

RESUMO: Este artigo objetiva analisar as novas relações entre os parceiros do Contrato de Comunicação jornalístico, a partir do advento da internet. Para tanto, apresentar-se-á um breve histórico do jornalismo na internet, e embasados pela Teoria semiolinguística e do hipertexto, analisar-se-á o site wikileaks, suas possibilidades hipertextuais e como os interlocutores se relacionam na produção de informação jornalística na internet e em sua nova fase, a web 2.0. A narrativa fragmentada, a liberdade de navegação, a busca por interação e a não passividade tornam-se novas cláusulas contratuais e alteram as relações e papéis dos sujeitos participantes do Contrato.

RESUMÉE: Cet article a par objectif analyser les nouvelles relations entre les partiens du Contrat de la communication médiatique, en partant de l'avènement de l'internet. Pour tant, nous allons présentée un bref historique de les medias dans l'internet, et, embases pour la théorie Semiolinguistique et pour la théorie du hipertexte, nous allons analyser le site Wikileaks, ses possibilités hipertextuelles et comment les interlecteurs se rapportent en la production de l'information médiatique dans l'internet et dans cette nouvelle phase, la web 2.0. La narratif craqué, la liberté de la navenation, la cherche pour l'interaction et rien de passivité sont nouvelles clauses contratuales et qui alterent les relations e rôle des sujets qui participent del Contrat.

1. Introdução

A história da comunicação midiática revela a importância dos suportes para o desenvolvimento de novas possibilidades discursivas. Os suportes agem como limitações e instruções na construção discursiva, mas também oferecem possibilidades estratégicas de criação. No jornal impresso, por exemplo, o espaço e o tempo configuram-se como restrições aos jornalistas. Ao escrever, há um limite de linhas e caracteres para informar e há também um horário de fechamento da redação, o conhecido *deadline*.

Diante das limitações, os jornalistas utilizam técnicas e estratégias para escrever. É preciso vencer as limitações e criar produtos capazes de conquistar o leitor. É preciso atraí-lo com imagens e títulos. É preciso informá-lo com rapidez.

O leitor, por sua vez, dificilmente lerá todo o conteúdo do jornal. Ele também tem limitações de tempo e buscará estrategicamente as informações que o interessam e as selecionará. Nessa dinâmica discursiva, as construções da comunicação midiática visam explorar todas as possibilidades do suporte.

Contudo, o surgimento de novas tecnologias origina um processo de adaptação. Há desejo e medo de explorar as suas possibilidades. Normalmente, a técnica se impõe à linguagem e as possibilidades narrativas vão sendo construídas aos poucos. O início do rádio foi marcado pela leitura do jornal impresso, enquanto a TV surgiu como a visualização do rádio. Esse processo adaptativo corresponde à conformação da sociedade ao novo meio e sua evolução decorre do conhecimento e desejo de superação dos paradigmas comunicacionais.

Com a internet, o processo é o mesmo. Segundo Mielniczuk (2001:02), durante onze anos de atividade, o jornalismo na internet já passou por três fases distintas: a primeira, chamada de *transpositiva*, caracterizava-se pelos produtos oferecidos serem reproduções de partes dos grandes jornais impressos, que passavam a ocupar um espaço na Internet.

Com o aperfeiçoamento e desenvolvimento da estrutura técnica da Internet, identifica-se uma segunda fase – a da metáfora – quando, mesmo dependente do modelo do jornal impresso, o produto começa a apresentar experiências na tentativa de explorar as características oferecidas pela rede.

O cenário começa a se modificar com o surgimento de iniciativas empresariais e editoriais destinadas exclusivamente para a Internet. São sites jornalísticos que extrapolam a idéia de uma simples versão para a Web de um jornal impresso e passam a explorar as diversas potencialidades oferecidas pela rede. Tem-se, então, o chamado *Ciberjornalismo*. Essa nova modalidade profissional caracteriza-se pela mudança nos três processos básicos do jornalismo: investigação, produção e difusão. Salaverría (2005:15) ressalta essas mudanças:

¹ Jupires_ufv@yahoo.com.br Professor do DAH/UFV e doutorando do POSLIN/FALE/UFMG

o emprego por parte do jornalista das redes interativas e de seus bancos documentais digitalizados criou uma revolução nos métodos de investigação e acesso a fontes. Em segundo lugar, os processos e formas de produção de conteúdos jornalísticos também experimentaram mudanças profundas graças às ferramentas digitais. Por último, no que se refere à difusão, a especificidade do ciberjornalismo está avalizada pelo aparecimento de novas mídias que empregam as plataformas digitais para publicar seus conteúdos, aproveitando as novas possibilidades hipertextuais, interativas e multimídias.

Este terceiro momento também corresponde a um estágio mais avançado de toda uma estrutura técnica relativa às redes telemáticas e aos microcomputadores pessoais, permitindo a transmissão mais rápida de sons e imagens. Dentre as principais características dessa fase podemos destacar:

- i. Hipertextualidade: documento polimorfo que se constrói ligando distintas peças textuais e/ou audiovisuais, interconectadas entre si, graças à tecnologia digital;
- ii. Multimídia: capacidade de combinar numa só mensagem pelo menos dois desses elementos: textos, imagens estáticas ou em movimento e som;
- iii. Interatividade: capacidade do usuário interagir com a informação que lhe é apresentada;
- iv. Personalização: possibilidade de configuração de produtos jornalísticos, conforme os interesses individuais do usuário.
- v. Memória: o acúmulo das informações é mais viável técnica e economicamente do que em outras mídias.

1.1. Web 2.0

Além das fases apresentadas por Mielniczuk (2001:02), podemos acrescentar o desenvolvimento da web 2.0, caracterizada pela democratização do acesso e criação no ambiente virtual e pela interatividade extrema. Hoje, qualquer pessoa, mesmo sem conhecimento de computação, pode publicar informações em texto, áudio e vídeo na internet. Dentre as possibilidades de criação de conteúdos na web, destacamos os weblogs², mais conhecidos como blogs, os videologs³ e os sistemas wiki⁴.

Apesar do grande desenvolvimento da linguagem na web, podemos verificar que todas as fases descritas ainda ocorrem na internet. Ainda são poucas as redações midiáticas totalmente voltadas para essa nova mídia e a maioria dos conteúdos são adaptados à nova linguagem, sendo anteriormente produzidos para outro suporte. Talvez seja essa a razão do crescimento de conteúdos midiáticos produzidos por usuários. Esse caleidoscópio que se tornou a internet é o que nos motiva na busca pela compreensão da construção de sentido nesse suporte. Quais são as exigências para o desenvolvimento do sentido na internet? Como se dá a construção de sentido hipertextual? Podemos sustentar o discurso da não-linearidade?

Para responder a essas questões, precisamos delimitar a noção de sentido que utilizaremos e vislumbrar como esse sentido é construído na internet.

2. Buscando respostas em meio a sentidos em construção

A vida é uma busca incessante de construção de sentido, buscamos dar sentido a todas as atividades cotidianas e, conseqüentemente, entender como são possíveis determinadas mudanças, permanências e relações sociais. Nas teorias discursivas, a busca por sentidos é a mesma. O que rege um discurso? Por que ele é construído dessa maneira? Qual o sentido que o torna coerente e possível? Em busca de sentido, neste artigo, em particular, optamos por utilizar a Teoria Semiolingüística, por acreditarmos que ela será de grande valia para tal abordagem.

Nessa teoria, o sentido é vislumbrado como um acontecimento sócio-histórico-enunciativo, ou seja, um processo comunicacional que conta com um nível externo, o situacional e com um nível interno, o

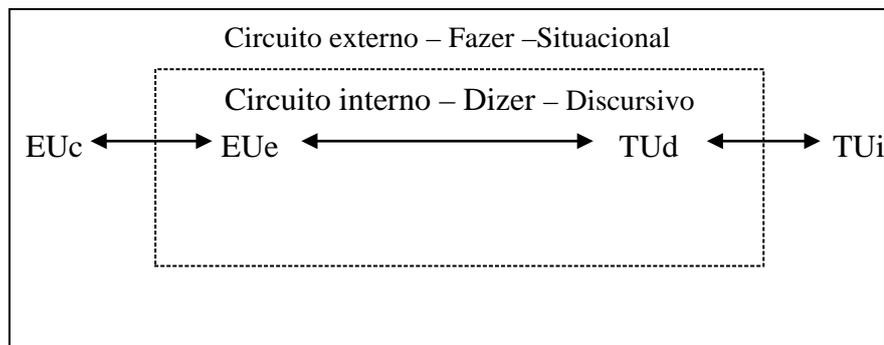
²Um *weblog* ou *blog* é uma página da Web cujas atualizações (chamadas *posts*) são organizadas cronologicamente (como um histórico ou diário). Estes *posts* podem ou não pertencer ao mesmo gênero de escrita, se referir ao mesmo assunto ou a mesma pessoa. Atualmente, segundo pesquisas do google, há 100.000 blogs.

³Videolog é a versão de um weblog produzida com vídeos. Dentre os diversos videologs, destaca-se o YouTube. Diariamente, o YouTube exhibe 50 milhões de vídeos e recebe 50 000 arquivos enviados por usuários de todo o mundo.

⁴ programa colaborativo que permite a edição coletiva dos documentos, usando um sistema intuitivo e sem que o conteúdo tenha que ser revisto antes da sua publicação.

discursivo. O sentido discursivo se faz, ou é construído, por indivíduos social e historicamente instituídos e em uma dada situação de enunciação, vista como o local desse acontecimento, conforme figura a seguir.

Figura 1: Contrato Comunicacional



De acordo com a figura, podemos verificar uma ação contratual na construção de sentido. No circuito externo, encontram-se os parceiros do ato de linguagem; respectivamente, sujeito comunicante (EUC) e sujeito interpretante (TUi), envolvidos num quadro de reconhecimento, para que se possa estabelecer a troca discursiva entre eles, objetivando a inter-compreensão.

Assim, o primeiro parceiro, sujeito comunicante, é o responsável pela iniciativa do processo de produção do discurso, traçando seu projeto de fala, que se constitui como fator determinante da “aposta” que ele, enquanto enunciador, efetua com o seu co-enunciador. Tal aposta se encontra presente em todo ato de encenação linguageira. Já o segundo, sujeito interpretante, é o responsável pelo processo de interpretação do discurso. Podemos dizer que esse parceiro da interpretação tem que construir, necessariamente, por via da compreensão, a expectativa gerada pela aposta contida no ato de comunicação do qual participa. Portanto, esses dois parceiros, EUC e TUi, são considerados como sujeitos psicossociais, ambos dotados de intencionalidades, que moldam a produção e a compreensão do enunciado. São, por assim dizer, os sujeitos situacionais e empíricos do ato de linguagem.

A figura mostra também um circuito interno que, para Charaudeau, é o lugar do dizer, onde se encontram o sujeito enunciador (EUe) e o sujeito destinatário (TUd), considerados como sujeitos de linguagem. Tais sujeitos são avaliados, nessa teoria, como projeções construídas pelos sujeitos psicossociais, não sendo, por conseguinte, iguais a eles: são, desse modo, os protagonistas do discurso e se constituem no mundo do dizer. Dependendo das intencionalidades envolvidas, as projeções construídas, enquanto protagonistas, podem ser, até, muito distintas dos seres do mundo do fazer.

Entendendo assim o ato de comunicação, podemos ainda assegurar que não há relação simétrica entre os parceiros da comunicação. Ao contrário, como afirma Mari (1996:53), citado na seqüência, há, fundamentalmente, uma assimetria que caracteriza a relação dialética entre o processo de produção e o de interpretação.

Um sujeito comunicante, para assumir o estatuto de um ser de palavra, precisa engendrar não só um sujeito enunciador, como também um sujeito destinatário. A adequação hipotética do propósito de fala do EUC implica que não apenas o sujeito enunciador, mas ainda o sujeito destinatário constituam um desdobramento do próprio comunicante. O sujeito interpretante, por sua vez, de todo diferente do destinatário, mas podendo se assimilar ou não a ele, elabora uma imagem do comunicante em função do enunciador instaurado. Essa imagem, porém, não se identifica com o enunciador, como imagem construída pelo comunicante. Assim, do ponto de vista da interpretação, o sujeito enunciador é apenas uma outra imagem de enunciador, construída pelo interpretante, como hipótese sobre a intencionalidade do comunicante.

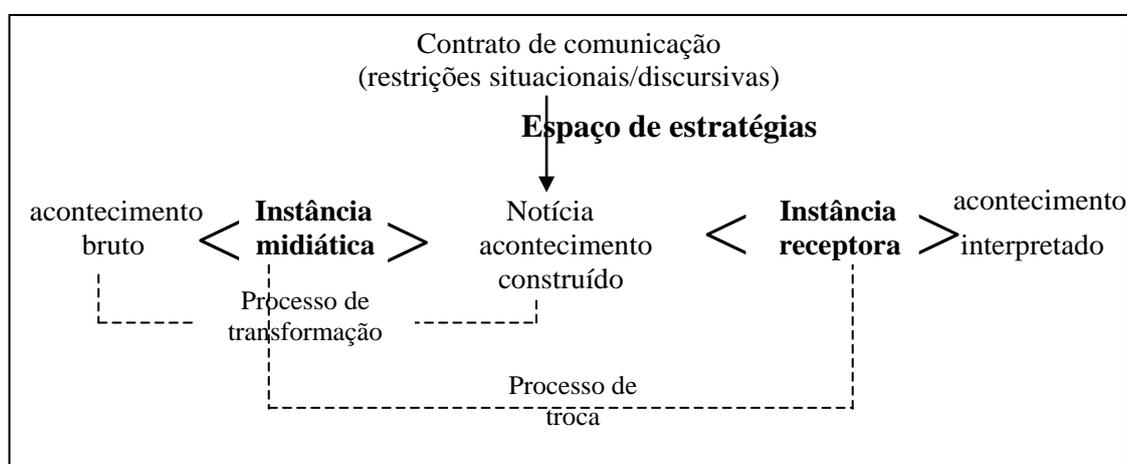
Com base no que foi exposto, podemos considerar o contrato de comunicação como um “terreno de reconhecimento”, no qual se subscrevem os parceiros, para que possam ser estabelecidas as trocas e a produção de sentido. Entretanto, esse terreno de reconhecimento pode ser atualizado de modo diferente, segundo os parceiros que ali estão implicados, do mesmo modo que o referido contrato pode também se modificar com o tempo, paralelamente à modificação das práticas e representações sociais, conforme podemos perceber no desenvolvimento da internet.

No começo, a internet era um projeto militar que desejava a descentralização da comunicação entre as bases militares norte-americanas. Participavam de seu contrato apenas pesquisadores e governo. Após o fim das intenções militares, a internet ainda era um contrato partilhado por poucos: a necessidade de conhecimento de programação, o custo dos equipamentos e a dificuldade de conexão eram os principais obstáculos. Atualmente, vivemos na era da *cibercultura*, caracterizada pelas relações sociais em um novo ambiente e pela formação de comunidades em rede. Dentro desse universo da cibercultura, o jornalismo busca uma redefinição contratual.

3. Contrato do jornalismo

Tradicionalmente, o jornalista é o profissional que apura os acontecimentos, seleciona-os e constrói notícias. Dentro da ótica democrática, ele é o responsável por assegurar a todos o acesso à informação. Seu papel é muito importante, pois é ele que decide o que deve ser divulgado. Podemos perceber melhor esse contrato na figura a seguir:

Figura 2:



Com o auxílio desse esquema, verificamos como se dá o processo de comunicação da informação midiática. Uma diversidade de acontecimentos ocorre diariamente no mundo, embora somente alguns se tornem notícias. Assim é preciso que o acontecimento bruto tenha um potencial de atualidade, sociabilidade e imprevisibilidade, para que a instância midiática busque interpretá-lo e construí-lo como notícia. O potencial de atualidade se avalia conforme a distância que separa o momento do aparecimento do evento no mundo e o momento em que ele é transformado em informação. Charaudeau (1997:108) deixa claro que o potencial de proximidade espacial está intrinsecamente ligado ao potencial de atualidade; o potencial de sociabilidade refere-se à capacidade que o acontecimento tem de ser compreendido e inserido no dia-a-dia do público; já a busca de captar a atenção, o interesse, o afeto do parceiro da troca define o potencial de imprevisibilidade. Correlativamente, nas teorias da comunicação, o processo de transformação de acontecimentos em notícias segue os critérios de noticiabilidade, que são divididos em: interesse, anormalidade, imprevisibilidade, atualidade, proximidade física ou afetiva, quantidade e poder multiplicador e critérios retóricos.

Todavia, tanto os potenciais de atualidade, sociabilidade e imprevisibilidade quanto os critérios de noticiabilidade não são capazes de explicar por que a informação pode ser construída de maneira tão distinta por veículos situados no mesmo contexto social. Os critérios, como se pode observar, são muito subjetivos.

Como podemos definir claramente o que é interesse? Como situar o imprevisível? São esses tipos de questões que a Teoria Semiolingüística ajuda a questionar, pois só podemos definir essas respostas e esses critérios de noticiabilidade enxergando o processo de informação como dependente da situação de comunicação. Associada a essa visão, a Teoria da Comunicação vem desenvolvendo novas concepções da construção noticiosa. Souza (2000) define as notícias como artefatos lingüísticos que procuram representar determinados aspectos da realidade e que resultam de um processo de construção e fabricação onde interagem, entre outros, diversos fatores de natureza pessoal, social, ideológica, cultural, histórica e do meio físico/tecnológico. Esses artefatos são difundidos pelos meios jornalísticos e aportam novidades com sentido compreensível num determinado contexto histórico e sócio-cultural, embora a atribuição última de sentido

dependa do consumidor da notícia, contribuindo, assim, para a construção social de novas realidades e de novos referentes. Portanto, não se pode qualificar a notícia como um simples relato dos acontecimentos.

Aliado a esse processo de transformação do acontecimento, ocorre o processo de troca, que consiste em perceber a notícia em função da maneira que a instância midiática imagina a instância de recepção. Esse processo corresponde tanto a etapa de visualização de um TUD (imagem do receptor) quanto à interação efetiva, ou seja, quando entra em jogo o TUI (sujeito empírico). Esta instância, por sua vez, também interpreta o conteúdo recebido e o reconstrói, como afirma Mosca (2002:09):

... sabe-se que haverá sempre um ato de leitura, tanto da parte de quem emite a informação, em qualquer um dos gêneros discursivos que ela pode se dar (notícia, reportagem, comentário e outros), como daquele que a recebe interagindo com ela em seu trabalho de reconstrução de sentido. Está aí estabelecido o circuito que será sempre o de um universo de interpretação, mediatizado pela linguagem...

Além da percepção do duplo processo do ato de comunicação, deve-se dar atenção a algumas particularidades do contrato midiático, que descreveremos em seguida: a identidade dos parceiros envolvidos na troca, a finalidade dessa relação, as vicissitudes do dispositivo de transmissão da informação e o tema, objeto da troca.

Condição de identidade: ao abordar o contrato de informação midiática, Charaudeau (1997) qualifica os parceiros como instância de produção e instância de recepção. Essa qualificação deve-se à multiplicidade de sujeitos envolvidos nessa troca.

Condição de finalidade: o contrato de informação midiática tem múltiplas finalidades. Essas finalidades são descritas pela teoria Semiolingüística como *visées discursives*, traduzidas como visadas discursivas. De acordo com essas finalidades ou visadas, a instância de produção busca transmitir uma informação a quem não a conhece (visada de *fazer-saber*), com a máxima credibilidade (visada de *fazer-cred*); procura também seduzir o seu público (visada de *fazer-sentir*) e transformá-lo em consumidor potencial, levando-o a assinar o produto de informação (visada de *fazer-fazer*).

Condição de dispositivo: é o ambiente físico que joga um papel de restrição, possibilidades e instrução para o desenvolvimento de um ato de linguagem. A cada situação de comunicação contratualizada se liga um dispositivo particular.

Verificadas as condições que regem o contrato de comunicação midiática descrito por Charaudeau, podemos afirmar que o contrato prevê a comunicação como um processo institucionalizado, no qual os papéis são bem delimitados. A empresa jornalística, ou seja, os jornalistas são os produtores da informação, selecionando-as, transformando-as e publicando-as. O público é o interlocutor que recebe as informações, construindo um novo processo de edição. Nessa relação, os jornalistas buscam informar e seduzir os seus interlocutores, tentando fazê-los compartilhar o contrato.

4. Em busca de um novo contrato

A definição clara dos papéis do contrato de informação midiático tradicional parece imprecisa e arcaica ao analisar as novas possibilidades do contrato da internet. Jornalistas já não têm total domínio do conteúdo, disputando com usuários e interlocutores a distribuição de informações. O jornalista perde seu poder institucional e passa a ter que conquistar mais os leitores e a interagir mais com os usuários. O produtor de notícia nesse novo meio não só busca informar e seduzir o interlocutor. Ele deve produzir a interação. No universo cibercultural, os usuários não se contentam em apenas serem informados, eles querem questionar, entrevistar, publicar e navegar. Nesse sentido, alguns conteúdos estão sendo criados para sanar essa necessidade:

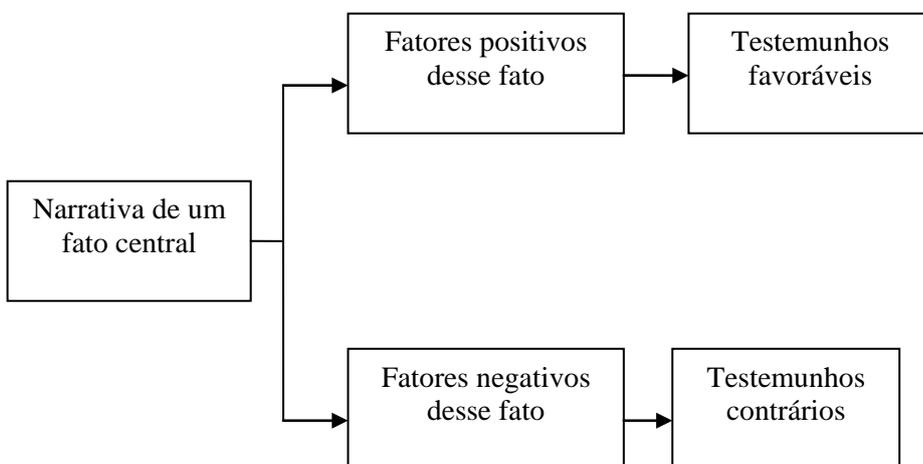
- i. **fóruns de discussão:** é preciso permitir ao interlocutor a possibilidade de discutir as informações, trazer novos dados, conhecer outros usuários. Os fóruns, além de tudo, possibilitam a descoberta de novas pautas, de questionamentos sem respostas e criam fidelidade;

- ii. **endereços eletrônicos dos repórteres:** é preciso descer do pedestal e interagir. O e-mail é uma ótima forma de cativar e tornar o repórter mais próximo do seu interlocutor;
- iii. **chat:** importante recurso de interação simultânea;
- iv. **mecanismo de feedback de artigos:** Por meio de formulários, o usuário pode expressar-se. Suas opiniões surgirão logo abaixo da matéria;
- v. **construir interatividade nas matérias:** Dar a possibilidade do interlocutor participar da notícia, mostrando como algum história o afetou. Em casos polêmicos ou em acidentes naturais, histórias de leitores poderiam ser apresentadas;
- vi. **pesquisas com usuários;**

Além dessas possibilidades interativas, a própria navegação por meio de hiperlinks é considerada uma forma de interação. Durante um período, analistas cometiam o equívoco de considerar que a informação na internet deveria ser curta, resumida, objetiva. Segundo Pinho, pesquisas revelaram que a leitura em tela é 50% mais lenta que a leitura em papel e, assim, os produtores da notícia e os pesquisadores reduziram, durante os primeiros anos do jornal na internet, as características do ciberjornalismo à atualização constante com textos curtos e diretos. Hoje, todavia, a possibilidade de memória da internet é muito valorizada e a criação de notícias são cada vez mais complexas e divididas. As possibilidades hipertextuais tornaram o produtor da informação capaz de escrever pouco em uma tela, aprofundando a notícia por meio de links. Usando hipertextos, uma notícia pode ser fragmentada e pelas possibilidades de memória, não é preciso explicar novamente um assunto a cada nova escritura. Todavia, a notícia não é fragmentada aleatoriamente. O produtor da notícia traça itinerários discursivos hipertextuais, buscando seduzir o leitor e fazê-lo aprofundar-se nos conteúdos apresentados. Cada página deve levar a uma outra, mas sem criar caminhos únicos e marcados.

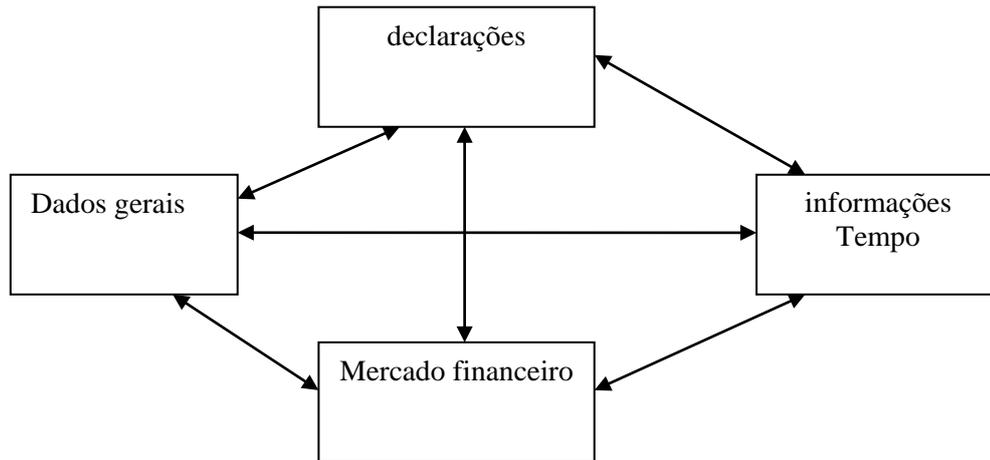
Salaverría (2005:102) divide os itinerários hipertextuais em duas estruturas principais: axiais e reticulares. As estruturas axiais se organizam em torno de um eixo central, enquanto as reticulares se assemelham a uma rede, costurada por diversos nós hipertextuais. Na axial, apesar das diferentes rotas, é indispensável seguir o caminho do eixo central, conforme explicitado na figura a seguir.

Figura 3: Exemplo de uma estrutura axial



Já na estrutura reticular, o usuário navega seguindo a linearidade de suas intenções de busca, mas não há um eixo narrativo. O paradigma dessa estrutura é a própria *web*.

Figura 4: Exemplo de uma estrutura reticular



Conforme explicitamos, os caminhos hipertextuais construídos permitem uma liberdade de navegação à procura de um conteúdo e até a possibilidade de criar interesse por outras notícias. O leitor sente-se dono da construção do seu interesse, com possibilidades de aumentar seu conhecimento fora do site que está navegando. Exemplos disso não faltam: as notícias de festivais que direcionam para a página do festival, sites de críticas de livros que se vinculam com páginas de livrarias.

Vivemos, portanto, num novo período da comunicação, onde o leitor decide até que ponto aprofundar-se. A noção de fechamento, de encerramento de um texto, da linearidade de começo, meio e fim é substituída por uma navegação, o usuário é um flâneur passeando e decidindo que rumo tomar a cada nova tela. Nesse caminho, desvios, quebras de narração e paradas para conversas são constantes. O tempo e o espaço se desmaterializam em bites e memória. Podemos acessar a qualquer momento uma informação e, independentemente de onde estejamos, podemos, com alguns cliques, buscar informações de jornais distantes e conversar com pessoas de outro país. Essa variedade de percursos e desvios é o que caracteriza essa comunicação como não-linear.

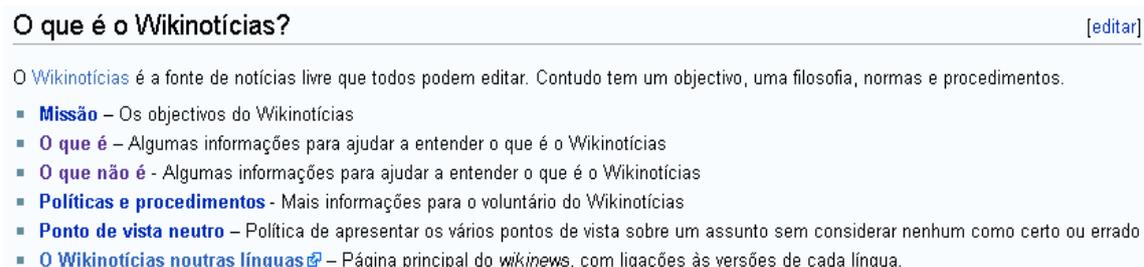
Contudo, Palácios (2000:05) afirma que não há cabimento em falar de não linearidade. O autor prefere o termo multilinear por acreditar que a cada leitura na internet, o usuário estabelece uma linearidade provisória que guia suas buscas.

Independentemente do termo que possamos usar para caracterizar esse tipo de construção, percebemos que a internet é o retrato do chamado sujeito pós moderno, caracterizado pela pluralização e fragmentação, numa sociedade globalizada e que tem a rapidez, a agilidade e a iniciativa como fundamentos.

5. Análise do site Wikinews

O site wikinews é uma fonte livre de notícias. Qualquer usuário da internet pode propor um novo artigo e publicá-lo. A informação é disponibilizada online, sem prévia análise, sendo possível a sua edição por outros usuários. Não há autor, já que outros usuários podem colaborar e, até mesmo, modificar a notícia. Apesar da liberdade de criação, o site é regulado por regras sobre o que deve ser um “bom jornalismo”. Na página de boas vindas, algumas dessas regras são apresentadas, entre elas, o ponto de vista neutro. Percebemos, assim, que o contrato, mesmo numa página que busca a colaboração e liberdade, é norteado por regras claras e instruções. Assim, mesmo num ambiente de criação, o contrato se impõe nas relações entre usuários e regula essas relações, visando organizar a disposição de conteúdo e administrar os excessos. A figura 5, na seqüência, apresenta a página onde se localizam as explicações sobre o site.

Figura 5:



Páginas, que não seguem esse padrão, podem ser excluídas e usuários podem ser impedidos de apresentar novas notícias, pois como no jornalismo tradicional, esse site necessita de legitimidade e credibilidade.

O sistema de publicação é bastante simples. Há um formulário, onde se digita a notícia e onde podem ser criados links e apresentadas imagens.

Figura 6:



A página principal (figura 7) apresenta as notícias e possibilita o aprofundamento no site por meio de links. O sentido do discurso é construído pela navegação do usuário. Ele decide em que notícia vai se aprofundar. Suponhamos que o usuário clique na notícia da condenação de Saddam Hussein, será apresentada para ele a página destacada na figura 8.

Nessa página, há 12 links que permitem um aprofundamento na notícia. Cada link leva a uma outra página específica e até mesmo a definições que não são importantes para a notícia. Clicando em Estados Unidos, por exemplo, o usuário será direcionado para uma página da wikipédia que apresenta definições e histórias sobre o país, saindo totalmente do foco da notícia que era a condenação de Saddam Hussein.

Assim, o usuário do wikinews constrói o sentido por meio da sua navegação e interação com as informações. É preciso entender da dinâmica do funcionamento da narrativa em hipertexto e das possibilidades de interação para que o sentido seja adequadamente construído.

O site também possibilita outras formas de interação para construir o sentido, tais como os links:

- Esplanada** – Local para debate sobre o Wikinotícias;
- Página de etiqueta** - O que fazer e o que não fazer no contato com outros utilizadores;
- Chat** – Acesso ao canal de “irc”;
- Contatos** – Utilizadores que se disponibilizaram para contactos externos, via e-mail;
- Lista de Usuários** – Lista dos utilizadores do Wikinotícias;
- Votações** – Local onde se realizam as votações da comunidade;
- Críticas** - Alguns artigos críticos do Wikinotícias.

Essas formas de interação e as possibilidades de desenvolvimento hipertextual são os construtores de sentido. É preciso um saber compartilhado sobre a internet e suas características e um saber sobre as relações

que se constroem nesse meio para que o sentido seja devidamente interpretado. O desvio, por exemplo, na notícia sobre o Saddam Hussein para uma página sobre os EUA não é um erro, é uma nova forma de escrita/leitura, onde a fragmentação é um caminho, e a flânerie, uma realidade.

Figura 7:

6. Conclusão

A construção de sentido da informação midiática na internet depende fundamentalmente das relações psicossociais, discursivas e tecnológicas permitidas pela nova mídia e pelas relações interpessoais. Um discurso fragmentado em uma notícia de TV não será considerado pertinente. Todavia, a relação na internet, o valor da interatividade e iniciativa, o desejo de se expressar e de suprimir as exigências temporais da maioria dos órgãos de informação é o que torna a internet capacitada a produzir novos sentidos. Contudo, é fundamental perceber que mesmo as relações mais fragmentadas e democráticas necessitam de um contrato que as norteiem. Se estamos num tempo de quebra de autoria e de discussão sobre papéis profissionais, essas discussões são norteadas pelas buscas de novas formas de se relacionar nesse ambiente cibercultural, concebido e regulado também por contrato, onde os parceiros desenvolvem novas perspectivas de comunicação.

Independente do futuro da comunicação na internet, alguns sentidos parecem consolidados: a narrativa fragmentada, a liberdade de navegação, a busca por interação e a não passividade. A notícia já não é

legitimada à priori e se os jornais tradicionais não forem capazes de viver nesse novo contrato, os próprios usuários continuarão a construir conteúdos, blogs e novas formas de sentido: é um choque de sentidos, o jornalismo tradicional acreditando na profanação da informação e os internautas valorizando a dessacralização do jornalismo e de suas formas de decidir o que deve ser notícia.

7. Referências bibliográficas

CHARAUDEAU, Patrick. *Discours d'information médiatique*. Paris: Nathan, 1997.

LANDOW, George. *Teoría del hipertexto*. Barcelona: Editora Paidós, 1997.

LEMOIS, André. "Ciber-cultura - remix". In ARAÚJO, Denize Correa. (org.) *Imagem (IR) Realidade: comunicação e cibermídia*. Porto Alegre: Sulina, 2006, p. 52-65.

MARI, H. ; SILVA, G. D. ; MENDES, P. H. A. . "Processo enunciativo: análise de alguns atos de linguagem". In: Agostinho Dias Carneiro. (Org.). *O discurso da mídia*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996, v. , p. 44-70.

MELLO, Renato. "Os múltiplos sujeitos do discurso no texto literário". In: MELLO, Renato. (et al.). *Análise do Discurso em perspectiva*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. Características e implicações do jornalismo na web. In: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf, 2001.

MOSCA, Lineide do Lago Salvador. "Subjetividade e formação de opinião na mídia impressa". In: GHILARDI, Maria Ines (et al). *Nas Telas da Mídia*. Campinas: Alínea, 2002.

PALACIOS, Marcos. (1999) *O que há de (realmente) novo no jornalismo online?* Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FCOM/UFBA, 21.09.1999.

PALACIOS, Marcos. (2000) "Hipertexto, fechamento e uso do conceito de não-linearidade discursiva". In: www.facom.ufba.br/pesq/cyber/palacios/hipertexto.html.

ROSELLO, Mireille. *The Screnner's Maps: Michel de Certeau's "Wandersmanner" and Paul Auster's Hipertextual Detective*. London: The Johns Hopkins University Press, 1994.

SALAVERRÍA, Ramón. *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Eunsa, 2005.

SOUZA, Jorge Pedro. *As notícias e seus efeitos*. Coimbra: Minerva, 2000.