

## Diálogos: Um estudo de caso do blog da Gazetinha<sup>1</sup>

Alexandre Torresani de LARA<sup>2</sup>

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, PR

Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

### Resumo

O jornal em tela desenvolve um projeto de convergência há mais de quatro anos e a *Gazetinha* foi o primeiro suplemento da *Gazeta* a publicar um blog para interagir com seu público. Enquanto muitas empresas de comunicação tomam a convergência de meios como uma saída econômica, jornalistas tentam dialogar com o seu público e ampliar a participação do leitor/produtor no processo de produção de notícias com a obrigação de não comprometer a credibilidade construída pelo meio ao longo de sua existência. Portanto, nesse processo de convergência, é importante verificar como se dá o diálogo entre jornalistas e o público na blogosfera. Neste artigo estudamos o caso do blog da *Gazetinha*, suplemento da *Gazeta* – jornal de maior circulação do Paraná.

**Palavras-chave:** ciberjornalismo; redes sociais; convergência; jornalismo participativo

### Introdução

O jornalismo abre cada vez mais espaço para o público participar. Diversos sistemas de comunicação têm sido incorporados ao webjornalismo para prender a atenção do leitor. Entre estes sistemas, estão os blogs. Eles promovem uma dimensão participativa relevante, já que podem subsidiar a criação e implementação de mecanismos para envolver o público em diferentes etapas do processo produtivo.

Do ponto de vista do jornalismo, os blogs podem ser definidos (BLOOD, 2003; 2005; QUADROS, 2005, etc.) a partir dos seus processos de produção, apuração e circulação de informações. Um blog pode ser considerado jornalístico, a medida em que detêm determinadas características, como: a descentralização e difusão de conteúdo e informação, atualidade constante, universalidade, e periodicidade determinada.

Os blogs podem oferecer um vasto leque de temas, o que torna ainda mais difícil explorar e analisar o seu conteúdo e as formas de diálogo nestes espaços. Tais fatores geram a descoberta de uma problemática: Como jornalistas e públicos dialogam nestes ambientes? Uma maneira de tentar responder este problema é se debruçar sobre o perfil, análise das conversações e comentários de um blog. Neste artigo optamos pelo blog da *Gazetinha*, suplemento da *Gazeta* – jornal de maior circulação do Paraná.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação e Linguagens pela UTP; Docente do curso de Comunicação da UNICENTRO, e-mail: [prof.alexandrelara@gmail.com](mailto:prof.alexandrelara@gmail.com)

A *Gazeta* foi fundada por Benjamin Lins e De Plácido e Silva em 20 de janeiro de 1919. É um dos jornais mais antigos da capital. Cresceu e surpreendeu quando ao sair da velha máquina de escrever, e, partindo para a era digital, tornou-se um dos pioneiros em informatizar seus sistemas empresariais. Começou a circular em dois de fevereiro de 1919 tendo hoje mais de 90 anos de existência, além de ser considerada o segundo jornal on-line brasileiro a disponibilizar todo o conteúdo da versão impressa na rede. (Quadros, 2004). Já o blog da *Gazetinha* surgiu em 18 de dezembro de 2004, sendo considerada pioneira no jornal da *Gazeta* no uso de blogs. A intenção era de estreitar o canal de comunicação com o jovem leitor do Paraná. O blog surgiu como um complemento da versão impressa da *Gazetinha* que foi criada em 1973 por Alceu Rosário, e que hoje é comandada por Cristiano Luis Freitas, o atual editor do suplemento.

Atualmente a *Gazetinha* com 39 anos de história escreve para um público infanto-juvenil, com idade de 13 a 17 anos, com oscilações. O suplemento, que nasceu infantil e hoje é dirigido ao público adolescente, faz uso de muitas estratégias para garantir a fidelidade do leitor e incentivar a sua participação, que pode ser on-line e off-line. Uma destas estratégias é promover um curso para repórteres mirins (desde 2005) que tem como proposta inicial a interação entre crianças, adolescentes e jovens no dia a dia de uma redação.

A média de visitas diárias no blog chega à 50.000 mil acessos de visitantes únicos no mês, sendo que a média de visitantes por post é de aproximadamente 500 acessos/dia. Em relação aos visitantes que fazem download da página a partir de links de outros sites, como *Google*, *YouTube*, etc; a média ultrapassa 800 mil page views /mês. Quanto ao conteúdo, cerca de 40% das matérias publicadas na versão impressa são postadas no blog. A *Gazetinha* também dispõe de uma programação na produção de conteúdo online, independente da versão impressa.

Mesmo com um número relevante de acessos diários, o primeiro comentário do leitor do blog da *Gazetinha*, se deu apenas quatro anos após a sua criação e atualização diária na rede. Uma das hipóteses é que o blog da *Gazetinha* serve como uma plataforma inicial de leitura e entrelace entre usuários e a equipe de jornalistas da redação, enquanto a participação e a conversação por parte dos usuários é creditada no Facebook e Twitter do blog. Diante do exposto, pretendemos definir o perfil do usuário, jornalista e colaborador deste blog para que possamos entender quais são os fatores de interferência deste diálogo, com base nos seguintes aspectos: comentários, produção descentralizada, interatividade, atualização constante e conversação nestes espaços.

Quanto à estruturação, este artigo divide-se em duas partes. Na primeira, tratamos questões voltadas ao percurso dos blogs no jornalismo, assim como as suas novas perspectivas no ciberespaço, os atores na rede e a conversação jornalística intra-dispositivo. (Quadros, 2005, Efimova e De Moor, 2005, Recuero, 2009, entre outros).

Na segunda etapa, desenvolvemos a análise ancorada no suporte teórico e nos objetivos propostos. Iniciamos com uma rápida reflexão a cerca do jornal digital *Gazeta*, subsidiando análises e pesquisas de campo quanto ao conteúdo e informação, orientadas por Steve Outing (2000) e John Thompson (2005). À adequação ao conteúdo relacionado em outro site ou portal, as sondagens quanto ao nível de interação e à participação nos recursos do portal. Por fim, analisamos o corpus, ancorado também nos apontamentos de Koldo Meso e Bella Palomo (2008 e 2009), L.A Marcushi (1996) e Raquel Recuero (2008), além de entrevistas e demais amostragens significativas. Quanto ao processo metodológico ele se dividiu em duas etapas: 1) Aspectos verificáveis ligados aos comentaristas do blog. 2) Processos de relacionamento do jornalista com o seu público e vice versa.

### **Ciberjornalismo**

Os blogs, mesmo em 2014, parecem ainda ter uma tendência crescente, principalmente, dentro dos portais locais, e para o jornalismo on-line isso se configura como mais uma categoria de diálogo e intervenção com o seu público. Estes blogs são serviços de informação direcionados, que, complementam sites noticiosos. Além de serem mais um campo para atuação dos jornalistas, para produção e oferta de conteúdo original e, principalmente, gerar maior aproximação entre jornalistas e público. Nem todos os blogs são jornalísticos ou estão relacionados ao jornalismo. Mas qualquer blogueiro pode fazer jornalismo ao descrever ou analisar um evento que ele ou ela testemunhou. (VARELA, 2007).

O usuário da *Gazetinha*, inserido dentro deste contexto acessa a plataforma, o blog, consome o conteúdo jornalístico, de formas distintas. Abre a caixa destinada a comentários, lê e se situa em relação às intervenções deixadas por outros usuários. Reflete a cerca das intervenções, dos que já deixaram suas participações no blog. Escreve e publica o seu próprio comentário. Outros usuários fazem o mesmo, logo em seguida, e criam, em poucos minutos, às vezes até mesmo em segundos, uma “teia” ampla de relações e debates. Além de gerar uma teia de relações entre os públicos não jornalistas e jornalistas profissionais.

Com isso os blogs “trazem a construção de uma rede de relações, construções e significados. “O leitor de um texto é convidado a verificar a sua fonte, através de um link”.

(Recuero, 2003, p.9). Além é claro, de observar a discussão em torno do assunto, através de comentários. “O leitor é convidado a ler outros textos que tratam do mesmo assunto em outros blogs.. Ele pode inclusive “fazer suas próprias relações através de uma participação ativa como comentarista ou como blogueiro. (Primo e Recuero, 2003, p. 5 e 13).

Desde o surgimento dos blogs nos portais jornalísticos, vários estudiosos (Amaral et, al; 2009; Christofolletti e Laux, 2006; entre outros) tem se aprofundado em suas pesquisas, com o intuito de verificar as relações, os públicos e a prática jornalística nestes ambientes. No entanto, a maioria das pesquisas realizadas tem se dedicado a uma abordagem exploratória. Muitas destas pesquisas tem buscado uma tipologia do que é de fato um blog jornalístico.

Rebeca Blood (2000), tem uma visão apocalíptica de que em nenhuma hipótese, ou sob nenhuma forma, os weblogs possam ser considerados jornalísticos, já que os blogueiros não tem o comprometimento com a imparcialidade ou atualização frequente do conteúdo. Blood (2000) aborda ainda a questão de como os weblogs e jornalismo são conectados. Muitos blogueiros, segundo a autora, fazem parte de uma parte da “mídia participativa”, destacando e (re) elaborando notícias relatadas pelos jornalistas, desta forma uma prática potencialmente tão importante quanto, mas diferente do jornalismo, afirma ela.

Partindo do exposto, os blogs são vistos como uma nova categoria de notícias e comunicação da atualidade. Além de se tornarem uma ferramenta de construção coletiva de conteúdos. Embora a maioria dos blogs não traga a relevância jornalística em seus diários, como a cobertura de acontecimentos atuais no sentido compartilhado. Alguns de seus valores e princípios de trabalho podem desafiar os padrões tradicionais da profissão, tais como a conversa com o público, a transparência no processo operacional, ou até mesmo a produção participativa da notícia, que são comuns em ambientes como os blogs. Os blogs tem transformado o entendimento convencional do que o jornalismo é hoje. As várias vozes oriundas tem revitalizado uma mudança no paradigma do jornalismo na era da internet.

Os blogs permitem que os usuários publiquem comentários logo abaixo de cada post, transformando-o em uma arena de debates, em que o autor inicia uma conversa com um pedaço de informação ou opinião, e os leitores podem segui-lo ativamente de baixo para cima. É esta natureza dialógica que faz com os blogs sejam um instrumento adequado para o desenvolvimento de novos projetos de jornalismo participativo. Atualmente, os blogs se tornaram uma parte da arena jornalística, e sua popularidade não se limita aos tempos de crise. (Idem, 2003).

Segundo Rocha (2006, p.2), o jornalista na rede deve atuar como um agente

participativo, sendo capaz de “selecionar, hierarquizar, enquadrar e personalizar a notícia, levando em conta as potencialidades inerentes à internet como fonte de pesquisa e escoamento de produção”. As estratégias comunicacionais entre produtores e consumidores, definidos como “prosumidores de informação”, são fatores a serem observados mais atentamente no que diz respeito à atuação jornalística nesta lógica operacional.

Embora a maioria dos blogueiros cidadãos não tenham a intenção de se relacionar com a proposta dos pressupostos do jornalismo (características por Otto Groth), como imparcialidade, periodicidade, atualização constante, veracidade, universalidade e publicidade, alguns princípios de trabalho podem desafiar os tradicionais padrões profissionais, como o comprometimento com a veracidade dos fatos e acontecimentos, a transparência na produção da notícia de forma participativa (comuns em blogs), entendimento convencional do que seja de fato jornalismo, e excesso de cunho opinativo nestes ambientes.

Se compararmos estas características apontadas por Groth aos blogs, percebemos que existe uma potencialidade destes ambientes serem propícios para o fazer jornalístico. Quanto aos aspectos de periodicidade, podemos corroborar que mesmo não tendo uma frequência atípica nestes ambientes, os blogueiros tendem a postar notícias factuais com urgência, a medida em que o compromisso e vontade de informar superam estas deficiências. Mesmo que não haja o comprometimento por parte destes blogueiros, o ritmo e as variadas formas destas postagens pelo público, podem inspirar os jornalistas a um novo ritmo de modos de fazer, quanto a produção temporal da notícia. Podemos ainda comparar a produção dos blogs, com as chamadas extras dos telejornais durante a programação, interrompendo e descaracterizando o formato anterior daquele ritmo. Neste aspecto, o *timing* do blog pode ser comparado ao caráter extraordinário da TV.

### **A conversação jornalística intra-dispositivo**

Para Marcuschi (2006, p.15) a conversação é “uma interação verbal centrada, que se desenvolve durante o tempo em que dois ou mais interlocutores voltam sua atenção visual e cognitiva para uma tarefa comum”. Ressalto que existem diferentes abordagens em pesquisas utilizando o blog como objeto de análise. Adriana Amaral, Raquel Recuero e Sandra Montardo (2009, p. 27), constataram em suas investigações que “em parte, estão estreitamente ligados aos usos que se faz destes”.

A conversação nos blogs surge quando um comentário desencadeia reação nos outros participantes (Efimova e De Moor, 2005). Gerando uma espécie de cadeia dialogal

(Thompson, 2005). Seja através de comentários para o *post* original (publicação do autor), ou em respostas a outros *posts*. (Idem, 2006).

Uma conversação pode ser definida com uma série de inter-atos comunicativos, que visa definir e alcançar um determinado objetivo. Porém estes objetivos nem sempre podem ser previstos, mas pode, pelo menos, serem interpretados a partir de uma perspectiva analítica. (Efimova e Moor, 2005, p. 04).

A partir das explicações de Efimova e De Moor, consideramos que uma conversação inicia-se sem a explícita intenção de discussão de um tema. Se desenvolve em várias direções, de acordo com os interesses das pessoas envolvidas. Traz *insights* sobre o tema a partir de algumas ações de conversação conjunta, e de depois acaba. (Idem, 2005). Portanto, não é regida apenas por um único elemento, mas sim por várias características do cenário conversacional o qual o participante falante está inserido. Desta maneira, a conversação somente pode ser definida a partir de algumas características essenciais, organizadas também pelos seus elementos entonacionais, paralinguísticos e contextuais. Neste caso não se restringindo apenas aos elementos verbais. (Idem, 2006, p.15).

Os elementos característicos da conversação elencados por Marcuschi são: “interação entre pelo menos dois falantes, ocorrência de pelo menos uma troca de falantes, presença de uma sequência de ações coordenadas, execução em uma identidade temporal”, além do “envolvimento numa interação centrada”. (Idem, 2006, p.15). Os apontamentos de Marcuschi se referem a uma conversação telefônica, mas podem ser adaptados a medida em que na internet estas trocas também compõem uma sequência de ações coordenadas.

De uma maneira geral, nos blogs encontramos uma escrita mais tradicional. Talvez pelo fato de que nestes espaços a conversação seja assíncrona, fazendo com que o público tenha mais tempo para compor discursos mais elaborados. Já nos chats e nos fóruns de discussão a oralização, pontuação e abreviação de algumas palavras no contexto conversacional são frequentes. No twitter da *Gazetinha*, por exemplo, o “internetês” é a forma mais comum de diálogo entre os participantes. Na oralização e pontuação as palavras são escritas, exatamente da forma que soam. Portanto, em alguns casos, como cita Recuero (1998, p.8), alguns elementos durante a escrita trazem a idéia de pausa e silêncios nos turnos durante a conversação. O uso dos três pontos é um dos exemplos citado pela autora, apoiado nas observações de R. Negretti (1999), para estas definições.

Raquel Recuero (1998, p. 8), aponta também que os indicadores de direcionamento, aonde os participantes indicam para qual dos usuários a mensagem é enviada. Neste caso os indicadores são utilizados em espaços síncronos, aonde a conversação é imediata. Já nos

espaços onde as ferramentas são assíncronas, os indicadores de direcionamento funcionam na medida em que os próprios participantes citam uns aos outros durante a contextualização dos seus comentários. (Idem, 1998, p.8).

Marcushi (1996, p.61), observa que os marcadores conversacionais são utilizados com uma certa frequência nestes ambientes online, tanto nas ferramentas síncronas, quanto em assíncronas. Eles são elementos que interligam as unidades comunicativas em uma conversação. Para o autor, estes elementos são essenciais para que haja um melhor andamento e entendimento dos diálogos nestes ambientes online. Segundo Marcushi, estes auxiliam ainda de forma direta na “(...) indicação do contexto, direcionamento, troca de turnos, etc”. Os marcadores conversacionais são divididos em três categorias distintas: verbais, não-verbais e supra-segmentais. (Idem, 1996, p.61).

Um exemplo de elemento verbal e ao mesmo tempo não-verbal, que é utilizado como um marcador conversacional são as onomatopéias (Idem, 1996, p.61). Neste caso algumas palavras inseridas no texto de forma verbal, denotam uma impressão de sonoridade. Funcionam como uma espécie de complemento ao que foi dito no comentário, acrescentando assim informações ao texto escrito. (Oliveira, 2006, Negretti, 1999, Ornberg, 2003, Recuero, 2002).

Nas conversações assíncronas, os diálogos continuam existindo, mesmo que os participantes deixem minutos depois o local da postagem. Recuero cita neste caso, uma ferramenta que tem como característica essencial permitir que os turnos de conversação aconteçam mesmo em momentos temporais diferentes. (Idem, 2008, p.9).

### **Da análise: A conversação no blog da *Gazetinha***

Para este estudo, alguns dos posts e respectivos comentários do blog da *Gazetinha*, no período de 18 de Abril de 2004 à 30 de abril de 2008, foram copiados e analisados. Dessa amostra, uma conversação que envolveu jornalistas e o público da *Gazetinha*, além de outros comentários foi selecionada, sendo aqui discutida. O período de coleta foi necessário, já que a maior parte dos comentários qualitativos se concentravam em meses aleatórios, ficando inviável a escolha de um único mês para a análise e avaliação da conversação, do conteúdo e viéz interacional.

Ao longo do mês de março de 2014 também foram encaminhados questionários via e-mail aos participantes do blog, com perguntas abertas e fechadas. O intuito foi de compreender como se dá o relacionamento entre eles e os jornalistas do blog da *Gazetinha*. Do universo de 500 jovens e adolescentes, que fazem parte dos usuários que frequentam o

Twitter, Facebook, e que postaram no blog no período pretendido, 110 pesquisas foram aplicadas. Somente dez pessoas deixaram de responder a entrevista.

Durante o mapeamento observou-se que em alguns meses o número de comentários é baixo ou inexistente. Sendo que em alguns períodos o número de *posts* ultrapassou o estimado, chegando a mais de 10.000 comentários/mês. Em algumas publicações o número chega a 2.000 postagens/dia. Não foi constatado periodicidade quanto ao índice de frequência de participações no blog. Os *posts* são deixados pelos internautas, de acordo com o conteúdo da matéria publicada, repórter responsável, enunciado e elementos multimídia utilizados na contextualização. Variando portanto, o número de participações por parte do público na plataforma.

Foram distribuídos 110 questionários aos internautas do blog da *Gazetinha* durante o mês de março de 2014. Destes questionários, apenas 9% ficaram sem resposta. Dos respondentes, 37 eram do sexo masculino e 63 do sexo feminino. A decisão por entrevistar mais mulheres para esta pesquisa não foi planejada, até porque, como destacam Martin Bauer e George Gaskell (2002, p.13), não há necessidade ter a mesma quantidade de entrevistados do sexo masculino e feminino em um estudo que não prioriza um gênero. No entanto, é importante ressaltar que as mulheres estão mais presentes no blog da *Gazetinha*.

Dos 100 entrevistados cerca de 70% cursam o 2º grau, contra 30% de graduandos nas áreas de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo (25%) e Publicidade e Propaganda (5%). A maioria dos entrevistados mora em Curitiba (80%), sendo que 18% residem nas regiões metropolitanas como Pinhais e Mandirituba, e apenas 2% dos participantes do município de Ponta Grossa e Guarapuava. Sessenta por cento dos entrevistados conheceu o blog da *Gazetinha* por intermédio de outro meio de comunicação, como reportagens em revistas ou jornais, ou ainda pela televisão. Vinte e três por cento foram apresentados ao blog da *Gazetinha* por alguém, e 17% chegou ao blog navegando pela Internet.

Cerca de 85% responderam que acessam o blog da *Gazetinha* há mais de dois anos, e que a sua escrita no blog é esporádica. Isso pode justificar o número de *page views* e visitantes únicos, em relação ao número de posts deixados pelos internautas. Como já relatado, o número de *page views* e visitantes únicos é desproporcional ao número de comentários presentes na plataforma.

Contudo, a entrevista revelou também que o tempo dedicado ao blog, por 95% dos entrevistados, é de aproximadamente ½ a 1 hora por dia. Entretanto, que alguns entrevistados responderam que o tempo de permanência chega as vezes até 2 horas por dia.

Outro dado relevante é que dos 100 entrevistados, 94% utilizam o próprio nome para postagem de comentário ou acesso a plataforma. Quanto a leitura no blog, ela costuma ser pautada a partir de alguns critérios, como a cobertura de atrações musicais, opinião e assuntos polêmicos.

A partir destas informações recorreremos à análise das interações conforme as contribuições de Thompson, delimitando o conteúdo, post e número de comentários. O conteúdo postado foi pela repórter-mirim da *Gazetinha*, sob o nick “Punkadinha”, 13 anos, que atualizou o blog entre 2007 e 2008. Atualmente, ela faz parte do grupo de articulistas do “Tá Dito”, e também participa, esporadicamente, do blog da *Gazetinha*. No término do texto, a repórter-mirim faz um desabafo e convida os internautas a deixarem seus recados e comentários.

Nas primeiras horas após a publicação foram inseridos dois comentários. Um registrado às 17h45min e outro às 18h44min, portanto 13 minutos de intervalo de tempo após a primeira publicação, e 59 minutos após o segundo comentário. A partir destes os próximos somente foram gerados dois dias depois da publicação, no dia 19 de maio de 2008, às 23h44min e 23h59min. Uma média de 15 minutos de intervalo entre um comentário e outro, sendo que o último é uma resposta do editor a uma crítica gerada por um dos usuários. Os dois últimos comentários foram publicados às 21h09min do dia 20 de maio de 2008, e 03 de outubro de 2008 às 15h40min. Um espaço de tempo de cinco meses e 06h09min. É relevante notar o espaço de tempo entre os comentários postados pelos usuários, o que revela a leitura de postagens antigas. Contudo, julgo importante ressaltar uma hipótese de que o usuário carrega o debate com postagens mais recentes, permanecendo as postagens mais antigas, na maioria das vezes sem diálogo.

É fundamental verificar que de 07 comentários, 05 são dialogais. Portanto, 80% participa de um tipo de cadeia dialogal nesta publicação. O primeiro sob o Nick “Higor”, e o segundo com o nome “Cristiano Luiz Freitas”, este editor da *Gazetinha*, que se posicionou ao post anterior do internauta “Mateus Guilherme” às 23h44min, do dia 19 de Maio de 2008. Estes três usuários fazem parte de uma cadeia dialogal, compreendendo a mesma intenção situacional e conversacional. Na segunda cadeia dialogal promovida através de dois comentários, o primeiro do “Higor” e o segundo do “Eduardo” engajados sob a mesma temática, com um intervalo de tempo de 01h12min entre os posts, fazem parte de um mesmo diálogo interacional, a partir do conteúdo explícito no post, e da matéria publicada no blog da *Gazetinha*.

Todas estas participações estavam engajadas em conversações e diálogos anteriores, mesmo não havendo debate aprofundado na plataforma por outros ou pelos mesmos usuários. Por último, existe um grupo de comentários não-dialogais, ou seja, as mensagens não tem vínculo explícito com nenhum comentário ou participação anterior. Cabe ressaltar neste momento que mesmo não tendo quaisquer tipo de vínculo com a mensagem anterior, os posts cumprem o seu papel articulando idéias, visões e relatando posicionamentos individuais e/ou coletivos. As regras de codificação expostos pelos aparatos tecnológicos, interferem no processo dialógico e principalmente no contexto espaço-tempo citado por Thompson. Interferindo nas ações dos sujeitos que estão envolvidos no processo de conversação.

O blog, neste momento, torna-se um ambiente propício para negociar e promover diálogo, assim como estabelecer novos padrões interativos no jornalismo. O padrão interativo no blog da *Gazetinha*, seguindo as conceitos de Alex Primo (2005, p. 34), é mútua, porém algumas conversações são agenciadas a partir de enquetes, que se definem como uma prática reativa.

### **Cadeias dialogais: comentários dialogais e não dialogais**

Dos *comentários dialogais*, as quais são denominadas por Thompson (2005) como uma série de participações inseridas em cadeias de interlocução contínua explícita entre as mensagens, no blog da *Gazetinha* a maior parte destes comentários se encaixa nesta classificação (70,8%). Destacamos 31 cadeias dialogais nas quais participam em média 3.400 internautas, e entre estas há a presença do jornalista como mediador. Utilizamos a palavra “exterior” para indicar se a mediação pertence a equipe de jornalistas-blogueiros da *Gazetinha*, ou jornalistas externos de outras redações que compartilham matérias e dialogam com os internautas durante a postagem de comentários.

Com o intuito de simplificar o entendimento quanto as cadeias dialogais presentes no blog, a seguir construímos uma tabela com quatro colunas, onde mostramos separadamente a quantidade de internautas que participam ativamente do diálogo, além do total de número de mensagens presentes em cada cadeia dialogal. Em uma das colunas presentes na tabela, destacamos e classificamos os diálogos como convergentes, divergentes ou ainda contendo ambos os aspectos. Finalmente, na última coluna trouxemos a relação da sequência dos eventos e a presença ou não do jornalista como mediador destes diálogos.

Das 31 cadeias dialogais apenas 14 possuem mais de 10 participações. Concluímos que a maioria dos diálogos se restringem ao estímulo-resposta, com a participação ativa de

no máximo, oito internautas. Das 17 cadeias dialogais com menor fluxo de comentários, 03 apenas tem a presença de mediação do jornalista com mais de um comentário entre as postagens. Quanto a orientação dialogal, 10 são convergentes, 01 cadeia dialogal é divergente, e 09 são convergentes e divergentes. Verificamos nestes casos, que as cadeias são tão curtas que denotam apenas ligações de apenas um tipo. Uma hipótese é que ou os comentários deixados pelos participantes não tenham um grau de divergência satisfatório que excite o diálogo entre eles, (portanto mostram-se harmônicos) ou a presença do mediador inibiu a conversação entre os participantes. Nas cadeias dialogais mais longas notamos que os pensamentos em gerais são antagônicos e conflitantes, portanto geram uma interlocução contínua entre os participantes do blog, e mesmo com a presença do mediador não há filtro por parte dos internautas nas respostas. Quanto aos eventos, nas cadeias curtas as matérias regem o diálogo entre jornalistas e internautas em 80% dos casos, neste sentido, 60 participantes começam e “finalizam” a discussão pautada no artigo, sendo que apenas 15 dialogam sobre outros temas e assuntos que divergem com a matéria publicada pelo moderador.

Quanto à conversação nas cadeias curtas, elas se apresentam em uma ferramenta assíncrona, mas na maioria das vezes a resposta dos outros usuários se dá quase de maneira instantânea, dando a conotação de sincronicidade entre as respostas, num intervalo, em alguns casos, de zero ou apenas um minuto de atraso entre uma intervenção e outra. A organização dos turnos se dá normalmente através da regra de mensagem em cada turno, ou seja, “fala um por vez”, mas em alguns casos o espaço é utilizado ao mesmo tempo por vários participantes. Em suma, quanto a organização dos turnos nestas cadeias curtas, elas são igualmente disruptas e descontínuas, pois percebemos que vários assuntos são organizados pelos usuários, no mesmo espaço conversacional. Quanto aos elementos de conversação, as onomatopéias são utilizadas com bastante frequência pelos participantes, em geral para excitar a discussão e o debate sobre um determinado tema ou assunto. Porém a frequência no uso destes elementos se dá com mais ênfase nas cadeias dialogais longas, pelo motivo da frequência das intervenções e discordâncias dos participantes, do que nas curtas.

As cadeias dialogais longas revelam com maior complexidade o diálogo que se estende entre o mediador e os usuários, portanto a compreensão dos padrões interativos são mais fáceis de se compreender do que nas cadeias dialogais curtas, que exigem uma maior atenção. A tabela revela que as cadeias dialogais longas trazem mais orientações convergentes e divergentes. Neste caso, o aspecto que molda a relação do jornalista com o

público é o padrão das práticas profissionais. Ou seja, a adaptação da internet ao trabalho jornalístico requer novos tipos de práticas conversacionais com o público. Neste sentido, as práticas tradicionais agem como uma força de resistência limitante a postura, e ao uso de recursos interativos na internet. Podemos concluir que as práticas tradicionais vigentes impedem, neste caso em específico, o surgimento da “era da internet” para o jornalista e o jornalismo.

Fica evidente que as cadeias dialogais longas são regidas pela convergência/divergência, e que nestas a presença do jornalista está mais frequente. Outro fator é que no centro dos debates, após a intervenção do mediador, os participantes formam-se em equipes e convergem entre si. Outra constatação que pode ser observada é que a temática rege os diálogos, e que na maioria dos casos também o define durante a conversação. A presença do jornalista que redigiu o artigo/matéria não carrega consigo um status social, mas funciona como um lastro social que o legitima e parece funcionar como uma espécie de propulsor das cadeias dialogais longas. Observemos que outras cadeias longas se formam por consequência da credibilidade e influência do editor. Ressaltamos ainda que a média de uso do blog pelo jornalista, na tentativa de promover um maior diálogo com o seu público ainda é tímida, tendo uma média de aproximadamente 30% de utilização da ferramenta mesmo nas cadeias dialogais longas, portanto ainda é insuficiente a conversação entre jornalistas e públicos no blog da *Gazetinha*.

Abaixo segue uma tabela, onde consta uma prévia do diálogo entre jornalistas e o público no blog, colhido durante o período de investigação. Uma relação de convergência e divergência, que nem sempre é muito amistosa.

Com base nas verificações acima, é possível afirmar que o enunciado da matéria é fator determinante para a formação das cadeias dialogais curtas ou longas. A “cadeia 24”, por exemplo, mostra como um enunciado polêmico pode causar divergências entre o jornalista/moderador e o internauta, além de gerar uma cadeia dialógica formada por um grupo de participantes com finalidades convergentes e divergentes. Algumas mensagens postadas são excluídas pelo moderador, já que contrariam as regras do blog, contudo, tivemos contato com o conteúdo das outras postagens que foram excluídas durante esta conversação no orkut de alguns usuários que participaram nesta data do debate.

Neste sentido, o caráter jornalístico do blog e os contratos de leitura que regem os temas debatidos e os comentários postados na plataforma, fomentam as trocas em outros ambientes, não se restringindo apenas ao blog da *Gazetinha*. É inegável que a conversação entre os jornalistas e o público do blog geram dinâmicas interativas e conexões entre eles,

porém um fato importante na verificação destes diálogos, é que as atuações dos sujeitos são heterogêneas, ou seja, não são todos os internautas que conseguem gerar um relevante número de laços com o jornalista da *Gazetinha*. Neste caso, a topografia do blog é decisiva para gerar os padrões interativos entre públicos e jornalistas.

### **Considerações Finais**

Observamos que o impacto sobre o perfil profissional não é resultado meramente da existência de uma convergência ou de recursos tecnológicos. Nada ocorreria sem um novo agenciamento de modos de fazer: nos processos de apuração, no elenco de participantes “produtores” da notícia; na própria definição de “notícia”; e nos seus modos de elaboração. Nada disso é presente automático da tecnologia – muito menos *determinado* por esta. Claro que a existência dos processos tecnológicos é condição *necessária*; mas não configura condição *suficiente*.

É preciso pensar também que os novos processos interacionais, de fonte aberta, levam a um impacto conceitual sobre a credibilidade jornalística. Se no jornalismo canônico a base da credibilidade é a “objetividade” – a isenção ou distanciamento entre o jornalista-observador e o acontecimento observado; no *open source* o que dá sustentação à notícia é, inversamente, a proximidade não-profissional do participante social. Se o jornalista, ao assumir a posição de mediador, trará, é claro, sua deontologia profissional, no mesmo movimento esta se modifica pela articulação com os novos co-laboradores. Novamente – nada disso é puro efeito de uma causalidade tecnológica – mas decorre largamente de decisões que não são só profissionais, mas também de pressões e ações de participantes em um espectro social mais amplo. O jornalista busca novas formas de atrair o seu público, seja através das apropriações das ferramentas disponíveis nas redes sociais da internet. Seja pelo conteúdo informativo a qual traz em seus ambientes online. Pelo caráter participativo das suas plataformas, ou ainda pela forma que propõe dialogar com seus leitores nestes ambientes. Atualmente, o público desfruta da liberdade para criar, conceber, produzir e disseminar conteúdo em caráter participativo ou colaborativo nas redes. Com isso tem transformado as práticas e as rotinas dos jornalistas nas redações ou fora delas.

A mídiasfera é caracterizada como uma tecnologia interativa. Os veículos de comunicação da mídia de referência não são mais considerados como a única fonte à disposição dos cidadãos. Espaços de mídia alternativos têm acrescentado uma nova dimensão a produção e ao consumo de notícias ao redor do mundo. A internet, os computadores e os aplicativos dos softwares, como os blogs, permitiram que pessoas

comuns se tornassem produtores e editores de conteúdo noticioso. Neste sentido os diversos públicos criaram espaços alternativos para manter a conversação e dialogar com a mídia.

Estas conversas ocorrem frequentemente nos blogs. Blogar se tornou uma prática comunicativa que permitiu ao público se conectar, conversar e compartilhar informações na rede. O alcance global dos meios digitais, tais como os blogs, permitem que as pessoas discutam localmente e globalmente, temas e eventos com participantes oriundos de diversos espaços geográficos, culturais, e ambientes sócio-econômicos diferentes. Embora existam muitos tipos diferentes de blogs, o de notícias é uma importante ferramenta para exercício da democracia e diálogo entre jornalistas e público. Axel Bruns e J. Jacobs (2006, p.3) observam a importância dos blogs na publicação de conteúdo noticioso, ressaltando a comunicação imediata direta do local do evento. Preenchendo lacunas da investigação noticiosa, e mantendo uma íntima relação com o público através da postagem de conteúdo noticioso, comentários e opiniões.

Quanto ao blog da *Gazetinha*, ele é um espaço alternativo de publicação utilizado pela *Gazeta* como uma espécie de “isca”, na tentativa de atrair o maior número possível de jovens e adolescentes para a própria internet. A hipótese é que seja uma saída econômica e possivelmente, fidelizar futuros leitores da *Gazeta*. Embora no blog não haja um número considerável de postagens, a *Gazetinha* recebe um volume relevante de *page views* e visitantes únicos por dia, que dão preferência ao twitter para postagem de comentários, críticas e sugestões sobre vários assuntos sociais, culturais, políticos e até econômicos. Cerca de 80% dos entrevistados responderam que dão preferência ao twitter, por ele ser uma ferramenta rápida, ágil e dinâmica na conversação.

Dos comentários postados no blog, cerca de 70% são sobre moda e música (hits, bandas, lançamentos de CDs e DVDs, desfiles, etc;), 20% sobre cinema, novela, cotidiano de atores e atrizes, 7% de posts sobre sexualidade, e 3% de relatos pessoais, pedidos de emprego, etc. As razões que os participantes postam no blog são várias, e em muitos casos, simultâneas. Algumas das motivações que levam os internautas a acessarem o blog da *Gazetinha* são: a possibilidade de comentar e opinar sobre assuntos diversos, promover a conversação em comunidade, pensar escrevendo, e utilizar o blog como fonte de informação e consumo de notícia.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, A. RECUERO, R. e MONTARDO, S. (2009) **Blogs.com: Estudos sobre blogs e**

**Comunicação.** Momento Editorial, São Paulo.

BAUER, Martin; GASKELL, George: **Pesquisa qualitativa e quantitativa com texto, imagem e som.** Petrópolis: Vozes, 2002

DE MOOR, A. e EFIMOVA, L. (2005). **Beyond personal web.** Amarée. Novo México, EUA

HOLANDA, André, QUADROS, Claudia, SILVA, Jan Alyne Barbosa, PALACIOS, Marcos. (2008). **Metodologias de pesquisa em Jornalismo Participativo no Brasil.** SBPjor. Volume 1.

MARCUSHI, Luiz Antônio. (2001). **Análise da Conversação.** 5.ed. São Paulo: Ática.

MESO, K. y PALAMO, B. (2008). **Los blogs de autor en los ciberdiarios de referencia españoles.** Actas Del I Congreso Internacional de Ciberjornalismo.

OLIVEIRA, R.S. (2008). **Marcas verbais dos Aspectos Não-verbais da Conversação.** Disponível em: [www.abed.org.br](http://www.abed.org.br).

ORNBERG, T. 2003. **Written Conversation.** Disponível em: [www2.humlab.umu.se](http://www2.humlab.umu.se). Acessado em 06 de Abril de 2010.

OUTING, Steve. (2000). **Estratégia para portais regionais.** Amarée. Novo México, EUA

PRIMO, Alex; RECUERO, Raquel.(2003). **Hiper- texto Cooperativo.** Porto Alegre: PUC/RS.

QUADROS, Claudia Irene de. (2005). **A participação do público no webjornalismo.** Compós – Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, Brasília, n.5.

RECUERO, Raquel. (2008). **Elementos para a análise da conversação.** Porto Alegre: PUC/RS.

THOMPSON, John. (2005) **A mídia e a modernidade.** B. Petrópolis: 7. Edição. Vozes.

VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0. (2007). In: ORDUNA, Otavio I. Rojas (org). **Blogs: revolucionando os meios de comunicação.** São Paulo: Thomson Learn