

Narrativas digitais: desvios do jornalismo no ciberespaço

Rosana de Lima Soares

Resumo: Este artigo busca deslocar as reflexões sobre as mídias (especialmente o jornalismo) para o campo de confluência das teorias constituintes das ciências da linguagem, tendo em vista a elaboração de uma abordagem diferenciada em relação a seu fazer. Ao propô-lo, partimos do pressuposto de que o domínio discursivo — entendido como articulador das relações simbólicas e, por isso, o lugar em que se fazem e desfazem os laços sociais — é o campo privilegiado para seu estudo. Esse fato se torna ainda mais significativo se considerarmos o avançado nível de intermediação que modela o mundo contemporâneo, caracterizado pelas redes midiáticas e por formas diferenciadas de produção e circulação de narrativas — entre elas, as narrativas jornalísticas —, especialmente em formatos digitais *on-line*.

Palavras-chave: mídias; ciberespaço; narrativas digitais; jornalismo *on-line*; discurso

Abstract: *Digital narratives: deviations from journalism in cyberspace* — This paper attempts to shift the reflections on communication medias (especially journalism) to the field of confluence of the theories that constitute the language sciences, seeking to create a differentiated approach about how they are carried out. In proposing a shift in the way we think about communication medias, we start from the assumption that the discursive domain, which is understood as the articulator of symbolic relations — and hence the place where social bonds are created and undone — is the privileged field for its study. This fact is even more significant when one considers the advanced level of intermediation that models the contemporary world, characterized by mediatic networks and by differentiated forms of production and circulation of narratives — among them journalistic narratives —, especially in online digital formats.

Keywords: media; cyberspace; digital narratives; online journalism; discourse

Este artigo propõe estabelecer algumas possíveis articulações entre mídias e narrativas.¹ Se tomarmos como pressuposto que as mídias constituem-se como lugar de

¹ Uma versão preliminar deste artigo foi apresentada no VI Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (Umesp/SP, 19-21 de novembro de 2008). Os debates e sugestões feitos no evento contribuíram para a reelaboração e aprofundamento do texto.

mediação e construção do espaço público, podemos afirmar que as narrativas nelas presentes não cumprem uma função apenas informativa ou lúdica, mas também formativa e cultural. Essa função possui, por um lado, um caráter pedagógico e, por outro, um aspecto normatizador. Dessa forma, ao assumirmos como postulado que as mídias constituem-se, sobretudo, como “fato de língua” — entendendo por essa definição “a língua como instituição social fundante” (GOMES, 2000, p. 15) —, é possível efetuar o deslocamento de alguns de seus pressupostos, especialmente a questão de sua relação com a realidade vista como algo externo aos discursos, para entendê-las, de maneira mais ampla, como *narrativas*.

Nessa perspectiva, iremos privilegiar as narrativas jornalísticas e, mais especificamente, aquelas constituintes do jornalismo *on-line*. Para além da produção jornalística textual (impressa) ou audiovisual (televisiva), ao possibilitar que novos atores sociais *produzam notícias*, o jornalismo digital oferece pontos de vista múltiplos e ferramentas colaborativas para a leitura e a escrita.² Dessa forma, os atuais processos de informatização acelerada e o surgimento de tecnologias diversas das usualmente conhecidas, que possibilitaram a formação de redes midiáticas acessíveis a um número muito maior de pessoas, instauram um momento singular para se pensar o jornalismo.

Em relação ao seu *fazer*, as mídias contemporâneas estão internamente organizadas para serem produzidas de modo cada vez mais digitalizado. No caso do jornalismo impresso, por exemplo, a materialidade dos átomos só supera os virtuais bits no momento de sua gravação no papel. A digitalização das mídias, entretanto, pode ser pensada para além de seu *fazer*, estendendo-se até os limites de sua consideração enquanto instituições sociais e, portanto, abrangendo os processos de recepção. Além da digitalização, a planetarização das mídias também tem determinado suas práticas. Hoje, sabemos que um evento ocorrido em qualquer parte do mundo poderá ser visto, ao mesmo tempo, de um ponto a outro do globo (como no exemplo já modelar do ataque às torres gêmeas de Nova York, em setembro de 2001, largamente difundido pelas mídias).³

Ao tratar dos processos de digitalização, Negroponte (1995) propõe um interessante exercício de imaginação: pensar que os jornais impressos, em vez de serem entregues em *formato-papel*, cheguem aos leitores em *formato-bits*, quem sabe com a distribuição de disquetes (vendidos em bancas ou distribuídos na casa dos assinantes) ou, até mesmo — como sugere o autor — via transmissão televisiva ou radiofônica. Mas o exercício de imaginação pode ser ampliado. Schudson (1995), ao refletir sobre o jornalismo contemporâneo e as

² A singularidade das mídias digitais, especialmente aquelas *on-line*, é justamente o fato de problematizarem as ainda estancas divisões entre os campos da produção e da recepção afirmadas pelas mídias tradicionais. Os autores tratados ao longo do artigo podem ser lidos tanto em relação aos impactos das tecnologias digitais na acessibilidade do noticiário como nas transformações de seus sistemas de produção.

³ Para desenvolvimento do tema, ver Soares (2005).

mídias, propõe o seguinte quadro: imaginar uma sociedade *sem jornalistas*. A função originária das mídias — intermediar as notícias para que elas cheguem aos cidadãos — seria parcialmente suspensa, cada cidadão sendo seu próprio jornalista-mediador, o que levaria ao desaparecimento do *fazer midiático* enquanto monopólio de alguns⁴ (a bem-sucedida criação da Wikipedia,⁵ em que pesem suas limitações, é exemplo das novas relações entre autores e leitores possibilitadas pelas mídias digitais).

Entretanto, esse fazer não desapareceria, mas seria reinventado a partir de novas bases. A concepção de Schudson (as notícias enquanto “produtos culturais” instituindo a realidade) encontra-se com as palavras de Lacan (1985, p. 73) quando afirma:

A cultura enquanto distinta da sociedade, isto não existe. A cultura é, justamente, aquilo que nos pega. Só a temos agora em nossas costas, como pulgas, porque não sabemos o que fazer com elas, senão catá-las. Quanto a mim, aconselho que vocês as guardem, porque aquilo futuca, e desperta.

Ou seja: aquilo que será, posteriormente, chamado de “nossa cultura”, antes de ser instituído por nós, é na verdade o que nos constitui, já que a sociedade toma forma no próprio laço social.

Ao nos indagarmos sobre a possibilidade de que o jornalismo “desapareça” — ao menos nos moldes que conhecemos hoje —, uma nova pergunta se impõe: seria possível, então, vislumbrar um *outro* jornalismo? Ao surgir como *necessidade* de uma sociedade altamente informatizada — em que cada pessoa que tenha acesso à internet possa selecionar suas próprias fontes de informação e entretenimento e, mais do que isso, produzir e enviar seus próprios textos —, o fazer jornalístico seria pautado por novas premissas: pluralidade em vez de monopólios, notícias no lugar de meras informações.

Dessa forma, pensar a contemporaneidade a partir das possibilidades colocadas pelas atuais tecnologias propicia um momento singular para questionar as próprias bases da instituição jornalística e do fazer midiático. Não é na linha do deslumbramento, tampouco da descrença, que gostaríamos de pensar essa questão, mas no caminho de possibilidades que se vislumbram. Novos meios e modos de produção possibilitam, acreditamos, o surgimento de um novo tipo de *autor/leitor* para as mídias, com múltiplas habilidades, reunindo por um outro caminho a escrita e a leitura. A despeito das

⁴ Nos processos de digitalização, não se pode isolar de forma radical o que diz respeito à produção e à recepção, pois os modos de organização do fazer jornalístico e as formas de produção de notícias, se transformados, implicarão certamente novas relações com o leitor ou telespectador de jornais, tanto do ponto de vista de seus *modos de ler* como na *criação de notícias* feitas pelos próprios leitores. Esse ponto será retomado posteriormente.

⁵ A Wikipedia é utilizada como exemplo por se tratar de uma experiência pioneira de produção hipertextual, participativa e colaborativa, demarcando uma ruptura — como algumas ferramentas realizaram antes dela, e muitas outras depois — nos discursos e narrativas digitais *on-line*. Ainda que atualmente haja contribuições mais críticas e atualizadas sobre as ferramentas de escrita coletiva, não se pode negar que os textos presentes nas redes digitais alcançaram, com o surgimento da Wikipedia, especificidades não vistas anteriormente na internet.

previsões catastróficas, parece surgir uma possibilidade não excludente em que novos e velhos processos midiáticos possam coexistir.⁶

Um outro jornalismo é possível?

Os atuais processos vividos na contemporaneidade permitem pensar de fato em uma outra articulação do jornalismo, transformado pelas redes midiáticas, a partir do delineamento de suas especificidades de maneira complementar e integrada, afastando-se de uma concepção clássica baseada na ideia de *informação* e na separação entre produtores e receptores. Dessa forma, mais do que levar à realidade impessoal dos infográficos e das pesquisas de opinião em oposição à realidade dinâmica das relações pessoais e dos discursos, os recursos visuais e tecnológicos hoje disponíveis podem constituir novos espaços de participação.

Neste sentido, é interessante considerar ainda o proposto por Gans (1980). O autor se desloca radicalmente em relação à função e ao papel das mídias na sociedade contemporânea, especialmente do jornalismo. Em primeiro lugar, recusa a ideia de que seja papel do jornalista (ou que isso seja mesmo possível) *apreender* a realidade e narrá-la para outras pessoas. Primeiro, porque um acontecimento não permanece mais do que o período de sua duração: mesmo que o leitor tentasse *ir atrás* dos fatos narrados, não os encontraria — eles não estariam mais lá. Os acontecimentos, nesse sentido, são fugidios: desaparecem *enquanto acontecem*, configurando-se como o *acontecido e desaparecido*. A essa perspectiva, pode-se acrescentar, em segundo lugar, que as relações sociais — em toda a sua extensão — são relações construídas *na e pela* linguagem. Ao serem nomeadas, adquirem seu estatuto de *relações*, passando efetivamente a existir. Linguistas como Saussure e Kristeva (1974) já apontaram a linguagem como *chave para entender o homem e a sociedade*, sendo base fundante destes.

Resgatando a ideia de Schudson de que as notícias, enquanto “produtos culturais”, produzem certo tipo de “conhecimento público”, Gans propõe que o papel das mídias seja o de agir como construtoras e organizadoras privilegiadas da “arena simbólica” da sociedade. Ou seja: aquilo que é por elas organizado poderia compor, junto com outras instituições, o quadro da sociedade contemporânea. Ao selecionar, articular, propor, discutir, incluir temas e assuntos, as mídias (qualquer que seja seu formato: impresso,

⁶ Lembramos que um exemplo desse processo integrado é a série de livros com as aventuras do personagem Harry Potter. Sem entrarmos nos méritos da obra enquanto produção literária (embora consideremos um trabalho de qualidade), ou em seus conteúdos específicos, os sete livros publicados expandiram o público infanto-juvenil original e ganharam dimensões globais. As possibilidades atualmente oferecidas desdobram o livro não apenas em filmes, mas também em jogos de tabuleiro, CD-Roms, sites, videogames, *kits* de mágica, materiais escolares, bonecos imitando os personagens, enfim, uma multiplicidade de produtos e processos que passam a interagir uns com os outros, compondo um quadro complexo e, por que não dizer, hipermidiático.

eletrônico, digital) de fato constroem conhecimento e incluem pedaços isolados da realidade em um todo (aqui não no sentido de totalidade, mas de *conjunto*, ao mesmo tempo intersecção e separação).⁷

A composição da “arena simbólica” de que fala Gans se encontra com a “vida digital” de Negroponte: as notícias, vistas como produtos culturais, *devem* (para o primeiro) e *podem* (para o segundo) ser apresentadas a partir de perspectivas múltiplas, formando *conjuntos* que possibilitem pensarmos a sociedade. Ao se transformarem os modos de articulação do fazer jornalístico, ampliando-se — como nos é possibilitado pelas mídias digitais — suas formas de produção e os sujeitos nelas envolvidos, haveria também uma transformação nos formatos e conteúdos divulgados, implicando necessariamente uma ampliação dos pontos de vista pressupostos nas notícias. Ou seja, não haveria apenas um *narrador* privilegiado (comumente centrado na figura do jornalista) que *contaria os fatos* aos outros, mas a possibilidade concreta de vários narradores apresentarem suas versões e visões de um mesmo *acontecimento*.⁸ A diversidade de fontes já possibilitaria às notícias uma multiplicidade de perspectivas. Além disso, a facilitação de acesso a elas a partir de vários caminhos, não apenas os já instituídos, contribuiria também para tal multiplicidade. Nesse sentido, o narrador tradicional evocado por Benjamin (1975) — e que teria sido suplantado pela nascente forma-romance — encontra novo lugar e, quem sabe, pode resgatar o sentido da oralidade e da tradição comunitária de seus relatos. Contados de uns para os outros, qualquer um que tenha ouvido (ou que tenha um computador) pode instaurar-se como o próximo narrador desses (e de outros) relatos.

É nesse sentido que podemos dizer que a função das mídias nas sociedades ocidentais contemporâneas — função esta que se constitui como função simbólica — está diretamente ligada à capacidade que estas sociedades possuem de gerar conhecimentos. A cada instante, milhares de novas informações surgem em diversas esferas sociais: história, economia, sociologia, política, artes, medicina, transformando-se em notícias. Essa mesma sociedade, por sua vez, demanda o retorno dessas informações e sua divulgação. Esquece, assim, as palavras de Lacan (1985) ao dizer do “saber que não se sabe”: *tudo que precisamos saber já sabemos sem o saber* (lembramos aqui o inconsciente, produtor de saber nos discursos); esquece, ainda, o *tecnólogos* de Lyotard (1990), produtor de cada

⁷ Elegemos, para o artigo, autores fundantes do campo das reflexões propostas, especialmente nas relações entre jornalismo e mídias digitais. É importante ressaltar, entretanto, a vasta produção bibliográfica (nacional e estrangeira) relativa às mídias digitais, jornalismo *on-line*, ciberespaço, hiperídia, entre outros temas. Dentre eles, destacamos, no Brasil, Alex Primo, Eugenio Trivinho, Marcos Palácios e Elizabeth Saad, para citar alguns. Entre os pesquisadores internacionais, não podemos deixar de fazer menção a autores como Steven Johnson, Lev Manovich, Sherry Turkle e George Landow, apontando para o vasto campo de pesquisas já estabelecido nessa área.

⁸ Apelemos aqui para o termo “acontecimento” para não ficarmos presos à factualidade pressuposta no jornalismo. Ou seja, não apenas seria possível veicular visões diferenciadas de um mesmo fato, mas de *acontecimentos*, sejam eles factuais ou ficcionais, concretos ou subjetivos.

vez mais e mais informações (em suas palavras, “conhecimento”) como se fossem saber, escamoteando os processos de construção do saber nas sociedades contemporâneas.

Ao mesmo tempo em que exige informações constantes, a sociedade também seleciona aquilo que deve ser divulgado, fazendo com que os jornalistas disputem entre si o acesso ao resultado das diversas atividades nela desenvolvidas. O processo de seleção desses resultados é complexo e, dessa seleção, surgem várias versões de um mesmo fato, que não necessariamente se opõem umas às outras, mas formam um quadro dinâmico da realidade. Esse quadro se modifica, como apontado por Marc Paillet (1986, p. 73), “à medida do desenrolar dos acontecimentos e no ritmo desse desenrolar”. Tais procedimentos parecem ter sido potencializados e acelerados com o advento das mídias digitais *on-line* e a aparente profusão de formas e conteúdos que elas parecem engendrar. Um olhar mais atento perceberia, entretanto, que há muito do mesmo nessas narrativas digitais, que em diversos momentos reproduzem, inclusive, textos e imagens presentes também nas mídias tradicionais.

Um outro aspecto merece ainda ser destacado. Quando se fala em mídias, as discussões sobre ética são cada vez mais frequentes e ganham especificidades quando tratamos das mídias digitais *on-line*. Ao nos indagarmos sobre elas, nossa preocupação com a *ética* surge a partir de três pontos observados: 1) a ideia corrente que um *fato* só passa a ser *ato* (ou acontecimento) quando é noticiado — de preferência, *em tempo real*; 2) a afirmação de que seu trabalho não é mais de produção, mas de mera reprodução de notícias originadas em outros lugares, que informariam às mídias o que elas devem informar ao seu público; 3) a concepção de que, em relação às mídias, a ética (pensada como a “ética das finalidades”)⁹ possa ser aferida de acordo com o grau de credibilidade que as mesmas alcançam junto a seu público (formado por leitores, telespectadores, ouvintes ou navegadores); ou seja, quanto mais credibilidade uma mídia possui, mais “ética” (notemos a passagem desta palavra de *nome* a *qualidade*) se torna (ou, em outras palavras, mais “bem-sucedida”).¹⁰

Quanto ao primeiro ponto, gostaríamos de observar que, antes de qualquer discussão, é preciso definir o que seja “ato” e “fato”. Em linhas gerais, entendemos um ato como aquilo

⁹ Tomamos a expressão no sentido que lhe foi atribuído por Weber (1963, p. 141-153) ao estabelecer as relações entre ética e política. Ao afirmar que uma conduta eticamente orientada pode ser guiada por uma de duas máximas fundamentalmente diferentes, a “ética das últimas finalidades” (ou ética dos objetivos finais) e a “ética da responsabilidade” (que, ao contrário da ética absoluta, pergunta sobre as consequências de suas ações), o autor alerta para o fato de que a “ética dos fins últimos” se desfaz na proposição *os fins justificam os meios*. Válida em termos teóricos, ao ser confrontada com a realidade essa proposição deixa de contemplar a possibilidade de unir a ética dos fins últimos à ética da responsabilidade. Ao fazer qualquer concessão ao princípio de que os fins justificam os meios, “não será possível decretar eticamente que fim deve justificar que meios” (Weber, 1963, p. 146).

¹⁰ Especialmente em relação ao jornalismo *on-line*, o critério de *credibilidade* parece ser substituído pelo de *número de acessos* gerado por cada notícia. A esse respeito caberia uma investigação detalhada sobre possíveis transposições de critérios de noticiabilidade nas mídias tradicionais e nas mídias digitais.

que *inaugura* alguma coisa, que desloca e estabelece novas relações. Sendo sempre um ato inaugural, não é o que se repete, mas o que rompe; por isso, o que deriva dele — os fatos ou acontecimentos — são ações, decorrências desse ato inaugural, podendo gerar novas configurações discursivas.

Além disso, o próprio sentido de *existência* precisa ser questionado, sem que para isso tenhamos que nos deter na distinção filosófica entre imanência e transcendência. Quando algo é noticiado na televisão, por exemplo, não é por isso que adquire mais existência (no sentido de concretude) do que algo que não tenha sido mostrado. Isso nos remete à definição de fato. O fato é sempre aquilo que já passou. Só sabemos dos fatos pelas *narrativas* que deles estabelecemos, pelo nosso dizer sobre eles, quando algo que antes não existia passa a se organizar em *discurso*. E esse dizer é sempre depois, *só depois*. Ao passar pela linguagem, o que está ali não é mais o fato, mas apenas seu relato, a tentativa precária e parcial (porém a única possível) de sua elaboração. Nesse momento podemos estabelecer uma relação intrínseca entre as questões discursivas referidas às narrativas digitais enquanto articuladoras de *relações simbólicas*, e o campo mais amplo de uma possível ética na qual vislumbrar tal relação.

O trabalho das mídias, como dissemos, deve portanto ser visto como um fato de língua, assim como todos os fatos sociais. O social, nessa acepção, caracteriza-se como uma troca simbólica, como algo organizado pela linguagem. Todas as relações sociais seriam, assim, *relações de troca*. Essa troca, que abrange todas as outras, é uma *estrutura* organizada e organizadora, como já vimos com Lévi-Strauss (1974) ao reunir as três operações fundamentais apontadas por Mauss: *dar, receber e retribuir*. Lévi-Strauss condensa essas três relações sociais na *relação de troca* — uma situação imaginária na qual um terceiro é determinante. A troca, como os discursos, não é simétrica: não se troca uma coisa por outra, mas duas coisas são trocadas por intermédio de uma terceira; temos três lugares, sendo que o terceiro — o que possibilita a troca, e não os elementos trocados — é determinante.

O segundo ponto, relativo à questão das fontes de informação, coloca particularmente o jornalismo em uma posição delicada: seria ele então o mero depositário das demandas dos grupos sociais, poderoso ao ponto de selecioná-las e de todos o tomarem como referência para isso, mas ao mesmo tempo impotente enquanto “construtor da arena simbólica da sociedade” (SCHUDSON, 1995), escolhendo suas pautas a partir de um leque pré-determinado de notícias a serem por ele reproduzidas? Produtor ou reproduzidor, não importa. As notícias figuram nas mídias como possíveis respostas às demandas da sociedade, quer essas demandas tenham sido explicitamente manifestas ou não. As mídias não determinam a *pauta do dia*, mas organizam a realidade por meio de narrativas, denominadas por Quéré (1982) de “fundadoras”, já que instituem as relações sociais. Ainda que possa vir a se tornar diferenciado no futuro — e esperaríamos que sim —, o jornalismo *on-line* como praticado atualmente organiza-se de modo semelhante.

Os dois primeiros pontos são polêmicos, mas não necessariamente perigosos. É sobre o terceiro que gostaríamos de nos deter mais longamente. O filme *Gattaca* (Andrew Niccol, 1997, 112 min.) pode ser uma boa ilustração dessa suposta *ética midiática*. Numa sociedade do futuro, altamente sofisticada do ponto de vista da engenharia genética e da depuração da espécie, os indivíduos destacados (com *status* social, emprego, dinheiro, aptos a terem filhos) são apenas aqueles geneticamente perfeitos. Por meio de complexos exames feitos ao nascer, já se sabe sobre cada um de seus defeitos e problemas físicos ou de saúde, numa espécie de *curriculum* que acompanhará as pessoas em todos os seus movimentos durante a vida. Para qualquer coisa que queira conseguir ou realizar, a pessoa deverá contar com essas informações como apresentação de si mesma.

Entretanto, como todo sistema — por definição — é brecha, intervalo, também nessa sociedade há um indivíduo, debilitado e fraco, que consegue *burlar* o estabelecido e ocupar um lugar de destaque só reservado àqueles tidos como perfeitos. Ele ocupa um lugar no qual não deveria estar (lugar pensado aqui enquanto estrutura, como nos *lugares do discurso*) e, do ponto de vista daquela sociedade, é extremamente bem-sucedido. Voltemos então à questão da ética.

Para atingir esse lugar, que não estava a ele destinado, o personagem realiza uma longa série de supostas deslealdades e truques — todos eles bastante sofisticados, para fazer frente à sofisticação de controle do sistema. Retomemos: desse personagem, que usa de meios supostamente questionáveis para ser bem-sucedido, pode-se dizer que sua ética esteja pautada na crença. Foi porque os outros nele acreditaram que ele conseguiu atingir o “sucesso”. Ainda que usando meios duvidosos, o personagem consegue credibilidade e, mais do que isso, torna-se bem-sucedido.

Mas uma ressalva surge: para que haja uma ética, é preciso que se pergunte sobre os meios usados para atingir determinados fins e, sobretudo, pelas consequências dessas ações, ou poderíamos justificar quase tudo o que acontece nas relações sociais, incluindo as maiores barbáries da humanidade. Max Weber (1963) já notara, acertadamente, que do ponto de vista ético não se pode desejar que venha uma “guerra para acabar com todas as outras guerras”. Se assim fosse, qual seria a diferença entre elas? Como saber qual a guerra que vai acabar com todas as outras?

Mídias digitais e novas práticas sociais

Se tentarmos estabelecer um vínculo dos elementos apontados acima com as mídias, poderíamos começar refletindo sobre as formas que os diversos veículos utilizam para sedimentar sua credibilidade junto ao público. Levando tal questão a seus limites, perguntaríamos, mesmo, se existe uma ética das mídias, ou se é possível às mídias serem dotadas de ética. No caso das mídias digitais, em que a audiência é sempre fluida, como atribuir credibilidade e confiabilidade a seus conteúdos? Como resistir à lógica ordenadora

das mídias para poder rompê-la e transformá-la? Esse o desafio colocado às mídias, e ao jornalismo, em relação a seu fazer, hoje atravessado por inúmeros questionamentos.¹¹

As mídias sempre apresentam, como vimos, um fragmento daquilo que aconteceu e, acontecido, começou a desaparecer. Se, por um lado, podemos afirmar não ser possível à linguagem recobrir integralmente um suposto mundo que a antecede, devemos afirmar, por outro, não ser possível à realidade constituir-se enquanto tal a não ser no incessante jogo de proximidade e distanciamento em relação à linguagem, não existindo fora dela — daí sua imponderabilidade.

Trata-se, pois, da questão do próprio estatuto da linguagem e de sua inseparabilidade em relação ao mundo. Afirmar, como já fizemos, que “o mundo é linguagem” significa dizer que o mesmo não existe fora dela, apontando para o fato de que há que aceitar certo grau de incerteza como constituinte da realidade e incorporá-lo — o mundo é criado pela linguagem e tal *constructo* não corresponde exatamente a um suposto real, mas está “no lugar de”. No caso do jornalismo, marcado por um discurso tributário da referencialidade e da factualidade, incorporar o caráter provisório das construções linguageiras impõe constantes desafios, mesmo se considerarmos as rupturas trazidas pelo jornalismo digital.

Os diversos formatos digitais *on-line*, em textos visuais ou verbais (noticiosos ou não), sobretudo os que trazem a possibilidade de escrita coletiva e de um jornalismo colaborativo (como nos sites desenvolvidos com a ferramenta wiki, ou nas diversas utilizações dos blogs), deslocam velhas questões sobre o jornalismo: como conceber narrativas que não se pretendam monofônicas ou verdadeiras? Como estabelecer rupturas com a obsessão pela representação objetiva da realidade? Como atribuir às produções imagéticas e textuais um caráter ao mesmo tempo temporário e significativo? Como navegar pelo ciberespaço sem nele se perder? Como pensar um outro jornalismo para as mídias digitais? Como restabelecer princípios norteadores e padrões éticos voltados a essas narrativas? Uma possível resposta, que ousamos lançar como ponto de partida a ser posteriormente avançado, é ensaiada na perspectiva dos estudos literários e da filosofia.

Ao se debruçarem, já na década de 1960, sobre a questão da autoria, pensadores como Barthes (1988), Foucault (1992) e Eco (2002) trazem conceitos importantes para nossa reflexão. O esvaziamento do lugar do autor (ao menos em sentido empírico, colocando-o como uma *função*) e o reconhecimento de que um texto (independentemente seu formato) é um tecido de cruzamentos de citações tendendo sempre à expansão de seus sentidos,

¹¹ É importante ressaltar que as mídias digitais *on-line*, com destaque para os grandes portais que trazem notícias tanto de informação como de entretenimento, têm apontado para uma aparente contradição: vê-se o retorno de um tipo de produção antigamente definida como “sensacionalista” (ao estilo de programas de auditório e jornais popularescos) dividindo espaço com temas políticos, econômicos e sociais. Temos aqui um embaralhamento das fronteiras de produção e recepção, e um desafio à classificação estanque dos produtos como informativos ou de entretenimento, bem como entre os vários tipos de notícias produzidas (analíticas ou superficiais, por exemplo).

possibilitam que o leitor surja como figura central na escrita de um texto. Ao propor um jogo de vazios e de aberturas que estabelecem relações intertextuais, polifônicas e dialógicas, é a relação escrita/leitura que se transforma. De certa forma, as mídias digitais — também para o jornalismo — parecem concretizar a aventura de intercambiar os lugares de autor, leitor e texto na escrita, tornando palpável e factível essa mistura.

Ao longo do artigo exploramos as passagens dos discursos midiáticos — especialmente os jornalísticos — pelos desvios do ciberespaço. Tal exploração não se pretende exaustiva, tampouco linear. Ao contrário, é de fato em caráter abrangente que pretendemos levantar as questões apresentadas em torno do jornalismo como fato de língua e instituição social; e do jornalismo *on-line* como instância que obriga a rever os modos de organização dos processos de produção das notícias, insere mudanças na relação entre autores e leitores, e desmobiliza as divisões rígidas entre narrativas ficcionais e referenciais. Ao mesmo tempo, esses questionamentos podem levar a um novo modo de ser do jornalismo, escapando à mera reprodução de procedimentos e princípios já existentes e anunciando sua reinvenção.

Ao indagarmos sobre o jornalismo digital *on-line* também nos perguntamos sobre o lugar do jornalismo impresso e televisivo nessa era digital, reconhecendo ser esse um momento privilegiado para rediscutir a *função social* do jornalismo, um de seus postulados mais fundamentais. Na perspectiva de estabelecimento de um jornalismo colaborativo, podemos afirmar que, por meio de ferramentas específicas, as mídias digitais possibilitam o surgimento de um jornalismo estabelecido sob outras bases — que talvez até deixe de ser o fazer jornalístico como o conhecemos hoje, com suas origens na modernidade fundadas sob a égide da opinião pública, na informação, na mediação entre fato e público, e no relato objetivo de algo que não foi testemunhado por outros —, ainda imprecisas. Um novo jornalismo que leve seus princípios ordenadores (atualidade, autoridade, legitimidade, credibilidade, objetividade, isenção) a um outro lugar e, dessa maneira, alargasse suas fronteiras, talvez se transformando em um discurso que, ainda assim, possa ser reconhecido dentro de seu fazer.

Na multiplicidade de gêneros e formatos, cabe ao jornalismo *on-line* não mime-tizar de maneira imediata o que o jornalismo tradicional produz, buscando valores já estabelecidos e sendo mensurado a partir de sua maior ou menor proximidade a eles. O jornalismo em transformação não precisa ser poupado, nem tampouco defendido, de suas formas digitais *on-line*. Não se trata, portanto, de perguntar o que o jornalismo deve fazer para ser digital (mantendo suas características atuais), mas indagar quais os desafios que as mídias digitais colocam para o jornalismo.

Não mais metáfora, a troca entre autor, leitor e texto se faz de maneira concreta no âmbito das mídias digitais, especialmente em seus usos na internet. Conceitos tão contemporâneos como os de Lévy (1996) e seu hipertexto aberto ao infinito, Wertheim (2001) e os alcances do ciberespaço, Murray (2003) e as novas narrativas digitais parecem encontrar-se com a perspectiva dos estudos literários e materializar, na internet, a mistura entre produtores e receptores, e as aberturas em profundidade dos textos produzidos. Para

usar os termos de Leão (1999), é como se “arquitetos” e “viajantes” pudessem, finalmente, se encontrar na variedade de narradores e vozes virtuais — ainda que nem sempre atualizadas — possíveis na internet.¹²

Trajetos nem sempre serenos, ainda há assombro e reserva em suas criações, indagando sobre a impossibilidade do jornalismo se tornar, de fato, *multiperspectivo* em relação a seus produtores, como se a possibilidade de mais autores inviabilizasse suas premissas. Mas talvez haja um caminho para que o jornalismo (agora digital) reencontre seus desvios em um lugar outro que devolva o compromisso social e comunitário uma vez presente em seu fazer.

Referências

- BARTHES, R. (1988). A morte do autor. In: _____. *O rumor da língua*. São Paulo: Brasiliense.
- BENJAMIN, W. (1975). O narrador. In: _____. *Os pensadores*. São Paulo: Abril Cultural.
- BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. (1999). *Remediation: understanding new media*. Cambridge: MIT.
- BORGES, J. L. (1961). Del rigor en la ciencia. In: _____. *El hacedor*. Buenos Aires: Emecé.
- CHARTIER, R. (2002). *Os desafios da escrita*. São Paulo: Unesp.
- ECO, U. (2002). *Lector in fábula*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva.
- FIDLER, R. (1997). *Mediamorphosis: understanding new media*. Thousand Oaks, Califórnia: Pine Forge.
- FOUCAULT, M. (1992). *O que é um autor*. Lisboa: Vega. (Coleção Passagens).
- GANS, H. (1980). *Deciding what's news*. Nova York: Vintage Books.
- GOMES, M. R. (2000). *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo: Hacker; Edusp.
- JENKINS, Henry (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. Nova York: New York University Press.
- KRISTEVA, J. (1974). *História da linguagem*. Lisboa: Edições 70. (Coleção Signos).
- LACAN, J. (1985). Mais, ainda. In: _____. *O seminário: livro 20*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- LANDOW G. P. (1997). *Hypertext 2.0: the convergence of contemporary critical theory and technology*. Baltimore/Londres: The Johns Hopkins University Press.
- LEÃO, L. (1999). *O labirinto da hipermídia*. São Paulo: Iluminuras.
- LÉVI-STRAUSS, C. (1974). Introdução à obra de Marcel Mauss. In: MAUSS, M. *Sociologia e antropologia*. São Paulo: EPU/Edusp. v. 1.

¹² Obras recentes apresentam possibilidades interessantes para a pesquisa dessas aberturas a novos formatos em narrativas digitais (considerando seus aspectos de interatividade, colaboração, fragmentação, não-linearidade e hipertextualidade). Dessa forma, gostaríamos de fazer referência a alguns autores e conceitos que estabelecem diálogo, no campo de pesquisa das mídias digitais, com a perspectiva aqui apresentada. Destacamos os trabalhos de David Bolter e Richard Grusin (1999), com sua “teoria da mediação”, bem como os de Roger Chartier (2002) no que se refere às relações entre discursos, autoria e formas de leitura. Lembramos, ainda, de Roger Fidler (1997) e os conceitos de “mediamorfose”, apontando para os princípios de coevolução, complexidade e convergência (este também desenvolvido por Henry Jenkins, 2006) presentes nas articulações entre as mídias tradicionais e as mídias digitais. Uma aproximação extremamente atual em relação ao tema do jornalismo *on-line*, particularmente em sua faceta colaborativa, pode ser lida em artigo de Chris Willis e Shayne Bowman (2008). As referências às obras desses autores encontram-se na bibliografia, que traz também outras indicações para aprofundamento do tema.

- LÉVY, P. (1996). *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34.
- LYOTARD, J. F. (1990). *O inumano: considerações sobre o tempo*. Lisboa: Estampa.
- MANOVICH, Lev (2001). *The language of new media*. Cambridge: MIT.
- MURRAY, J. (2003). *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Itaú Cultural; Unesp.
- NEGROPONTE, N. (1995). *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras.
- PAILLET, M. (1986). *Jornalismo*. São Paulo: Brasiliense.
- QUÉRÈ, L. (1982). *Des miroirs équivoques*. Paris, Aubier.
- SAUSSURE, F. (1970). *Curso de linguística geral*. São Paulo: Cultrix.
- SOARES, R. L. (2005). Margens do jornalismo: linguagem e discurso. *Galáxia*, São Paulo, n. 10, p. 99-116.
- SCHUDSON, M. (1995). *The power of news*. Cambridge: Harvard University Press.
- TURKLE, S. (1997). *Life on the screen*. Nova York: Touchstone.
- WEBER, M. (1963). *A política como vocação: ensaios de sociologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- WERTHEIM, M. (2001). *Uma história do espaço: de Dante à internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- WILLIS, C.; BOWMAN, S. (2008). *We media: how audiences are shaping the future of news and information*. The Media Center at the American Press Institute. Disponível em: <<http://www.hypergene.net/wemedia/weblog.php>>. Acesso em: 5 mar. 2009.

Webgrafia

- BRASILWIKI: <<http://www.brasilwiki.com.br/>>.
- CENTRO DE MÍDIA INDEPENDENTE: <<http://www.midiaindependente.org/>>.
- OHMYNEWS: <<http://english.ohmynews.com/>>.
- SLASHDOT: <<http://slashdot.org/>>.
- WIKINOTÍCIAS: <<http://pt.wikinews.org/wiki/>>.

ROSANA DE LIMA SOARES é doutora em ciências da comunicação e professora no Departamento de Jornalismo e Editoração e no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP. É pesquisadora do Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (ECA-USP) e autora de *Imagens veladas: aids, imprensa e linguagem* (São Paulo: Annablume, 2001).

rolima@usp.br.

*Artigo recebido em agosto de 2008
e aprovado em outubro de 2008.*