

Rastros do blog Fatos e Dados nas redes sociais¹

Andressa Pacheco Moschetta*

Artigo recebido em:
2 de janeiro de 2010
Aprovado em:
7 de maio de 2010

Resumo: A prática interativa nos sites das redes sociais modificou o espaço público da imprensa. As novas formas de comunicação, através do meio digital, demandam a reconfiguração dos meios tradicionais, pois com a difusão das informações de forma mais rápida, verifica-se uma pluralidade de novos dados informativos que circulam nos grupos sociais. O objeto deste estudo é a repercussão do Blog Fatos e Dados da Petrobrás nas redes sociais e a interação entre os participantes no ciberespaço. Como aporte teórico deste estudo utilizamos o conceito de convergência a partir do âmbito cultural, tal como concebe Henry Jenkins, Alex Primo, que reflete sobre a interação mediada por computador e Raquel Recuero com suas reflexões em torno das redes sociais na internet.

Palavras-chave: *Comunicação; webjornalismo; cibercultura; a cultura dos blogs.*

Traces of blog Fatos e Dados in social networks

Abstract: Interactive practice in social networking sites has changed the public space of the press. The digital sphere enables new forms of communication and is demanding reconfigurations in traditional media. The actors who make up these social networks extend the use of the feature in order to disseminate information more quickly and make up a plurality of new information circulating in social groups. The object of this study is the impact of Fatos e Dados, a blog maintained by Petrobrás, in social networks and the interaction among cyberspace users. Our investigation is based upon concepts of Henry Jenkins, convergence in the cultural sphere; Alex Primo, interaction mediated by computer and Raquel Recuero, social networks on the internet.

Keywords: *Communication; webjournalism; cyberculture; the culture of blogging.*

* Mestranda do Curso de Comunicação e Linguagens, pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP/PR). Especialista em Artes Visuais nas Culturas Contemporâneas, Jornalista, Professora e Coordenadora do Curso de Comunicação Social - Hab. Publicidade e Propaganda e Hab. em Jornalismo, da Celer Faculdades, Xaxim/SC.

andressapacheco@hotmail.com

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático "Jornalismo e novas formas de produção da informação", do III Simpósio Nacional da ABCiber. Este artigo faz parte da dissertação, em elaboração, sob orientação do Prof. PhD. Álvaro Laranjeira. Algumas conclusões deste artigo foram apresentadas no SBPJOR 2009.

A cibercultura estabelece relações de mediação no campo da comunicação. Com as tecnologias digitais cada vez mais presentes na sociedade, preenchendo significativamente o espaço urbano, a interação face a face caracterizada pelas formas simbólicas compartilhadas em um espaço físico passa a dissociar-se dessa demarcação e a expansão das redes sociais faz surgir novas formas de ação, novos tipos de relacionamentos sociais. Cultura pós-massiva, libertária e resistência à cultura de massa caracterizam a cibercultura que radicalizou de forma aprofundada, teorizada e sistematizada o universo das tecnologias digitais.

As redes sociais potencializam a agregação de ações entre os participantes do meio on-line e entre muitas possibilidades uma prática chama atenção: a interatividade mediando o conteúdo digital jornalístico. Os sites das redes sociais passam a ser espaços pessoais que geram interações através do ciberespaço. Nesse contexto, compartilhar conhecimento, autoridade e popularidade são apropriações feitas pelos atores sociais com a finalidade de publicar o privado e fazer conexões com o espaço público. Muitos exemplos desse potencial de expressão das redes sociais na Internet vieram à público através de *fatologs* e *weblogs* que permitem a construção pessoal, a interação através de comentários e a exposição pública de cada ator social. Além disso, percebe-se uma constante construção de valores, de impressões e do que é o ator social diante dos acontecimentos do cotidiano.

O efeito de toda essa conectividade está sustentado pelo acesso ilimitado e sem restrições a culturas e a conteúdos. Assim, o privado ganhou poder com as novas tecnologias e vem ocupando espaço na intersecção entre as mídias tradicionais e os novos meios de comunicação. A esse cenário de convergência adiciona-se a redução de custos de produção e distribuição e a permissão dos atores sociais em tocar, manipular, interagir, criticar o agendamento da imprensa e colocar de volta a informação em circulação com novas formas, entre elas produções midiáticas carregadas de percepções e valores individuais. Diversos fatos e acontecimentos do dia a dia traduzidos pelas mídias tradicionais são encontrados posteriormente em diversos *weblogs*, que tanto publicam e referenciam a fonte da informação, quanto discutem, problematizam, opinam e propõem participação. Não é apenas a simples transposição da notícia mas, a discussão sobre o assunto, tornando esses dois elementos únicos.

A vertente mais visível nesse processo, portanto, é a chamada interação mediada por computador: a interação mútua e interação reativa (PRIMO, 2008); já que o que constitui as redes sociais é a interação, os sites por si só não são redes sociais, mas sistemas (RECUERO, 2009).

A empresa estatal Petrobras lançou no primeiro semestre de 2009 o blog Fatos e Dados, nesse Blog a empresa evidencia a convergência tecnológica e destaca peculiaridades no relacionamento com os jornalistas. O propósito deste artigo é discorrer sobre esse blog a partir de conceitos de jornalismo on-line e redes sociais.

**Cultura pós-massiva,
libertária, e resistência
à cultura de massa
caracterizam a
cibercultura que
radicalizou de forma
aprofundada**

O fluxo da mídia on-line e os fluxos da interação

A internet pode ser considerada a primeira fonte de informação noticiosa para a população. No entanto, novas narrativas, que circulam no fluxo de informações das novas tecnologias digitais, transformam o conteúdo e a linguagem das notícias. A participação é vista como um dos elementos essenciais da cultura digital e, esse imbricamento do tecnológico com o contexto social, afeta o conteúdo informacional, que passa a ser compartilhado e comentado, corporificando o estatuto da notícia. Trata-se de um movimento de novo posicionamento frente às formas de utilização dos recursos da Internet e, também, das tecnologias de comunicação móvel, que facilitam a captura e a divulgação de fatos no momento em que acontecem, ampliando e dando nova ênfase na produção jornalística no meio on-line. Como afirma Primo (2006, p. 03),

Enquanto fenômeno midiático, o jornalismo mantém íntima relação com os canais tecnológicos, seus potenciais e limitações. Como processo complexo, a alteração do canal repercute de forma sistêmica sobre o processo comunicacional como um todo. A produção e leitura de textos em jornal impresso e on-line se transforma em virtude dos condicionamentos do meio.

Isso significa que a grande questão é conceber o meio também como mensagem, como corrobora Vaz (2008). A questão é saber se a internet torna-se apenas uma máquina limitada a propiciar o acesso longínquo ou ela é um meio de comunicação efetivo que permite aos atores sociais² se expressarem e interagirem. Para o autor, um dos elementos chave para equilibrar essa oposição constante é a mediação. Essa mediação do ponto de vista cultural e comunicacional consiste em construir uma interface entre dois universos, que Davallon (2003, p. 07) identifica como o universo do público e o do objeto cultural.

O papel de intermediário facilitando a comunicação é suposto favorecer a passagem a um estado melhor. Neste contexto, o jornalista que apresente e trate novamente o discurso de outrem (por exemplo o que alguém disse numa entrevista) é um “mediador”, que tem a característica de servir de intermediário entre a pessoa e o público e a de, para o fazer, transformar mais ou menos o que pôde dizer aquela. Estamos, portanto, face a um reenvio implícito para uma concepção bastante clássica do jornalista como mediador.

Por outro lado, a mediação sustentada pela tecnologia permite ao indivíduo desenvolver e criar relações afetivas sem estar restrito a “proximidade e pelos marcadores de aparência”, como afirma Vaz (2008). Nesse espaço, é potencia-

² Na concepção de Recuero (2009), os atores nas redes sociais são pessoas envolvidas na rede, que constituem o sistema e atuam para formar e moldar as estruturas sociais através da interação e da constituição de laços sociais.

lizado o poder de cada indivíduo social mediar seu próprio acontecimento, sua própria audiência. Esse deslocamento do espaço privado para o público acarretou na condução do *gatekeeper* para o *gatewatching*. “Estas novas condições afetam o jornalismo dos veículos de massa diante de novos canais de notícias criados na rede em blogs e sites colaborativos exigindo a uma redefinição dos meios convencionais que se deparam com um novo fenômeno” (SILVA, 2007, p. 10), pois o testemunho de eventos cotidianos, a espetacularização da intimidade alheia nas redes sociais instaurou um novo conteúdo, um novo formato, uma nova linguagem e a possibilidade de redações convergentes, baseadas no jornalismo participativo, que ultrapassam as limitações técnicas da transmissão/impressão. Esse fenômeno é resultado dessa potência das mídias pós-massivas, sustentada por formas alternativas como leitura rápida, imediata, profunda e planejada.

Ao contrário dos meios de comunicação de massa em geral, é no ciberespaço que encontramos multiplicidade de canais e a “ausência do lugar de verdade”, mencionado por Foucault (apud Vaz, 2008). A mediação, portanto, está centrada na intermediação (o usuário conectado) e na acessibilidade, ou seja, a informação on-line deve marcar posição central e ser de fácil acesso. A estratégia de comunicação nesse novo ambiente prioriza a interação, entendida por Primo (2008, p.13) “como a ‘ação entre’ os participantes do encontro (inter + ação)”, distanciando o termo da interação social, que é forma interativa e não compreende a definição de interação.

A internet, vista como uma mídia autônoma, possui características próprias de interação. No entendimento de Recuero (2009, p. 31-32) há uma série de fatores diferenciais, a destacar:

O primeiro deles é que os atores não se dão imediatamente a conhecer. Não há pistas da linguagem não verbal e da interpretação do contexto da interação. É tudo construído pela mediação do computador. O segundo fator relevante é a influência das possibilidades de comunicação das ferramentas utilizadas pelos atores. Há multiplicidade de ferramentas que suportam essa interação e o fato de permitirem que a interação permaneça mesmo depois do ator estar desconectado do ciberespaço.

A autora entende a interação como um reflexo comunicativo entre o indivíduo e suas relações, classificando-as como síncrona ou assíncrona³, em função das diferenças de construções impactada pela mediação e refletida na espera da resposta de uma mensagem. Aproximando a ideia de Wolton (2008) a interação também está relacionada à duração no ato da comunicação, em qualquer processo, já que para o autor não há comunicação sem a vivência do tempo. Ao contrário do que se evidencia, na rede a relação espaço-tempo comprime essa duração, “[...] pois o tempo das novas tecnologias é homogêneo, racional, linear, enquanto que o tempo humano é descontínuo e diferenciado” (WOLTON, 2008, p. 105). Na era da conexão, a cultura não se separa

³ Respectivamente, expectativa de resposta imediata e resposta quase imediata (RECUERO, 2009).

da tecnologia e a arte e ciência, que na modernidade estavam separadas, voltam amplificadas pela rede. A onipresença, característica das novas tecnologias, vai se imbricando ao ambiente cultural “através do devir micro (tornar-se invisível) e do devir estético (tornar-se belo). Este movimento vai aproximar a tecnologia contemporânea do prazer estético e do compartilhamento social” (LEMOS, 2004, p. 17).

O fato é que o espaço público está vivenciando a cultura da convergência. Um ambiente transmutado: do consumo individualizado e personalizado para o consumo compartilhado em rede, fenômeno que incentiva a participação e a inteligência coletiva. A colaboração pode ser vista como o “equilíbrio” entre o poder dos meios tradicionais, produção e público, “ainda estamos aprendendo a exercer esse poder – individual ou coletivamente – e ainda estamos lutando para definir as condições sob as quais nossa participação será permitida” (JENKINS, 2008, p. 313).

No jornalismo on-line os atores sociais têm uma relação direta com o surgimento das tecnologias móveis e das ferramentas colaborativas, que se espalham pela rede a partir da *Web 2.0* (SILVA, 2007). Essas novas formas de comunicação, que vem se proliferando no meio digital, provocam a neutralização do público e do privado, fato observado nos blogs que representam essa transversalidade da mídia.

Convergência tecnológica: a repercussão do blog Fatos e Dados

A permanência do blog na rede há mais de uma década mostra que sua principal tarefa tem sido manter a necessidade de socialização do ser humano. Para as autoras AMARAL; RECUERO; MONTARDO (2009, p. 31), o blog é “[...] uma ferramenta capaz de gerar uma estrutura característica, constituída enquanto mídia, ou seja, enquanto ferramenta de comunicação mediada pelo computador”. Os blogs tem sido utilizados pelas empresas e organizações para ações de comunicação pois são considerados mídias com caráter social.

Enquanto nova mídia o meio on-line se apresenta como canal de comunicação a serviço da troca de informações entre organização e públicos. A rede se caracteriza por multiplicar informações e aumentar os processos de legitimação e visibilidade para as organizações (DALCOL, 2009, p. 05).

A Petrobras lançou seu blog corporativo em junho de 2009 na ocasião da CPI da empresa estatal e repercutiu em sites de redes sociais deixando rastros⁴ de uma informação em fluxo, uma “comunicação todos-todos”, ou seja, dis-

⁴ “[...] rastro não se reduz nem ao rastro documentário, nem ao rastro cortical, ambos consistem em marcas “exteriores”, embora em sentidos diferentes: o da instituição social para o arquivo, o da organização biológica para o cérebro; resta o terceiro tipo de inscrição, o mais problemático, embora o mais significativo [...] consiste na persistência das impressões primeiras enquanto passividades: um acontecimento nos marcou, tocou, afetou e a marca afetiva permanece em nosso espírito” (RICOEUR, 2007, p. 136).

positivos informacionais e comunicacionais que, como destaca Lévy (1999, p. 63), “são os maiores portadores de mutações culturais, e não o fato de que se misture o texto, a imagem e o som, como parece estar submetido na noção vaga de multimídia”. Dessa forma, a força de poder da informação do Blog Fatos e Dados só é possível no ambiente de mídias sociais. Christofolletti (2009) afirma que a chegada da Petrobras à blogosfera é um movimento que transcende a opção de uma grande empresa por canais gratuitos e mais ágeis de informação.

A mídia brasileira agitou-se significativamente com a criação de um blog para disponibilizar informações e comentários sobre o momento de turbulência por que passa a Petrobras. Debates envolvendo ética no jornalismo, liberdade de imprensa e expressão, acesso à informação e direito à comunicação, além do fim da mediação do jornalista pautaram as discussões tanto da mídia tradicional quanto dos veículos alternativos - twitter e blogs nas redes sociais. No twitter, a Petrobras divulga as novidades da empresa e as novas publicações do blog. No Youtube criou um canal onde centraliza todos os vídeos postados no blog.



Figura 1: Repercussão do Blog Fatos e Dados da Petrobras nos sites nas redes sociais.

Fonte: <http://www.blogspetrobras.com.br/fatosedados/?p=5135>

Em várias passagens do blog é possível observar que a Petrobras atenta para o caráter público da empresa, o qual demanda a divulgação de informação também de maneira pública. O jornalismo público nasce nesse ambiente de deterioração da notícia nos meios tradicionais. Como define Quadros (2005) “a Internet permite bidirecionalidade de uma mensagem em contraposição a unidirecionalidade dos meios de comunicação de massa”. Nesse sentido, o cidadão interage com os meios ou constrói seu próprio meio de comunicação nas redes, gerando a sua informação. Essa corrente do público muda significativamente as rotinas produtivas dos jornalistas, aproximando a mídia do local. O mesmo autor destaca que os meios multiplicam as vozes. Esse caráter polifônico abre a possibilidade de também fazer uso do jornalismo público.

Há algumas características comuns e tradicionais do blog Fatos e Dados nesse espaço público, mas o que o diferencia dos demais blogs corporativos é o seu posicionamento e a sua política de transparência ao adentrar o mundo virtual. A publicação no blog das perguntas e respostas enviadas pelos jornalistas pode ocorrer antes mesmo da publicação da matéria e apresenta-se como objetivo de alcançar o máximo de transparência possível no relacionamento da empresa com seu público.



Figura 2: O Blog Fatos e Dados da Petrobrás também é consumido no Youtube.
Fonte: <http://www.blogspetrobras.com.br/fatosedados/?p=5135>

A atitude da Petrobras incomodou a muitos jornalistas pois colocou em xeque o “furo jornalístico”, que segundo Nilson Lage (2001) é o imediatismo da notícia e o próprio agendamento da imprensa que “consiste na capacidade que os veículos de comunicação de massa tem de pautar para a sociedade os temas de debate de boa parte das interações do cotidiano (SILVA, 2007, p. 86). Além disso, a relação dos *mainstreams* e a anulação do *off* com a empresa deflagrou desconforto profissional tanto dos jornalistas, como das fontes de informação.

De acordo com Saad (2009), ao analisar o lançamento do blog, o papel do profissional de jornalismo nas redes sociais instaura o início de uma nova etapa marcada pela convergência tecnológica, cultural e digital no jornalismo. Esse movimento da imprensa tradicional ao fenômeno Blog Fatos e Dados também se dá pela incapacidade dos veículos se defrontarem com a prática da *Web 2.0* e sua pluralidade de vozes.

Na chamada era pós-moderna, não se pode ignorar a convergência das mídias, pois o envolvimento cultural e social que ocorre nas redes é significativo. Esse fenômeno modifica a forma como o jornalismo opera e como os sujeitos processam e diluem esse produto comunicacional. É relevante essa reflexão, pois como enfatiza Jenkins (2008, p. 42) “[...] a convergência dos meios de comunicação impacta o modo como consumimos esses meios [...] envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação”.

A convergência tecnológica, econômica, política e social minimiza o impacto da cultura balizada pelo papel da indústria cultural, até então, bem definido.

Assistimos a partir dessa convergência pessoas no controle do conteúdo da mídia.

Estará a Petrobras disposta a realmente dialogar? Além disso, de conversar e assumir seus erros, a partir do blog? Será ela capaz de criar um espaço na sua hierarquia para fazer do internauta colaborativo um guia para seu destino, através de ideias, críticas e sugestões vindas da rede? Será que o projeto passou por essa reflexão mais profunda e estratégica? (NEPOMUCENO, 2009).

Considerações finais

A conclusão mais contundente desta análise é que com a chegada da Petrobras na blogosfera dá-se abertura aos mais variados campos de “audiência”, segundo Silva (2007, p. 97), uma mídia que age além de seu contexto tradicional e transcende a unilateralidade dos sentidos “[...] em uma dinâmica processual e multilateral: da mídia para a sociedade; da mídia para o Estado; da mídia para o mercado; da mídia para a própria mídia [...] da sociedade para a mídia”.

Aspecto relevante é que a informação levada à opinião pública no ambiente da convergência ainda necessita do “processamento mental”, que inclui a percepção do profissional jornalista e sua inserção do contexto social, “[...] além de traduzir, deve confrontar as diferentes perspectivas e selecionar fatos e versões que permitam ao leitor orientar-se diante da realidade” (LAGE, 2001, p. 23). Essa participação do público ligada à internet ainda está limitada ao conhecimento das ferramentas da rede, não em relação ao uso, mas principalmente, na compreensão entre o sistema técnico e “[...] uma ruptura de modelo cultural e social da comunicação” destaca Wolton (2007, p. 17). Isso significa que, as novas tecnologias devem ir de encontro à evolução dos modelos comunicacionais e sociais, mas isso ocorre somente quando o nível de conhecimento extrapola a técnica. Tendo em vista que “o virtual não substitui o ‘real’, ele multiplica as oportunidades para atualizá-lo” (LÉVY, 1999, p. 88).

Como Wolton (2007) manifesta, a internet não deve servir apenas como símbolo do novo milênio, mas como “uma revolução na economia geral da comunicação” (2007, p. 17), justificando as redes sociais como canais de uma linguagem plural, unificadora, reforçando seu caráter multimidiático.

São muitas as questões e pontos a serem levantados e analisados sob o ponto de vista da comunicação ao estudar esse caso. Certamente, o blog da Petrobras é um excelente objeto de estudo a ser explorado nos estudos científicos da comunicação.

Referências bibliográficas

DALCON, C. C.. (2009). *Estratégias Comunicacionais de Visibilidade na Web: o papel dos Relações Públicas enquanto sintonizador de interesses na construção dos processos de legitimação e visibilidade*. Disponível em: <http://>

- www.usp.br/anagrama/Dalcol_rpinternet.pdf. Acessado em: 10 de outubro de 2009.
- DAVALLON, J. (2003). **La médiation: la communication en procès? Médiations & Médiateurs**, 19. Tradução: M^a Rosário Saraiva; revisão: M^a Rosário Saraiva e Helena Santos.
- JENKINS, Henry. (2008). **Cultura da convergência**. São Paulo: Alpeh.
- LAGE, Nilson. (2001). **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=0Fn9GQM_txIC&pg=PA17&lpg=PA17&dq=o+furo+de+reportagem+para+nilson#v=onepage&q=&f=false. Acessado em: 09 de agosto de 2009.
- LEMONS, André. (2004). **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina.
- LÉVY, P. (1999). **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34.
- MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. (Orgs.). (2008). **A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário**. In: 2. ed. Porto Alegre: Sulina.
- NEPOMUCENO, Carlos. **O Blog da Petrobrás é um desafio saudável**. Disponível em: <http://webinsider.uol.com.br/index.php/2009/06/24/o-blog-da-petrobras-e-um-desafio-saudavel/>. Acessado em: 08 de agosto de 2009.
- PRIMO, A. (2006). **Comunicação mediada por computador**. Porto Alegre: Sulina.
- QUADROS, C.. (2005). **Jornalismo público, rádio e internet**. Comunicação e Espaço Público, Ano VIII, volume 5, n.o 1. Disponível em: <http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/c77a318c2e9a1ed812b93672773f8a16.pdf>. Acesso em: 25 de out. de 2009.
- RECUERO, R. (2009). **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina.
- SAAD CORREA, E. **O Blog da Petrobrás é apenas a Ponta do Iceberg**. Disponível em: <http://imezzo.wordpress.com/2009/06/10/blog-da-petrobras-e- apenas-a-ponta-do-iceberg/>. Acessado em: 01 de julho de 2009.
- SILVA, F. F.. (2007). **Tecnologias móveis na produção jornalística: do circuito alternativo ao *mainstream***. SBPJOR, Sergipe.
- WOLTON, D.. (2007). **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina.