isso, veio a internet como suporte midiático, capaz de servir de eixo para uma nova forma de construir o tipo de texto concebido como “resenha” na abordagem de novos produtos culturais, como jogos eletrônicos, revistas em quadrinho e cinema, muito além do teatro, da literatura e das artes plásticas.

Em suma, essas resenhas online são feitas para um público mais versátil, mais jovem, interessado em interagir nos comentários e nos fóruns disponíveis sobre os assuntos e mais acostumados às hibridizações midiáticas, à troca de informações em tempo real e à multitarefa, onde temos um campo amplo através do qual, ao mesmo tempo em que o leitor ou usuário pode se deter no texto de uma resenha, há o acesso a trechos do próprio produto analisado, permitindo que o leitor também faça a sua crítica, a sua interpretação, e a exponha para apreciação de outras pessoas.

2. Resenha e internet

Em termos jornalísticos, a resenha destacou-se, obviamente, nos meios impressos, em jornais e revistas, até ser levada à internet, inicialmente sendo apenas transposta, onde um texto de jornal ou revista apenas se torna visível online sem trazer nenhuma linguagem nova. Essa primeira fase é bem descrita por Palácios et al (2002)⁵, sendo entendida como uma ação transpositiva, onde “... os produtos oferecidos, em sua maioria, eram reproduções de partes dos grandes jornais impressos, que passavam a ocupar o espaço na Internet”. Só mais tarde, surgiriam sites com conteúdo jornalístico específico para o universo hipermidiático.

⁵ Ver o texto **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro**, disponível no link http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf, acessado em 08 de maio de 2011.



Lembremos que o primeiro *site* jornalístico brasileiro na internet foi o do Jornal do Brasil, cuja primeira cobertura completa foi em 28 de maio de 1995, de acordo com Prado (2011), numa época em que tal forma de fazer jornalismo *on line* baseava-se menos em uma linguagem própria feita para a web e mais numa transposição do que já havia sido publicado ou uma antecipação do que seria publicado, mas sempre tendo por ponto de origem a edição impressa.

Claro que, aos poucos, os mecanismos da rede passaram a ser incorporados pelas matérias, como na presença de seções como “Últimas Notícias”, por exemplo. Palácios et al (2002) citam o *site* msnbc⁶ como o primeiro *site* realmente webjornalístico, hoje com uma boa exploração de imagens, vídeos e *slideshows*, além de jogos eletrônicos como palavras-cruzadas, *cartoons* e muitas outras novidades.

Diante desse histórico, agora podemos especificar que o tipo de resenha na Web que nós analisamos envolve textos que são parte de *sites* ligados a grandes provedores, visando dispor resenhas interpretativas sobre uma gama de produtos tais como jogos eletrônicos, músicas, filmes e histórias em quadrinho, dentre outros. É o caso desse *site* que analisamos, fluindo com *banners*, *hyperlinks*, *trailers*, galeria de imagens, sistema de comentários e menus com várias possibilidades de escolha.

Essa relação mais específica entre resenha e internet vem se dando com certa intimidade nos últimos anos, em *sites* de entretenimento. É muito presente o dinamismo de um texto que agora está mais equipado para apresentar e julgar determinado produto cultural, num verdadeiro espaço virtual dotado de representações gráficas das interações entre diferentes textos e linguagens audiovisuais. Porém, antes, falemos um pouco da grande rede técnica que permite o fluxo dessas resenhas.

Vejamos, então, que a internet, finalmente, populariza-se no Brasil na década de 90, gerando, então, *sites* e blogs de entretenimento que vão abarcando todo um potencial contracultural⁷, em que os produtos expostos, analisados e julgados já estão, em sua própria construção, integrados ao mesmo mundo de cibercultura⁸ desse e de outros *sites* que seguem a mesma linha, explorando um universo enciclopédico, espaço-temporalmente simplificado e participativo.

⁶ O endereço eletrônico é www.msnbc.com.

⁷ Contracultura entendida aqui como o conjunto de novos modos de mobilização e contestação social, cujo auge foi na década de 1960.

⁸ Cibercultura pode ser definida como “... o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”, conforme Levy (1999, p.17).



Sobre a interatividade no computador, entendida por Alex Primo (2008, p.33) como “... a oferta de um grande número de dados pré-contidos em suporte digital, cujo fluxo de apresentação é disparado pelo ‘usuário’ ao clicar em um botão ou *link*”, temos que ela é uma marca fundamental da internet e que influi na produção de resenhas *on line*.

As possibilidades interativas na web, a manter tais resenhas, levam ao que se pode chamar de uma certa “duplicidade”, ou o conjunto entre resenha original sob a forma de um texto bruto e todo o constructo envolvendo esse texto bruto - adaptado a complementos diversos como *hiperlinks* para outros textos e vídeos -, o percurso próprio do leitor/usuário naquele espaço alinear (o que inclui interconexões com redes sociais) e a presença das opiniões nos comentários visíveis, capazes de interagir com o *site* e com outros participantes.

Todo esse conjunto condiz com as relações entre internet e resenha, fomentando um conceito de jornalismo opinativo online capaz de atender ao dinamismo do novo ambiente que é a internet, mas valorizando uma categoria textual do gênero opinativo do jornalismo de forma a aperfeiçoar técnicas antigas num embate, antes de tudo, entre o universo de elementos interativos que formam o que chamamos de internet e os novos caminhos de usabilidade e de reorganização hipermediática na potencialização dos produtos analisados, promovendo-os (seus acertos e seus desacertos) na rede e permitindo um melhor contato com a informação.

3. Intermediando narrativas digitais e o público

Examinamos o nosso caso, o endereço eletrônico Omelete, um *site* especializado em noticiar e resenhar filmes, jogos eletrônicos e histórias em quadrinhos, mas que opta por chamar suas resenhas de “críticas”. Na verdade, entendemos que são resenhas devido aos textos que aparecem como “críticas” não constituírem uma análise mais especializada e acadêmica, fechada ao entendimento do público geral, mas algo voltado a esse mesmo público, apreciando produtos culturais bem mais perecíveis - tudo de acordo com o que observamos em José Marques de Melo (1994), citado no Capítulo 1. Abaixo, uma visão geral:



FIGURA 1 – Exemplo de uma resenha *on line*, sob a denominação “crítica”, numa seção sobre Cinema.
FONTE – O endereço eletrônico <http://www.omelete.com.br/cinema/reencontrando-felicidade-critica/>, acessado em maio de 2011.

Na FIG.2, temos o pequeno espaço de participação do público no endereço eletrônico analisado. Um espaço para interação mútua, porém não tão eficiente como num *chat* ou num fórum. De qualquer forma é aqui e nas redes sociais interconectadas a esse *site* que se dá a verdadeira potencialização do processo comunicativo sob a forma de uma possibilidade de resposta e de relativização dos pólos, onde emissor é receptor, e receptor é emissor. Mesmo que ainda seja um processo inacabado no nosso objeto de análise.

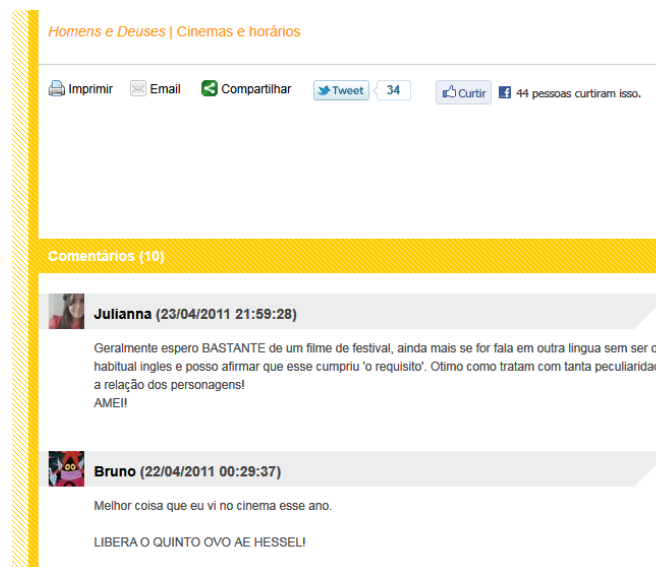


FIGURA 2 – Trecho da parte final de uma resenha do *Omelete*, onde temos um pequeno espaço para comentários e possibilidades de compartilhamento com redes sociais.
FONTE – O link <http://www.omelete.com.br/cinema/critica-gods-and-men/>, acessado em 21 de maio de 2011.

A partir daí, chegamos ao ponto de entender como a expressividade desses textos se equilibra em meio à ambiência labiríntica da internet, e notamos que são as imagens e as audiovisualidades que tentam se adaptar ao texto, mantendo um eixo coerente e com certo grau de limite, para que o leitor não se perca na sucessão de outras narrativas e novidades.

A intermediação surge como uma forma de orientação, em que o leitor ou usuário se atem, antes da resenha do Omelete, a notícias, entrevistas, informações mais ou menos dispersas, até construir uma ideia mais sólida sobre o produto, através da categoria textual a que nos atemos, ou construir essa ideia mais sólida sobre, possivelmente, uma nova categoria *on line* a superar a resenha impressa. Superar porque, agora, o leitor ou usuário tem acesso a imagens e a outras referências contextuais do produto que pretende, ou não, adquirir e, com isso, **tem** mais condição de imergir do imaginário daquilo que é avaliado, por meio de fragmentos, e chegar a uma ideia final sobre o que é aquilo que pretende ser vendido.

Antes de toda a ação argumentativa da resenha inserida na internet, tem-se o fragmento básico, a ser convergido com o texto e com imagens, sob a forma de um *trailer*, que permite ao leitor imergir no produto primeiramente pelo jogo sensorial do audiovisual e só depois por uma avaliação mais detida de um texto e, então, ter a possibilidade de interagir com a resenha.

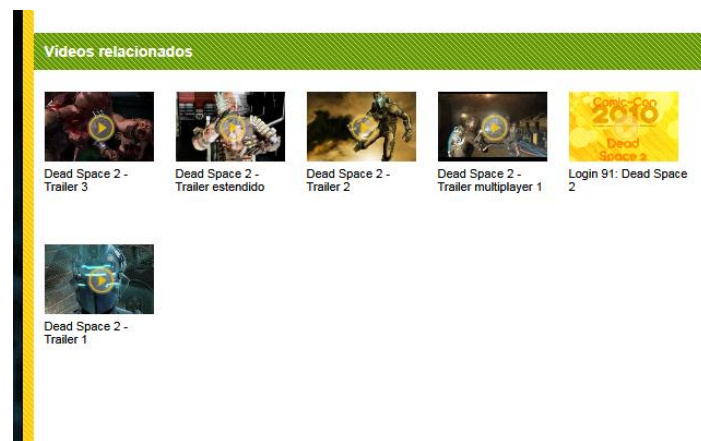


FIGURA 3 – Um agrupamento de *trailers* da resenha *on line* do jogo eletrônico *Dead Space*.
FONTE – O endereço eletrônico <http://www.omelete.com.br>.

Claro que é a totalidade de um filme, por exemplo, que costuma ser resenhada, ficando o *trailer* apenas como um pequeno pedaço para podermos entender a avaliação e ter o que esperar de um lançamento.



Quanto à enunciação de um *trailer* que acompanha uma resenha, vemos que ela não é feita para se adaptar ao texto - apesar de o texto ser o eixo orientador da visão do leitor/usuário, que poderá optar, inclusive, por não assistir ao vídeo. Contudo, há uma trilha pronta para ser seguida, capaz de servir de exemplificação e imersão ideal ao texto, mesmo que longe da totalidade do produto original. Essa reprodução não desbanca, a nosso ver, a aura do produto original, mas a amplia com um toque de promoção ao objeto de venda.

Em se tratando de *trailers* de jogos eletrônicos, a ideia de algo impactante ao público aumenta, devido à visualidade dos gráficos, ao espetáculo de cores e à noção de uma profundidade desenhada por computador. Isso se torna mais forte quando a própria resenha é gravada tendo, por pano-de-fundo, cenas, trechos do jogo a ser lançado, mostrando, detalhadamente, o que funciona e o que não funciona no produto.

Dito isso, entendemos que a primeira fragmentação do original gera o primeiro nível de uma avaliação, que não se limitará ao profissional que faz a resenha, ampliando-se para todo um público interagente capaz de opinar nos comentários, redes sociais e fóruns disponíveis. Esse público necessariamente precisa de um fragmento do produto original para tirar suas próprias conclusões ao lado das argumentações do autor do texto.

Em uma nova etapa interacional, além da simples reatividade, temos um nível onde o público da resenha *on line*, finalmente, tem um espaço apropriado para discutir a qualidade dessa modalidade textual do jornalismo opinativo, bem como a natureza e qualidade do produto cultural.

De um fragmento de uma narrativa original, disposto para complementar a retórica da análise do crítico ou resenhista, tem-se a reapropriação tanto do discurso de um como da narrativa do outro, em prol de uma atividade própria, ainda que dispersa por meio de algum fórum ou de um espaço para comentários que termine se tornando, também, uma espécie de mini-fórum.

Mas, o processo ainda não está completo o suficiente no que diz respeito ao Omelete, faltando uma possibilidade de contatos mais aberta, onde teríamos, no lugar de um *site* tradicional, uma verdadeira “comunidade” de cinéfilos, maníacos por games e fãs de histórias em quadrinhos, aglomerando fóruns e *chats* ao redor do eixo que é a resenha enquanto ligação com o produto original. Talvez, aqui, fosse interessante que, ao final de uma leitura da resenha, o público pudesse entrar em contato virtualmente



com algum ator ou diretor do produto lançado, ou com o autor dessa modalidade textual.

Em suma, temos a possibilidade de um ciclo desse processo de comunicação onde os pólos “emissor” e “receptor” tendem a se tornar um só ente interagente.

O produto - que se pauta numa narrativa - começa sendo analisado pelo resenhista, que, dele, tira suas conclusões e enuncia isso em um texto feito especificamente para web. As conclusões preliminares são, evidentemente, fragmentos lançados ao crivo do público, juntamente com pedaços da narração original sob a forma de audiovisuais diversas complementares ao texto, e sob a forma de hipertextos que levam a outros textos capazes de trazer uma noção de contexto maior ao apresentar dados de trabalhos anteriores do mesmo autor ou da mesma temática. Isso tudo se fragmenta mais ainda quando o mesmo leitor interagente observa as críticas de outros leitores interagentes, levando à possibilidade de consumo ou não do produto.

Conclusão

O que vimos foi apenas uma exposição breve do que uma resenha *on line* pode significar ao intermediar narrativas que não são apenas aquilo que é mostrado, fragmentado ou não, mas algo que é incompleto sem a participação do público no ambiente hipermidiático da web. Porém, entendemos que essa participação do público não seria possível sem um processo quase de “tradução” da resenha, capaz de explicar o que é aquela sucessão de imagens e vídeos e de referências textuais a outros trabalhos de mesma temática ou gênero. Explicar e orientar, dar um direcionamento, e até mesmo, se possível, contar parte de um determinado enredo.

Abordamos a importância da resenha verificando que ela, na internet, serve de mediação interna à estrutura de narrativas de seus produtos analisados, levando à abertura da participação do público interagente, fazendo-o ou não a consumir um jogo eletrônico, uma *graphic novel*, um filme. Mas, também, criando um espaço de manifestações que podem chegar aos olhos de quem cria esses produtos, levando-os, ou não, a mudar suas estratégias.

Convergência, multimídia, hipermídia e interatividade são elementos que compõem o ambiente dessas apreciações textuais, trazendo dinamismo e potencializando um processo de imaginação, onde podemos sonhar e inferir sobre a dramaticidade da história presente no enredo de determinado produto; tanto quanto as



possibilidades de imersão, suas incompletudes ou suas realizações no nível das sensações fazem com que a apreciação se torne mais sentida do que uma mera leitura analítica, sem que isso diga algo ao produtor e, acima de tudo, ao próprio leitor, que precisa sentir-se capaz de se imaginar participando de algo para, de fato, agir sobre o mundo real com suas opiniões publicadas (seja num sistema de comentários ou num fórum anexo ao texto crítico), sem se deixar distrair pela miríade de *links* e *banners* que podem travar esse processo de dupla fruição: a imaginação na expectativa do que poderá ser consumido, e a consumação final.

Seguimos um trajeto básico para entendermos que todo o processo de intermediação de narrativas das resenhas dispostas na web é fundamental para a verdadeira fruição de um objeto cuja criação não é completa, mas se completa através da dinâmica participação de críticos profissionais e público ativo, fomentando um imaginário do produto capaz de abarcar ou não mais consumidores. E isso a partir do quê? Dos recursos e natureza típica da web, capazes de refletir uma dinâmica que valoriza a resenha como parte de um processo maior, onde uma dada narrativa é sempre incompleta e vai sendo feita aos poucos, na mente do receptor, a partir de uma “tradução” inicial feita pela apreciação competente de uma modalidade textual que parte do jornalismo impresso e tenta assumir novas características no ambiente da internet.

REFERÊNCIAS

BRITTO, Rovilson Robbi. **Cibercultura: sob o olhar dos estudos culturais**. São Paulo: Paulinas, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

NARRATIVA. In: DICIONÁRIO eletrônico Houaiss: versão monusuário 1.0. São Paulo: Editora Objetiva, 2009.

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz e NARITA, Sandra. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online**



brasileiro. In: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf (acessado em 30 de abril de 2011).

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção de informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2009.