



Revista Brasileira de Marketing

E-ISSN: 2177-5184

admin@revistabrasileirmarketing.org

Universidade Nove de Julho

Brasil

Pavanato Sardinha, Gabriela

Estratégias enunciativas nos blogs jornalísticos: a resignificação do espaço editorializado
em ambiente virtual

Revista Brasileira de Marketing, vol. 6, núm. 2, 2007, pp. 133-140

Universidade Nove de Julho

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747516004>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Estratégias enunciativas nos blogs jornalísticos: a resignificação do espaço editorializado em ambiente virtual¹

Gabriela Pavanato Sardinha

Mestrado em Comunicação e Semiótica - PUC/SP

Graduação em Jornalismo - PUC Campinas;

Coordenadora do curso de Jornalismo e dos cursos de pós-graduação em Comunicação Empresarial e Institucional,

Comunicação e Mídia, e Mídia e Mercado - Uninove.

Mogi das Cruzes - SP [Brasil]

grissoni@uol.com.br

As regras de produção do discurso jornalístico estão em processo de transformação, em decorrência das inúmeras possibilidades da era virtual. Além da convergência das mídias e do surgimento de linguagens que se adaptam ao vasto mundo comunicativo do hipertexto, ambientes próprios desse meio estimulam a resignificação de procedimentos discursivos que antes estavam restritos às delimitações estabelecidas pelas mídias convencionais. É o caso dos *blogs*, que surgiram como diários de mensagens descompromissadas e que, hoje, recebem a chancela de credibilidade jornalística. Investigar quais são os procedimentos argumentativos empregados pelo sujeito produtor do discurso e qual a relação que se estabelece entre enunciador e enunciatário nessa nova configuração discursiva é a proposta deste trabalho.

Palavras-chave: *Blogs*. Discurso. Enunciação. Semiótica.



1 Introdução

Quando o rádio surgiu, no início do século XX, muitos apostaram que seria o fim dos meios impressos – jornais, revistas e livros. Na década de 1950, com a consolidação da televisão, alguns pensavam que, dessa vez, o que não sobreviveria seria o rádio, pois esse novo meio de comunicação unia a sonoridade às imagens. Mais de cinquenta anos depois, nenhum desses veículos desapareceu; ao contrário, solidificaram-se, cresceram e acompanharam a evolução tecnológica. Agora, no início do século XXI, percebe-se uma tendência que não aponta para o desaparecimento de quaisquer dessas linguagens, mas para a criação de um ambiente que acolhe a todas, com maior capacidade para armazenar dados, eliminar os ruídos contidos nas mídias tradicionais, tornar qualquer mensagem acessível em todas as partes do planeta e fazer com que a produção midiática fique, cada vez mais, viável economicamente. É a era da veiculação digital e da convergência das mídias em um único meio. Tratando essa fase como uma condição pós-humana de comunicação, Santaella analisa a era digital:

O aspecto mais espetacular da era digital está no poder dos dígitos para tratar toda informação, som, imagem, vídeo, texto, programas informáticos, com a mesma linguagem universal, uma espécie de esperanto das máquinas. Graças à digitalização e compressão dos dados, todo e qualquer tipo de signo pode ser recebido, estocado, tratado e difundido, via computador. Aliada à telecomunicação, a informática permite que esses dados cruzem oceanos, continentes, hemisférios, conectando potencialmente qualquer ser humano no globo numa mesma rede gigantesca de transmissão e acesso que vem sendo chamada de ciberespaço. Catalisados pela multimídia e hipermídia, computadores e redes de comunicação passam assim por uma revolução acelerada no seio da qual a internet, rede mundial das redes interconectadas, explodiu de maneira espontânea, caótica, superabundante. (SANTAELLA, 2003, p. 70).

Para a autora, os meios de massa possibilitam que se avaliem os papéis, os cenários sociais e, até mesmo, o modo de produção das formas

de cultura, mas não as destroem. Isso se aplica à era digital que torna as culturas mais acessíveis e homogêneas. No entanto, embora essa era preserve o conteúdo e a linguagem, ela rompe distâncias e elimina as limitações estruturais. Santaella (2003) explica que a cultura humana existe *num continuum*, pois é cumulativa, não no sentido linear, mas no de interação incessante entre tradição e mudança, persistência e transformação.

A questão da convergência das mídias não é unanimidade entre os estudiosos dos processos de comunicação. Fernão Pessoa Ramos (2002) não acredita que, hoje, esse fenômeno seja, de fato, algo significativo. Ele explica que esse pressuposto não está associado à concretude histórica.

Na realidade, no momento em que abandonamos o axioma evolucionista, percebe-se facilmente que, no mundo cotidiano que nos cerca, os meios não estão convergindo na velocidade suposta. Ao flexionarmos a análise a partir da hipótese (os meios devem convergir), acabamos por sacrificar os instrumentos analíticos necessários para uma abordagem mais detida de efetiva utilização dos meios na sociedade contemporânea. (RAMOS, 2002, p. 100).

Ramos (2002) acredita que, para estudar de modo realista a configuração da utilização midiática na sociedade contemporânea, é preciso considerar a permanência de uma multiplicidade de mídias, com regimes de fruição diferenciados. Ele cita, como exemplo, o fato de as pessoas não assistirem a novelas ou programas de auditório na internet, assim como não enviarem *e-mails* pela televisão, embora tudo isso seja viável tecnologicamente. O autor chama a atenção para o tipo de fruição que cada meio desperta, ressaltando que, na prática cotidiana, há uma divergência em relação à simultaneidade dos meios.

Falou-se muito do fim do livro. No entanto, é evidente que determinado tipo de leitura não se realiza, socialmente, em computadores. Não há prazer em se ler romance em computador. Romance se lê no sofá ou na praia, manuseando o papel. O insucesso dos aparelhos digitais contendo livros demonstra essa evidência. (...) a pequena franja midiática onde a convergência ocorre não justifica a excessiva dimensão que hoje lhe conferimos. (RAMOS, 2002, p. 98).

2 A construção de uma linguagem

Estudando as características da linguagem no rádio, na TV e em meios impressos, percebe-se que cada mídia possui suas particularidades, que otimizam as possibilidades comunicativas. Na era digital, com os recursos multimídia, não existe ainda uma definição que confira exclusividade à mídia digitalizada. Mesmo que represente uma nova etapa, e a pesquisadora Santaella (2003) a considere um 'esperanto das máquinas', o que ocorre, na maior parte das vezes, é a reprodução das linguagens já existentes nesse meio diferente. Isso significa que o texto que o leitor encontra no jornal do dia pode também ser lido na internet; que tanto o programa de rádio ou a telenovela, quanto o livro podem perfeitamente ser acessados por meio das páginas virtuais. As revistas da semana podem ser lidas integralmente também. Mesmo nos sítios (sites) de conteúdo jornalístico, em que a arquitetura da informação obedece a critérios de acessibilidade – da chamada para um texto curto, com opções de acesso a outras matérias sobre o assunto –, não há um formato especial, que vá além do texto mais enxuto ou da possibilidade de redirecionamento.

Entre as diferenças das mídias clássicas e das digitais está a relação temporal de apreensão de informações e a navegabilidade nos textos com recursos chamados de hipertextos e hiperlinks. Esses recursos estão presentes no texto, abrindo novos textos, acrescentando informações, de maneira tão ininterrupta que, às vezes, perde-se o foco inicial da leitura. Ao se observar um livro, nota-se que as informações estão organizadas linearmente. O leitor precisa ler uma página após a outra para entender a construção de sentido do discurso. No hipertexto, a leitura pode ocorrer de forma não-linear, porque o leitor pára em uma palavra, acessa outros conteúdos, assimila informações, retorna ao texto inicial, sem que toda essa sequência de procedimentos seja condição necessária para a apreensão do conteúdo. Se a opção for pela continuidade, por uma leitura linear, a compreensão será igualmente possível. Assim, a construção do sentido torna-se muito particular de um indivíduo para outro, pois as escolhas virtuais traçam um caminho próprio para cada usuário.

Simone Pereira de Sá (2002) denota os fatores contidos nessa forma de linguagem do ambiente virtual:

A estabilidade, a linearidade e os limites do livro (codex) tanto quanto a fidelidade à voz do autor dariam lugar ao (hiper) texto disperso,

multilinear, aberto, polifônico a ser explorado através de um leitor ativo, num processo de 'leitura-navegação' multilinear, associativo e cujos centros são móveis – apontando para reconfigurações nos papéis do autor, do leitor e conseqüentemente da própria concepção de texto e de leitura, caracterizando assim uma 'mudança de paradigma' onde é central a crítica às idéias de margem, centro, hierarquia e linearidade. (SÁ, 2002, p. 156).

A autora também chama a atenção para outras formas de comunicação no ambiente virtual, que não apenas os hipertextos:

As listas de discussão constituem, ao lado dos *chats*, uma das formas de comunicação e agrupamento social propiciada pelo novo ambiente da rede internet. Apoiada numa das ferramentas mais populares e amigáveis – o correio eletrônico – ela constitui-se pela troca de mensagens assíncronas entre participantes. (SÁ, 2002, p. 157).

A comunicação pela internet, nos termos abordados pela pesquisadora, permite a reflexão sobre outra mudança que a rede de computadores provocou nos processos de comunicação. Antes dos veículos de comunicação de massa, as pessoas utilizavam a comunicação direta, ou seja, a mensagem entre um emissor e um receptor ou mais, limitada ao alcance fisiológico da fala e da produção da linguagem. A comunicação mediada, por sua vez, embora amplie o número de receptores, não possibilita, na maior parte das vezes, o retorno da mensagem para o emissor. Entretanto, a comunicação de *mão única*, via veículos, não permite a interatividade.

Com o ciberespaço, apesar de a comunicação ser mediada pelo computador e pelas redes, existe maior proximidade entre os interlocutores, o que resgata a possibilidade da comunicação direta. Esse sistema permite que, a qualquer momento, sem se constranger, um dos participantes do grupo (mesmo que a conversa seja apenas entre duas pessoas), com um simples toque no botão, interrompa o contato e desapareça para sempre do mundo de seu interlocutor. Simone Sá (2002) lembra que, para alguns analistas, as comunidades virtuais representariam oportunidades múltiplas de amizade e, nessa ótica, recriariam, em novas bases, a convivência fraterna e democrática daqueles que compartilham afinidades, além de aprofundar os laços, possibilitando o contato com a diversidade social.

A linguagem está em construção no que se refere ao espaço virtual e à internet. Nesse contexto, há um vasto campo para a pesquisa e o encontro de soluções originais para esse meio. Nessa perspectiva, é possível pensar a comunicação mediada entre indivíduos ou grupos, ou ainda, a interatividade proporcionada pela internet, como processos que buscam identidade própria. A construção do sentido e a persuasão, inseridas na troca de informações, de maneira democrática e participativa, exigem do emissor que tenha capacidade para atrair o destinatário e, principalmente, que consiga manter seu interesse, quando tantas opções *brigam* por sua participação, e não mais apenas por sua audiência. Essa mudança paradigmática obriga os estudiosos da comunicação a novas abordagens, pois a internet é um meio aberto às experimentações, especialmente por abrigar todos os tipos de destinatários em sua rede. Entender qual a tendência desse processo de comunicação é, talvez, um dos desafios deste século.

3 A informação em tempo real

O tempo na internet tem uma característica muito particular: o imediatismo. A velocidade com que as informações chegam ao destinatário tem um valor muito grande nos meios de comunicação. Essa prática, no entanto, está diretamente ligada às possibilidades de realização de cada meio. O jornal impresso, por exemplo, tem o tempo de ser preparado e distribuído, o que, em média, significa um dia inteiro. Já o rádio, por sua agilidade, penetração e informalidade, consegue se fazer presente de maneira mais imediata, mas com a desvantagem de não oferecer imagens que registrem ou ilustrem os fatos. A televisão, com sua área de cobertura atual, também se mostra bastante eficiente, mas as imagens precisam ser capturadas, pré-editadas, e o espaço, *aberto*, para que as notícias cheguem aos telespectadores. Quando acontecem fatos trágicos ou de importância iminente, os meios podem superar-se, na tentativa de chegar, com incomum velocidade, a seus destinatários, mas, no dia-a-dia, os programas obedecem a certa ordem determinada nas grades de programação. Eis mais uma das práticas facilmente quebradas pela internet.

A acessibilidade e os baixos custos fazem com que a informação seja atualizada minuto a minuto, a qualquer momento ou, como anuncia o jornal do portal da Internet Grátis (IG), a cada segundo. Nesse

contexto, não há prazo determinado para a atualização de informações no espaço virtual, mas apenas o tempo em que eles acontecem. Além disso, o acesso faz com que qualquer pessoa, em qualquer lugar, torne-se um comunicador de informações sobre os mais diversos assuntos. É claro que se, por um lado, isso torna o meio favorável ao avanço rápido do conhecimento, por outro, reduz a confiabilidade das informações transmitidas, pois não existe a preocupação de checar a veracidade dos fatos veiculados nos diversos ambientes, o que termina por propagar ou agravar rumores e boatos. Mesmo nos ambientes virtuais de cunho jornalístico, ainda que se imponha algum controle sobre as informações, a facilidade com que elas podem ser veiculadas e alteradas acaba por prejudicar a sua qualidade, uma vez que se deixa de atentar para o impacto que eventuais erros possam causar. As páginas são efêmeras e desaparecem no espaço virtual sem deixar marcas.

Pierre Lévy analisa essa conformidade no ciberespaço:

A cada minuto que passa, novas pessoas passam a acessar a internet, novos computadores são interconectados, novas informações são injetadas na rede. Quanto mais o ciberespaço se amplia, mais ele se torna 'universal', e menos o mundo informacional se torna totalizável. O universo da cibercultura não possui nem centro nem linha diretriz. É vazio, sem conteúdo particular. Ou antes, ele os aceita todos, pois se contenta em colocar em contato um ponto qualquer com qualquer outro, seja qual for a carga semântica das entidades relacionadas. Não quero dar a entender, com isso, que a universalidade do ciberespaço é 'neutra' ou sem conseqüências, visto que o próprio fato do processo de interconexão já tem, e terá ainda mais no futuro, imensas repercussões na atividade econômica, política e cultural. Este acontecimento transforma, efetivamente, as condições de vida em sociedade. Contudo, trata-se de um universo indeterminado e que tende a manter sua indeterminação, pois cada novo nó da rede de redes em expansão constante pode tornar-se produtor ou emissor de novas informações, imprevisíveis, e reorganizar uma parte da conectividade global por sua própria conta. (LÉVY, 1999, p. 11).

Não obstante quaisquer análises sobre as conseqüências, previsíveis ou não, da informação instantânea, o fato é que, na sociedade atual, o espaço

virtual é um bem muito valioso, tanto que a possibilidade de saber rapidamente o que ocorre em qualquer parte do mundo, a partir da conexão no espaço virtual, agrega valor a setores econômicos e sociais. Nesse contexto, os mecanismos sociais tornam-se, cada vez mais, dependentes dessa jorrada de informações cruzadas, e sua interrupção poderia gerar um clima de instabilidade diante da simulação do desconhecido, pois é necessário saber o que acontece para determinar o comportamento a seguir. Perder esse conhecimento imediatista, proporcionado pelo ambiente virtual, seria imponderável, pois a sociedade se move no sentido de conhecer e produzir cada vez mais esse saber.

As decisões mais banais podem ser amparadas em pesquisas virtuais. Quando se depara com um problema ou quando é preciso decidir por algo, em poucos minutos, são levantadas informações que, em outras épocas, demoraria muito tempo para reunir. Milhares de dados sobre doenças, tratamentos, viagens, lugares, povos, culturas podem ser obtidos com uma busca simples, bem como o histórico e a atualização desses dados que fazem parte da rotina de qualquer sujeito conectado a qualquer parte do planeta, via internet, haja vista que as informações são transmitidas em idiomas diferentes, o que torna possível a conexão de dúvidas, certezas e procuras entre sujeitos – fato esse que, em meios tradicionais, seria muito mais difícil.

Como afirma Lévy (1999, p. 63), “[...] não há nenhum obstáculo à diversidade lingüística na internet, a não ser a falta de iniciativa ou ausência de atividade na rede dos locutores de uma ou outra língua minoritária”. Para ele, tornar todas as línguas minoritárias seria sinal de humildade e respeito ao próximo, diante da grandeza e da complexidade do ciberespaço.

4 O jornalismo no espaço digital

A prática jornalística está diretamente vinculada às possibilidades dos meios de comunicação. Embora a estratégia discursiva que permeia esse setor varie de acordo com as características de cada espaço enunciativo, em geral, a finalidade é sempre inspirar o enunciatário a um fazer interpretativo que o leve a aceitar como verdadeiras as argumentações presentes no discurso. Para isso, os textos são exibidos, de maneira organizada, de acordo com as técnicas de redação jornalística, em espaços, editorialmente delimitados, para expressão da opinião,

da interpretação ou apenas da informação. Do ponto de vista do nível discursivo, essa estratégia mistura apenas efeitos de aproximação e distanciamento entre sujeito da enunciação e produto que enuncia, gerando efeitos de objetividade, mas, diretamente, suscetível a produzir ‘informações isentas’ e, portanto, mais críveis, e subjetivas, sugerindo a interferência do sujeito da enunciação no enunciado.

Fiorin (1996) explica que o discurso direto, em geral, cria um efeito de sentido de realidade, pois dá a impressão de que o narrador está apenas repetindo o que disse o interlocutor. É esse o caso da maior parte dos discursos que compõem os ambientes jornalísticos, em que o sujeito produz discursos nos quais simula a ausência de um narrador, criando efeitos de objetividade. Em outras situações, utiliza o eu/tu, imediatamente, por meio de debreagens enunciativas e enuncivas, presentificadas em artigos e crônicas ou em textos interpretativos, especialmente veiculados em revistas de informação. A obediência às regras jornalísticas nessa configuração discursiva reflete o contrato assumido entre destinador e destinatário que, por sua vez, seria o conhecedor dos espaços nos quais as informações estariam desprovidas de sentido manipulado (como se tal feito fosse possível) e de outros em que o enunciatário assumiria opiniões e posturas com relação a determinados assuntos.

Tais condições de produção do discurso estão relacionadas às possibilidades do plano de expressão a que determinados conteúdos se encontram limitados. Assim, o espaço do papel na mídia impressa e o tempo no rádio e na televisão são condições determinantes do discurso jornalístico. O espaço virtual, proporcionado pela web, rompe as circunstâncias iniciais que determinam as variáveis desse processo e abre inúmeras possibilidades para que o espaço enunciativo tenha condições ideais para a imbricação entre recursos discursivos sob a premissa das técnicas jornalísticas.

4.1 O uso do *blog* como espaço de informação jornalística

O espaço virtual já possui divisões típicas desse meio. São formas de comunicação que nasceram da diversidade comunicativa que a amplitude da internet proporciona. Uma das possibilidades cada vez mais exploradas pelos usuários é a composição de uma página pessoal, com registros semelhantes aos de um diário, chamada *blog*. Segundo a enciclopédia livre *Wikipédia* (2006),

(...) o *blog* ou *weblog* é uma página da web cujas atualizações (chamadas *posts*) são organizadas cronologicamente (como um histórico ou um diário). Estes *posts* podem ou não pertencer ao mesmo gênero de escrita, se referir ao mesmo assunto ou à mesma pessoa. A maioria dos *blogs* são miscelâneas em que os *blogueiros* escrevem com total liberdade.

Os aspectos descompromissados e juvenis, para os quais esse tipo de prática apontam, fazem com que as informações ali postadas adquiram um tom casual e particular, em oposição aos espaços formalmente destinados à veiculação de conteúdos jornalísticos. O fato de os *blogs* terem essa característica não significa que os jornalistas não possam fazer uso desse espaço com finalidade profissional; no entanto, apenas recentemente essa prática adquiriu credibilidade entre destinatador e destinatário.

Há cerca de dois anos, endossados por jornalistas respeitados nos meios em que atuam, os *blogs* jornalísticos têm servido de referência para a opinião pública, interferindo, inclusive, no cenário político do Brasil. Alguns exemplos são: o *blog* do Noblat, espaço do jornalista Ricardo Noblat, atualmente ambientado no portal do jornal paulista *O Estado de S. Paulo*; o *blog* do Moreno, do colunista Jorge Bastos Moreno, disponível no ambiente do jornal carioca *O Globo*; o *blog* do Josias, articulado por Josias de Souza; e o *blog* do Fernando, de Fernando Rodrigues, ambos jornalistas da *Folha de S. Paulo*, que disponibilizam seus *blogs* no espaço virtual do Universo On Line (UOL). Os autores citados são comentaristas do cenário político que discorrem sobre notícias, comentários e aspectos não visíveis do poder. É extensa a lista de renomados profissionais que mantêm seus *blogs* para comentar assuntos pertinentes à sua área de cobertura, mas os transcritos nesta análise já acumulam influência que extrapola o espaço midiático virtual, pois a sociedade lhes confere reconhecimento, percebido nas indicações que atores revestidos de autoridade social, como parlamentares e governantes, denotam ao atribuir credibilidade às revelações desses profissionais.

Do ponto de vista do jornalismo, o que atribui ao *blog* finalidade jornalística atraente é a configuração discursiva que os sujeitos da enunciação projetam. Nos meios tradicionais, o discurso jornalístico distribui-se editorialmente em espaços de cunho social, voltados para a emissão de opiniões – artigos, crônicas e editoriais, e de cunho meramente informativo, nos quais o sentido se constrói nas tra-

mas do texto, em razão do evidente afastamento do narrador para gerar um efeito de distanciamento e, assim, de objetividade.

Os *blogs* têm sido vitrines de manifestações livres do compromisso editorial pertinente à natureza do jornalismo. Essa liberdade manifesta-se na inovação discursiva, em que os atores sociais estão à vontade para noticiar, opinar, cobrar, direcionar; enfim, para mesclar a estratégia discursiva de aproximação e distanciamento do enunciatário. O jogo de troca de posições, permanentemente operado pelo sujeito da enunciação que, ora deixa marcas profundas no discurso que enuncia, ora esconde-se nas tramas da informação, tem sido um recurso sedutor para levar o enunciatário a um fazer crer verdadeiro, aquilo que pretende tornar verossímil. Segundo Diana Luz Pessoa de Barros (1997), chega-se ao sujeito pelo caminho do discurso, pois certos procedimentos marcam a relação entre o discurso e a enunciação pressuposta, como o conflito ideológico instalado na narrativa entre os destinadores, os valores que o sujeito assume e suas paixões.

A análise interna do texto apreende esses aspectos e mostra que as escolhas feitas e os efeitos de sentido obtidos não são obra do acaso, mas decorrem da direção imprimida ao texto pela enunciação. Ressalta-se o caráter manipulador do discurso, revela-se sua inserção ideológica e afasta-se qualquer idéia de neutralidade ou de imparcialidade do texto. (BARROS, 1997, p. 83).

O modo pelo qual os *blogs* são visualizados é frugal. Os recursos gráficos, sonoros e imagéticos, que, em geral, compõem a cena midiática, não participam desse espaço. Os textos estão ambientados em uma tela simples, de cor sóbria, e são postados de maneira linear, rompendo as possibilidades usuais da internet e pelas quais as informações se sobrepõem, misturam-se e se lançam para além daquele ambiente. O uso de fotos ou charges é eventual, de acordo com a deliberação do destinatário que recorre ao discurso pictórico e ao imagético apenas para ampliar o discurso persuasivo, e não como a norma que se estabelece, convencionalmente, em meios jornalísticos, nos quais imagens e palavras constroem discursos que se complementam.

Outro aspecto que rompe as relações clássicas entre enunciador e enunciatário nos discursos jornalísticos é a possibilidade de interação que o meio proporciona. Todos os *blogs* possuem espaços nos quais os interlocutores assumem a posição de

produtores do discurso e manifestam suas opiniões sobre os textos enunciados. O compartilhamento ideológico dos assuntos enunciados potencializa o aspecto veridictório do texto, pois gera o efeito de diálogo entre destinador e destinatário, em que ambos assumem o discurso e se tornam sujeitos produtores daquilo que passam a enunciar conjuntamente, mesmo que assumam, ao longo do discurso, posições contrárias.

Nos exemplos a seguir, recortados de *blogs* jornalísticos, percebe-se como o uso de informações é entremeado de marcas ideológicas e de valores assumidos pelo sujeito da enunciação:

Para quem está na cadeia, o dinheiro não traz felicidade. Mas essa não chega a ser uma questão financeira que o pessoal do PCC leve muito a sério. O negócio do crime, por organizado, é faturar. A política de São Paulo tenta rastrear as contas bancárias do empreendimento gerido por dom Marcola. Estima-se que o PCC possua pelo menos cem contas, pelas quais escoariam mensalmente coisa de R\$ 700 mil. (SOUZA, 2006).

O discurso começa com uma debreagem enunciativa espacial (quem está na cadeia) e actancial (o pessoal do PCC – Primeiro Comando da Capital), sugerindo distanciamento da enunciação e ilusão de realidade. A narrativa em terceira pessoa, nesse caso, está caracterizada pelo observador que, embora delegado pela enunciação, determina o ponto de vista sobre o discurso e dirige seu desenrolar. Ainda que de maneira sutil, a projeção da enunciação é percebida em marcas que revelam os valores embutidos no contexto (“o dinheiro não traz felicidade”; “o negócio do crime (...) é faturar”; “pelas quais escoariam mensalmente”). Mesmo não assumindo o discurso em primeira pessoa e mantendo a ilusão de objetividade e distanciamento, os mecanismos são empregados para levar o enunciatário a um fazer interpretativo-conclusivo sobre o assunto em questão.

Que desmoralização. O boato brasiliense desta 5ª feira: dois senadores teriam participado de uma operação de R\$ 3 milhões para aliviar a barra de bingueiros na CPI dos Bingos – aquela que investiga de tudo, menos bingos. Comentário ouvido pelo *blog* de alguém que é PhD nessa área: “Imagine!? 3 milhões? Esse boato é só um boato mesmo. Não pode ser verdade. Até porque 3 milhões é um valor

muito alto para uma operação dessas”. Em tempo de “sanguessugas” que lucram 5 a 15 mil por ambulância, a anedota faz todo o sentido. (RODRIGUES, 2006).

A ancoragem na realidade desse trecho está nas debreagens temporal (5ª feira), actancial (dois senadores) e espacial (brasiliense). Além de o discurso enunciado em terceira pessoa produzir efeito de afastamento e de objetividade, a constituição da cena, como espaço existente, cria a ilusão de referencialidade. O observador delega a interlocutores vozes expressas em discurso direto e demarcadas entre aspas. A projeção da enunciação pode ser determinada pelas marcas que se instalam no discurso, mesmo sem assumi-lo na condição de primeira pessoa. Quando escreve “(...) comentário ouvido pelo *blog* (...)”, afasta-se do texto, simulando o sentido de que o *blog* assume a condição do enunciator, mesmo porque a categoria da pessoa é um papel actancial atribuído ao texto e que não se refere, necessariamente, a alguém. A partir dessa concretização, os comentários que produz (“aquela que investiga de tudo, menos bingos”; “esse boato é só um boato mesmo.” “Não pode ser verdade”; “a anedota faz todo o sentido”) denotam os valores e as posições ideológicas inerentes ao sujeito produtor do discurso.

Foi a mais trágica sucessão de trapalhadas da história recente do país. Há três semanas, segundo o governador Cláudio Lembo, a polícia de São Paulo teve a informação de que os bandidos do Primeiro Comando da Capital (PCC) preparavam ataques e levantes em penitenciárias para a véspera do Dia das Mães. Que fez o governo? Pôs a Polícia Militar de prontidão? Cancelou férias e folgas de policiais? Convocou reforços? Nada fez. Esperou sentado. (NOBLAT, 2006).

Os procedimentos argumentativos são semelhantes aos empregados nos textos anteriores. O enunciado está na terceira pessoa, e o jornalista assume a condição de observador, que enuncia a cena e realiza ancoragens de tempo, pessoa e espaço, com o fito de criar efeito de realidade e condições para um crer verdadeiro, por parte do destinatário. Como ressalta Barros (1997, p. 63), “(...) o enunciator constrói no discurso todo um dispositivo veridictório, espalha marcas que devem ser encontradas e interpretadas pelo enunciatário”. A autora explica que o enunciatário precisa descobrir essas pistas e compará-las com seus conhecimentos e convicções

para entender o texto e crer, ou não, no discurso. Entre os mecanismos empregados nesse procedimento discursivo está o de implicitar conteúdos, instigando o enunciatário a assumir a mesma posição ideológica do sujeito produtor do discurso. Nos trechos "(...) a mais trágica sucessão de trapalhadas da história (...)"; "(...) O que fez o governo? Nada fez. Esperou sentado", o enunciador convoca outras vozes para responder às questões que enuncia, assume que argumentos externos ao texto estão presentes, mas encerra a possibilidade de respostas quando o próprio observador conduz a narrativa para um desfecho conclusivo: "(...) nada fez. Esperou sentado".

5 Considerações finais

O espaço virtual representa ampla possibilidade de comunicação com tendências já exploradas e compreendidas, e muitas ainda por vir. Novas significações nas relações entre enunciador e enunciatário foram geradas pela gama tecnológica que o meio proporciona, tanto pela dimensão territorial quanto pela interatividade entre os interlocutores. Esse último aspecto aponta para os novos contratos que terão de ser assumidos para que os fazeres persuasivos e interpretativos levem ao crer verdadeiro, objetivo último de qualquer discurso.

No caso dos *blogs* jornalísticos, uma configuração discursiva que se assemelha àquelas enunciadas em outras mídias apresenta-se ressignificada pelas marcas da enunciação presentes no discurso. Em meio aos procedimentos que sugerem imparcialidade e distanciamento, inerentes às narrativas jornalísticas, percebem-se pistas que denotam a posição político-ideológica dos sujeitos produtores do discurso e inauguram um campo em que as narrativas jornalísticas, derivadas de técnicas e de espaços delimitados, assumem novas projeções. Muito além do espaço editorial simbólico, os *blogs* resgatam a informalidade de sua origem e cravam, por meio de procedimentos discursivos, a opinião e a posição dos sujeitos em relação às manifestações sociais representadas na cena midiática.

Enunciatives strategy in journalistic blogs: the resignification of edited space in virtual environment

The journalistic discourses are in the transformation process, because of the many virtual era possibilities. Besides media union and appearance the languages updated to communicative word, own environment incentivet a re-meaning dis-

course proceders, before limited to traditional media. This is an exemple a blog case, which was an informal diary and now it has jourlistic credibility. This article investigate this kind of case and its discursive configuration.

Key words: Blogs. Discourse. Enunciation. Semiotics.

Nota

- 1 Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa de Semiótica da Comunicação, no VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom XXVIII, no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Brasília, de 6 a 9 de setembro de 2006.

Referências

- BARROS, D. L. P. de. *Teoria semiótica do texto*. 3. ed. São Paulo: Ática, 1997.
- FIORIN, J. L. *As Astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo*. 1. ed. São Paulo: Ática, 1996.
- LÉVY, P. *Cibercultura*. 1. ed. São Paulo: Editora 34, 1999.
- NOBLAT, R. *Blog do Noblat*. 18 maio 2006. Disponível em: www.blogdonoblat.com.br. Acesso em: 1 nov. 2006.
- RAMOS, F. P. Sobre a divergência dos meios e as imagens maquínicas. In: PRADO, J. L. A. (Org.). *Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas*. 1. ed. São Paulo: Hacker, 2002. p. 98-110.
- RODRIGUES, F. *O preço dos políticos*. 18 maio 2006. Disponível em: http://uolpolitica.blog.uol.com.br/arch2006-05-14_2006-05-20.html. Acesso em: 1 nov. 2006.
- SÁ, S. P. Netnografias nas redes digitais. In: PRADO, J. L. A. (Org.). *Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas*. 1. ed. São Paulo: Hacker, 2002. p. 147-164.
- SANTAELLA, L. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2003.
- SOUZA, J. de. *Da lavanderia do PCC, polícia só viu a espuma*. 21 maio 2006. Disponível em: http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/arch2006-05-21_2006-05-27.html. Acesso em: 1 nov. 2006.
- WIKIPÉDIA. *Weblog*. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/blog>. Acesso em: 1 nov. 2006.

recebido em 1º nov. 2006 / aprovado em 22 fev. 2007

Para referenciar este texto:

SARDINHA, G. P. Estratégias enunciativas nos blogs jornalísticos: a resignificação do espaço editorializado em ambiente virtual. *Cenários da Comunicação*, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 133-140, 2007.